

财眼

用户数7.88亿 拼多多成中国规模最大电商平台

黄峥卸任董事长,探索行业未来十年发展

北京时间3月17日,拼多多发布2020年第四季度及全年财报:四季度,拼多多营收增长146%至265.477亿元,全年营收增长97%至594.919亿元;非通用会计准则下(Non-GAAP),拼多多四季度归属于普通股股东的净亏损为1.845亿元,全年归属净亏损为29.65亿元,均较上一年同期大幅收窄。

财报还显示,截至2020年底,拼多多年活跃买家数达7.884亿,成为中国用户规模最大的电商平台。四季度,拼多多APP平均月活跃用户数达7.199亿,单季新增7650万。截至2020年底,拼多多年成交额(GMV)为16676亿元,同比增长66%。

同一天,拼多多董事长黄峥发布2021年度致股东信,宣布董事会已批准其辞任董事长,由联合创始人、现任CEO陈磊接棒。黄峥表示,辞任董事长后,个人名下股票将继续锁定3年不出售。自己将结合个人兴趣,致力于食品科学和生命科学领域的研究,并着眼于拼多多未来的长远发展,“去摸一摸10年后路上的石头”。

■新快报记者 郑志辉



■黄峥

用户规模接近8亿大关 成为中国用户规模最大电商平台

财报显示,截至2020年底,拼多多年活跃买家数达7.884亿,较上一年底的5.852亿同比增长35%,其中四季度新增5710万。以用户数计,创立不足6年的拼多多,已经发展成为中国规模最大的电商平台,初步实现了服务中国最广大用户的目标。

月活跃用户数方面,2020年第四季度,拼多多APP平均月活跃用户数达7.199亿,单季净增7650万。去年下半年,拼多多月活用户数累计新增1.51亿。

2020年,在用户大规模增长的情况下,拼多多活跃买家年度平均消费额增长至2115.2元,较上一年同比增长23%。受益于用户规模和用户平均消费额的双双强劲增长,2020年,拼多多平台交易额攀升至16676亿元,较上一年同比增长66%,6倍于行业平均水平。

拼多多CEO陈磊表示:“6年前,我们就看到,移动是必然趋势。因此,在全

球主流消费互联网公司中,我们是唯一一家专注于移动体验的公司。移动互联网从根本上改变了人们互动的方式。这种移动变革如今正在摧毁物质世界和数字世界之间的‘墙’。”

季度营收增长146% 全年营收接近翻倍增长

财报显示,2020年第四季度,拼多多实现营收265.477亿元,同比增长146%,全年实现营收594.919亿元,同比增长97%,接近翻倍增长。两项数据均大幅高于市场预期。

拼多多营收增长主要源于在线营销技术服务收入的强劲增长以及新增商品销售所产生的收入。四季度,平台在线营销技术服务收入为189.22亿元,同比增长95%。2020年全年,拼多多在线营销技术服务收入为479.538亿元,同比增长79%。四季度,平台商品销售收入为53.578亿元。

对此,拼多多创始人黄峥在致股东

信中表示,疫情等原因加速了内部业务和管理的迭代。四季度,拼多多在仓储、物流及农货源头进行新一轮重投入,但在强劲营收的带动下,该季经营仍基本达到盈亏平衡。

从营收构成看,拼多多依旧践行商家端“0佣金”和“0平台服务年费”的策略。按照行业普遍现行标准,2020年,仅“0佣金”政策就帮助商家节省了超过800亿元的资金成本。

截至2020年底,拼多多持有现金、现金等价物及短期投资870亿元,对比2019年底为411亿元。

功成身退

创始人黄峥投身前沿科学研究

拼多多董事长黄峥在致股东信中宣布,董事会已批准其辞任董事长,由联合创始人、现任CEO陈磊接棒。

2018年上市时,黄峥曾表示,拼多多是一个公众机构,它为最大的用户创造价值而存在。它不应该是彰显个人能力

的工具,也不应该有过多的个人色彩。

在昨天的致股东信中,黄峥表示,拼多多从一个纯轻资产的第三方平台,开始转重,新的业务在拼多多内萌芽并迅速成长,这催生锻炼了新一代的管理者。“是时候逐步让更多的后浪起来塑造属于他们的拼多多了”。

黄峥认为,要确保拼多多10后的高速发展,有些探索现在正当其时。作为创始人,黄峥希望结合自身兴趣,跳脱出来“摸一摸10年后路上的石头”。

他在致股东信中举例展望了自己辞任董事长后将长期致力的科研领域。比如,通过对农产品种植过程的方法的控制,探索对马铃薯、番薯、西红柿等的潜在有害重金属含量进行可靠的控制,同时对其可能有的、有益的微量元素进行可控的标准化提升等。

“成不了科学家,但也许有机会成为未来(伟大)的科学家的助理,那也是一件很幸福的事儿。”黄峥表示。

科创板企业年报陆续出炉,科技创新企业具较强发展潜力 电子和电气设备维持30%以上高增速

新快报讯 记者涂波报道 2020年上市公司年报陆续披露,截至昨日记者发稿,科创板240家上市公司中逾120家业绩亮相。总体来看,科创板2020年保持较高增速,营收和净利润实现了双增长。从行业来看,年报业绩改善幅度较大的集中在医药和化工板块,增速超10%,而电子、电气设备继续维持30%以上的高增速,体现了科技创新企业较强的发展潜力。

从市值分布来看,大市值个股的业绩增速表现更佳,且逐季改善。天风证券研报指出,按照100亿元以下、100亿~200亿元、200亿元以上三个区间进行观察,100亿~200亿元市值和200亿元以上市值的个股业绩增速显著,大市值个股表现优于小市值个股。

据同花顺数据,从净利润增幅来看,24只个股净利润增幅达100%,其中圣湘生物、东方生物和之江生物增幅逾10倍,均受益于全球抗击新冠肺炎疫情所需,在较短时间内开发出相应疫情防控产品,促使公司2020年度整体销售规模呈现大幅增长。从营收来看,七成公司营业收入实现增长。营业收入超100亿元以上的5家公司,10亿~100亿元有65家,天能股份和传音控股营收居前列。

从公司净利润来看,67家公司净利润超亿元,圣湘生物、传音控股和天能股份成为科创板最赚钱的公

司,净利润均超20亿元。仅有17家公司2020年业绩亏损,其中君实生物预计净利润亏损16.44亿元,公司指出亏损原因为加大对在研项目及储备研发项目的投入,营业收入尚不能完全覆盖研发投入。

广东作为经济强省,本土科创板公司年报成绩单较为亮眼,大部分公司业绩预增或大幅增长,传音控股以净利润达26.39亿元居首,净利增幅达47.13%。生益电子和洁特生物等近10家公司净利润超亿元。仅有方科技和百奥泰业绩亏损。

昨日,A股市场科技股全面爆发,半导体、MINILED等板块涨幅显著。银河证券认为,产业政策密集出台带动科技创新发展,科学技术进入新一轮科技发展周期。科创板成立完善资本市场,经济、政策、技术、市场四大因素都有不同程度的利好科技股发展,促进高新技术产业的革新换代,目前科技股仍处牛市阶段。

科创板年报预告净利增幅居前个股

股票简称	现价	预告净利润(亿元)	预告净利变动(%)	行业
圣湘生物	95.76	26.81	6691.5	医药生物
仕佳光子	18.51	0.315	2089.52	信息设备
东方生物	129.61	15.56	1795.1	医药生物
之江生物	55.32	9.30	1705.1	医药生物
硕世生物	138.63	8.09	866.37	医药生物
海优新材	115.47	2.2	228.95	机械设备
热景生物	41.3	1.07	216	医药生物

(截至3月17日) 来源:同花顺

发布《2021可持续发展报告》 优衣库强化“快时尚颠覆者”角色

新快报讯 记者陆妍思报道

近日,优衣库母公司迅销集团市值超过ZARA母公司Inditex,一举成为全球市值第一服装集团,受到市场关注。有分析指出,两家服装巨头的位置互换背后,其实是快时尚标签已经不合时宜,优衣库以“快时尚颠覆者”的角色征战市场,在疫情期间获得更佳的市场认同感。3月11日~14日,优衣库在上海发布了2021春夏十大“生机之服”,并首次在中国市场同时发布《2021新生机消费报告》《2021可持续发展报告》,再次强化上述角色特征。

据了解,《2021新生机消费报告》向来自全国各地各年龄段的9372位受访者,询问了他们在新冠肺炎疫情发生后的生活变化。报告显示,92.6%的人计划将“可持续的理念”在日常消费中付诸实践。“我希望今年您买了我们的服装,十年之后还可以拿出来继续穿。”《2021可持续发展报告》显示,在优衣库买到的一件看上去“平平无奇”的POLO衫,都是使用再生聚酯原料所生产的;作为人们最常穿着的单品之一,优衣库的牛仔裤则采用了BlueCycle节水技术,节水率最高可达近95%;同时AIRism

等内衣商品不再用塑料包装,减轻环境负荷。

调查中发现,因为疫情的缘故,人和家的关系由此变得更加微妙。优衣库看准时机加大家居产品布局,在家居服、亲肤内衣的基础上,全新推出床上用品和起居鞋品类。同样是因为疫情,人们更加关注身心健康,本季优衣库主打生活运动系列和防晒系列,其中生活运动系列主打高弹、透气、防晒、速干四大高功能面料,作为明星商品的防晒系列则首次推出了幼儿防晒线,且童装新增160cm全新尺码。

疫情发生后,88.04%的被访者更习惯在线购物和线上线下打通的购物方式。目前中国市场全渠道粉丝整体规模已超过2亿的优衣库持续在线上发力,近日推出全新数字化服务StyleHint“衣点灵感”,消费者可通过实时照片拍摄或照片识别,获取图片中优衣库服饰的购物链接。此外,消费者还可参考平台上的博主穿搭,个人也可分享自己的照片至平台。“用更直白的话来说,优衣库在做服装企业中的小红书,并且和门店完全打通。”迅销集团全球资深副总裁、优衣库大中华区首席市场官(CMO)吴品慧说。