

叶国富

南坪万达广场重庆永辉超市

市民正在永辉超市购物 据新重庆-重庆日报

进入名创优品时代 叶国富对永辉“动刀”

1 CEO 闪电出局

叶国富在不断加强对永辉超市的话语权。

去年9月,名创优品子公司斥资62.7亿元,收购永辉超市29.4%的股权,成为永辉超市第一大股东。

“名创优品不会控制董事会,不会成为实控人,未来也不会。”彼时,名创优品首席财务官张靖京明确表示。

但半年后,情况生变。

3月17日,永辉超市换届选举第六届董事会时,6个非独立董事候选人本是名创优品、永辉超市各占3席:名创优品董事会主席兼首席执行官叶国富、首席财务官张靖京、独立非执行董事王永平,和永辉超市董事长张轩松、董事张轩宁、CEO李松峰。

但李松峰得票数只有20.6%,未能当选非独立董事,其他候选者的得票率均在98%以上。

这意味着,目前六位非独立董事席位中,名创优品和永辉的比例变为3:2,平衡格局被打破。

名创优品系拿下董事会多数席位的同时,叶国富还“另起炉灶”,担任永辉超市改革小组组长。

根据公告,会议通过了成立改革领导小组的议案,由叶国富担任组长,王守诚、罗雯霞、林红东、曾凤荣、吴凯之、甘旺亨、张卫东、朱静、刘少强担任组员。

随后,永辉超市再次发布公告称,李松峰未能继续获聘公司CEO,该职位虚位以待,将全球招募。

李松峰就此“出局”,结束未满四年的CEO任职之旅。

对以上议案,永辉超市原大股东、董事张轩宁有意见,在投票中投下了唯一的反对票。

他为李松峰感到不平:“在当前高级管理议案中,未涉及李松峰CEO的安排,这令人深感忧虑。”

可惜胳膊没扭过大腿,张轩宁持有的7%股份,在叶国富面前算不了什么。

3月20日,永辉超市公告称,董事会授权公司改革领导小组代行CEO职责。也就是,改革领导小组组长叶国富间接“代行”CEO职责,成为永辉的“事实CEO”。

从某种程度上,这一公告确认了叶国富的领导地位。

高层变动尘埃落定,另一方面,叶国富也介入了永辉超市的中层干部团队。

据媒体报道,赖淑珍被任命为永辉商品中心标品二部(即食百部门)的负责人,向商品中心总经理汇报工作。据悉,赖淑珍来自名创优品,最近一次公开露面是作为名创的护肤经营者亮相。

2 大手笔砍门店

新官上任三把火,3月17日被选为改革小组组长时,叶国富便抛出三大改革。

2025年,永辉超市将关闭门店250~350家。

一场股东会后,永辉超市变了天。

任职3年多的CEO未能连任,还没当上非独董;原创始人的反对票也于事无补,董事会结构失衡;250~350家门店将被关停……近日,永辉超市用一纸公告宣布叶国富“代理”CEO,公司改朝换代进入“叶国富时代”。

拯救永辉、打造成零售行业新标杆,从以往创办名创优品到如今执掌永辉超市,叶国富的每一步都充满野心和豪赌。但这条路,连胖东来都还在摸索。

永辉超市官网显示,目前全国共有门店743家,按此计划,今年底永辉超市将不足500家,相当于砍掉三分之一门店,较2024年初的千余家也减少一半。

永辉的调改速度要大幅度加快。

按照叶国富的计划,2025年,永辉调改门店达200家左右,计划至2026年完成所有存量门店的调整。

也就是说,2025年能如期如量完成调改计划,那么2026年将要调改的剩余门店数量大概在300多家。

根据永辉3月13日宣布的调改计划,到2025年5月底之前还将有44家门店调改完成:2个月内要完成的调改门店数与过去9个月相当。

叶国富不只是说说而已。

临时股东大会落幕的第二天,比优特商业集团和东北永辉就接连发公告称,比优特协议接收永辉黑龙江、吉林两省12家门店,永辉大规模关店计划由此开始。

“希望做一个全国性的胖东来。”对于永辉,叶国富寄予厚望。

自2024年5月起,永辉开启“胖东来调改”,截至2月20日,共计在18个城市开设了41家“胖改”店,占门店总数的5.28%。

从永辉超市公布的数据看,调改后的门店在口碑、品质、客流和销售额上均有较大增长。

如胖东来调改首店郑州信万广场店,开业首日销售额188万元,较改造前增长13.9倍,当日客流超1.2万人,是调改前的5.3倍;永辉超市广州南沙万达广场店,开业3天累计销售额达650万元,日均销售额超200万元,是调改前的6倍……

“永辉的胖改,从短期来看,业绩增长明显,取得了不错的调改成效。”河南省商业经济学会会长宋向清表示,但长期来看,门店热度在下降,如郑州信万广场店去年9月日均销售额增长降至8.3倍,10月进一步降到6.3倍~7倍之间,一些门店甚至回归调改前水平。

调改店流量开始出现下滑。

据媒体报道,广州南沙万达广场店如今基本上不存在排长队情况,人流有所下降;成都锦江文华广场店也被爆出客流不及预期,仅2个月时间人潮就归于平静。

而永辉超市假设按照原有的规模、速度进行调改(半年调改31家门店),想要完成对所有门店的调改,大约需要12年。

白热化竞争的市场等不了12年,亏

损的永辉超市也等不起。

根据财报预告,2024年,永辉超市预计净亏损为14亿元,扣除非经常性损益的亏损为22.1亿元。

3 “豪赌”的压力

叶国富的“敢赌”,有目共睹。

《名创优品的101个新零售细节》里写道:最初在名创优品还没有显山露水的时候,叶国富就一口气拿下了广州近100家门店的位置,投入2亿元资金。

这次入股永辉,也是一样的故事。

一笔62.7亿元的现金支出,导致名创优品的现金及现金等价物锐减近47亿元,手笔颇大。

业界很是不理解。

叶国富解释称自己是于东来(胖东来创始人)的粉丝,他看上的是调改后的永辉。

据叶国富自己介绍,去年7月30日他曾去郑州胖东来版永辉,即调改后的永辉超市郑州信万广场店考察,“下午4点去,人非常多,坐了一晚上”,随后又到许昌考察胖东来。

回到郑州后叶国富想,“这个店如果是我的有多好。”

叶国富说,他只花了一周,最终确定自己要买的就是“胖东来版的商超”。

短期来看,叶国富赌对了。

交易公告发布的9月23日,永辉超市收盘价为2.25元,此后2个多月的时间,股价实现翻倍式上涨:最高曾上涨至6.55元,最大涨幅为191.11%;市值也一度冲破600亿元,直逼700亿元。

到了3月21日,永辉超市股价定格在4.84元/股,市值约439亿元,相比收购前的市值涨了好几倍。

以名创优品2.35元/股的购买价计算,这笔“抄底”交易给叶国富带来了约80亿账面浮盈,用了不到半年的时间。

就连名创优品因为该笔交易缩水的市值也在回升。

去年9月24日,名创优品港股大幅低开,一度跌超30%,当天收盘跌23.86%,一天之内市值蒸发103亿。不过目前,名创优品的股价已反弹至39.5港元/股,市值达487亿。

当然了,这笔中国零售行业中仅次于阿里400亿左右收购高鑫的巨额收购,对于叶国富来说,压力也是山大的。

单店改造成本超800万元,2024年

永辉调改的41家门店累计投入超3.28亿元,前三季度经营性现金流净额同比缩水29.7%,高昂的改造成本,导致短期内现金流压力显著,也反映在了亏损的报表中。

另外,截至2024年三季度,永辉超市的负债率已经达87.1%,短期负债合计197.8亿元;同期永辉超市货币资金和交易性金融资产合计为84.37亿元,资金缺口113亿元。

“中国超市的唯一出路是胖东来模式,这是比Costco更适配本土市场的解法。”叶国富坚信,沿着胖东来的路子会走到终点,但谁说模仿的就一定会成功。

尤其,于东来屡屡面临舆论危机,胖东来至今没走出河南。

纵深

名创优品基因 能否解困永辉?

名创优品擅长全球供应链整合与规模化采购,进而实现成本压缩。其打造出“迪士尼联名”“大师香薰”等多个爆款,实现了高度的自有品牌占比。此外,名创优品海外运营能力强劲。截至2024年9月30日,公司海外门店近3000家,全球门店数超7000家。

而永辉超市作为传统零售巨头,生鲜一直是其品牌护城河。但在其他标品选择、特色产品开发优势并不明显,尤其是自有品牌占比小,且多为米面粮油等低毛利品类。根据《2023中国商超自有品牌案例报告》,中国超市Top100企业自有品牌销售占比从2018年的3.2%逐年上升到2022年的5%。其中山姆在中国的自有品牌占比超过30%。

因此,在永辉超市的这场转型战役中,最受关注的莫过于叶国富如何将名创优品优势基因注入永辉超市。据悉,叶国富表示,永辉超市不会销售任何名创优品的商品,二者将在打造自有品牌和供应链方面进行协同。

按照规划,2025年永辉超市计划上架60个新品,孵化出至少10个超过1亿元的超级战略大单品,同时,预计通过3~5年供应链生态建设,推动自有品牌达到永辉超市整体销售额的40%。

对此,连锁经营产业专家文志宏表示,当下的零售行业玩法和过去截然不同,强调商品的差异化、特色化等,这意味着对供应链有新的要求,如果不重构供应链体系以及组织形态,就无法支持前端的变革。可以看到,尽管一些门店经过调改获得了可观的客流量和业绩,但其毛利很低甚至部分门店依旧无法完全持续性盈利,这就是因为整个供应链体系还没有完全重新整合,无法以规模效应降低成本。

从一场“蛇吞象”的收购到叶国富实际操盘变革,在外界看来,名创优品和永辉超市的“联姻”令其想象空间巨大,二者如何将协同效应发挥到最大也备受关注。

据无冕财经、中国经营网等