

## 佐丹奴去年溢利同比降近四成

北京商报讯(记者 马骏昊)昨日,佐丹奴公布截至2014年12月31日的年度业绩,期内股东应占溢利为4.08亿港元,下降38%,较2013年20%的同比下降幅度有所扩大。从数据上看,销售不佳、关店等因素导致了业绩下滑。

数据显示,佐丹奴销售额由2013年的58.48亿港元,减少5%至2014年的55.45亿港元。其中,作为重要市场的内地,销售额由2013年的17.27亿港元,减少9%至2014年的15.8亿港元。对比来看,佐丹奴在内地的总销售额已经连续三年下滑。

对于内地市场销售额下降,佐丹奴给出的解释中包括,该公司于期内进行店铺装修以提升品牌及淘汰无利可图的店铺。由于重组店铺组合,佐丹奴在内地关闭的店铺比开设的多200家。另外,佐丹奴女装品牌在2014年处弱势,使其延迟在百货公司女装专柜的发展,年内数目由49个减少至36个。

整体而言,佐丹奴去年门店净减少数量有大幅增加,2014年净减少190家,其中,去年上半年净减少89家,去年下半年净减少101家。业内人士分析称,服装企业进行关店将产生大量库存,消化库存势必会影响公司业绩,这也正成了企业销售额及毛利不佳表现的一项重要原因。公告显示,佐丹奴毛利由2013年的35.51亿港元减少3.37亿港元至32.14亿港元,毛利率下降2.7个百分点至58%。

值得注意的是,佐丹奴在公告中强调,存货与上年持平,存货从2013年的5.18亿港元降至2014年的5.14亿港元。“结果令人失望,因为去年上半年存货减少情况于下半年逆转。令人失望的网上销售额,给予加盟店的货量减少,均导致年终存货量多于预期。”佐丹奴在其公告中称。

## 联合利华收购英国高端护肤品牌

北京商报讯(记者 齐琳 赵秀静)与宝洁大刀阔斧缩减品牌不同的是,联合利华正开启扩张收购模式。联合利华日前在官网宣布收购英国高档有机化妆品品牌REN,并将于2015年5月前完成该项交易,但尚未公布交易价格。

据了解,REN拥有脸部、身体、男士、SPA等多个产品线,产品种类丰富,光脸部保养系列就包括了抗皱、眼部、敏感肌肤等多个分类。该品牌目在全球50个国家和地区销售,2014年的销售额约为4000万欧元。

联合利华高级品牌部门副总裁Vasiliki Petrou表示,收购REN对联合利华现有的品牌组合是一个很好的补充。此前,联合利华在2014年业绩总结中透露拥有自有现金流31亿欧元,将在今年利用这笔现金在个人护理业务领域寻找并购机会。

在个人护理领域,联合利华拥有的品牌主要有多芬、力士、清扬、旁氏等,2014年该业务的年销售额约147亿欧元,占到该公司整体业务的36.6%,但是高端个人护理产品,尤其是化妆品方面几乎是空白。而竞争对手宝洁则拥有SK-II和包括蜜丝佛院、封面女郎等彩妆品牌,此外,宝洁还代理了多个奢侈品牌的香水业务。

业内人士分析称,自2013年营收下降3%以来,联合利华就试图通过裁员、调整业务结构来扭转颓势。在业务结构上,相比食品业务,联合利华希望将精力放在利润更高的个人护理业务。2014年末,联合利华并购宝洁旗下香氛沐浴露品牌卡玫尔和漱泉除北美及加勒比地区以外的业务,以扩张个人护理产品线。

## 宗庆后:企业减负感觉不明显

据新华社电 全国人大代表、娃哈哈集团董事长宗庆后昨日表示,行政审批制度改革是深化经济体制改革的重要抓手,国家采取了一系列措施给企业松绑、放权,但是企业还没有明显感觉到。

宗庆后说,现在影响企业发展的一大因素还是审批过多:“要想投资可能审批都要半年到一年,有的一年都批不下来,方方面面的前置审批太多,那经济怎么能搞活?给企业松绑了,经济搞活了,才能发展。”

宗庆后举例说,有的审批还附带着第三方认证,比如企业要搞环评、能评,主管部门只要把标准定好,企业能干就干,不需要审批,主管部门可以通过强化生产过程的监管。而目前不但要审批还必须第三方认证,第三方认证就要花大价钱找指定的单位,这给企业造成很大的负担,而且还拖延了投资的时间。娃哈哈想给饮品换个口味,要请专家给认证费,不认证企业就不能生产。

宗庆后说,现在对内也要开放,打破垄断,让民营企业能进去的领域都进去;二是让利,不只是中央给地方政府让利,政府也要给老百姓让利,居民多一点收入,才能把内需拉起来;三是放权,不只是中央给地方政府放权,政府要给老百姓放权,也就是审批制度改革。

宗庆后建议,国家应减少税种,降低税率,减轻企业税负,同时降低企业融资成本,降低或免除企业的各类费用负担,降低实体经济企业工业用地的出让价格,以鼓励实体经济发展。

## 今年焦炭价格仍将保持低位震荡

据新华社电 尽管焦炭价格跌幅逐渐缩小,但2014年全年焦炭价格整体跌幅仍超过25.8%,振幅为35.18%。专家分析,2015年国内焦炭价格仍难以回暖,整体将保持低位震荡。

自2012年以来,山西等主产地焦炭价格整体跌幅已达到50%左右。今年1月以来,受经济增速放缓和钢铁需求不旺等因素影响,焦炭价格继续走低。山西联盛集团福龙焦化有限公司一位负责人告诉记者,他们生产的一级冶金焦国内含税价目前已经跌至每吨830元,每生产一吨焦炭亏损335元,但下跌幅度已大大缩小。

业内人士表示,从近几年的焦炭行情来看,价格持续下跌和震荡不断减弱是两个明显特征,尽管焦炭价格时有反弹,但幅度都不大,不足以影响市场走向。焦炭行业全线亏损已经成为一种常态,虽然出口量不断加大,但相对于4亿多吨的产量而言,现有的出口规模仍十分有限,无力从根本上改善焦企的经营状况。

专家分析认为,受整个行业严控新增产能和加快淘汰落后产能的影响,2015年焦炭基本面上有望持续好转,价格不会出现此前的“断崖式”下跌。但由于焦化行业产业集中度低,在整个产业链中缺乏定价话语权,加上铁矿石价格仍在下跌,钢材市场未出现真正好转,2015年焦炭价格独自反弹的价格可能性不大,整体仍将以低位震荡为主。

据公开数据 displays,1月中国出口日本焦炭37.98万吨,环比增长97.3%,同比增长66.4%,是1月中国出口焦炭数量最多的国家,占出口总量的35.57%。1月中国出口日本焦炭均价为182.16美元/吨,环比下降0.39%,同比下降25.79%。

## 首度设置品牌库限定商家范围 申请变邀请

## 天猫将开启定向招商模式

整治假货、升级品质一直是电商的重任,最有效的方式莫过于对商家提高要求。北京商报记者昨日获悉,天猫已经发布新的招商标准调整公告,针对入驻商家提高了门槛。其公告显示,商户注册资本需高于100万元人民币,而入驻也将采用品牌邀请制。

## 招商门槛被提高

根据天猫最新公告,自2015年3月9日零时起,新申请入驻经营的商家审核时规则将发生变动。天猫商家店铺有旗舰店、专卖店、专营店三种类型,暂不接受未在中国商标总局注册商标的品牌入驻。

值得注意的是,天猫这次最大的招商变化是建立招商品牌库。天猫表示,为了更好地优化消费者服务体验,在招商方面将主动招募提供优质商品和服务的品牌商,此举也意味着开始定向招商,只有受到天猫邀请的品牌才能入驻,并将结束商家自主入驻的方式。

不过,天猫官方对此补充说明,招商的品牌会根据消费者需求和天猫市场各品类的结构在合适的时间里进行

更新,更新的内容也会在天猫招商频道进行公示。

此外,新审核规则还要求,服饰、母婴、生活家电、医药保健品、汽车配件等大类需要注册资本高于100万元人民币,公司需要成立两年以上;对于其他大类,比如旅游、摄影、电影票等都有不得低于30万元人民币等诸多限制。而移动、联通、电信充值中心方面,只有省级及以上运营商开设旗舰店才能入驻。

根据公告,在3月9日零时前完成报名提交并配合在4月30日18时前通过复核的商家,适用原招商标准。

## 或意在打假保质

天猫官方称,为适应电商发展的趋势,年初天猫已提出提升服务品质,并同步启动消费者体验升级计划,这不仅对商家的商品、服务提出更高要求,对天猫自身的规则体系、运营体系、商家服务体系也提出了更高要求。

“天猫此次提高入驻门槛是阿里提升其电商品牌的必选之路。”某品牌供应链总经理认为,这同时也是其从根本上杜绝假货来源的进一步措施,可以预测

淘宝很可能也会相继出台一些相关的要求和门槛,毕竟假货问题是阿里必须面临和解决的问题。

电商俱乐部蚊子会会长吴蛟米分析称,天猫入驻新标准从一个层面也反映出了阿里的两大决心,除了打击假货之外还有杜绝刷单。

资深电商观察者龚文祥认为,此番天猫大幅度提高入驻门槛并采用品牌邀请制,也就同时意味着天猫基本对中小传统企业关闭,也对电商个人创业者关闭,而对已经入驻的大的传统企业是利好。

然而,在易观国际分析师王小星看来,这并不意味着天猫对中小商户关闭了入驻大门,“此次提高门槛主要是为了整治假货现象,提高天猫自身的平台品质。天猫的品牌库仍会更新,何况淘宝平台依然可以成为选择,因此此举并非将中小商户扫地出门。”

## 恐致创业者转投其他电商

有业内人士并不看好此次天猫招商标准提高,认为所有市场竞争的品牌都是从小开始做起,而天猫违背了扶持、打造本土品牌的初衷,这会让更多

创业者投入其竞争对手京东、苏宁易购等的怀抱。

对此,王小星认为,早期天猫是从淘宝中划分的一批中高端品牌而成立的,并未过高规定门槛,随着其发展成熟,目前天猫在电商B2C市场中占据了领先的位置,提高门槛是保障其品质的需要。总体而言,国内电商市场没有明显增长,因此竞争格局的变数基本不大。

“据了解,商家一般选择同时入驻多个平台,选择并没有局限性。多种选择也会带来更积极的竞争,这对活跃市场来说是有利的。”他解释道。

另有分析人士认为,微店、微商正在微信这个生态体系中崛起,也开始对天猫构成了新的威胁,提高入驻要求是保有消费者信任的举措。

但王小星指出,微店、微商与天猫的体系不同,在平台方面也有本质区别,并不会对其构成太大的影响。对于微店、微商这类新崛起的平台,还有待于市场的观察。天猫占据的B2C市场份额很大,未来有可能会均分出一些,但其地位依然很难动摇。

北京商报记者 张旭旺 姜红

## 重点关注

## Special focus

## 披露境内债务重组计划 欲缩减利息

## 佳兆业被融创收购前路难测

的债务,仍按照原有限期执行。

公告还表示,此次境内重组计划是基于在充分考虑债权人各自的债务状况、抵押品保障以及清偿时的有限次序,目的是令该公司的财务和营运恢复稳定,使得收购事项能够完成。实行该计划后,佳兆业将可恢复可持续的资本结构。

## 债务纠纷成关键难题

为此,上海易居房地产研究院研究员严跃进分析称:“削减利息以及延长还款期的做法可以理解为佳兆业希望为其自身减压,但关键要看此类债权人能否认同。从目前这样一个纠纷状态看,深圳地方政府或许有必要做一次担保,否则此类债权分割问题难以得到快速解决。”

而融创对佳兆业的收购进展一直以来也并不顺利,原本应于2月24日公布的融创收购佳兆业位于上海的四个项目交易进展情况,却因“需要更多时间编制项目公司的估值报告”,而不得不被推迟。另外,佳兆业此前披露公司在境内外共约有650.09亿元债务,其中今年需要偿还的金额约341亿—355亿元。债务纠

纷已经成为融创收购佳兆业中的关键难题。

## 收购前景难测

严跃进坦言:“融创收购佳兆业的进程之所以出现停滞,主要由于佳兆业各债权人担忧代偿债权受损,因此不愿佳兆业过早投入融创怀抱,金融机构担心本金和利息的回收受损;供应商担忧佳兆业股权抛售后相应的应收账款转变为呆账。”

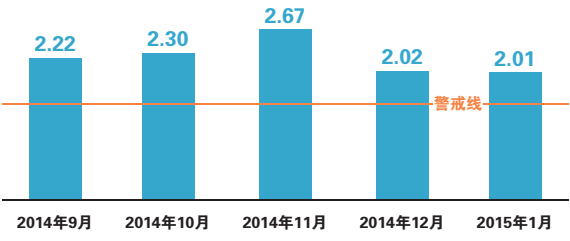
“如果按照此前的进度,融创一旦筹集并购资金,其收购佳兆业的进程就会加快。但很显然,要想让债权人让步恐怕也并不简单。从佳兆业的角度讲,考虑到各方因素,会力促该项收购计划,但倘若债务问题理不顺,继续开展下去的难度依然很大。”一位不愿具名的业内人士分析称。

此外还值得一提的是,此次债务重组计划建议只是针对境内债务,而境外债务重组尚未涉及。换言之,境内债务获得重组仅是个开始,佳兆业接下来需要迫切解决的是同样复杂的170.38亿元的境外债务,在复杂的债务问题面前,融创接盘佳兆业之路注定是任重而道远。

北京商报记者 齐琳 张茜岚

## 进口车开年不利遭遇库存困局

## 近期进口品牌库存系数一览



即将实现国产,而这些热销的进口车型,此前所占进口车的市场份额高达12%。

值得关注的是,进口车市场的库存压力也波及到平行进口车的市场表现。数据显示,今年1月,平行进口车市场份额为7.3%,同比下降0.4%。据了解,去年以来进口车经销商均在维持大幅优惠,以缓解居高不下的库存压力,因此平行进口车的价格优势已不明显。王存表示,在价格差距缩小的情况下,正常渠道进口车比平行进口车在整车质保、维修等方面存在明显优势,使得平行进口车经销商压力倍增。

中国汽车流通协会进口车工作委员会信息部主任胡丝羽认为,受占用资金量大等因素影响,相比正常渠道进口车经销商,平行进口车经销商对市场的反应更为迅速,因此今年平行进口车的前景并不乐观。

王飞/制表

## 万科今年前两个月销售额连续下滑

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗)万科昨日发布的公告显示,2月万科实现销售面积75.6万平方米,销售金额83.9亿元,相比1月录得196万平方米的销售面积和232.1亿元的销售金额,万科上述两个指标在2月出现了61.4%和63.8%的大幅环比下滑。北京商报记者对比发现,与去年同期相比,万科的销售面积和金额也同样出现了23.8%和30.9%的减少。

此外万科也公布,1—2月该公司累计实现销售面积271.6万平方米,销售金额316亿元,比去年同期下降7%和20%。万科并未在公告中说明2月业绩下滑的原因。

实际上,今年首月万科的销售额就出现了16.1%的同比下滑,业内人士对其原因分析称,一方面与上年同期数值较高有关,另一方面,由去年四季度提前透支潜

在需求所致。分析认为,万科2月销售额的持续下滑是需求提前消耗的延续。“去年底多重利好消耗了部分需求,年初并无刺激政策的大环境也导致万科的销售额在2月也未能抬头”,一位不愿具名的房产分析师称。

另值得注意的是,2月的春节假期也客观上影响了房企的销售额。据悉,不论是需求较为集中的一二线城市,还是三四线城市,在今年春节假期期间都展开了促销活动,但受假期原因及整体市场因素影响,楼市基本处于“休眠期”,交易遇冷也影响到了万科等全国性企业的整体交易量。有观点认为,前两个月销售额连续下滑的万科,在3月将面临销售压力。不过也有业内人士称,日前,央行再次降息,这将有利于降低购房人按揭成本,政策的利好有望在3月起效,从而一定程度上拉升房企的销售额。

## 碧桂园 拟分拆酒店业务上市

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗)在2月底透露酒店业务分拆独立上市计划后,昨日,碧桂园发布公告进一步说明,正在研究分拆旗下酒店业务的上市,但是目前尚未有具体方案及时间表,一旦落实将进一步披露。

酒店经营是碧桂园五大业务板块之一,碧桂园在其2013年的财报中提到,截至2013年12月31日,碧桂园已有37家星级酒店或五星级标准酒店。酒店业务拓展了非住宅项目业务的经常性收入来源,使得碧桂园的物业收入组合更加多元化,2013年其酒店经营录得9.94亿元的收入。另有资料显示,碧桂园酒店业务市值约200多亿元,占集团总市值的4%。

分析人士指出,碧桂园酒店业务独立上市可为碧桂园带来的直接利好是为其提供新的融资平台,有助于提高流动性和财务灵活性,从而为其运营的房地产项目募集资金。

其实,开年以来碧桂园也表现出了对低成本融资的渴求,在昨日公告中碧桂园也提到,正在对深圳前海成立融资平台进行可行性评估。为减低经营成本,碧桂园也希望将整体利息成本降至6%。此外,就在上周碧桂园还宣布发行了9亿美元2020年到期的优先票据。

实际上,酒店业务板块正在成为房企重点打造的融资平台之一,去年方兴地产实现了酒店业务的打包上市,此前也有绿地、世茂、新世界中国等企业传出分拆酒店业务独立上市的消息。上海易居房地产研究院副院长杨红旭曾向北京商报记者解释称,房企的目的是为了获得长期稳定的投资回报率,分拆住宅市场可能因波动带来影响。

也有分析进一步称,目前酒店物业普遍投资回报较低,对于资金需求最大的房地产企业而言,来自这部分的营收贡献有限,因此若能实现该板块的独立上市,能够达到盘活资产的目的。

不过,也有声音认为,虽然对于碧桂园而言,及时分拆酒店板块、打通资本市场融资渠道有其必要性,但是在酒店行业增速整体下滑的背景下,分拆上市后该板块未来受资本的欢迎程度也有待市场的考验。