

# 戴尔结盟国美 进军国内零售卖场

10月起在国美门店销售产品,对联想提出新挑战

◎本报记者 张韬

以坚持直销模式而著称的戴尔,近年来开始转变思路,尝试与终端零售卖场携手共同拓展销售。继不久前在日本、英国、美国等市场与零售商结盟后,戴尔又将这一销售模式的变革引入中国。昨日,戴尔(中国)在北京正式宣布联手国美电器进军国内零售市场,这是戴尔首次在华采用直销以外的销售模式。

根据计划,戴尔将于10月初在国美电器约50家门店开始销售产

品,并在未来数月进入700多家国美门店。同时,戴尔员工将进驻国美店面提供帮助。此外,记者还获悉:在国美出售的戴尔产品,价格并不会贵于戴尔公司的直销产品;在国美店面也接受用户个性化的定制需求。

“我们很重视与戴尔的这单生意!”国美高层表示,“相信该合作可以助推国美实现持续增长的目标。”

此番变阵,打破了戴尔在中国市场上唯一的直销模式。但是否还会传出关于戴尔与伟仕合作破裂的传闻,不过戴尔高层未予置评。

此番,戴尔全球消费者业务部的层的“小经销商是市场上一个很重要的力量,但是他们并不能代表戴尔品牌的内涵”等话语中不难看出,对于分销这条道路,戴尔依然兴趣不大。

此前,市场传闻伟仕将成为戴尔在华总代理。今年7月份,在中国香港上市的伟仕证实,该公司已与戴尔(中国)正式签订分销代理协议,在国内部分地区的铺货也已经就绪,伟仕负责南方6省和西北6省。但随后就传出关于戴尔与伟仕合作破裂的传闻,不过戴尔高层未予置评。

针对戴尔联手国美一事,计世资讯总经理曲晓东表示,与国美合作是戴尔直销模式在中国的一种延伸,也恰好击中联想分销模式的痛处。戴尔此次绕过渠道商而选择零售商的做法比较聪明,是一种非折中方案。一方面,戴尔与分销商的合作很难超越联想,国美可以看成是戴尔网上直销的代销点,此次合作等于通过国美把

市场营销副总裁戴德迈强调说:“国美是戴尔(中国)唯一一家授权的销售商。”他还拒绝对下一步渠道拓展发表评论。

针对戴尔联手国美一事,计世资讯总经理曲晓东表示,与国美合作是戴尔直销模式在中国的一种延伸,也恰好击中联想分销模式的痛处。戴尔此次绕过渠道商而选择零售商的做法比较聪明,是一种非折中方案。一方面,戴尔与分销商的合作很难超越联想,国美可以看成是戴尔网上直销的代销点,此次合作等于通过国美把

网站上的东西落地。另一方面,国美长期以来在PC领域面临一个很大的尴尬:得不到联想这种一线大品牌的支撑,二线品牌的支撑远没有一线那么好。显然,国美需要一线PC品牌的进入,戴尔需要国美庞大店面的支持,此次合作迎合了双方的需求。

曲晓东认为,戴尔与国美合作仍是一种直销,而这也反而是联想的弱势。联想为了维护分销商的利益,此前一直不愿与国美这些3C连锁厂商合作,戴尔正好没有这个包袱。戴尔下一步应继续深化与零售商的合作。

## 海尔电器

上半年利润同比增长50%

◎本报记者 张良

海尔电器(1169.HK)昨晚公布2007年中期业绩。报告期内,海尔电器主营业务收入达35.84亿港元,较去年同期增长约22%,撇除2006年已停止经营的手机业务所获得的利润1.03亿元,今年上半年净利润同比上涨50%达7246.5万港元。

报告期内,海尔电器在洗衣机及热水器市场中继续保持领先地位。据中怡康数据统计显示,海尔电器洗衣机和热水器产品今年上半年在国内市场占有率分别为31.2%和20.6%。2007年上半年,海尔电器在市场中重夺定价权及改善经营效益,令该公司EBITDA边际利润率由去年上半年的4.5%上升至今年上半年的4.6%;而净利润率由上年同期的3.1%增加至今年的3.5%。

海尔电器同时透露,公司收购滚筒式洗衣机剩余的30%股权预计将于今年四季度完成,将可精简企业架构,提高运营效率。

## 合景泰富

上半年负债率升至近194%

◎本报记者 李和裕

今年7月刚登陆香港股市的合景泰富(1813.HK)昨天公布了首份半年业绩。上半年合景泰富营业额为1.047亿元,同比下降了79.4%;而负债比率则升至193.7%。

合景泰富董事会主席孔健岷昨天在业绩发布会上表示,上半年营业额大幅减少,主要是因为大部分销售面积要在下半年才能入账,预期届时会有5个项目、共33万平方米的楼面落成交付,可使集团全年纯利达到预期的9.6亿元。

而负债率按借款净额除以股权持有人应占股本及储备总额计算,至今年6月,合景泰富的负债率为193.7%,比去年12月的132.9%还要高出不少。合景泰富表示,负债率增长主要是由于发展新项目而持续有新借贷所致。业绩报告显示,合景泰富总借款额约30.894亿元。

不过期内合景泰富的净利润率为109.0%,比去年同期的19.1%大幅增长;毛利率为57.8%,也比去年同期的28.7%有所增长。合景泰富表示,这主要是因为期内入账的多为毛利率较高的商用物业,平均售价由去年同期的5160元/平方米升至今年的20298元/平方米。

孔健岷还介绍,截至今年8月底,合景泰富的土地储备约400万平方米,足够未来4年发展。他还表示,未来6至8个月将积极再购入300万至400万平方米土地,除了考虑已经进入的广州、成都、苏州,还要重点进入天津及扩展至无锡、昆山等地区。

## 合生创展

纯利微跌 发展重心移至北京

◎本报记者 唐文祺

合生创展(0754.HK)昨日发布中期业绩公告,宣布公司2007年上半年纯利为4.19亿港元,较去年同期微幅下降4%。营业额达到14.2亿港元,较之去年同期同样有所下降,跌幅为30%。

合生创展方面称,集团在2007年上半年的合约销售额为45.73亿元,与去年同期37.19亿元相比,同比上升23%。但由于部分地区的物业落成有所延误,因此实际营业额较之去年同期下降30%所致。

企业纯利方面,合生创展今年上半年为4.19亿港元,较之去年同期减少1800万港元,同比下跌4%。合生创展表示,企业纯利下跌主要由于今年上半年的确认营业额,较之去年同期下降30%所致。

在土地储备量上,合生创展在今年上半年,通过多种收购方式,将集团名下的土地储备量扩展至1480万平方米。占据集团业务发展量88%的物业发展,在期内,北京成为合生创展收入最大的区域,占比39%,其次是广州,占到37%;惠州为14%,天津是8%,上海仅为2%。对此,合生创展认为,随着中国经济增长以及2008年奥运会的即将召开,集团预期对于高档住宅及商用物业的需求量将持续上升。

# 网通或携日企为小灵通“延寿”

双方有望合作推广小灵通上网业务

◎本报记者 张韬

网通或许通过推广小灵通上网业务来延长小灵通的生命周期。昨日,有消息称,日本移动电话提供商Willcom公司将与网通合作,扩大其在亚洲的低价手机销售,而网通方面则可以为推广小灵通上网业务获得技术支持。

据悉,Willcom公司计划提供名为“信息包通讯”的技术,这种技术可让移动运营商按数据传输量收费,而不是以包月方式收费。此外,两公司还计划在明年北京奥运会之前推出漫游服务,满足来中国观看比赛的日本用户的需求。

据了解,Willcom公司在日本提供一种比手机更简单、更廉价的技术——PHS(个人手持机系统),也就是小灵通。该技术在亚洲其他国家和地区也很流行,但与日本不同的是,目前国内多数小灵通用户只能打电话、发短信而不能上网。网通作为国内第二大固话公司,可能正考虑推出能接入互联网的小灵通服务。据悉,Willcom准备与网通签署技术咨询协议,并在必要时向中国派遣工程师,为双方的合作提供技术支持。

不过,在网通可能携手Willcom推广小灵通上网业务的相关消息的背后,却是小灵通在国内的尴尬境地。此前,还有业内人士指出,其实



根据相关咨询公司的报告,目前网通小灵通用户仍有2836万户,网通将尽量延长小灵通业务的生命周期。与此同时,小灵通设备制造商却纷纷裁撤或合并其小灵通部门,而小灵通终端制造商更是逃离成风。去年,网通对于小灵通业务的投资有十几个亿,今后对这一业务的投资将会减少,“但网通会通过与宽带捆绑等措施尽量延长小灵通业务的生命周期,不会轻易放弃。”报告指出。

此外,还有业内人士指出,其实

在网通携手Willcom前,网通和中国电信都已试图将小灵通升级成具有无线上网功能的通信系统。目前,上海电信已经率先推出了小灵通无线上网,使用笔记本电脑通过小灵通专用数据卡无线上网,速率能达到64K。

此前,中国网通CEO左迅生在上半年业绩发布会上已表示,早前已决定停止有关小灵通的资本开支,目前主要保留有价值的资本开支,而对低端客户不会作太大的补贴。网通还会通过套餐及捆绑式服务保留客户以提高网

络的使用率。

另一方面,国内各设备制造商和终端制造商纷纷裁撤其小灵通部门,例如中兴通讯的小灵通手机部门已不再单独存在,而是与其它部门合并;青岛朗讯曾是小灵通三大系统设备厂商之一,但目前小灵通系统设备已停产。曾积极进军小灵通手机领域的康佳、TCL、厦新、东信等国产手机厂商早已不做小灵通手机,小灵通设备和终端厂商广州金鹏更是因小灵通投资等原因,去年就陷入困境。

# 中国动向今起招股 大摩再签“对赌”协议

◎本报记者 于兵兵

又一内地消费品企业——中国动向(3818.HK)将于下月10日在香港上市。有所特别的是,资本大鳄摩根士丹利(大摩)不仅持有该公司20%股份,更与公司签定“对赌”协议。这是继蒙牛、永乐之后,大摩与内地消费类企业的又一次“对赌”,其宗旨是激励上市公司在规定期限内实现理想收益。

据了解,中国动向今起招股,拟按每股3.6港元至3.98港元,发行13.75亿股。其中,90%属国际配售,10%公开发售,发行规模约为50至55亿港元。资料显示,中国动向主要从事体育服饰品牌的设计、市场推广及批发业务,目前在内地和澳门独家代理国际运动服装品

牌Kappa。此前,市场消息称,胡润榜女首富——玖龙纸业主席张茵看好体育用品市场,并有意入股中国动向。

然而,最令市场关注的仍是摩根士丹利与中国动向签定的对赌协议。这是继蒙牛、永乐之后,大摩与内地消费类企业的又一次“对赌”,其宗旨是激励上市公司在规定期限内实现理想收益。

据了解,中国动向今起招股,拟按每股3.6港元至3.98港元,发行13.75亿股。其中,90%属国际配售,10%公开发售,发行规模约为50至55亿港元。资料显示,中国动向主要从事体育服饰品牌的设计、市场推广及批发业务,目前在内地和澳门独家代理国际运动服装品

平,中国动向主要股东在以盈利目标为依据,用20%股权对赌1%股权。但是,既然签定了对赌协议,表示中国动向对实现既定盈利目标抱有很大信心。这也是大摩激励扶持公司快速发展的方式之一。”分析人士表示。

此前,大摩曾将同样手法用于蒙牛乳业(2319.HK)和永乐家电。2002年,蒙牛和摩根士丹利签订对赌协议,规定2003年至2006年,蒙牛的业绩复合年增长率不低于50%,否则公司将给予大摩一定比例的股份,反之大摩则拿出一部分自己所持有的股份给蒙牛管理层。2005年3月,由于蒙牛业绩迅猛增长,大摩提前终止对赌协议,并获得26亿港元的超额套现。

2005年10月,永乐电器在香港

上市,大摩等外资股东也与永乐管理层同样签订类似“对赌协议”。该模式从此被中国市场熟悉。此次,大摩再次与中国动向“对赌”,分析人士表示,无论目标能否实现,对于大摩来说都是不错的买卖。

而中国动向董事长陈义红此前表示,未来将维持公司在内地前三强体育用品公司中的排名,并保证营业额增长可超越市场平均升幅的20%至30%。另外,陈义红称,中国动向与竞争对手李宁(2331.HK)及安踏(2020.HK)的定位不同,后两者靠本土品牌发展,中国动向则以国际运动品牌为主,议价能力较高。

据了解,中国动向此次IPO集资额中53%用作发展现有品牌及扩充品牌组合。2006年,中国动向销售量占内地体育用品市场的6.2%。

数据来源:Wind资讯

## 部分中国概念股一周表现

名称	上周收盘价(美元)	涨跌幅
百度	284.6	21.17%
中华网	7.16	0.56%
德信无线	5.22	20.28%
携程	49.7	9.13%
华友世纪	4.55	7.57%
空中网	5.06	21.63%
灵通	2.77	8.20%
第九城市	36.24	-1.39%
网易	17.36	0.17%
完美时空	29.5	15.78%
新浪	49.14	9.25%
盛大	34.38	3.90%
搜狐	40.01	8.40%

数据来源:Wind资讯

## 恒生指数成份股行情日报(2007年9月24日)

代码	股票简称	收盘价(港元)	涨跌幅(%)	成交量(千股)
0001	长江实业	125.1	0.97	8637
0002	中电控股	53.7	0.28	4159
0003	香港中华煤气	18.14	-0.66	7701
0004	九龙仓集团	38.05	1.47	3899
0005	汇丰控股	143.3	1.2	28077
0006	中国银行	40.65	-0.25	1553
0008	电讯盈科	4.92	-1.4	10987
0011	恒生银行	135.8	-1.24	2774
0012	恒基地产	61.95	0.9	5333
0013	和记黄埔	84.8	0	12999
0016	新鸿基地产	124.8	4.35	9756
0017	新世界发展	21.15	2.17	13009
0019	太古A	94.8	-0.99	7672
0023	东亚银行	44.7	0.56	4660
0026	地铁公司	23.2	-0.85	10116
0033	中信泰富	23.1	-0.22	2112
0101	恒隆地产	34.3	3.94	8879
0144	招商局国际	47.15	-0.63	11755
0388	香港交易所	238.4	8.76	25080
0267	中信泰富	49.95	3.1	4966
0291	华润创业	33.2	-0.15	8755
0293	国泰航空	22.7	0	1088
0330	思捷环球			