

Companies

■关注可口可乐收购汇源

机构看淡汇源 最低估值仅为收购价四成

◎本报记者 于兵兵

随着半年报的公布,汇源果汁并不喜人的业绩进一步增加了市场对可口可乐高价收购汇源的质疑。截至昨日收盘,汇源果汁报9.5港元/股,跌幅为2.56%。较可口可乐意向收购汇源的价格12.2港元/股折价22%。

值得注意的是,香港部分投资机构在维持汇源果汁卖出评级的同时,将合理价格进一步下调。香港大华继显发表

报告称,维持汇源果汁卖出评级,合理价由5.5港元降至5港元,这一估值比目前市价大幅折价近48%,较可口可乐收购价格大幅折价高达近6成。

大华继显指出,基于汇源果汁令人失望的2008财年中期业绩(主要是汇源销量和毛利润率下滑),公司将汇源果汁2008年至2010年盈利预期调低22%至44%。大华继显同时称,政府是否会批准支撑目前高股价的可口可乐收购计划仍存在变量。

9月3日,可口可乐宣布拟以179.2亿港元的价格全面收购汇源果汁,每股作价12.2港元,较汇源果汁公司8月29日停牌收市价4.14港元溢价195%。收购完成后,汇源果汁将从香港联交所退市。

9月3日复牌后,汇源果汁以10.94港元高开,盘中最高摸至11.28港元,收报10.94港元。该股全日成交24.8亿港元,超过中国移动,位居港股成交榜首。甚至有汇源相关兑

权证当日大涨193倍。

然而,这一种涨势随着市场对并购成功与否的质疑和汇源半年报的出炉开始逐渐降温。9月4日,有媒体报道国泰君安(香港)相关报告,报告指出可口可乐收购汇源果汁价格远高于目前食品饮料同业估值。基于一些不确定性和时间价值,该机构重新设定汇源果汁的目标价为每股11港元,其交易区间为10.4至11.2港元,较收购价折让8%至15%。

新鸿基金分析师也表示,可口可乐提供的收购价相当于公司2009年市盈率30倍,而收购计划公布之前汇源果汁的市盈率仅为11倍。考虑到汇源在内地果汁批发市场占有率最高,收购完成后,可口可乐立即获得汇源的所有客户和生产工厂,似乎汇源是可口可乐在内地不错的选择。但由于收购前景尚存在一些不明朗因素,如果收购计划告吹,汇源股价将会迅速回落。

农业部畜牧业司司长王智才: 明年猪肉价 仍可能大幅波动

◎本报记者 刘文元

近期我国畜牧业生产总体保持平稳发展的良好势头,猪肉、蛋、奶等畜牧产品市场供应稳定,价格较去年明显回落。农业部有关人士昨天判断,明年猪肉等产品的价格可能会大幅波动,将继续采取政策措施稳定畜牧业生产,维护市场稳定。

去年以来,我国猪肉、牛奶和鸡蛋等主要畜产品生产出现了较大幅度的波动,特别是去年5月份以来猪肉价格的大幅上涨和去年10月份以来的反弹回升,成为影响我国居民消费价格总水平上涨的一个重要因素。今年上半年CPI涨幅7.9%,猪肉等食品价格就拉动6.64个百分点。

农业部畜牧业司司长王智才表示,国家对此高度重视,及时出台了扶持生猪、奶业、蛋鸡生产发展的一系列政策措施,各地各部门认真贯彻落实,有效调动了广大养殖户发展生产的积极性。

据农业部对20个生猪重点省份跟踪监测,8月份生猪存栏同比增长10.6%,出栏同比增长16.4%。自4月份以来,仔猪和活猪价格连续21周下降,累计降幅分别达到23.1%和16.4%。猪肉集贸市场价格连续7个月下降,累计降幅达到13.1%。生猪养殖继续保持盈利。据测算,目前出栏一头100公斤的肥猪平均纯收益在160元左右。

王智才同时表示,目前影响后期生猪生产长期稳定发展的一些苗头问题已经显现,能繁母猪增长过快,预计明年上半年生猪出栏增加较多,在春节消费高峰过后,价格有可能明显下降,如不采取措施,将可能引发新一轮市场波动,不利于猪肉生产的稳定供应。

同时,饲料等生产成本上涨过快,将拉动养殖成本攀升,传导带动畜产品价格上落。

扯“统一通信”大旗 思科掘金券商业

◎本报记者 张福

中国“统一通信”市场的蓬勃发展吸引了众多国际巨头的目光。包括思科、微软、IBM等国际巨头纷纷“挖掘”中国统一通信市场这一金矿。

记者昨日从思科获悉,思科正在着力挖掘统一通信市场中的细分市场——券商业领域。目前,国泰君安总部已经启动了思科公司提供的开放式“统一通信”解决方案,借助统一通信平台把语音、视频、数据和移动性整合到一个电话系统中,使沟通更顺畅,协作更高效。通信后期维护成本降低30%左右。据了解,国泰君安还计划在北京、上海等地的分支机构继续部署思科“统一通信”解决方案。

思科方面介绍,从券商的角度看,证券业网络运营成本较高,其中绝大部分是通信费用。基于IP先进可靠的语音技术不仅打破了空间的藩篱,还可以保证员工在使用网络通话过程中不产生长途话费,这种网内“零话费”的通信方式为国泰君安带来了通讯成本上的大幅度减少。

而国内的统一通信市场也处于迅猛发展时期。赛迪顾问数据统计显示,2008年上半年,中国统一通信整体市场规模已达到21.01亿元,同比增长超过60.9%,远超2006年全年的市场规模。赛迪顾问预测,今年全年市场规模将超过48.7亿元,同比增长57.1%。至2012年,中国统一通信整体市场规模将达到152亿元,平均年增长率超过35.7%。

否认退出传言 承认存在利益分歧

北奔克莱斯勒重谈代工推广费

◎本报记者 吴琼

在欧美汽车市场的不景气之际,中国市场变得更为重要,这也增添了中国车企和外资博弈的砝码。昨日,北京奔驰内部人士否认了外界盛传的“克莱斯勒300C和铂锐退出北京奔驰”一事。上海证券报获悉,引发退出传言的导火索为利益。目前,在北汽控股主导下,北京奔驰正和克莱斯勒谈判,涉及代工费用、推广费用等事宜。

外界盛传,本月下旬,北京奔驰将召开董事会,讨论议题包括“克莱斯勒300C和铂锐是否继续在北京奔驰生产”、“对克莱斯勒进行营销网络、销售权、现金及其他补偿”。但昨日,上海证券报致电北京奔驰相关负责人,其表示,公司没有接到任何克莱斯勒300C和铂锐将退出的消息。

此前,克莱斯勒在一份公告中指出,北京奔驰和克莱斯勒签署了技术许可协议,许可北京奔驰在中国生产并销售克莱斯勒品牌产品。在此协议下,国产克莱斯勒300C于2006年11月正式上市,随后铂锐也于2008年3月上市。该业务关系在2007年戴姆勒与克莱斯勒全球拆产后并未改变。

记者了解到,该授权使用协议,自克莱斯勒300C和铂锐自投产之日起6年有效,也即300C授权使用协议将于2012年到期,而铂锐的合同将于2013年到期。由于该协议并不涉及产销量,故即使产销量并不乐观,也不影响协议的



执行。

但为何此时传出“克莱斯勒300C和铂锐退出北京奔驰”一事?记者获悉,这主要源于利益分配问题。自戴姆勒和克莱斯勒分拆后,克莱斯勒不再持有北京奔驰股份,但其两款产品仍在北京奔驰生产,因此北京奔驰正和克莱斯勒展开一轮谈判。鉴于克莱斯勒在中国目前仅在北奔生产相关产品,中方希望借此机会讨价还价,获得更多有利条件。

戴姆勒和克莱斯勒分拆前,北京奔驰需要向戴克支付车型授权使用费。但如今戴克

分家后,这笔钱应该直接交给克莱斯勒。有关支付问题,北京奔驰和克莱斯勒产生了一些争议。此外,克莱斯勒的两款车型均在北奔奔驰下网络销售,克莱斯勒需向北奔奔驰支付推广费用。双方对此亦有一些不同看法。

对于这场纷争,克莱斯勒官方未发表评论,仅表示,公司一直保持与北京奔驰的沟通,寻求通过合作确保克莱斯勒300C、铂锐两款车型在中国取得与全球市场一样的成功。今年,克莱斯勒公司在中国销量增长将超过100%。

大众未来10年销售增长 仰赖新兴经济体

欧洲最大的汽车生产商大众汽车公司8日表示,新兴经济体尤其是亚洲和俄罗斯,将是公司未来10年销售增长的主要引擎。

大众公司预测,2018年印度市场的汽车销量将比现在增长171%,达到460万辆;中国的汽车市场规模则将翻一番,达到1450万辆;而俄罗斯、巴西汽车销量则将分别增长62%和52%,各达420万辆和350万辆。

大众公司首席财务官表示,大众计划到2010年把生产线上的车型增加30%至88种。而到2010年,其轿车、SUV以及卡车的销量将增加20%以上。(新华社)

李兆基:地皮供应增多导致招拍流标



◎本报记者 陈刚

近日,在复旦大学“李兆基图书馆”挂牌仪式上,香港地产大王李兆基应邀出席。对于上海最近出现的流标问题,他表示,现在国内地皮出让的选择较多,对于地产商来说,不同于以往拼抢一块土地的情况,而对于下半年内地楼市的走向,他表示长期看好。

最近,上海“今年最热门的住宅用地”长风地块宣告流标,值得注意的是,该地块是长风生态商务区推出的第一幅住宅用地,此前因其纯住宅的“稀缺”性质而受到市场广泛关注,并吸引了和记黄埔、仁恒地产等29家企业领取了挂牌文件,但结

果却是无人问津。

现在各地都有不少地皮推出,对于地产商来说,可选择的机会增多,每家企业都会选择对自己来说最好的地块,不用抢的!对于上海出现热门地块流标问题,李兆基作了上述表态。而面对房地产市场形势逆转,开发商保护资金链被业界视作导致今年土地市场遇冷的主要原因。

李兆基同时称,对下半年楼市仍然保持乐观情绪。我们对国内房地产市场有信心,长期来说是看好的。”李兆基说,短期内买家对后市观望态度比较强烈,但是“金九银十”即将到来,销售或许可以放量。他相信房地产市场的需求还是有

的,只不过目前股市、楼市都不稳定。等到情况稳定下来,买家就会放心买房。

对于如何稳定沪深股市的问题,李兆基则表示相信政府会有好的政策。

近日,美国宣布将两大房贷抵押融资机构“房利美”和“房地美”暂时纳入政府监管管理,被称为“美国历史上最大的政府救市行动”,对此,李兆基表示,消息出来后,香港股市和亚太周边股市均抬升不少,国内A股却没有怎么升,对此,政府部门自有抉择,以后可能会有好消息。”他还表示:国家政策跟国际和国内经济的增长有关系,国家自然会有好的方法。”

中国电信拟明年发展逾5000万CDMA用户

◎本报记者 张福

中国联通C网即将交割给中国电信之际,中国电信似乎已经按捺不住运营移动网络的冲动。在近日一个行业论坛上,中国电信集团副总经理杨小伟表示,中国电信将大打融合牌,充分发挥其庞大的固定网络和宽带用户群体的固有优势,预计今年年底将在全国范围内部署1200万个Wi-Fi热点。中国电信还计划,2009年发展超过5000万CDMA用户。

分析人士指出,如果C网用户能够按照中国电信的计划发展,那

么意味着中国电信的C网用户将在2009年底就达到1亿用户,发展速度远远超过此前中国电信的预期:3年内将C网用户发展至1亿用户。

对于中国电信圈地3G,抢布Wi-Fi热点,中国电信内部人士称,10月份,中国电信基于CDMA网络的无线Wi-Fi终端将上市,前期将提供一部分Wi-Fi手机供测试用户使用,年底前将大规模推出。中国电信将整合CDMA和Wi-Fi,将CDMA业务和Wi-Fi业务进行捆绑,抢夺家庭客户市场,进而抢占公众用户。

据悉,Wi-Fi手机的速率大约在

2兆左右,理论最高速率可达到11兆,这一速率大大超出普通家用有线宽带。同时,Wi-Fi手机可实现VoIP网络电话功能,用户只要身在Wi-Fi覆盖的区域内,就可免费或以低廉的资费拨打国内或国际长途电话。

对于中国电信发展C网用户的计划,杨小伟表示,中国电信计划2009年发展超过5000万CDMA用户,合计达到中国联通过去六年的用户数总和。他强调:规模化运营是未来CDMA发展的关键,切入中高端市场是重中之重。”

鉴于此,中国电信将采用集中

采购与社会化并重的终端运营策略,在收购C网初期的第一阶段,将以集中采购、社会代理商分销的方式缓解当期CDMA终端供应紧张、终端销售渠道不畅的局面;第二阶段将以中档手机为突破口,积极推进从集中采购向社会化的平稳过渡。此外,中国电信将采取集团公司、国代、省分公司“三元制采购”的运营架构。

日前,中国电信董事长兼CEO王晓初也曾公布了C网未来的营销战略:希望集团在三年内把CDMA用户数,由目前约4300万增至1亿用户。

铁道部增开列车 应对中秋节小长假客流高峰

◎本报记者 于祥明

中秋节小长假将现客流高峰,铁路部门增开列车方便出行。昨日,铁道部新闻发言人王勇平表示,今年中秋节首次被定为法定节假日,又恰逢第13届北京残奥会正在举行,节日期间将出现客流高峰,铁路部门已经采取增开旅客列车、恢复图定编组、加挂车辆等措施,增加运输能力,方便旅客出行。

王勇平表示,预计今年中秋节期间,全国铁路将发送旅客1680万人,比去年农历同期增加399万人,增长31.3%。9月13日将出现客流最高峰,全国铁路将发送旅客480万人,比去年农历同期最高日增加126万人。

据介绍,铁道部已经制订了中秋节小长假全国铁路旅客运输方案。中秋节期间,全国铁路将开行动车组列车242对,同比增加78对,其中直通35对、管内207对。为增大动车组列车运载能力,京哈、京广、沪宁、合宁、沪杭线动车组列车将重联运行。”王勇平说。

数家海外航空公司 下调燃油税

◎本报记者 索佩敏

近日,随着原油价格的大幅下跌,数家海外航空公司下调了部分航线的燃油附加费。记者昨日从携程旅行网机票业务部门了解到,从9月8日起,汉莎航空、新加坡航空等宣布下调部分国际航线燃油附加费。

汉莎航空宣布,从中国始发去北美、南美、非洲的航班,燃油附加费调整为每个方向160欧元。此外,9月9日起,新加坡航空及其支线子公司胜安航空也宣布,下调新加坡往返东南亚等地区的部分航班燃油附加费,每航段燃油附加费下调4美元。

国际油价自6月以来不断下跌,近期几乎跌破每桶100美元的关口。今年燃油附加费不断上涨,最近少数海外航空公司开始下调燃油附加费或许意味着一个转折点的到来。

■高端访谈

瓦格纳中国行: 通用“押宝”新能源车

◎本报记者 吴琼

高油价、高成本下,通用汽车面临前所未有的压力。带领这艘百年战舰走出困境,是总裁兼首席执行官理查德·瓦格纳的当务之急。

近日,格外青睐中国市场的瓦格纳专程来中国,表示通用汽车将加强与中国的合作。2010年,通用汽车的新能源汽车将在上海世博会上亮相。瓦格纳同时表示,通用汽车正在攻坚克难,对公司的未来充满信心。

产品转型

目前,在瓦格纳主导下,通用汽车正在进行大规模断计划和减产计划,以带领公司走出困境。而在产品线上,通用汽车采取系列应对高油价的举措。长期瞄准新能源汽车,短期发展小型车。

瓦格纳指出,通用汽车将继续加强与上海的合作。在上海世博会上,我们将展示新能源技术,为减少二氧化碳排放作努力。”瓦格纳表示,在全球范围内,通用汽车都在寻找多种可替代能源的商业化,最近上海通用已推出节油15%以上的别克君越油电混合动力车。也在研究电子能源技术,并在研究氢动力能源技术,所有选择都可能适合中国。”

我们也在开始研究增程型电池车、其他替代能源,这些新的替代能源将取代汽油。”不过,瓦格纳也理智地表示,目前无法预测何时电池将在全球范围取代汽油。”

正因为电池技术商业化无法预计,通用汽车开始另一手准备:即迎合消费者习惯转向生产更节油汽车。瓦格纳称,首先,未来计划推出的19个车型中,18个是紧凑型车和交叉车型,这将迎合消费者节油观。其次,快速推出燃油经济性的新技术,这将提升我们弱市时的竞争力。”

重视中国

与以往一样,瓦格纳毫不掩饰对中国市场的热情,而中国市场也很给瓦格纳面子:上半年通用汽车在中国内地共销售590126辆,同比增长12.7%,继续保持领先地位。

瓦格纳指出,自从我们在中国建立合资企业以来,我们和上汽集团一起取得了成功。在六大品牌中,最先进入中国市场的就是别克品牌,目前别克品牌在中国已经超过了美国市场。雪佛兰品牌进入中国稍晚,鉴于其良好的发展势头,它将成为非常有潜力的品牌。在高端品牌中,凯迪拉克具有最好的成长性,预计中国将成为凯迪拉克全球第二大市场。此外,我们特别满意上汽通用五菱的成绩,最近它也出口到了南美。另外两个品牌即萨博、欧宝,是市场较窄但满足个性化需求的品种。”