

# 华润创业、TESCO 合资获批,乐购中国总部或引退 TESCO 在华 135 家门店变身“华润万家”

历时半年多时间,华润创业有限公司与英国 TESCO 签署的合资协议终于获得中国相关政府机构的批准。这桩交易最初公布于 2013 年 8 月,直到 2014 年 5 月 28 日才正式完成。

“新成立的合资企业销售额预计将达到 100 亿英镑,约合人民币 950 亿元,华创持有合资公司 80% 的股份, TESCO 持有合资公司 20% 的股份。”华润万家 CEO 洪杰对记者表示,未来 TESCO 内地的 135 家门店会统一改为“华润万家”,以实现品牌扩张。这意味着,未来,“TESCO”品牌在中国将不复存在,位于上海的乐购中国总部或不再承担合资公司的总部职能。

## 不再保留 TESCO 品牌

作为英国第一大零售商, TESCO 一度以为他们可以教美国人如何经营超市,几年后却撤账 10 亿英镑,退出美国市场。而现在, TESCO 又将其 135 家中国门店悉数剥离,统一划归到其与华润创业组建的合资公司中。

该合资公司于大中华地区(中国大陆、香港及澳门)经营大卖场、超级市场、便利店、现购自运业务及酒类专卖门店等零售业务。华润万家的母公司华创持有合资公司 80% 的股份, TESCO 持有合资公司 20% 的股份。

“合资协议已获得中国相关政府机构的批准,交易已经在 5 月 28 日完成。”华润万家 CEO 洪杰对记者表示,未来 TESCO 内地的 135 家门店会统一改为“华润万家”,以实现品牌扩张。

这桩交易最初公布于 2013 年 8 月,当时,双方对外披露的“谅解备忘录”并未提及,成立合资公司后, TESCO 是否保留其在华品牌。此后, TESCO 中国出现高层人事地震,华润创业甚至于去年 12 月 24 日发布公告称,其与 TESCO 筹组合资企业延迟寄发通函。

市场一度认为,华润创业与 TESCO 整合业务被搁置。

“事实上,这是一个华润逐步消化 TESCO 中国业务的漫长过程,华润万家作为中国零售超市的民族品牌,反过来收购外资零售超市,这是前所未有的创举。”第一商业网 CEO 黄华军对记者说,未来,“TESCO”品牌在中国将不复存在,而位于上海的乐购中国总部或不再承担合资公司的总部职能。

不过, TESCO 方面还想挽回点面子,其则对记者表示:“我们并不是在每一个国家都以 TESCO 这个品牌进行运营。在我们全球第二大市场韩国,我们以‘Homesplus’为品牌进行运营;在泰国,我们以‘Lotus’为品牌进行运营;在土耳其,则是‘Kipa’。”

## 或将引发零售业并购潮

收购完成后,华润万家旗下共拥有 3970 家自营门店和卖场。“借此一役,华润万家的营业额会大大提升,而且,华润已有的店铺主要在南方布点,而 TESCO 在长三角布点相对密集,合并之后迅速将网络铺得更开更广,这将对整个零售业的竞争格局造成很大影响。”高力国际市场研究与项目咨询部董事陈厚桥给记者分析。

结论显而易见,华润和 TESCO“联姻”,可以做大销售额,增加其与沃尔玛、大润发这些超市大佬的竞争筹码——“新成立的合资企业销售额预计将达到 100 亿英镑,约合人民币 950 亿元。”洪杰说,未来合资公司将致力于“打造中国零售第一品牌”,发挥规模优势,统筹加速发展,优化资源配置,整合供应链及客户资源,进一步打造“线上实体融通”的全渠道经营模式。

更具体地说,“TESCO 在引进欧洲高档酒水、食品方面,颇有优势,供应链资源的共享,有助于华润旗下高端超市 ole 的业务拓展。另外,构建以超市为主要业态的购物中心, TESCO 有更好的营运团队和经验,而华润在选址方面有更好的本土人脉关系,这种合作将促进双方产生更快的增长和更强的盈利能力”。昭邑零售咨询总经理刘晖给记者进一步分析。

但或许,“这只是一种暂时的领先优势,这种收购案可能很快会被其他超市巨头追随、效仿,比如沃尔玛、大润发等,由此掀起新一轮的中国超市业并购高潮”。楚睿商业咨询总经理黄文杰这样认为。

“不过,目前看来,能被并购的有价值的超市品牌已所剩不多,日后可能会趋向于并购区域性的零售企业品牌。”陈厚桥说。 南都



## 双方合资大事记

### 2011年至2012年

在接连撤换两任中国区首席执行官后,乐购(TESCO)砍掉了地产部门,将商业地产业务并入零售业务,并缩减了之前提出的数十亿英镑的投资计划。

### 2012年8月

传乐购“欲出售中国区业务”,华润万家有意向接盘, TESCO 对“被并购”传言给予否认。华润万家未明确表态。

### 2013年8月

TESCO 和华润集团旗下的华润创业共同发表公告称将成立一家零售合资公司,在中国内地、香港及澳门经营卖场、超市及便利店业务。



## 你知道吗?餐饮店的菜单也是有“经济学”的 必胜客,除了比萨,提前让你享受流行美食

在郑州,能享受美味的西餐可是有不少地方,除了希尔顿、裕达等五星级酒店,最喜闻乐见的恐怕还是必胜客。要说原因,无非是出品好,环境雅,还会照顾你钱包。在必胜客,如果你吃的仅仅是老面孔的沙拉和比萨,那可真是有点亵渎她了。 郑州晚报记者 赵柳影

### 必胜客,除了比萨,给你更多

随着 pizza and more 的口号,必胜客每年春秋两季都会更新菜单,每次推陈出新超过 20%,迄今上市的新产品超过 200 个。

今年初,必胜客在全国 300 个城市的 1100 多家餐厅统一更新了“春季菜单”,而且一口气,就是 21 款新品的推出。据悉,此次春季菜单的更新,品种涉及比萨、扒类、小食、甜品、米饭等全系列产品,口味覆盖来自美、非、亚等大洲的

7 个国家。

其实,换菜单,不是一般的麻烦。对于拥有超 1000 家连锁餐厅的必胜客来说,想要在理念上走在消费者的前面,又要在既保证原料供应、食品安全,又要有相同的口味、保证厨房正常运转,员工培训及时到位的情况下,满足全国 300 个城市消费者的需求,并且一年还要进行两次菜单大规模的更新,这本身就是一个规模庞大的工程。

### 把握流行趋势,用心更新菜单

据了解,必胜客会对世界各地美食领域的流行趋势,包括那些可能流行、正在流行的产品进行调研,然后交由研发团队进行新品研发。在今年,必胜客的春季菜单中就有两款非常经典的意面——意式罗勒鲜美虾面和经典意式蛤蜊面。必胜客介绍,数年前,以星级酒店总厨为核心的新品研发团队就试图把这两款经典产品带给中国的消费者,但是涉及原材料保鲜、配送、标准化等原因要达到

全国所有餐厅都能做出最正宗的口味难度非常高,直到今年才有了突破。

业内人士认为,不论从数量、品种还是口味来讲,必胜客每年如此用心地更新菜单,对于目前的餐饮环境来说,非常值得业内企业去借鉴和尝试。百胜餐饮集团中国事业部必胜客品牌总经理高耀说:“必胜客理解顾客的需求,我们力争永远走在消费者的前面,引导甚至是开发消费者的潜在需求。”