

Companies

■关注可口可乐收购汇源

汇源高价退市 朱新礼坐收74亿港元

二股东达能成第二大赢家,投资两年增值超过两倍

◎本报记者 于兵兵

随着可口可乐一声“收购”,中国第一大纯果汁饮料企业汇源果汁在上市仅一年半的时间后宣布即将退市,并以179.2亿港元的价格将全部已发行股份出售给美国可口可乐公司旗下子公司。而汇源集团董事长朱新礼,通过全资控股的汇源控股,坐收超过74亿港元的股份出让款。与娃哈哈集团深陷商业纠纷的法国达能集团同时退出汇源果汁,进账41亿港元。

去年2月23日,汇源果汁以内地最大纯果汁生产企业的身份在香港上市,引起资本市场极大关注。汇源以6港元招股价上限发行,融资24亿港元。虽然今年以来汇源股价一路下跌至停牌前的4.14港元,但昨日,复牌的汇源一开盘即封至10.94港元,涨幅高达164%。可口可乐在饮料市场的影响力可见一斑。”一位饮料市场专家称。

其实,可口可乐欲做中国市场第一饮料品牌的战略早在2007年已经显现。去年5月,可口可乐以41亿美元收购美国维他命水生产商Glaceau公司,正式发力全球非碳酸饮料市场。在中国,面对包括统一、康师傅、达能、娃哈哈、光明、汇源等一系列国内外饮料巨头的竞争,可口可乐承担中国饮料市

场的激战正考验着可口可乐的实力,并称不排除并购中国饮料企业。

中国的果汁市场在蓬勃快速增长。这次收购将为我们的股东带来价值,并为公司提供一个独特的机会以增强在中国的业务。此举进一步表明我们对中国市场的承诺,为中国消费者提供饮料选择以迎合他们的需求。”可口可乐首席执行官及总裁穆泰康说。

此次收购的另一个大赢家是法国达能集团。当可口可乐收购计划公布后,达能随后发表声明称,目前达能拥有的22.98%汇源果汁股份将全部转让给可口可乐,每股作价12.2港元。较此次汇源停牌前价格溢价1.95倍。这是一笔划算的买卖,达能此次的财务投资相当成功。”一位接近达能的人士向记者表示。资料显示,达能最早与其他投资机构共购入汇源果汁35%股权,完成投资1.41亿美元,购股22.18%。现在,达能出售22.98%的股权,收益5.51亿美元,两年时间,投资增值超过两倍。

达能投资汇源主要是财务投资,一次性售股并收回投资,是很正常的商业行为。再说,作为汇源第一大股东的朱新礼与可口可乐达成收购意向,达能没有必要坚持持股,做可口可乐之下的非控股股东。”市场分析人士称。



汇源收购案将报反垄断审查

◎本报记者 于兵兵

可口可乐昨日高调宣布179.2亿港元收购汇源果汁。与并购有关的第三方消息人士透露,该并购涉及中国刚刚出台的《反垄断法》相关内容,将报商务部反垄断部门审批。这一消息得到可口可乐的证实。可口可乐中国区副总裁李少筠表示,意向协议签定后,双方将整理各类申报材料,向有关部门申请报批,其中包括商务部反垄断局。

法律专家介绍,根据国务院最新的规定,如果外资企业并购香港上市的内地企业,满足以下两个条件之一即达到申请商务部反垄断审查的标准:即(1)双方2007年在中国境内的营业额合计超过100亿元人民币,并且双方2007年在中国境内的营业额均超过4亿元人民币;或(2)双方2007年在中国境内的营业额合计超过20亿元人民币,并且双方2007年在中国境内的营业额均超过4亿元人民币。初

步感觉,可口可乐收购汇源肯定达到了这一标准。”上述专家表示。资料显示,汇源果汁为目前中国纯果汁市场占有率第一的企业,2007年,汇源果汁销售额达到26.56亿元,增长28.6%。今年上半年,汇源饮料总产量54万吨,同比增长11.11%。

另外,对于外界传言可口可乐接下来会继续并购或入股中资饮料巨头,李少筠称关于新的并购如果成行,将在以后的时机宣布。

外资并购额今年以来同比增五成

◎本报见习记者 梁敏

路透提供给本报的数据显示,从2008年年初至今,海外企业收购中国公司的跨境并购共有539宗,成交金额超过176亿美元,较去年同期增长49.8%。

由汤姆森路透提供的中国有史以来入境收购并购交易总额前十名排行中,此次可口可乐全购汇源的近23亿美元收购价坐稳第五把交椅。此

前,交易总额最大的是2006年投行对中国工商银行的收购案。当时,由高盛、美国运通和德国安联组成的国际财团斥资37.8亿美元,收购了工行约10%的股份。

数据显示,排名前十的收购交易中,有8次交易是外资对内地银行的收购并购。除了上面提到的工行以外,还涉及中国银行、建设银行、交通银行和广发行。

中国创投市场 上月投资额反弹

◎本报记者 于祥明 张良

昨日,投资研究机构China Venture一份统计报告指出,8月中国创投市场投资案例数量有所反弹,但是仍处于相对较低水平。

据统计,8月份中国创投市场共披露投资案例数量21起,环比上升50.0%,与去年同期持平;投资金额为2.83亿美元,环比上升6.8%,同比上升19.8%。平均单笔投资金额方面,8月为1345万美元,环比下降28.8%,同比增长19.8%。

并且,8月份中资投资规模占总投资规模比重有所回升。其中,中资投资案例6起,占总投资案例数量28.6%,比重环比上升104.3%;中资投资金额为3325万美元,占总投资金额11.8%,比重环比上升78.8%。

从行业方面来看,当月TMT行业投资案例数量大幅上升,达到13起,占总投资案例数量61.9%;非TMT行业投资案例8起,占总投资案例数量38.1%。从投资金额上看,TMT行业为1.57亿美元,占总投资金额55.6%。非TMT行业为1.26亿美元,占总投资金额44.4%。其中,TMT行业平均单笔投资金额1207万美元,环比下降46.9%。

与此同时,互联网、IT和医疗健康等行业投资案例数量均较上月大幅上升。

苏州创投获批 5亿注资神州信息

◎本报记者 张良

记者昨日从神州数码(0861.HK)获悉,苏州创投向神州数码旗下神州数码信息技术服务有限公司注资5亿元,设立合资公司的计划,已获江苏省对外经济贸易合作厅正式批准。

神州数码有关负责人在记者采访时表示,由于苏州创投的背后不仅有苏州创业集团以及其旗下的产业基金公司,还有以色列最大的投资公司IDB集团在中国合资成立的中以合作基金。因此苏州创投的投资需要得到江苏省有关部门的批准。公司已于9月2日拿到相关批文。下一步,神州信息技术有限公司就可以正式投入运营。

网游持续高增长 二季度规模达44亿元

预计网游分级政策两年内出台

◎本报记者 张韬

伴随盛大二季度财报的发布,中国已经上市的网游公司的二季度财报的发布画上了句号。财报显示,整个中国网游二季度规模已达44.3亿元,继续保持着高增长的趋势。与此同时,根据8月韩国游戏白皮书则公布,韩国游戏市场规模下降31%。

由于网游市场的高速增长,搜狐在日前发布财报之际,宣布计划将其网络游戏业务拆分上市。搜狐的二季度财报显示,其网络游戏收入为4790万美元,比上一季度增长17%,比去年同期增长11.5倍。搜狐预计,2008年三季度网络游戏收入在5150万美元至5350万美元之间。

巨人和网易的净利润分别达到5110万美元和6390万美元,继续保持良好的态势。本季度,网易还一举拿下了《星际争霸2》及暴雪战网的内地独家代理权。金山、

腾讯和完美时空也一如既往地保持增长。

一位海外投行分析师表示,在目前的中国网络市场中,网游已经超过网络广告和电子商务而跃居网络行业之首。中国网络游戏的发展潜力巨大,玩家的数量仍将持续高速增长。但是,中国网游在发展过程中需要注意开发高质量游戏与管理、加强游戏研发能力和市场营销等三大重要问题。

相比以往,各公司二季度财报的一个显著特点是研发费用的大幅提升。巨人网络二季度财报披露,其研发费用同比增长了502.8%。而完美时空、网易等公司游戏开发费用同比增长均超过了3成。这一切都表明中国的网络游戏正在研发和人力方面拼尽全力。

史玉柱在财报电话会议上表示,我国网游分级政策在2年内必将出台。今年3月份,国家新闻出版总署署长柳斌杰曾在一个会议上透露,我国正研究影视和网游分级

问题。据悉,新闻出版总署今年已开始研究借鉴国外影视产品和网络产品的分级经验,再结合中国社会和公众接受的程度,研究如何准确地界定级别。

针对未来的网游分级政策对

网游行业的影响,盛大总裁谭群钊表示,任何一个有利于行业健康发展的法规都会对行业有正面作用,而作为行业领先者,我们相信将在行业的健康发展中获得最大利益。”

盛大二季度收入8.38亿创新高

◎本报记者 张韬

盛大网络昨日发布了2008年二季度财报。财报显示,盛大二季度收入创下历史新高,达到8.38亿元人民币,较去年同期增长48.4%,较上季度增长7.4%。这是盛大自2005年实行CSP收费模式(Come-Stay-Pay,即游戏免费,但道具收费)后公司收入连续十个季度增长。

财报显示,今年3月至6月,公

司运营利润为3.36亿元,较去年同期增长37.4%;净利润为2.80亿元,同比下降32.7%。运营利润增长而净利润下滑的主要原因是,是2007年二季度计入了出售新浪股票所产生的1.775亿元投资收益。

盛大CEO陈天桥表示,在受到四川地震等因素影响的情况下,公司的业绩增长超出之前环比增长0-5%的预期。他还宣布,盛大员工的工资和福利三季度将平均提高20%左右。

“7天”摇旗结盟 经济型酒店抱团求生

◎本报记者 索佩敏

随着国内经济型酒店市场竞争日趋激烈,一些连锁品牌开始抱团求生。昨日,7天连锁酒店宣布,由其发起创立的国内首家品牌经济型酒店跨区域酒店联盟——“星月联盟”正式成立,该联盟主要为一些中小型经济型酒店连锁品牌提供统一的营销平台。

据7天连锁酒店CEO郑南雁对上海证券报介绍,星月联盟主要吸纳一些具有一定品牌影响力的经济型连锁酒店。联盟成员无须缴纳加盟费,也无需启动资金,只需支付少量费用,用于会员积分等支出,即可共同参与联盟的会员发展计划。而星月联盟将从网络系统平台、会员体系、营销管理经验和酒店管理经验四个方面对会员予以支持。

对于此次成立联盟,郑南雁坦言短期内并没有借此盈利的计划,7天此举一方面是为了通过联盟的方式,将那些7天尚未覆盖到的区域通过联盟伙伴的方式来弥补。而入盟的连锁品牌则可以借助于这个联盟的营销平台获得更广泛的客源。首批加入星月联盟的有广州佳园连锁酒店、北京桔子酒店以及上海宝隆居家等品牌酒店。目前包括7天的18间酒店在内,已有多个品牌酒店超过300家分店加入星月联盟,预计到今年年底加入星月联盟的分店数将超过600家。郑南雁表示,预计随着7天分店数量和入盟酒店数量的增加,到明年年底该联盟的规模有望达到1000家。

事实上,在国内酒店业尝试联盟化,7天并不是第一家。就在7月底,携程旅行网的大股东携程国际投资设立星程酒店管理(上海)有限公司,该公司是国内首个低星级非连锁酒店的跨区域联盟,旨在向一些低星级酒店输出管理、推广品牌,以应对来自于经济型酒店的竞争。

环境灾害监测预报 A、B卫星即将发射

◎本报记者 于祥明

国防科工局昨日宣布,环境与灾害监测预报小卫星A、B星和长征二号丙火箭已转入发射区。A、B星和运载火箭已完成总检查,各项测试正常,满足技术条件要求,计划于9月5日、6日在太原卫星发射中心择机发射。

据悉,本次采用一箭双星方式即将发射的环境与灾害监测预报小卫星A、B星是我国“环境与灾害监测预报小卫星星座”三颗卫星中的两颗光学卫星。其中,A星还作为亚太多边合作多任务卫星,装载泰国的Ka通信试验设备。

“环境与灾害监测预报小卫星星座”的主要任务是对灾害、生态破坏、环境污染进行大范围、全天候、全天时动态监测,对灾害和生态环境的发展变化趋势进行预测,对灾情和环境质量进行快速和科学的评估,提高灾害和环境信息的观测、采集、传送和处理能力,为紧急救援、灾后救助及恢复重建和环境保护工作提供科学依据。A、B两颗卫星在同一个轨道面内飞行,组网可形成对国土2天的快速重访能力。

高富诺上海项目又入市

◎本报记者 李和裕

在不到一年时间里花42亿元吃进上海3个高档住宅项目的英国私人家族集团高富诺(Grosvenor)开始加紧回收投资。昨天,高富诺在上海宣布,其今年1月与德国SEB基金联手(双方各占50%股份)收购的华山夏都苑C幢现已更名为Belgravia Place at Hua Shan Park,本月起推向租赁市场。市场人士保守估计,年投资回报率在7%以上。

据了解,位于上海徐汇区华山公园旁的Belgravia Place高32层,共有120套222至250平方米的住宅单元及6套324至556平方米的复式阁楼。高富诺和SEB基金当时是以单价约40984元/平方米、总价约12亿元的价格从大摩手中购得该栋楼的。

虽然高富诺方面不愿向记者透露租金报价,但有市场人士介绍,客户以境外人士为主的华山夏都苑出租回报率一直不低,单套房源租金年收入预计在42万元左右,年投资回报率则在7%左右,而被外资收购包装成酒店式公寓后租金水平应更高。

此前,高富诺收购的另一个项目——新天地翠湖天地御苑2栋楼已更名为Grosvenor Place,并于今年5月推向租赁市场。

劳斯莱斯大中国区销量 今年有望增五成

◎本报记者 吴琼

顶级豪华车似乎未受到“冷空气”影响。昨日,上海证券报从劳斯莱斯汽车有限公司获悉,今年其在大中国区(包括中国大陆、香港、澳门和台湾)的销量增速有望保持上年的增速,达到50%左右,中国已成为劳斯莱斯全球第三大市场。

昨日,德国宝马汽车旗下的豪华品牌劳斯莱斯幻影双门轿跑车首次在中国亮相,这是其幻影系列的第四款车型。劳斯莱斯亚太区企业通讯经理哈尔·沙如丁介绍,该车在中国市场售价约750万元。预计今年中国才会正式销售这款车。劳斯莱斯汽车有限公司正在华加大经销商网络建设,预计今年年底将在中国拥有8家经销商。

中国电信招标出炉 国产手机借“势”反弹

◎本报记者 张韬

昨日,中国电信集中采购CDMA终端的“神秘面纱”终于揭开。中国电信此次采购涉及高中低三个层次的手机,共有30多个厂家参与招标。记者了解到,从中标的总数量来看,酷派中标份额仅次于三星的20%和一家国内上市公司的18%,而海信、LG、华为等老牌厂家也取得了不错的份额。

在本次招标中,传统强势CDMA厂家如三星、酷派,与新三星CDMA厂家如GSM的巨人诺基亚、金立、海信等厂家参与角逐。据了解,酷派目前有5款手机入

围,是此次入围机型比较多的厂家之一。

对于业界关注的国产手机与洋品牌的较量,已经从前期的TD竞技场,延伸到CDMA的市场,国产手机在与洋品牌的竞争中并未处于下风,而是逐步从分庭抗礼走向占上风的格局;此次招标国产手机以酷派、海信、华为、夏新等民族品牌阵营,尤其是酷派、华为等企业凭借雄厚的技术积累和创新优势脱颖而出,占据了整个采购份额的绝大部分,而以三星、LG、摩托罗拉、诺基亚等企业为代表的洋品牌,只占整个采购份额的小部分。这将国产手

机在GSM领域内的劣势扭转过来,让众多的国产手机看到了技术导向集体复苏的曙光。”

战国策咨询机构相关人士表示,国产手机的复苏只是时间问题,经历了从2003年的辉煌和前几年市场低谷,很多国产手机变得务实起来,抛弃了急功近利的心态,真正回归到“技术”和“品牌”层面的竞争上。

电信行业重组后,整个CDMA手机市场的“蛋糕”比以前得以放大,我们期待分得一份更大的美羹。”某手机厂家负责人提起此次中国电信的招标毫不讳言地表示。其实,不仅仅单个手机厂

家,众多手机厂家都在憧憬自己以技术和品牌来分享重组带来的机会。

某手机厂家代表表示,从这次中标数量较多的企业来看,三星和酷派等传统的强势企业,其在CDMA领域内的强大品牌影响力是不容小觑的,它们依托强大的研发能力和技术优势,为消费者提供高性价比的产品,这一点非常符合中国电信的市场定位;而在高端领域内,独创双模双待市场,凭借独创技术的酷派为民族品牌的复兴做出了表率,70万台的采购大单,彰显酷派以技术和品牌为“双引擎”的竞争策略已凸显效果。