

Companies

设立投资公司 阿里巴巴涉足二级市场

◎本报记者 彭友

阿里巴巴集团似乎不再满足于电子商务的“一亩三分地”。该集团昨日宣布,已正式成立投资管理公司,并将保持甚至加大在中国房地产业的投资。

昨日下午,阿里巴巴集团全体员工收到集团首席财务官蔡崇信以个人名义发出的一封邮件。蔡崇信在邮

件中宣布,阿里巴巴集团正式成立投资管理公司,将由前 Libra Capital 公司 CEO 熊熊担任负责人,该公司专注于二级市场投资。

蔡崇信表示,投资管理公司的成立,将增强集团在财资管理的实力,并加强对宏观环境的洞悉力,让阿里巴巴在现金运作上能够得到更合理的回报。

据悉,Libra Capital 由熊熊在

2007 年底创立,阿里巴巴集团全资收购了 Libra Capital 公司,熊熊带领他的团队加盟阿里巴巴集团投资管理公司。熊熊在成立 Libra Capital 之前担任了高盛(中国)有限责任公司上海代表处的首席代表兼高盛资产管理公司(Goldman Sachs Asset Management)中国首席研究员,主导管理价值 4 亿美元的高盛中国 A 股基金。

公开资料显示,2004 年 11 月 22 日,高盛(中国)有限责任公司致函中国证监会,提出更换上海代表处首席代表的申请。2005 年 1 月 10 日,中国证监会复函称,对熊熊接替陆峰担任高盛上海代表处首席代表无异议。

市场人士分析,阿里巴巴集团之所以决定出手二级市场,可能一方面是因为市场的回暖,另一方面则是由

于“不差钱”。阿里巴巴集团执行副总裁、阿里巴巴(01688.HK)CEO 卫哲在 2008 年底表示,阿里巴巴集团现金储备超过人民币 150 亿元。阿里巴巴 2008 年财报显示,截至 2008 年 12 月 31 日,阿里巴巴的现金和银行存款达到 66.12 亿元,较 2007 年年底 52.74 亿元增长 25%。当时,卫哲还表示,2009 年将会是阿里巴巴投资及扩展的一年。

嘉德置地 仍看好中国楼市

◎本报记者 于祥明

新加坡最大房地产上市公司的嘉德置地在全资子公司——凯德置地逆势发力北京,并将保持甚至加大在中国房地产业的投资。

昨日,公司在北京第 22 个项目正式亮相,凯德置地环渤海区域总经理毛大庆向记者表示,公司对国内楼市非常有信心,目前公司正在北京、天津等地寻觅新的项目或地块,其中天津地区以未开发地块为主,北京地区则是地块和“烂尾”项目或兼而有之。

2009 年在北京同步运作的项目达到 22 个,其中住宅与商务地产项目 9 个;在商务地产开发方面,东直门来福士广场今年 6 月即将开业。”毛大庆说。

他告诉记者,凯德置地在华 15 年的发展,已完成在全国五大核心区域的战略布局,其中包括长三角、以北京为核心的环渤海区域、珠三角、以成都为核心的西南市场以及中原市场。

房地产开发吸引力 沪京穗位居前三甲

◎本报记者 李和裕

虽然业内普遍判断今年房地产市场还将经历调整,但主要城市的房地产开发投资仍具备吸引力。近日,中国指数研究院发布研究报告显示,通过对全国 40 个城市的市场规模、增长速度、潜在需求、供求对比等方面的衡量,一线城市的房地产开发投资吸引力仍较突出,如上海、北京、广州分列前三名,其后则是重庆、天津、深圳、沈阳、苏州、杭州、成都。

其中,上海除获得 77.15 的最高综合得分,还在住宅、办公楼及投资环境三项分类中排在首位;不过在商业用房方面,上海位于北京之后,排在第二。分析师指出,虽然一线城市去年的房地产销售情况明显下降,但规模依然突出。如去年上海、北京分别实现商品住宅销售额 1608 亿元和 1201 亿元,是 40 个城市中仅有的两个销售额超过 1000 亿元的城市。而城市住宅市场的投资吸引力不仅取决于现有的发展情况,还取决于未来的供给状况。如广州、上海等地在建规模相对较小,潜在供应压力较小;温州、厦门等地在建规模明显高于销售规模,未来供给压力较大。

此外,国内城市房地产开发投资吸引力也呈现出一些新趋势。如北京、上海、深圳等地非住宅市场得到越来越多企业的关注;苏州、沈阳、西安、合肥等二三线的城市受关注度越来越高,为企业扩大区域布局提供了更多选择。

百度“有啊”发布实体店认证计划

◎本报记者 张籍

昨日,百度旗下网络购物平台“有啊”宣布实体店认证计划,鼓励买卖双方进行第一次线下交易。据悉,“有啊”此举旨在帮助商家提升店铺识别度,降低网上购物门槛。

网络购物虽然正在加速普及,但依然有大量网民尚未加入网购群体。根据 CNNIC 第 23 次中国互联网络发展状况统计报告的数据,截至 2008 年底,网络购物在网民中的普及率仅为 24.8%,仅为 7400 万。

百度“有啊”此次发布的实体店认证计划,即是帮助网民打消顾虑、建立买卖双方的信任,完成第一次交易流程。该负责人进一步透露:“实体店认证作为商家资质最可靠的认证机制,已经纳入‘有啊’的商铺体系,不久即将上线。”

政府债权人博弈 通用汽车成夹心饼干

◎本报记者 吴琼

在美国政府和债券持有人的博弈中,通用汽车成了夹心饼干,再次陷入破产保护传闻。

有媒体报道援引知情人士的话称,美国财政部已要求通用汽车降低债转股的比例,届时新债券交换方案将对外公布。

两周前,通用汽车计划用 85 亿美元的现金和新债券以及 90% 的股份,以换取总计 280 亿美元的债权。但财政部并不满意,认为该方案对债券持有人过于大方。业内人士认为,当财政部已向通用汽车注资 134 亿美元后,通用汽车已经脱离最危险时期,因此财政部对通用汽车的要求变得更强硬。

目前,新方案尚未对外公布,通用汽车的债权人也未公开表态,预期一场艰难的谈判将随即展开。

上述知情人士还透露,日前在底特律和华盛顿,美国汽车工作小组和通用汽车进行了会谈,要求通用汽车在 6 月 1 日前为破产保护做好准备,但双方尚未达成一致。而通用汽车仍在进行快速重组,以确保品牌形象、销售不受损害。

按照美国政府的思路,通用汽车一旦宣布破产保护,将一分为



二。政府认可的优质资产置入一家新公司,预计美国政府出资 50 亿至 70 亿美元后,该新公司将在半个月内走出破产保护;但政府认定的不良资产将会留在老公司中,政府将出资 70 亿美元或更多,来安置员工医保等历史遗留问题,且最终将出售老公司。

有消息称,当通用汽车无法和

债权人、美国汽车工会就 280 亿美元“债转股”达成协议时,通用汽车将听命美国汽车工作小组,申请破产保护。但目前通用汽车未对此事置评。

受上述消息影响,通用汽车股价再度下跌,上周五收报 2.04 美元。3 月以来,通用汽车股价波动如过山车。

丰田 60 年来 或首现两年连亏

◎本报记者 吴琼

因全球经济危机影响,丰田汽车传出 2009 财年营业亏损扩大至超过 5000 亿日元(约 50 亿美元)的消息。如消息确凿,这将是 60 年来丰田汽车连续两年出现营业亏损。

丰田汽车显然对 2009 年的形势仍不乐观,降低了销量和盈利预期。尽管部分海外市场初现回暖迹象,丰田汽车仍预计 2009 年全球汽车市场不会出现好转,因此将 2009 年全球销售目标同比削减近两成,约为 635 万辆至 648 万辆左右。

业内人士认为,因美国汽车市场不景气导致丰田汽车如此悲观。为了减少美国业务的亏损,丰田汽车开始大规模重组美国业务。

上汽否认收购通用欧洲子公司

◎本报记者 吴琼

随着通用汽车可能破产保护再度传出,上汽集团又被卷入收购传闻。

昨日,有报道称,上汽集团考虑收购通用汽车欧洲子公司的部分股权,其中包括欧宝和沃克斯豪

尔。并称,上汽集团已要求通用汽车提供出售相关资产的资料,德国商业银行安排相关事务。

但昨日,上汽集团断然否认了这一说法,这是谣传,目前上汽集团没有收购此类海外资产的打算。”

业内人士分析,通用汽车可

能有意出售欧宝、沃克斯豪尔,相关中介机构正在全球范围内寻找买家。因为上汽集团是中国最大的汽车集团,且和通用汽车有合作关系,因此成为最佳绯闻和造势对象。但上汽集团目前主要精力放在自主品牌建设上,大手笔进行海外收购的可能性较小。

“家电下乡”推广工作调查系列报道之五

遭遇“补贴难利润低”困扰 专家建言市场调节

◎本报记者 张籍

“家电下乡”于今年 2 月起在全国范围内全面推广,实施时间暂定 4 年。在这一过程中,财政补贴将达到 104 亿元,预期将拉动 9200 亿元农村消费市场。“家电下乡”由此被业内视为应对经济危机、扩大内需的一个好政策。

但是,记者调查发现,在“家电下乡”的推进过程中出现了一个怪现象:一方面有农民消费者投诉某些“家电下乡”产品价格过高,领取补贴过于复杂;另一方面,也有经销商投诉“进价太高,赚不到钱”。

就本报系列报道提及的家电下乡过程中存在的问题,记者采访的多位业内专家纷纷建言:在第三方监控体系更为完善的前提下,相关部门应该更多地让市场对家电下乡进行调节,以激发出农民的更大热情,也令家电下乡走得更为顺畅。

补贴程序复杂成“拦路虎”

在调查的过程中,记者发现,家电下乡补贴申请手续过于复杂是厂商、经销商以及农民共同抱怨的话题。

创维重庆分公司总经理左兵称,如果能解决好这个问题,家电下乡产品销售将迎来一个爆发式的增长。

记者调查发现,在福建、湖南等地,一些经销商私下并未按照家电下乡申请补贴的流程进行操作。记者在湖南的一家经销商的案头看到,积压的农民购买发票有 10 多张,由于农民没有及时带上相关证件录入信息,大大延迟了农民拿到补贴的时间。而农民购买家电下乡产品最为关心的问题就是补贴能否及时拿到。这些未能及时解决好的问题,也许会让农民对家电下乡产生质疑,从而削弱其市场效果。

记者了解到,针对补贴流程复杂的问题,许多地区已经开始纷纷使用弹性手段。在晋江市内坑村采访时,记者碰到晋江市邮政局函件分局的吴春华经理,她目前最主要的工作是借家电下乡之际开展邮政业务。吴春华称,为了解决农民办理补贴的麻烦,晋江邮政局正在推动一项业务,让快递员上门收取申请补贴所需的资料,由邮政局帮农民免费代办申请补贴。另外,重庆、福建等省市的一些乡镇,在核实农民身份后,其实已直接将向农民发放现金补贴。

针对补贴复杂的问题,中国家电市场联合调研组负责人陆羽波建议,政府应该把家电下乡产品 13% 的补贴直接发放给家电厂商,家电厂商在销售家电下乡产品中,直接把这部分资金返还给农民。这样并不会导致补贴给农民的资金流失不知去向。

甲春秋传媒机构策略总监刘步尘也表示,目前补贴复杂的根本原因在于人为地设计了过多障碍。事实上,补贴的流程越复杂,中间的环节越多,越容易滋生腐败问题。一种可行的操作方法是,让当地经销商在农民购买时直接把补贴发给农民,随后,经销商拿着发票到当地相关政府部门领取补贴。

“家电下乡”交由市场调节

家电下乡遭遇的另一个关键问题是乡镇经销商过低利润。

一位家电企业的老总向记者坦诚,虽然厂商在大力推进家电下乡,并不停地对经销商进行培训教育,但利润偏低,一些经销商的积极性始终难以调动。

创维重庆分公司总经理左兵称,农村市场存在一个灰色交易地带,很多家电产品的销售并不出具正规发票,而这些不出具发票的家电销售价格往

往比家电下乡产品的价格更低廉,这也让家电下乡产品丧失了因财政补贴而获得的价格优势。”

晋江市的家电经销商林经理向记者表示,如果按目前的家电下乡产品微薄的利润率,我的店撑几个月没问题。但家电下乡要维持 4 年,很难撑下去。重庆 TCL 电器销售有限公司总经理李云表示,对乡镇经销商收取营业税并不合理,应该收取增值税。

有专家建言,要真正体现家电下乡产品的优势,不妨把 13% 的补贴环节前置,在销售时直接由经销商在货价上扣除,这样既方便农民购买,也让家电下乡的产品更具有竞争力。

北京邮电大学教授阚凯力认为,“家电下乡”根本不需要政府招标等程序,可以直接将“家电下乡”交给市场。既不要指定品牌也不要指定型号,也不要指定价格,而是直接交给市场调节,农民购买任何一款产品都可获得政府补贴。这样,既能让农民消费者自主选择信任的家电产品,不需选择指定的某些品牌,自动淘汰其不喜爱的产品;也能防止政府某些部门利用“家电下乡”的便利牟取私利。更重要的是,交由市场调节还能加速企业对农村家电产品的研发和创新,激发市场竞争。

陆羽波也指出,国家相关部门应该对“家电下乡”适度放开。目前,家电下乡产品中,出现了一些即将被淘汰的产品及一些即将破产的中标企业,这并不合理。对于企业而言,“家电下乡”不应该是一个“护身符”,而是一种资格。

应加强监管解决“价格倒挂”

家电下乡产品标书明确规定:投标机型的价格不得高于同期同型



号产品的市场售价。”但是,在全国范围内推进 2 个月后,记者发现一些家电下乡产品价格并不实惠。

在调查中记者了解到,家电下乡推广以来,有些商家打着家电下乡的幌子,借机推销一些销路差、质量不好的非中标产品,一些经销网点甚至偷偷把价格抬高 20%,再降价 13% 销售,许多农民被蒙在鼓里,虽然知道下乡家电有 13% 的补贴,但不知道家电的限价,很可能上当购买高价家电。

另外,家电产品尤其是手机类电子产品,更新换代周期快,某些产品在购买后短时间内就降价,市价变化使得下乡家电的价格处于不易控制状态,而通过招标形式确定的价格存在一定程度的时间滞后,可能造成农民虽然获得了补贴却买到了比较贵的产品。

陆羽波指出,家电产品原材料价格不稳定,一般情况下,企业可以根据

我国汽车 首季出口同比大降 62%

◎本报记者 官璐

海外市场的萎缩,使一季度中国汽车出口大幅下降。

上海证券报昨日获悉,据中汽协统计的汽车整车企业出口数据,一季度汽车出口 6.10 万辆,同比下降 62.06%,前五名出口企业出口均出现大幅下降。

对于出口受阻的原因,中国汽车工业协会副秘书长姚杰表示,主要是汇率问题,汇率变化导致印度等国的汽车竞争力上升。

太平洋证券研究院汽车研究员谈际佳预测,汽车出口在下半年有望得到复苏,因为我国出口的汽车大多是价格较低产品,一旦国际经济触底复苏,中低端产品需求会先起来。

在出口方面受打击的不仅仅是中国汽车企业,韩国在 2009 年第一季度的汽车出口量为 48 万辆,比去年同期下降 30.2%;日本汽车 2 月的出口量为 212107 辆,同比下降 63.9%,连续 5 个月呈现下降趋势。

韩国工业联盟最近发布一份预测声明称,与去年同期相比,韩国 2009 年第二季度的汽车出口量预计将继续下滑 13.8%,而同季韩国的汽车产量预计将从去年同期的 74 万辆降至 64 万辆。

二手奢侈品交易渐热

◎本报见习记者 温婷

受金融危机影响,各类奢侈品销量自去年以来直线下降,随之兴起的是二手奢侈品市场。以名表市场为例,今年以来上海二手名表交易行情火爆,各大表行今年收购二手名表数量增长 30%。

这一方面由于经济萧条下出售奢侈品变现的人明显增多,另一方面,二手奢侈品具有价格优势,市场潜力也开始提升,并时有大宗扫货者入场。

据贝恩的调查,2009 年,全球奢侈品需求将下降 3 至 7 个百分点。德意志银行的报告更不乐观,其预期的下降比例约为 5 至 10 个百分点。

上海聚贤阁负责人告诉记者,从目前市场形势看,二手奢侈品店的现货回收比卖出容易得多,且大多数出售奢侈品的客人都是受金融危机影响的白领阶层。

记者了解到,就在两天前,某外资银行经理刚刚变卖了一只价值数万元的尊达表,这是他两个月内的第三次变卖。在经济危机的关头,只好处理掉那些非必需的东西,比如奢侈表。”该银行经理告诉记者。一些名表收藏爱好者则表示,名牌手表的保值、增值特性十分明显,二手名表的价格又便宜很多,现在淘货是不错的选择。

除了专门的二手奢侈品店外,拍卖行和典当行也是二手奢侈品购买的主要去处。但专家表示,相比成熟的港台市场,上海等内地一线城市的二手奢侈品市场还未形成气候,购买习惯也是影响国人消费的一大主要原因。

原材料价格的涨跌来调整市场价格,但家电下乡产品的价格目前是限定价格,企业丧失了调整价格的空间。”而且,价格限定后,容易削弱厂商的积极性,使农民可选择的家电产品型号少了很多。

一些市场人士呼吁:政府要对家电下乡产品的价格实行定价监督执行。

刘步尘分析,如果第三方监管和检查体系能进一步完善,部分产品价格偏高的问题就能很好地解决。所以必须有一个政府主管部门来对家电下乡产品价格进行监督。

刘步尘还建议,在家电下乡产品的招标中,希望相关政府部门不要只把目光盯在产品价格上,在考虑农民利益的同时,也要兼顾到企业的利润。如果一味压低厂商的产品价格,可能会出现降低产品质量、以次充好、价格倒置等问题,反而损害了农民的利益。