

· 一周人物 ·

顶新国际集团董事长 魏应交 结合次要敌人,打击主要敌人



康师傅母公司顶新国际集团董事长魏应交上周在2012天下经济论坛演讲时透露,商务部将很快批准康师傅收购百事中国业务。他称此举为“结合次要敌人,打击主要敌人”,拉开与可口可乐在中国市场的距离。康师傅去年底与百事结盟,以子公司5%股权换得百事中国24家灌装厂及部分品牌独家分销权。

魏应交称,并购成功后,将使得康师傅除茶、果汁及瓶装水外,多了碳酸饮料,达到产品多元化的目标,并让饮料生产基地的垂直整合发挥更好的效益。更重要的是,他认为此举将拉开与竞争对手的距离。康师傅把可口可乐当做中国市场的主要竞争者。

商报点评:老坛酸菜,您怎么看?

中国航油前总裁 陈九霖 所有关于归真堂的讨论都不归真



“在归真堂开放日座谈会上,有人说资源保护的目的是利用;有的问及提取胆汁的经济价值;有的关注怎样做到无痛取胆;有的讨论危机公关的必要性;有的关心归真堂能否上市以及投资者的利益。所有这些都是本末倒置,都没有归真,都不堂堂正正。”中国航油前总裁陈九霖谈及近期备受关注的归真堂,语气颇为严厉。他说:“最重要的是,熊是生命,侮辱生命必遭天谴!”

陈九霖认为,活熊取胆是残酷的虐熊行为,目的不是为了治病救人,而是为了80%利润率的暴利!此劣行曝光后,归真堂不思悔改,反而邀请媒体参观。其意图是:1、为上市进行危机公关;2、让社会认同虐熊行为;3、提高知名度。“这是对天理良知的公然蔑视。树大招风之后,一定是自食其果、聪明反被聪明误!”

商报点评:快人快语。

栏目主持 刘佳 韩玮/漫画

· 行业快讯 ·

春秋航空提交日本分公司设立申请

商报讯(记者 肖玮)在开设日本航线后,春秋航空对于国际市场的野心更大了。根据国外消息,中国首家廉价航企春秋航空已正式向日本民航部门提交在日本建立分公司的申请。

据了解,春秋航空首席执行官张秀智在一次采访中称,春秋航空与日本的一家意向合作伙伴的谈判已经进入最后一个阶段,春秋航空计划将于2013年6月实现日本分公司的首飞。关于这次的合作,张秀智只透露并不是一家日本的航空公司。

张秀智还说:“我们在飞机机型的选择上也存在分歧。我们将在空中客车A320和波音737-800这两种机型中做选择。春秋航空的飞行员对空中客车A320飞机更为熟悉,但日本人却更习惯于波音737-800。”

一旦日本分公司顺利成立并开始运营,春秋航空将开始实施进入韩国航空市场的计划。此前,春秋航空董事长王正华曾告诉记者,在国际航线方面,除了已经开设的日本、中国香港等航线外,韩国、中国台湾、东南亚国家等地都在春秋的计划中。特别是台湾这一黄金航线,只要获批马上就飞。

此外,王正华也曾透露,“由于中国飞行员非常紧缺,所有公司一直谋划去飞行员相对充裕的日本成立合资公司,主飞日本国内航线和中日、日韩之间的航线。在摸索经验的基础上,还设想在韩国及中国香港、澳门等英语环境较好的地区建立合资公司”。

宝洁一月内两度宣布裁员计划

商报讯(记者 孙聪颖)越来越多的国际企业卷入裁员大潮。全球最大的消费品供应商宝洁公司日前宣布,作为在2016财年之前削减开支100亿美元计划的一部分,公司将会在非制造部门再裁撤4100个工作职位。业内人士指出,全球经济形势不稳定,加之原材料成本不断上涨,类似宝洁这样的跨国企业为保利润只能“甩包袱”前行。本月初,宝洁已经宣布过裁员1600人的计划。

宝洁首席执行官麦克穆指出,这两批职位裁撤的绝大部分将会在2013财年结束之前,也就是2013年的6月之前完成。宝洁中国对外事务部总监梁云表示,“从目前来看,此次裁员是否涉及中国区还不确定”。但她同时强调,如此规模的裁员可能涉及中国区的员工,中国区的裁员人数将依据宝洁中国区的业务需要来制定。

其实本月初,宝洁就开始减少广告支出,作为全球最大的广告客户,宝洁已意识到每年100亿美元的广告预算已经严重影响了公司利润率。在宣布裁员1600人的同时,麦克穆表示,已无法不停地增加广告预算,因为与传统媒体相比,Facebook与谷歌“效率更高”。

中石化暂停向社会贸易商外采汽油

商报讯(记者 高立萍)近几年汽油频现的“质量门”,使得油企对汽油质量不敢忽视。继去年6月中石化出台禁采令之后,中石化也宣布暂停向社会单位外采汽油。

据国内多家分析机构消息,中石化日前下发文件,主要包含两方面内容:其一,禁止非生产企业外采油品;其二,采取措施保证油品合格,要求涉及外采油品必须进行全分析化验,方可入库入站。

对于中石化提出的严控外采渠道,卓创资讯分析师李兵认为,一方面,中石化想通过这种方式来消耗前期库存;另一方面,由于今年春节前后,西南地区发生了多起因汽油质量问题造成的机动车故障事件,中石化暂停向社会贸易商外采也是在力图规避柴油质量问题。

据卓创资讯分析师刘锋介绍,虽然中石化的销售公司不得从社会单位贸易商处外采汽油,不过仍然可以从中石化、中海油和地方炼厂等生产单位外采汽油。“这些社会贸易商一般是民营企业,他们会从地方炼厂及其他渠道买一部分非国标汽油,从中石化及中石化买一部分国标汽油,将两者进行勾兑调和,然后再卖给两大油企。如此一来,汽油的质量就很难有保证了。”刘锋说。

中概股又现排队赴美IPO 多处于亏损状态 盛大文学二递申请拟流血上市

不过,盛大文学同时透露了多项数据以显示其对业务发展的信心。2011年,该公司月均独立用户访问量达6970万次。截至去年底,有160万作者在盛大文学平台上创作了超过580万部文学作品,而按营收来算,盛大文学拥有中国在线文学市场72.1%份额。旗下起点中文网是中国最大的原创文学网站,拥有中国在线文学市场43.8%的份额。

招股书同时披露,盛大文学是盛大集团全资子公司,过去几年融资全部来自集团内部,超过6亿元人民币。事实上,盛大文学是盛大集团2008年才正式确立的业务,前期快速圈地网络文学市场,收购了包括起点中文网、榕树下在内的主流文学网站。而借助内容优势,该公司在2010年推出电子书终端Bambook以及分享平台云中书城,与汉王等厂商大打价格战、资源战。

根据招股书,盛大文学营收主要来自线上付费、无线业务、授权许可收入以及第三方游戏等其他收入,去年营收7.01亿元人民币,亏损3266万元人民币。

第三方互联网市场分析机构易观国际分析师孙麟曾表示,盛大文学进行拆分上市是顺势所趋,其布局已拥有成熟、清晰的商业模式,公开募股融资能够甩开竞争对手,强化领先优势。

值得注意的是,盛大刚刚完成集团母公司私有化工作,从纳斯达克退市。盛大文学上市将一定程度弥补母公司退市产生的融资渠道空缺。据悉,盛大旗下另有盛大游戏和酷6网两家上市公司,也是该公司可行的公开融资渠道。

去年下半年,中国互联网概念股围绕VIE(股权协议控制)风波、财务数据造假等问题遭到美股市场强烈质疑,自土豆网去年8月上市之后再无中国互联网企业奔赴美股市场,此外,一些已上市企业如奇虎360等也接连遭遇境外机构做空。因此,中国互联网企业何时重启美股上市窗口引发关注。

刘冠吾认为,这些网站可能觉得中概股被质疑的最黑暗期已经远去,美股投资者质疑的声音也少了很多。不过,从以往例证看,上市后业绩良好的企业能抵抗住投资者质疑,不好的则多数股价都会比发行价大幅缩水。据悉,盛大文学、唯品会以及多数拟上市电商网站均处于亏损状态,未来上市后面临的业绩压力将不会轻松,投资者们的质疑也难免随之而来。

刘冠吾认为,这些网站可能觉得中概股被质疑的最黑暗期已经远去,美股投资者质疑的声音也少了很多。不过,从以往例证看,上市后业绩良好的企业能抵抗住投资者质疑,不好的则多数股价都会比发行价大幅缩水。据悉,盛大文学、唯品会以及多数拟上市电商网站均处于亏损状态,未来上市后面临的业绩压力将不会轻松,投资者们的质疑也难免随之而来。

刘冠吾认为,这些网站可能觉得中概股被质疑的最黑暗期已经远去,美股投资者质疑的声音也少了很多。不过,从以往例证看,上市后业绩良好的企业能抵抗住投资者质疑,不好的则多数股价都会比发行价大幅缩水。据悉,盛大文学、唯品会以及多数拟上市电商网站均处于亏损状态,未来上市后面临的业绩压力将不会轻松,投资者们的质疑也难免随之而来。

产业观察 Industry observe

千亿公务车蛋糕将重新划分

政府采购是自主品牌汽车的灵药吗

一纸关于公务车采购的征求意见稿,再次激起了自主品牌汽车业的波澜。上周五,工信部发布了《2012年度党政机关公务用车选用车型目录(征求意见稿)》(以下简称《目录》),根据《目录》,此次公务用车选用的车型涵盖25家企业的412个款车型,不仅对排量有限制,而且清一色都是国产车,外资和合资企业的车型没有一款入选。

面对这样的利好消息,正在严峻的市场形势下苦苦挣扎的自主品牌车企满心欢喜,业界多年来的呼声终于得到官方响应,自主品牌汽车有望独享每年高达1000亿元的市场蛋糕。然而,公车采购的示范效应能持续多久,又能作用几何呢?

缓解政府采购冷遇之困

自主品牌在公车采购中遭受的冷遇由来已久。早在2009年初出台的《汽车产业调整振兴规划》中即提出,从2009年开始,各级政府及公共机构配备更新公务用车自主品牌汽车所占比例不得低于50%。

这一以政府规划为杠杆的政策并没有给自主品牌带来福音。由于未能得到有效执行,自主品牌始终没能摆脱被采购比例过低的现状。有统计称,长期以来中国公车采购中,有近九成都是合资品牌。截至2009年11月,全国公务用车上牌量为615426辆,而自主品牌车企获得政府采购的份额却不到一成。2010年,自主品牌轿车的政府采购量也不足总量的30%;2011年1-6月,政府采购中自主品牌比例仅为20%。

去年3月,执行了12年之久的公务用车配备标准进行大幅调整,设置了更为严格的“双18”限制,即一般公务用车配备排气量1.8升(含)以下,价格18万元以内的轿车;机要通信用车配备排气量1.6升(含)以下,价格12万元以内的轿车;值得关注的是,“办法”再次对于自主品牌和自主创新的新能源汽车给予“关照”,并对申报公务用车选用车型的汽车企业提出要求:必须“具

2010年11月至2012年1月自主品牌乘用车销售量(单位:万辆)



备持续的整车技术研发和产品改进能力,设有产品研发机构”,要求近两年企业研究开发费用支出占主营业务收入的比例均不低于3%。

汽车分析师贾新光认为,正是上述硬性规定,将不少合资企业挡在了《目录》之外,因为目前中国合资车企生产的车辆,几乎都是外资品牌的产品,研发投入和排量、价格等符合要求的并不多。这也为自主品牌扩大在政府采购的市场份额,改变目前国内政府采购以合资品牌产品为主的局面提供了保障。

本土车企期待示范效应

自去年以来,中国汽车市场的高速增长被宏观经济形势所“刹停”,自主品牌更是显得颇为低迷。中汽协对于2011年自主品牌汽车给出的评语是:增长下滑,份额下降,自主品牌形势严峻。

而此次《目录》中选用车型被自主品牌垄断,让众多国内车企看到了叩开公车采购市场大门和恢复整体市场增长的曙光。

在奇瑞汽车新闻发言人金弋波看来,《目录》如果正式实施将有望成为公务用车市场的一个分水岭,不仅让自主品牌有望分享公务用车市场的大蛋糕,更由于政府的带动在普通消费者中产生很强的示范作用。毕竟不同于受季节性影响波动较大的私人购车市场,公车采购具有较强的稳定性和示范意义。“政府支持自主品牌对做强中国汽车意义重大,在中国汽车尚未做强之前,政府采购向自主品牌倾斜,是

政府带头并非一劳永逸

然而,即便《目录》的实施对自主品牌销量和品牌有推动作用,但自主品牌车型的产品品质和环保要求仍有待于市场的考验。

按照规定,《目录》为年度目录,原则

上每年制订、发布一次,这也意味着此次入围《目录》的自主品牌并非一劳永逸,未来也面对着新的车型补充和符合要求的外资品牌加入竞争的局面。

贾新光认为,在国外,政府采购引导的潮流是安全和环保,但是国内自主品牌的短板就是安全和环保,未来如何下大力气弥补与合资企业的差距,恰恰是各企业首要解决的问题。“未来,自主品牌还需加大研发的力度,不能单纯地靠政府扶植。”贾新光称。

一家自主品牌车企负责人在接受记者采访时坦承,虽然现在自主品牌大多入围了《目录》,但因为入围的企业很多,车型非常杂,公车采购可选择范围还是很大的,而这也意味着大家的竞争将会很激烈,品质的考验将在未来起到决定性的作用。

对于合资品牌全部出局的原因,贾新光认为,合资品牌一般是在总部研发,再拿到中国来进行二次开发,而《目录》出台后,可以进行外资车企把研发也转移到中国来。同时也可以推动合资企业做合资自主品牌,如果能够进入中国公务用车采购的标准,今后仍然可以进入这个名单。

与此同时,中国汽车流通协会副秘书长罗磊依然对自主品牌的市场前景担心,他认为,《目录》的公布可以说是全力支持自主品牌上迈出了一大步,除了给自主品牌带来利润,更重要的是政府采购带来的强烈示范效应。“目前最主要的问题是如何执行,在执行中会不会走样,这才是自主品牌能否真正受益的关键问题。”罗磊说。

统计数据显示,目前自主品牌乘用车的市场份额已下降到30%,加上政府采购的10%,自主品牌整体份额也不到40%,由于品牌众多,单独的车企很难成为市场上的主流。贾新光表示,新的公车采购政策对促进自主品牌发展有积极作用,但自主品牌如果只靠政府保护,这将失去新的公车采购政策的意义。

商报记者 蓝朝晖 王万利 钱瑜/文 韩玮/制表

光伏业将加速降低发电成本

2015年瞄准0.8元/度 缩小与常规发电价差

商报讯(记者 高立萍)降低成本将是“十二五”期间光伏产业的主题。工信部日前公布了《太阳能光伏产业“十二五”发展规划》,其中指出,力争到2015年光伏发电成本下降到0.8元/千瓦时(度),使其具有一定经济竞争力。

规划指出,太阳能光伏市场应用将呈现宽领域、多样化趋势,适应各种需求的光伏产品将不断问世,除了大型并网光伏电站外,与建筑相结合的光伏发电系统、小型光伏系统、离网光伏系统等也将快速兴起。太阳能电池及光伏系统成本持续下降并逼近常规发电成本,仍将是光伏产业发展的主题,从硅料到组件以及配套部件等都将面临快速降价的市场压力,太阳能电池将不断向高效率、低成本方向发展。

因此,在光伏发电成本目标方面,规划指出,到2015年,光伏组件成本下降到7000元/千瓦,光伏系统成本下降到1.3万元/千瓦,发电成本下降到0.8元/度,光伏发电具有一定经济竞争力;到2020年,光伏组件成本下降到5000元/千瓦,光伏系统成本下降到1万

元/千瓦,发电成本下降到0.6元/度,在主要电力市场实现有效竞争。

实际上,光伏企业近两年一直在想方设法降低发电成本,增强自身参与市场竞争的能力。早在2009年4月,英利、尚德、晶澳太阳能等13家知名中国光伏企业共同签署了《推动光伏发电“一元工程”建设倡议书》,以求形成合力,争取在2012年实现光伏发电成本降至1元/度的目标。

不过,即便如此,太阳能发电价格仍是燃煤发电的3-4倍,与风电相比也要高出50%左右。据北京市供电局数据显示,北京地区大工业用电的尖峰价格(最高价)为0.995元/度,谷段价(最低价)却仅为0.369元/度,平均电价是0.682元/度。因此,一位不愿具名业内人士认为,在2015年光伏发电成本下降到0.8元/度的形势下,光伏发电才有可能与燃煤发电进行市场竞争。同时,发电成本的降低也有利于光伏行业的进一步整合,“现在光伏市场不景气,大公司通过提高技术降低了生产成本,而小公司就会被市场淘汰掉”。

东芝索尼业绩疲软 获日本政府援手

商报讯(记者 孙聪颖)三十年河东、三十年河西。消费电子曾经是日本的战略性支柱产业,而作为行业龙头的索尼、东芝如今却落得需要政府救济的局面。

上周末,东芝与索尼双双宣布,将获得由日本政府支持基金所提供的贷款,以帮助完成近期的海外收购交易,以及减轻由于日元走高所带来的冲击。

东芝表示,公司将从日本国际协力银行及其他银行手中获得10亿美元贷款,以帮助其完成收购瑞士仪表生产商Landis+Gyr的交易。索尼方面则表示,公司将获得13.65亿美元贷款,以帮助其完成全资收购索尼爱立信。

近几年,日元升值压力令日系电子制造企业不堪重负。不仅削弱了索尼、东芝这样靠出口为主的电子厂商的市场竞争力,也令他们的利润日渐微薄。去年,索尼、松下、夏普等企业纷纷报亏,东芝也将2011财年运营利润预期从3000亿日元下调至2000亿日元。为应对这样的局面,日本公司加大了海外收购的力度。去年日本公司海外收购交易金额达到700亿美元,达到历史最高点。为支持这样的举动,日本财务省在去年8月还专门设立了一项1000亿美元的基金。