

世界500强榜单,正在被“数字化”改变

——《财富》最新榜单给青岛的启示

□青岛日报/观海新闻记者 杨光

企业是市场竞争的主体,是城市竞争的依托。《财富》杂志连续第27次发布这份全球大公司排行榜“世界500强”,代表了全球企业第一梯队。

8月2日发布的最新《财富》世界500强排行榜,不仅网罗了全球最大企业的最新发展趋势和兴衰演变,也让疫情影响下的全球产业格局变化一览无余。

受新冠肺炎疫情影响,今年《财富》世界500强排行榜企业的营业收入约为31.7万亿美元,比去年下降5%。进入排行榜的门槛(最低销售收入)也从254亿美元下降到240亿美元。

同时,企业利润大幅跌落,所有上榜公司的净利润总和为1.6万亿美元,同比大幅下降20%,是2009年以来最大跌幅。这背后是新冠肺炎疫情的蔓延导致的全球供应链中断、经济活动发展停滞,带来了世界500强的经营收缩和收益下降。

在疫情中率先恢复的中国企业,显示出了逆势生长的强劲力量。中国共有143家企业上榜,接近三分之一。中国大陆及中国香港上榜的企业数量达到135家,比上年增加11家。

山东上榜企业数量为5家,山东能源集团有限公司(70)、山东魏桥创业集团有限公司(282)、山东钢铁集团有限公司(384)、海尔智家股份有限公司(405)、潍柴动力股份有限公司(425)。其中潍柴动力是新上榜企业。青岛上榜企业海尔智家股份有限公司,位次较上年大幅提升30名。

世界500强榜单,提供了一个观察一个国家和地区经济和企业发展的有力视角。

■参展2021AWE(中国家电及消费电子博览会)的海尔智家。



看城市分布,头部效应凸显

143家中国上榜企业,共分布在37座城市。其中,作为众多央企总部所在地,北京共有60家企业上榜,占比超过四成,远超其他城市。从全球来看,自2013年首次超过东京以来,这已是北京连续第9年上榜企业数位居全球城市榜首。

上海、香港、深圳、杭州、广州和台北处于“第二梯队”,分别有9家、9家、8家、7家、5家、5家企业上榜。

在内地126家上榜企业中,四座一线城市占据82个席位,占比近七成,头部效应凸显。

从城市群看,今年大湾区突破最明显,共25家企业上榜世界500强榜单,其中广东地区16家,香港地区9家,共增加了4家。

除此之外,厦门、苏州各有3家企业上榜,佛山、福州、济南、西安、石家庄、乌鲁木齐6座城市各有2家企业入围,这其中,作为省属企业所在地,多个城市都发挥了省会优势。

青岛则和武汉、南京、昆明、南宁等剩余的22座城市各有1家企业上榜。其中,昆明、龙岩和潍坊都是首次有企业上榜。

作为“食品生产”类企业中唯一上榜的中国企业,尽管新入榜的新希望控股集团有限公司注册地在北京,但集团在成都纳税主体达到115家、年度纳税总额达到20.7亿元,被成都视为本土世界500强“零的突破”。

入榜唯一青企,海尔智家显示强劲成长力

作为入榜的唯一青岛企业,这是海尔智家连续第四年上榜,排名持续上升。

一提到海尔智家,就不免把它和同样榜上有名的美的、格力对比。它们不仅是中国白色家电三巨头,也是中国制造业企业的代表。

在今年的榜单上,美的(288)较去年上涨19位,海尔智家(405)上升30位,格力(488)较去年下滑52位。从位次变化来看,海尔智家的成长能力在三者之中是相对强劲的。

过去一年里,三巨头成长能力的演变,在2020年上市公司年报中就有所显现:美的、海尔智家居于头部的年营收2000亿元阵营,格力已退至年营收1000亿元阵营。对此,行业普遍认为,这是因为企业赛道布局的差异化。其中,格力仍较为依赖空调主业,美的、海尔早已展开多元化布局。

事实上,海尔智家的真正实力,孕育于超前的全球品牌战略布局。同时,在数字化浪潮的席卷中,海尔智家成为青岛企业主动拥抱变革的排头兵,实现了从生产家电产品向提供涵盖“吃穿住娱”一站式智慧解决方案的升级,从传统家电品牌转型为物联网生态品牌,从中国出发走向世界。

2020年,海尔智家在上海、法兰克福、香港三地挂牌,成为行业唯一一家三地上市的企业。这一年,海尔智家来自海外市场收入首次突破千亿元大关,占总收入比例接近一半,美的、海信等占比均为四成左右。

从中国品牌的出海经历来看,做“价廉物美”的世

界产品并不难,但是做“高价值溢价”的全球高端品牌,却是极为困难。当前,美的、格力也都开始向海外创牌发力,而这正是海尔智家在过去20多年里布局挑战的。

要想在高端品牌这个战略选择上开花结果,需要大量的投入。在不少企业选择能够快速创汇的贴牌代工时,海尔智家放弃唾手可得的利润,义无反顾地走向了海外高端创牌的道路,画出了一条海外创牌进化曲线:从1989年开始批量出口算起,整整26年,海尔才在海外突破盈亏平衡点;又用5年,突破企业代工利润天花板,并继续保持利润率的攀升。

这一高端化的超前品牌打法,也恰恰契合了当前消费升级的趋势,让海尔智家进入收获期。尤其是以卡萨帝为代表的高端品牌,实现了持续高增长。一季报显示,卡萨帝实现收入增长80%,收入占比进一步提升,高端产品份额引领市场。

高端品牌的创立为海尔智家的数字化转型提供了更大的底气。2020年,海尔智家推出场景品牌三翼鸟,提供集设计智慧家、建设智慧家、服务智慧家于一体的站式全场景智慧解决方案。今年1至5月,仅三翼鸟海尔智家北京体验中心001销售额突破7000万元,卖场景和卖家电销售额占比接近1:1;三翼鸟海尔智家望京店更是开出了单笔213.7万元的大单。

一路走来,海尔智家通过高端品牌、场景品牌和生态品牌三级品牌持续升级引领,走出了一条差异化的转型之路,代表了中国品牌积极破圈,通过内生的自我革新,在数字时代下萌发新的生命力。

山东入榜企业,在传统制造中挖掘新动能

今年上榜的5家山东企业来自能源、钢铁和制造领域,看上去都是相对传统的行业。除了新上榜的潍柴动力,其余4家企业排名都有所跃升。体现了山东企业疫情之下的发展定力。

仔细看这些企业,它们的一个共同点是,看似来自传统行业,却都在通过创新挖掘新动能,拓展新空间。

首次“突围”的潍柴动力,是大手笔搞研发的典型代表。过去5年,潍柴动力研发投入累计超过300亿元,2020年研发投入占比达到4.2%,是装备制造业中研发投入占比最高的企业之一。

这让潍柴动力不断蓄力,形成以动力总成为核心的多元化产品布局。2020年,潍柴动力实现产销各类发动机超过100万台,位列全球第一,形成全球最大的柴油机产业集群。

多次上榜的“老面孔”中,山东能源集团排名大幅上升了225位,创造了山东企业在该榜单的最好名次。中国上榜企业中跃升最快的,是同样来自能源产业的晋能控股集团,大幅跃升325位。二者排名跃升均是源于行业巨头的重组合并。

2020年,原山东能源集团与兖矿集团合并,既是山东能源板块国有资产的深度整合,也是山东体量最大的两家国有企业的整合。新的山东能源集团定位为山东能源产业的国有资本投资公司,在巩固发展煤炭、煤电、煤化工三大传统产业的同时,大力发展高端装备制造、新能源新材料、现代物流贸易三大新兴产业。

除了重组带来的大体量,山东能源集团也在不断

挖掘创新力。2020年10月,其权属企业未来能源115℃高熔点蜡为国内最高熔点的高端费托蜡新产品,一举打破国外垄断,填补了国内市场空白;今年4月,山东能源集团获SAP全球创新大奖,成为中国唯一的获奖企业。

一直稳坐山东最大民营企业交椅的魏桥集团排名上升了26位。作为国内第七大钢铁公司,山东钢铁排名上升了75位,目前正在与宝武钢铁谋划重组。

下一个进入500强的山东企业会是谁?参照今年世界500强的入围门槛,240亿美元,约合1550亿元人民币。结合企业运营数据,山东高速集团、海信集团等有望跻身。

2020年7月,山东高速集团与齐鲁交通发展集团重组合并。根据山东省国资委发布的数据,2020年,新的山东高速集团的营业收入为1559亿元。

根据海信集团董事长周厚健在公司内部发表的《海信集团2020年度总结表彰报告》,海信集团公司2020年营收1409亿元,也接近今年的入围门槛。

当前,青岛“大块头”企业,也都在从深度挖潜中寻求“第二增长曲线”。海尔集团在“四年五千亿、再造一个新海尔”中加速培育新的上市企业,目前除海尔智家外已经上市2家,还有3家正在辅导申报中。海信、青啤也分别提出各自的“倍增计划”。

在“倍增计划”驱动下,海信有望在不久的将来进入世界500强阵营,为青岛在这一全球企业顶级俱乐部里“再下一城”。

中国企业,要大更要强

世界500强榜单不仅展示企业的规模,也分析企业的盈利能力。

对于疫情影响后迅速复苏的中国企业,一个可喜的变化是,中美上榜企业的盈利差距在缩小。2020年,美国企业的销售收益率是中国大陆企业的1.6倍;净资产收益率为中国大陆企业的近2倍;2021年,这两项指标的差距分别缩小到了1.2倍和1.4倍。

然而,如果不计算银行所得利润,中国大陆上榜的125家非银行企业平均利润只有23亿美元。作为对比,113家美国非银行企业平均利润接近47亿美元,是中国公司两倍。

除了盈利能力,中国与发达国家企业的科技竞争力差距也通过榜单体现了出来。以信息和通信技术行业为例,今年美国有19家企业上榜,中国只有9家。在中国工业软件市场上,国产软件只占据了1/10。

位列榜单380位的世界最大的科学仪器公司国赛默飞世尔,营收322.2亿美元。而中国目前共有1000多家科学仪器企业,无一人选全球20强,大部分产值不足千万元。

《财富》中文网官方分析用一句话概括了这一差距:“中国制造在西方的商场里,德日制造在中国的工厂里,美国制造在中国的实验室里”。

在规模扩张的同时,中国企业如何提高核心竞争力,不断提高科技能力,从做大变成做强,依然是关键。

对青岛而言,也是如此。尽管近两年青岛企业上市数量的增长不断提速,但是,上市青企业体量偏小和缺乏高新技术企业也是青岛资本市场的遗憾。

这一情况正在得到改善。2019年以来新增的上市

企业中,高新技术企业占据了绝对比例。比如,从事医用内窥镜器械和光学产品供应商的海泰新光,为大健康产业赋能的百洋医药,从事环保设备生产销售的德国特,从事生态修复业务的冠中生态……科技力量在上市青企中正在变强大。

给青岛企业的启示:以数字技术赋能实体经济

罗马不是一天建成的。即便有着“倍增计划”的支撑,青岛依然很难在短期内生长出更多进军全球第一阵营的企业。但这并不妨碍青岛企业从榜单中获得发展的启示。

在今年的榜单中,京东(59)、阿里巴巴(63)、腾讯(132)等中国领军科技公司排名依旧不断跃升。排名变化的背后也有发展逻辑的变化。尽管三家巨头的商业模式各有千秋,比如京东的自营模式、阿里巴巴的平台经济、腾讯的社交基础,但当前,它们都在向实体经济进行深度渗透。

这一点在全球市场也是成立的。无论亚马逊、微软还是IBM,真正能够获得长期成长力的企业,都不是单纯的技术公司,都是通过技术赋能实体经济。

这样的变化之所以产生在中国市场,是因为真正意义上的数字经济时代已经到来,中国的消费互联网已经基本建设完备,市场发育期的人口红利已经不复存在,互联网巨头也都在寻找新机会,利用互联网的技术改造传统实体经济。

这是青岛的机会。数字经济的未来增长点在于实体经济,青岛有深厚的实体经济基础,在城市和企业的共同努力下,青岛有机会成为数字经济的重要策源地。

抓住这波发展浪潮,青岛是坚定的。两年前,青岛就出台了《数字青岛发展规划(2019—2022年)》,提出打造“数字山东”引领核心区、“数字中国”建设示范区。

当前,青岛正充分发挥数字牵引作用,加快建设数字青岛、智慧城市。重点加快海尔卡奥斯等工业互联网平台建设,开放1000个“工业赋能”和未来城市应用场景,推进1000家以上工业企业实施智能化改造,促进产业数字化转型。加快大数据中心、5G基站等新型基础设施建设进度,发展智慧公安、智慧应急、智慧城管、智慧交通、智慧医疗、智慧社区等,促进城市数字化转型。

数字经济的本质是技术和生产力工具的跃迁。在企业端,企业通过技术手段可以将研发、生产到售后服务的整个链条全部数字化,使产品和服务品质大幅提升,同时降低实体企业的生产成本,提升生产效率;在城市的广阔空间,为企业提供数字技术验证的场景和数字治理的空间,最终实现在数据的“自由流淌”中塑造发展优势。

这需要城市为企业提供更加开放、良性的发展生态,成全企业家创意、创新、创造、创业。

把11月1日确定为“青岛企业家日”,开放场景、提供对接平台,构建“亲”“清”政商关系,近年来,青岛正在为企业的发展提供开放环境,让企业和城市共同在数字化的浪潮中积蓄磅礴的发展力量,创造更多可能,长出更多“新物种”。

