

京东求变：刘强东主导新一轮组织架构调整

本报记者 李静 北京报道

继3月底阿里巴巴开启“1+6+N”全新架构调整后,京东也迎来了五年来最大的一场组织架构调整。这场变革在4月9日的京东经营管理会上敲定。据知情人士对《中国经营报》记者透露,这场经营

刘强东重回一线

在今年4月9日的经营管理会上,刘强东主导京东再度开启变革,在外界看来是刘强东强势回归一线的表现。

2018年开始,刘强东便鲜少出现在公众面前,当时的京东商城也开始实施轮值CEO制度,首任京东商城轮值CEO是京东集团CMO徐雷。之后,隐居幕后的刘强东逐渐卸掉此前担任的众多内外职位,徐雷则逐渐挑起大梁,并且接替刘强东站到了台前。徐雷担任京东商城轮值CEO之时,京东正面临着诸多的压力。徐雷在2019年接受记者采访时透露:“2018年确实属于至暗时刻。”业务上的现金流和用户口碑都出现快速下滑,股价下跌,很多京东员工觉得信心不足。

调整背后的挑战

互联网龙头企业体量之大、架构之繁、转型之艰将是它们组织架构调整面临的微观挑战。

2018年时,很多大型公司都在做中台模式。因为在大中台、小前台的组织机制中,作为前台的一线业务会更敏捷,更快速适应瞬息万变的市场,中台将集合整个集团的数据运营能力、产品技术能力,对各前台业务形成强力支撑。在徐雷的操刀下,中台战略帮助京东渡过了2018年的组织危机,实现了连续三年的高速增长。但过去五年间,京东的员工总数增长了近三倍,继续依靠中台推动业务增长,已不再适应当下的竞争态势。

管理会由京东集团董事局主席刘强东亲自主持,保密程度极高,仅有包括京东集团、京东零售等业务部门的核心高管参与。这一次调整中,京东选择从事业群制回归事业部制,京东零售五大事业群负责人将统一变更为事业部负责人,同时,第一次打通自营和

2018年底,在徐雷的操刀之下,京东商城整体划分为前台、中台、后台三部分,更重要的是敲定新的经营理念为“以信赖为基础、以客户为中心的价值创造”。经历近一年调整之后,徐雷认为京东零售在团队氛围、协作、目标、逻辑上都达到了较好的状态。后来,京东商城升级,徐雷成为了京东零售集团CEO。京东内部对徐雷有这样一段评价:徐雷连续三年带领零售业务实现高质量增长。推动了追求有质量增长、以客户为中心、积木化组织建设、创造价值的人才激励等四大变革;前瞻性地推出了供应链

京东这一次的调整中,京东零售原事业群负责人将担任事业部负责人;原事业群统管下的各事业部,将按照细分品类拆分为具体的经营单元,给予品类负责人更多的决策自主权,也包括人事任免等权利。京东物流也在总部推行事业部制,聚焦供应链、快递快运等核心业务成立前台事业部。在区域层面,将省份作为具体的经营单元,直接向总部相关事业部负责人汇报,各省份将拥有更大的经营决策、管理、人事任免等权利。

POP(在京东自营之外,其他商家以第三方形式入驻开店即属于POP模式)业务,实现流量“平权”。京东物流的调整和京东零售的思路类似,在总部推行事业部制,在区域层面,取消原有的七大区域划分,将省份作为具体的经营单元,直接向总部相关事业部负责人汇报。重归事

中台建设、京东全渠道战略,加速培育了京东的第二条增长曲线。2021年9月,京东首度设立京东集团总裁一职,徐雷由京东零售集团CEO升任京东集团总裁,负责京东各业务板块的日常运营和协同发展。2022年4月,徐雷出任京东集团CEO,负责日常运营管理,向京东集团董事局主席刘强东汇报。刘强东卸任京东集团CEO一职,进一步放权,远离一线日常业务,聚焦长期战略。徐雷站在台前的这几年,京东集团实现了回港二次上市,京东物流和京东健康在港交所上市,还收购了两家上市公司达达集团和德

这场组织变革源于2019年刘强东提出的“Big Boss”机制,其核心理念是将每一个细小业务单元都视为一个经营实体,每一个实体管理者都是一个真正的Boss,把经营决策权交给离客户最近、最了解市场需求的人,提升业务部门对客户和市场的反应速度,提高效能。尽管国内业界普遍认为阿里和京东调整企业战略架构短期内有利于其分拆上市,分拆上市反过来又利好其长期战略转型和业务发展,但独立国际策略研究员

业部意味着管理层的精简,例如调整完成后京东零售从普通员工到CEO的汇报层级最多只有三级。此前刘强东已经淡出京东管理一线数年,仅负责公司战略。据京东内部人士透露,重回台前的刘强东对战略部署的过问频率已明显高于过去两年。

邦股份。DCCI互联网研究院院长刘兴亮对记者说道:“徐雷经过十多年的历练与成长,已经具备了领军人的能力,对于各业务板块日常运营和协同发展所做出的突出贡献也得到了公司内外部的高度认可。”不过,卸任京东集团CEO的刘强东仍会参与京东集团每月SEC(战略执行委员会)会议、每季度的经营分析会等,还会参与对经营和战略的决策。在今年4月9日的经营管理会上,刘强东主导京东再度开启变革,在外界看来是刘强东强势回归一线的表现。

陈佳对记者表示:“从全球新一轮科技革命浪潮、大国科技竞争格局以及中国自主创新和双循环战略角度来看,中资互联网龙头企业在当前全球科技创新大局之下必须追加科技投入,全球资本市场容量有限的大环境下只能分拆上市,分拆上市势必要求企业对战略架构做出重大变革,但这种策略上的可行性本身还不足以证明其战略上的可持续性。”然而,互联网龙头企业体量之大、架构之繁、转型之艰将是它们组织架构调整面临的微观挑战。

剑指低价

低价成了京东如今最希望打出的一张牌。

今年,京东发展的一个重要导向是“低价”。3月6日0时,京东百亿补贴提前20个小时上线,而且“百亿补贴”栏目位于京东APP首屏正中的显著位置。京东零售CEO辛利军在京东零售开年大会上直言,2023年京东零售的重要战略布局方向之一是打造低价心智,京东百亿补贴频道的上线只是开始。在京东零售和京东物流这次的组织架构变革中,比起重回事业部制,更引人关注的是京东零售第一次打通自营和POP业务。据了解,此外,拆分后的经营单元内,将不再区分POP和自营,二者全面打通,由统一的品类负责人管理,进一步实现流量“平权”。京东零售推动自营与POP的充分竞争,盘活商品盘和流量,最后的目的便是实现“低价”。据悉在2022年年底,刘强东在京东经营管理培训会上,就反复强调要回归零售的核心,重拾低价。在近期京东的内部会上,刘强东更是反复强调“谁能做到低价,就给谁一定的流量倾斜”。

因为长期以来,京东自营采购拥有较强话语权,他们会利用流量坑位、营销工具等与供应商议价,换得供应商的货源、毛利、返点、账期和市场预算的倾斜。为了冲高GMV或者利润,很多时候采购会选择将客单价或者毛利更高的商品上架。打通自营与POP影响在于,可以让京东的“低价”策略执行得更加顺畅。徐雷也曾对记者表示:“电商最绝的价格方式肯定是天天低价。”但过去几年,京东的低价之战推进得并未如想象中那么顺利。

荣旗科技优势凸显 智能装备市场迎新一轮机遇期

在经历机械化、电气化、数字化三大历史阶段后,精细化全球制造业正在迈入新的智能化发展阶段。作为尖端制造业的代表,融合了先进制造技术、信息技术和智能技术的智能装备行业,也成为新一轮浪潮下,世界各国比拼工业实力的角力场。工信部门数据显示,截至2022年9月,我国智能制造装备产业规模近3万亿元,市场满足率超过50%。根据《“十四五”智

持续深耕技术自主创新 形成五位一体优势

作为智能装备行业多年的深耕者,荣旗科技相关负责人表示,公司十分重视自主创新技术研发,多年来持续将研发作为核心经营活动之一。财报显示,2019至2021年及2022年1—6月期间,荣旗科技投入研发费用分别达到1368.80万元、2341.17万元、3442.88万元和1880.43万元,分别占同期营收的比重为13.41%、9.65%、11.84%和17.95%。而在研发团队方面,截至2022年6月末,荣旗科技研发团队人数达169人,占公司总人数的36.74%。同时,为了鼓励创新,荣旗科技采取了内部人才培养与外部高端人才引进相结合的人才发展战略,不断引入新鲜血液,并对研发骨干人员设置了内部激励机制。充足的资金与人才投入,为荣旗科技的技术自主创新奠定了坚实基础。近年来,围绕核心技术、设计方案、结构设计、检测算法等方面,荣旗科技持续创新,目前已在光学、机械、电气、算法、软件等方面形成了一定的技术壁垒,拥有了“光、机、电、算、软”技术一体化优势,增强了公司自主创新能力,并为市场开拓提供了强力支撑。核心技术方面,从最早的装配组装、视觉检测应用拓展,到拥有广阔潜在市场规模的无线充电及

能制造发展规划》要求,到2025年,我国将建成500个以上引领行业发展的智能制造示范工厂,智能制造装备市场满足率将超过70%。在此背景下,作为我国智能装备行业的代表企业之一,荣旗工业科技(苏州)股份有限公司(以下简称“荣旗科技”)日前向深圳证券交易所递交了招股说明书,申请登陆创业板。招股信息显示,荣旗科技本次IPO拟公开发行1334万股,

MIM件领域,再到切入医疗、新能源应用领域,荣旗科技在场景应用设计研发过程中逐步形成了明暗场检测技术、摩尔纹检测技术、LCR检测技术等一系列具有自主知识产权的核心技术,并通过其拓展应用场景,成为推动公司业务发展的重要引擎。方案设计方面,围绕光学检测技术、精密机械电气技术、功能检测技术、智能算法技术和分析控制软件技术等核心技术,荣旗科技形成了可快速调用的功能模块。在该模块化平台支撑下,能够根据客户需求,调用硬件、软件模块,辅以定制化开发的个性化部件,短时间内完成新设备的设计开发工作,快速响应客户需求。结构设计方面,荣旗科技攻克



为发行后总股本的25.01%,拟募集资金2.92亿元。公开信息显示,荣旗科技主要从事智能装备的研发、设计、生产、销售及技术服务,重点面向智能制造中检测和组装工序提供自主研发的智能检测、组装装备,能够提供从单功能装备到成套生产线的智能装备整体解决方案,以及持续的智能装备改造升级服务,实现产线柔性生产和功能、流程的持续优化。检测算法方面,基于深度学习技术,荣旗科技开发了一套智能检测算法,使用了模块化的设计思路,形成了相应的智能算法平台,兼容性强,易于维护。目前,荣旗科技的检测算法能有效将人工智能与实际应用场景结合,攻克了过去部分难以检测、识别场景的难题,提高检测产品的准确度、检测效率及装备产品的智能化程度。

积极探索用户场景需求 提升装备竞争力

在持续进行技术创新的同时,荣旗科技也针对下游客户个性化需求,设计出了满足客户智能制造具体需求的装备,并批量生产交付,提升了装备产品竞争力。基于前述核心技术矩阵,荣旗科技搭建了光学成像模块、机器视觉模块、机械电气模块、功能检测模块和应用软件模块化平台,通过与客户生产制造流程相结合,推出了兼具实用性、可靠性并能够满足客户特定需求的视觉检测、功能检测装备和智能组装装备。以无线领域为例,针对无线充电模组形态复杂、检测难度大、效率低等难点,荣旗科技采用视觉引导的全自动上下料和LCR测试技术,研发了无线充电产品电性能智能测试设备,实现了无线充电模组的精准测试。同时,为了克服尺寸测试与电性能测试之间相互干扰的难题,荣旗科技设计研发了智能多维度测量及电性能测试一体机,使用高屏蔽设计与精巧的机械设计将尺寸测试与电性能测试整合为一个整体,极大节省了设备的占地面积,提高了生产效率。

新一轮市场机遇期将至

经过多年行业积累与发展,荣旗科技现已成长为国内智能制造、智能检测领域的重要企业之一。伴随不断创新,荣旗科技也收获了不少丰硕的技术成果,同时还建立了一支在智能检测和组装领域具有市场影响力的研发团队,先后完成了机器视觉、功能检测等多项技术攻关课题,并实现了技术产业化,取得了良好的经济效益。面向长远发展,智能检测、组装装备作为智能制造的有力抓手,伴随消费电子、新能源等行业规模的增长,荣旗科技无疑将拥有广阔的发展空间。



此外,荣旗科技还研发了全自动智能光学多维尺寸量测设备,该设备使用深度学习算法与高速不间断供料机构,可以应用于各类尺寸工件的检测,检测效率高,通用性强。据荣旗科技相关负责人介绍,目前产品技术总体达到国际先进水平,具有较强的市场竞争力。凭借个性化设计、模块化调用、优秀的后期调试,荣旗科技的设备产品已应用于不同行业客户的各类应用场景,并在行业里树立了良好口碑。财报信息显示,2019至2021

年,荣旗科技主营业务收入实现1.02亿元、2.22亿元和2.9亿元,复合增长率达68.56%,相应的净利润由2274.96万元增至5745.87万元,体现了较好的市场拓展能力和业绩成长能力。截至目前,荣旗科技已成为多家终端品牌客户的重要设备供应商。随着公司无线充电模组、金属结构件等消费电子产品配件领域形成了较强的市场竞争力,荣旗科技目前也针对智能眼镜、新能源电池等新领域积极研发了相应技术、产品,致力进一步提高客户黏性,拓展业务范围,提高盈利能力。

发展,技术密集型 and 高端装备产业的占比加大。在此背景下,荣旗科技也在原有技术优势基础上,增加了新的功能模块,以探索拓展更大的产业市场。此次旗科技上市募集的2.92亿元资金中,2.32亿元将用于投资“智慧测控装备研发制造中心项目”,6000万元用于补充营运资金。业内预计,在宏观利好政策驱动下,国内各行业应用场景不断丰富,智能装备市场将迎来新一轮机遇。随着上市带来的资本红利释放,荣旗科技将在未来国内智能装备市场占据更有利的优势地位。广告