

Companies

徐曙光:经济型酒店泡沫已逾三成

快速扩张导致物业成本高企,成为制约其进一步发展的最大障碍

◎本报记者 索佩敏

随着国内经济型酒店第一品牌如家(HMIN.Nasdaq)公布2007年四季报出现亏损,有关经济型酒店行业出现泡沫也成为业内热议的话题。

昨日,国内排名前列的经济型酒店格林豪泰董事长兼CEO徐曙光在上海表示,目前中国经济型酒店行业的泡沫已经达到三成以上,其中最重要的原因在于很多经济型酒店的扩张抬高了物业成本,而目前进入该行业的很多投资者是短期投资,也推动了泡沫的产生。

据国家旅游局此前公布的数据显示,2007年我国旅游业总收入已突破1万亿元。经济型酒店由于性价比比较高而越来越多的受到旅客青睐。而随着如家2006年10月成功登陆纳斯达克并受到追捧,经济型酒店一时也成为中国酒店业新兴的投资方向。

徐曙光认为,在当前的中国经济

型酒店投资热潮中,主要有两类投资者,一类是短期投机,希望做大上市或转手套现,另一类则是希望在这一行业长期发展。由于目前业内有相当一批人认为经济型酒店是一个高出租金、高经营利润和高投资回报率“三高”产业。因而,各方风险资本包括民间热钱一度争相进入这一市场。而大量的短期投资者希望尽快扩大酒店连锁规模,急于获得物业,因此也加速了经济型酒店物业成本的上漲。

徐曙光表示,经济型酒店的各类成本都是相对固定的,其中最关键的一项就是物业成本。如果把酒店物业作为一项地产投资来看,由于酒店业的利润在很大程度上依赖于酒店的经营管理,因此属于高风险行业,一些地产物业在作为酒店使用时,其价格应该偏低。但是前两年,尤其是在2007年,很多经济型酒店不计成本去“抢楼”,很多在一线城市的物业成本,超

过了目前合理水平的三成到五成。

徐曙光透露,2007年,南方一些大城市的经济型酒店物业成本被炒得很高,而到2008年,这些地区的房地产市场在中央宏观调控政策的调控下,开始趋于理性,酒店物业的租赁价格也同期下降。以同样开50家店为计算单位,2007年,酒店物业租赁成本达到甚至高于1.75元/㎡/天,而现在的市场价格基本在1.25元/㎡/天以下,以单店物业为5000㎡,10年租赁期计,10年内的物业成本相差就达到4.5625亿元。而目前已经出现一些连锁酒店无法消化前期“抢楼”带来的高昂成本,资金链出现问题,一些装修了一半的酒店物业正寻求脱手。

对于目前部分经济型酒店争夺物业资源而抬高成本,徐曙光认为应该将发展的目光从争夺市场上一些非酒店物业,转向现有老酒店的物业改造,从而提升整个行业的物业资源

利用效率。

徐曙光透露,目前中国有30多万酒店物业,而这些酒店中相当部分的平均出租率只有在50%左右,它们可以成为经济型酒店开发的酒店物业。不过他承认,目前有部分品

牌不愿意投资老酒店物业。因为很多老酒店的产权、债权关系比较复杂,加上需要安置人员,因此获得物业的步骤比较复杂,时间也比较长。而很多品牌为了快速扩张,宁愿选择投资行业以外的新物业。”

格林豪泰计划赴美上市

格林豪泰董事长兼CEO徐曙光昨日透露,公司目前正在积极寻找战略投资者,希望进一步提升管理水平。他进一步透露,公司自成立之初就是按照上市公司的模式来操作,未来希望能够在美国上市。

徐曙光表示,目前格林豪泰正在与一些国际一流的投资公司和酒店公司接触,希望可以引入战略投资者,对于公司的管理能够起到提高作用。他拒绝透露接触的具体公司名称,但表示不希望引入风投。因为风投一般要

求所投的公司尽快上市尽快套现。”

他同时表示,公司也正在积极准备上市,由于格林豪泰是由美国太平洋之家(APH)公司和统一投资集团等若干跨国集团股东联手创立的一家美资国际连锁酒店集团,因此上市的地将是美国。

截至2008年2月,格林豪泰拥有酒店数(包括签约、在建和已开业酒店)超过220家,开业酒店有72家。徐曙光表示,到2008年底,预计公司拥有的酒店数量有望达到400家。

产经动态

强势竞争下 本土品牌不惧境外品牌

25日在京公布的2008中国消费者理想品牌大调查”结果显示,本土品牌在境外品牌的强势竞争下依然保持旺盛的生命力。

在被调查的57个消费品类和12个人文项目中,有63个品牌被消费者认定为首选“理想品牌”。在57个消费品类中,首选“理想品牌”境外占16个,本土占36个。

主办方称,2008中国消费者理想品牌大调查”选取了两类有代表性的城市消费群体:家庭消费者和潜力消费者。调查充分考虑了三个层面的品牌消费形态。

调查显示,在数码相机、MP3、手机、日化、运动休闲服、休闲食品、方便面、碳酸饮料、交通工具等产品中,境外品牌占据主导地位;而在空调、电冰箱、洗衣机、电饭煲、微波炉等家电产品及羽绒服、毛纺织品、内衣、食用油、调味品、非碳酸饮料、烟酒、制药、保险、银行等类别中,本土品牌名列前茅。

长白山机场 将于7月投入运营

总投资5.5亿元人民币的长白山机场,将于7月1日正式投入运营,这是记者在25日开幕的国际极限滑雪挑战赛期间获悉的。

据吉林省长白山保护开发区管委会副主任张炜介绍,多年来旅途的漫长颠簸一直是困扰长白山旅游发展的瓶颈。2006年7月开始动工修建的长白山机场位于长白山管委会池西区,按4C级标准修建,是长白山区域内唯一的旅游机场。游客下飞机后行一个多小时便可到达长白山西坡山顶。

长白山位于吉林省东南边陲,是被联合国“人与生物圈”保护区网的具有国际重要意义的A级自然保护区和国家5A级风景区。

塔塔将耗资20亿美元 收购捷豹和路虎

据英国《金融时报》网站最新报道,美国福特汽车公司将于26日宣布其将与印度塔塔汽车公司达成的有关向后者出售捷豹和路虎两大品牌的协议,收购价格估计在20亿美元左右。

报道还透露,根据双方协议,福特承诺将继续为捷豹和路虎公司员工缴纳养老金,同时塔塔承诺在完成收购后继续从福特采购发动机。

福特公司于1989年和2000年先后斥资25亿美元和27亿美元购买了英系豪华车品牌捷豹和路虎,但由于连年亏损,福特决定出售这两大品牌。今年1月,福特宣布选定塔塔为捷豹和路虎的优先收购方。

塔塔是印度最大的私营企业集团,近几年来它通过频频收购外国企业来实现海外扩张计划。去年1月,塔塔钢铁公司以超过百亿美元价格收购英荷科鲁斯集团,成为全球第五大钢铁制造商。(均据新华社)

■ 高端访谈

陶瑞尔:礼来在中国更倾向于合作而非吞并

◎本报记者 叶勇

在参加刚刚举办的中国发展高层论坛之后,昨日,美国大型制药集团礼来公司董事长兼首席执行官陶瑞尔先生就公司战略和中国医疗领域的一系列问题接受了记者采访。

上海证券报:在全球制药市场萎缩的背景下,礼来公司去年盈利情况如何?中国市场对礼来全球的有什么重要意义?

陶瑞尔:去年礼来全球销售增长19%,达到186亿美元;每股盈利和净收益分别增长11%,达到2.71美元、29.53亿美元。新产品销售额迅猛增长了57%,达到38亿美元。

而同期,全球增长萎缩至3.8%。而中国市场还在蓬勃发展。中国去年实现15%增长,而且,中国还有很大空间,现在中国市场是190亿美元,美国是2900亿美元。

我们在美国市场放缓的情况下大幅增长的原因是因为我们推出了9个新产品。到2011年底之前,我们的专利不会过期。去年在中国业务增长了28%,这对我们的全球业绩是很大推动。

去年礼来中国增长高于外资企业和中资企业平均增长率,过去两年,礼来中国是中国增长最快的公司之一。三年以前我们就提出要发展中国市场,在中国研发领域不断投入,得到越来越多合作伙伴,总体来看达到了我们三年前在中国拓展业务的目标。

在化学药品方面,我们全球20%的化学药品是由上海合作伙伴公司来做的。不光是化学药品,生物和临床床试验,中国公司贡献会越来越大,在中国进行研发工作在全球业



昨日,美国礼来公司董事长兼首席执行官陶瑞尔召开媒体见面会并回答记者的提问 本报记者 史丽 摄

务比重中会不断提升,这与中国销售的增长也是相吻合的。

上海证券报:礼来有没有在中国开展资本运作,通过兼并收购一些企业迅速做大做强的打算?

陶瑞尔:我们是一个研发型企业,我们为什么通过研发能产生如此大的生产力,是因为在历史在没有什么大的吞并或兼并,这样产品开发既定政策战略没有受到什么干扰和冲击。

我们正在实现由FIPCo向FIPNET的转型(即由完全整合的公司向完全整合的网络转型,产业链部分环节由其他公司合作来做),所以更倾向于合作而非吞并,

但是,对其他战略的选择处于开放的态度。

上海证券报:礼来在中国市场有什么样的投资和战略规划?

陶瑞尔:我们不仅投资礼来中国公司,也投资本土的一些公司。我们现在投资了上海本土的三家企业,化学探索者、生物探索者和制药探索者。与上海和黄医药合作进行早期药物靶点的开发。与海正药业合作使海正药业成为除美国礼来以外全球第二家生产抗“耐多种药物型”结核药(MDR-TB)药物——卷曲霉素的公司。

在中国市场我们很活跃,特别是糖尿病这一块儿,我们在中国业

务的拓展上,现在中国有四到五百万糖尿病患者在使用我们的药,未来七到八年,即2015年将有一千五百万人用我们的药物。去年我们推出了五个新产品,超过市场平均水平,去年中国市场增长率达到27%,我们希望成为中国这个快速增长的市场的积极参与者。

过去三年我们在中国的营销队伍增长了一倍,产品覆盖100多个城市,随着新品上市,营销队伍也在扩大。目前热点的社区医院我们也在调研,在寻找一些新的机会。社区医院的药品招标我们也会参与。社区医院不意味着跨国药企没有机会。

3G 商用在即 中移动终端销售网点基本建立

◎本报记者 张颖

随着奥运临近,中国自主研发的3G标准TD-SCDMA的商用也已迫在眉睫。最新消息称,目前北京、上海、青岛等所有奥运城市都已经做好了TD-SCDMA放号和终端销售的准备,不过,TD终端可能暂未进入销售渠道。

消息人士向记者透露,由于中国移动尚未取得TD的3G牌照,所以中移动的营业厅尚不能销售TD终端。不过记者了解到,中移动的终端销售网点已基本完成,其中北京市场有3家销售展厅,上海有2家,广州展示厅位于珠江新城,深圳2家展厅也将在近期开业。

据设备商透露,中国移动不久前才结束的首轮设备招标共采购6万部TD手机和6万部数据卡,如果分到8个奥运城市,每个城市的手机总量在7000部左右。3月19日,中国移动总裁王建宙在2007年公司业绩发布会上表示,国产3G标准TD-SCDMA将于今年4月试商



用,并规模放号,他同时表示,中移动已向6家手机厂商及2家数据卡厂商采购产品,近期将收到订货。

针对中移动即将对TD网络进行正式商用,德意志银行发布研究报告指出,在与中国移动高层进行沟通后得知,TD-SCDMA手机原定50万部的销售目标将降至30万部,这是中国移动经过各省的销售及市场团队展开调查后得出的结论。

此前,电信行业资深专家李进良曾质疑中国移动第一批仅6万

部的TD终端采购规模能否满足奥运需求。

对于外界普遍关注的TD资费,业内人士分析,中国移动为迅速推广TD业务,可能对参与体验的用户每月补贴一定的话费。由于TD手机同时也兼容GSM和EDGE,用户甚至无须更换手机号码。而TD手机的价格,来自TD联盟的权威说法是:“每部手机大约比同档次贵200元。”

同时,TD产业联盟方面表示,

包括中国电信和网通在内的三家运营商负责的10个城市的TD试验网已完成网络优化,向友好用户放号已经准备好。在终端方面,截至今年3月,已有11家企业的15款终端产品获得信产部颁发的入网证。

德意志银行预计,这一阶段将持续3个月,随后中国移动将向政府部门提交TD反馈报告。按照这个时间表计算,从4月开始的TD手机试商用放号,将在7月结束,随后,TD将在奥运前顺利进入商用状态。不过TD测试将再次延期,新成立的中央领导班子将对TD采取渐进政策,而这一做法将令中移动收益。

另外,有关牵动各方的电信重组的进展,信产部电信研究院总工程师陈金桥在日前的一个公开会议上表示,基于电信运营商的股权结构太复杂,各方的交易价格很难计算,即便是算出各方的交易价格的工作量都相当巨大。因此不可能在奥运会之前完成电信重组。估计有专门的工作小组专门负责此事。”

■ 关注房地产市场

中介频繁出事 二手房资金监管趋于收紧

◎本报记者 唐文祺

二手房资金的监管力度正在加大,且各地对于落实二手房资金监管体系的工作也在相继落实之中。

据悉,北京、上海等地二手房市场的相关监管部门,正在针对二手房资金监管进行积极筹备。业内专家表示,虽然具体措施仍然未能有明确时间表,但二手房资金监管体系将越来越严谨是必然趋势。

日前有媒体称,上海市相关部门正在酝酿建立一套二手房交易全程资金监管模式,同时选定了几家品牌中介作为试点企业。由于系统建立涉及面广、管理较为复杂,因此虽然市场消息频频,完整模式仍然无法尽快出台。但有知情人士向记者透露,筹措重点将落在“第三方监管”上。目前基本上已确定会由第三方机构参与,银行介入的可能性不大。”该人士表示。

北京中原房地产经纪有限公司副总经理官萍表示,早于去年7月份,北京市建委便已出台相关文件,要求二手房交易必须实行网上签约。虽然新的实行措施还未有具体时间表,但是二手房资金监管体系只会越来越严谨。

据悉,在北京市的二手房资金监管体系中,设立有专门划转资金用的“专用账户”。该“专用账户”向北京市建委实行备案,并通过相关保证机构名单予以公示,第三方监管仍然以银行为主。据北京一位中介机构负责人透露,除了业已要求的北京中介机构实行二手房交易网上签约以外,个人买卖的二手房交易也会被纳入网上签约范畴。但是具体时间表还是无法确定。”该负责人表示。

随着房地产市场洗牌格局的显现,由于二手房资金监管不力,导致中介公司卷款潜逃、拖欠客户资金等顽疾症状接连出现。相关部门对于二手房资金监管这一部分非常重视。”上海一家知名中介负责人表示。虽然上海的二手房市场发展较为成熟,但鉴于条件限制,交易资金仍然多在中介机构处“滞留”。因此,尽快成立一套完善的二手房交易全程资金监管模式便是当务之急。但有所不同的是,据知情人士透露,独立第三方机构的设立可能会是上海二手房资金监管体系完善的“突破点”。

北京中原三级市场分析师表示,二手房资金监管旨在保障消费者交易资金安全、规范经纪行业服务行为,同时促进二手房市场健康快速发展。而随着规范措施力度的进一步加大,入市门槛无疑会在相应提升。有市场传言称,上海市房地局可能会对中介公司设置保证金制度。而北京市则早已推出如“注册资本应不低于100万元”、“存量房交易保证金专用账户中存入100万元保证金”等规定,随着二手房资金监管体系的进一步完善,二手房行业中介机构的洗牌格局也会日趋加剧。

买断菲亚特力普拉轿车 众泰“借壳”觅发展



◎本报记者 吴琼

在中国陷入困境的菲亚特汽车开始轿车复兴计划。昨日,记者从众泰汽车获悉:北京车展期间,众泰汽车将展出自主品牌新车,但该车技术源自向菲亚特集团买断的蓝旗亚-力普拉。如果众泰、菲亚特买断模式成功,不排除菲亚特将和众泰汽车进一步合作,或出售更多的车型,或进行合资。

菲亚特汽车与奇瑞汽车的合资协议仍在艰难地谈判中。在合资之外,菲亚特汽车选择了另外一种合作模式开拓中国市场。昨日,记者从众泰汽车获悉:众泰汽车买断了向菲亚特集团内部代号JN-X1的车型,该车即为蓝旗亚-力普拉。按照协议,在众泰汽车工厂生产出来的力普拉,将被贴上众泰汽车的商标。

此举并不影响菲亚特集团全球战略。因为2005年至2006年,力普拉已停产。众泰汽车通过购买生产线的方式获得了力普拉的产权和知识产权。众泰汽车高层未透露:买断力普拉生产线所支付的费用。而菲亚特集团亦对此未作评论。

据悉,未来国产的力普拉将被配上1.6L的发动机。按照计划,2009年夏天整条装配线都将运往众泰汽车。此前,则由意大利都灵的非亚特工厂向众泰汽车交付散装配件。

在众泰汽车的商务年会上,众泰汽车向经销商透露:通过“引进、消化吸收再创新”的发展模式从欧洲引进开发的近十款汽车,其中两款新车L和M平台将于今年下半年下线。据了解,这10款汽车均来自于菲亚特集团,一旦首款车顺利运作后,余下的8款车型也将按步骤引进。

尽管众泰汽车2007年刚突破4万辆,但其显然对未来产品抱有较大期望。众泰控股集团董事长吴建中透露:今后五年,整车年均销量将增长10万辆,其中2008年销售目标为10万辆;2012年,众泰产销量将达到50万辆以上,销售总收入超过500亿元。

目前,众泰汽车已有三个整车生产基地:浙江永康、湖南湘潭和正在建设的湖南长沙。未来力普拉将在长沙星沙开发区生产,该基地面积为2000亩,规划产能达10万辆。