

中信资本“抛绣球” 鸣海制陶“送秋波”

把日本公司卖到中国来?

“我们正在积极探寻其中的可能性。”中信资本董事赵涵曦说,鸣海制陶株式会社很可能首吃螃蟹。这家日本有名的骨瓷餐具制造商,据说正在接触国内的潜在买家。

这两年热热闹闹的海外并购热潮中,中国人买下美国汽车企业、属于欧洲的奢侈品牌,而作为“技术、质量和精细化”代名词的日本产品,“在改造后”对国人也极有吸引力。“在一些特定领域,这个世界上只有日本人能教我们。”国内一家百亿量级的PE基金人士说。

对中信资本而言,这是前所未有的机会。“为所投公司寻求中国国内退出可能性”因此也成了赵涵曦和她的团队的新任务。这位中信资本的董事负责其海外基金的投资,“在日本IPO、卖给日本公司”是中信资本在日本所投公司的“传统归宿”。

为何一家刚刚涉足PE的新兴基金能够成功出海?为何其能在PE林立的美国,尤其是对PE高度警惕的日本市场都能打开局

面? “首先得益于中信集团在日本的良好声誉。”中信资本首席执行官张懿宸指出,中信集团从1983年起就通过发“武士债”而进入日本市场,“从没有违约记录”带来了良好的品牌效应。启用纯日方团队也被认为是重要原因,其在国内启用了9人的日方团队,国内则还有4人打配合。“最后一点则是投资策略。”张懿宸说,“我们不做恶意并购。”从1990年代末到2006年以钢铁基金为代表的西方并购基金横行日本市场,日本人迄今对这些基金翻手为云覆手为雨的恶意收购行为记忆犹新。

“中国故事”的吸引力

今年6月,中信资本成功把HigashiyamaFilm公司63%的股权收入囊中。这家东交所创业板(JASDAQ)的上市公司,其业务是为诸如手机的触摸屏提供镀膜技术,“全世界只有两三家企业可以做”。但这么一个有技术壁垒的上

市公司被收购,却并未在媒体上掀起轩然大波。

中信资本团队已经熟悉市场的这种“低调”,包括对鸣海制陶在内的收购情况都大致如此。2006年8月对鸣海制陶的收购,中信资本在其中的股份占到了90%。尽管只是家制造企业,1946年成立的鸣海制陶在日本却有很高的知名度,其高端骨瓷产品在质量、工艺、原料以及设计上独树一帜,是包括Four Seasons, Ritz-Carlton等众多全球顶级奢华酒店指定使用的餐具品牌,并为日本皇室特供餐具。能达成这笔交易,张懿宸在诸多场合都认为“某种程度上是一种光荣”。

那么,缘何中信资本能够吸引鸣海制陶?“我们一直强调的是,中信资本能帮它们进入中国市场。”赵涵曦说。其所在的机构驻扎在中国的团队就要从“中国视角”验证潜在目标公司有没有可能进中国。“在DD(duediligence,尽职调查)阶段还要反复验证可行的中国战略。”赵涵曦说。

虽然策略与在日本不同,中



信资本在美国实行的是“跟投政策”,但如果合作伙伴推荐的企业“讲不出中国故事”:既不能把产品卖到中国也不可能借力中国削减成本,“这样的项目我们就不会做。”张懿宸说。

在日本亦然,如果没有了“中国故事”,对中信资本而言,“吸引力就降低了”。当初参股Pokka,中信资本“希望能够在中国做点事情”。此前这家以自动售卖机为主要销售渠道的罐装咖啡企业,毛利率高达60%,但净利润率却只有

4%;其中原因就是中间环节过多。在“日本价值提升空间非常高”的情况下,公司的高管层很容易就把重点放到了内部重整,投资后砍掉了一部分中间环节,这家公司的净利润就一下子蹿高。

中信资本目前已经出售了其所持有的40%的Pokka股权。尽管这笔生意已经使得中信资本获利不少,但中信资本仍然在和其投资伙伴一起为Pokka在中国的商业模式和市场拓展想办法。(摘自《21世纪经济报道》杨咏/文)

清洁技术领域最能吸引风险投资

Grant Thornton 京都天华会计师事务所日前公布的一项最新调查结果显示,2009年在私募股权投资领域,流向清洁技术领域的国际风险投资资本的比重超过其他所有领域,其中最受关注的行业包括太阳能、交通运输业以及能效产业。

根据 Grant Thornton 2010《国际商业问卷调查报告》的一项行业调查,清洁技术领域34%的企业对于其在所在国家的2010年经济前景表示乐观。

因此,清洁技术领域35%的企业希望在2010年扩大他们的员工队伍,这一比例较其他行业平均值高出9%。此外,该领域42%的企业认为在2010年将实现利润的增长,仅次于金融行业(45%)。

尽管2009年底举行的哥本哈根首脑会议最终未能就应对气候变化达成一揽子协议,调查结果显示清洁技术对于世界经济的重要性仍保持上升势头。

经济衰退对清洁技术领域同样产生了影响——北美、欧洲、中国和印度的风险投资总量由2008年估算的84亿美元下降到2009年的56亿美元,投资总量降至2007年水平。但2009年已经完成的交易数量预计较2008年的567件有所回升至600件左右,2010年预计这一数字将出现大幅上升,仅第一季度交易数量已达到200件。

调查结果还显示,与私募股权投资相同,发达和发展中国家的政府正大幅增加清洁技术领域的投资预算,以追求经济增长及应对公众舆论。

Grant Thornton 京都天华会计师事务所副董事长及合伙人夏执东表示:“尽管经历了经济低迷,政府及私募股权投资对清洁技术行业的支持没有明显的减弱。但是行业需要在产出的基础上节约成本以呈现明显的投资收益。”

夏执东还表示:“企业需要密切关注新兴市场中的机会,因为在将来,对能源的最大需求将来自这里。此外,消费者从态度上和实际行动上买进清洁技术的强烈愿望,将最终成就这一行业的成功。”(摘自《解放日报》)

动漫“金矿”等待开采 动漫产业依然差钱

风投对动漫爱有多深?和谈论动漫行业憧憬时的眉飞色舞相比,在实际行动上,风投似乎顾虑重重。

动漫,一块诱人的蛋糕

以动漫强国日本为例,每年因动漫业创造的GDP占整个日本GDP的十几个百分点。而目前在国内,这个“快乐经济”也呈不断增长的趋势。数据显示,中国动漫产业产值已达180亿元,但仍只有1000亿元市场等待开发。正是因为如此诱人的商机,风投们才会前仆后继地去开采动漫这座“金矿”。

然而,当风投遭遇动漫,结果真的是“皆大欢喜”吗?

在刚刚结束的杭州第六届中国国际动漫节里,签约项目近200个,涉及金额83亿元,现场成交额23亿元,总金额逾百亿元。但是,根据动漫节组委会工作人员介绍,这些签约项目多为电视台、各大城市主要院线对于动画片的采购,却没有一个是风投对于动漫的投资。“仅仅有两家风投对具体动漫项目表示了兴趣,

但是,也只是有意向而已。”和谈论动漫行业憧憬时的眉飞色舞相比,在实际行动上,风投似乎顾虑重重。

获得风投青睐的“模范生”

据统计,自2006年以来,国内有多家动漫企业获得了风险投资,如湖南宏梦卡通、浙江中南卡通等,但与全国5000多家动漫企业总数相比,依然少得可怜,可以用“凤毛麟角”来形容。那么,这些获得了风投青睐的动漫“模范生”都有哪些特质呢?

据中南卡通董事长吴建荣介绍,中南卡通在涉足动漫产业后,就依托原创动画片形成的自主知识产权和自有动漫品牌,以版权贸易和品牌授权为赢利点,形成了一条以自主知识产权为核心的动漫产业链。

广东动漫游戏产业研究中心的主任张新雄则说:“与纯粹做原创动漫相比,有实体支撑的动漫企业,比如浙江太子龙、广东奥飞动漫,在传统领域有相对稳定的产品与业务,更容易获得金融资本机构的青睐。而已建立起完善

经营管理团队和商业运作模式的企业,其动(漫)画产品有较广泛的受众群,很可能成为民间投资者或机构投资者们下一步关注的目标。”

动漫产业依然差钱

动漫产业叫“穷”已经不是新鲜事了。为何动漫企业对资金有如此大的需求?最直接的因素是制作成本。据了解,以动画片为例,电视动画片的制作成本每分钟3000元至8000元,制作一部电视动画片动辄几百万元。“电视动画片一般都会朝着系列的方向做,前一部的成本还没收回,通常就得开始下一部片子的制作,对资金的需求量很大。”神笔动画集团董事长左晋表示。

“做动漫风险很大。”厦门嘉影动漫有限公司董事长蔡文雄说,“在衍生品盈利之前,几乎所有的资金投入(包括找编剧、写剧本、做出成片到联系播出等环节)都得公司出钱,万一出现什么变故,这些前期投入就都打了水漂。所以,企业非常希望能吸引其他资金进入,缓解经济压力,共担风



险。”汇丰直投中国首席代表梁英杰认为,这对投资者来说,商业利润看不清,自然会产生顾虑。所以,动漫要吸引风投,应让投资人看到利润的所在点。

郭鑫则指出,除了寻找风投之外,处在创业初期的动漫产业,还可以寻找别的融资模式,比如政府引导基金等。“在日本,有专门的融资委员会,负责为有潜力的中小型动漫企业提供资金服务。目前,国内也开始有了类似的组织,杭州则是做得比较超前的一个城市。所以建议动漫企业不要一窝蜂地去找风投,毕竟,风投只是融资渠道中的一个。”(摘自《浙商》倪轶容/文)

影院投资:小心盛宴背后的泡沫

6月末,华谊兄弟的首家影院开业。几天后,星美国国际宣告了约12亿港元的影院收购计划。在刚刚过去的半年中,有关影院投资的重磅炸弹不断抛出,以北京银行为代表的各方财神也纷纷拥向院线。

影院的诱惑

在不断被刷新的票房奇迹面前,尤其是在中国电影票房连续5年年增长30%的激励下,似乎没有人能够抵挡住对影院投资的诱惑,黎锋也不例外。这个有着20年从业经历、曾策划电影《英雄》营销的业界大腕,今年3月以北京网尚数字电影院线有限公司(以下简称网尚)董事长的身份,正式进军影院投资领域。

“今年一季度全国电影票房就近30亿,比2009年同期增加了135%。我保守地估计,不到20年,中国电影票房就会达到10万亿,甚至30万亿。”黎锋很自信地对记者表示,目前国内银幕总数是5000多块,而实际的市场容量可达20万块,其中网尚希望占据10万块。

集团刚被星美购入囊中,而此次收购完成后,星美国国际将成为内地拥有最多影院的上市公司。

投资方的热情

中国院线的一路高歌,银行是必不可少的助推者。

其中,北京银行算得上是最大胆的探路者。“从2007年年底与北京市文化创意产业中心签订了合作协议到现在,我们已经做成了800多笔、130亿规模的项目,其中支撑电影各环节的有63笔,涉及40多部影片。”北京银行中小企业部总经理徐毛毛告诉记者,对于国内的前六大院线,北京银行一直“很感兴趣”。截止到目前,北京银行已与万达院线达成4个亿的合作,向中影数字放映设备投资2个亿,投资时代今典集团1个亿。

更多的投资方都开始了积极

行动。高军说,新影联一年前就开始与6家投资机构开始了接触,其中不乏摩根士丹利、华平基金这样的大腕。“目前谈得最好的是渤海基金,我们希望能做成中国院线第一股。”

院线投资的另一股力量来自江浙民企老板。中影影院投资有限公司开发总监程光燕表示,从去年10月开始,她每天都会接到一两个想投资影院的咨询电话,尤其是二、三线城市的老板们都在急切地寻找影院投资项目。短短数月内,各种规模的影院已在江浙的小城镇里横空出世。

正在吹大的泡沫

“很多人盖影院的热情很高,应该为他们创造一个安全的投资环境,但目前的泡沫在增长,一铲子挖下去并不一定是商机,也许是巨大的风险。”高军告

诉记者,如今影院市场的竞争环境发生了微妙的变化,以往单座位的投资额是1.2万,今年已经达到1.5万以上,未来会涨到2万以上。而影院的投资回报周期通常为5年,因为5年后需要对影院设备进行更新,意味着要进行第二轮投资;如果不能在此期间收回成本,就肯定是亏本买卖。

成气候的影院也感到了市场高速增长带来的烦恼,开始寻求创新来规避风险。短短3年就跻身“亿元票房俱乐部”的大院线就自己研制了一套管理平台,售票、小卖部、广告、增值业务全部联网,还将企业内部的办公、财政、物流、人力资源等也集成在一起。这样一来,网上售票份额不断上涨,已占到售票总额的30%,院线甚至可以分析出小卖部营业额增加的原因,人员的调配也有据可依。该公司政策应用部经理张笑宇说:“未来影院可放映足球赛、音乐会、庆典等,这些都是需要抓住的新增长点。”

而千家同放一部片的现象是更大的隐忧。刘小勇表示,院线的细分化势在必行,比如划分出艺术院线和商业院线。中影集团董事长韩三平曾表示,目前院线的竞争基本上都是片源的竞争,拿到好片的独家上映权,就是院线安身立命的法宝。中影也将在未来尝试“单线供片”,也就是所谓的院线垄断片源,某些影片只能在某条院线上映。(摘自《华夏时报》胡钰/文)



苹果错失中国市场

联想再次露出了要和IT巨人苹果公司竞争的打算

联想董事长柳传志日前在接受国外媒体采访时表示:“我们很幸运,因为史蒂夫·乔布斯的脾气很坏,并且不关心中国市场。”他指出,在中国市场上,联想乐Phone比iPhone有优势。

这已经不是联想第一次对苹果“下战书”。在联想手机新品乐Phone发布的当天,柳传志就曾表示要背水一战。此后,在联想发布上一季财报时,联想CEO杨元庆再次表达了这一愿望。他表示,为了帮助乐Phone获得更大的销量和市场份额,甚至做好了第一年不盈利的准备。柳传志也重申了乐Phone更适合中国用户的观点。

和高层的决裂心相对应,在店面销售中,联想针对iPhone的猛烈营销已经展开。和苹果在中国有限的销售渠道和销售方式相比,联想乐Phone的营销方式要主动得多。

日前,一份用于乐Phone打压竞争对手的“十大销售话术”在网上曝光。这份经销商实战手册阐明了乐Phone促销人员应当熟悉的iPhone劣势,包括iPhone不能更换电池。手册称:“如果不能更换,手机简直就成了一次性的消耗品!”“iPhone不支持短信群发,当需要群发节日祝福、工作通知时就傻眼了。”

“为了增加乐Phone的销量,联想的确下了狠心。”一位研究手机市场的业内人士近日对记者评论说,至少在定价上,乐Phone已经“降得足够低”。他介绍说,单是采购触摸屏、CPU和内存等配件以及缴纳的专利费,乐Phone配件的成本就超过200美元,然后还要加上研发费用、生产制造费用和市场推广费用。他表示:“联想和联通合作有2899元和2499元两种合约价,而目前在市场上通过其他渠道能买到2500元左右的裸机。就这个价格而言,联想能不能赚钱很难说。”

不过,这位业内人士指出,对于乐Phone是否能拼得过苹果不敢妄加评论。“它更现实的意义是给国内其他手机厂商的定价造成了很大压力,除非打定主意不赚钱或者赔钱,否则同类竞争者要想定那么低的价格真的挺难。”(摘自《北京晨报》张黎明/文)

姚明及谷歌投资巨鲸音乐

2010年7月,巨鲸音乐获得来自谷歌与姚明的第二笔数百万美元投资。巨鲸音乐CEO陈戈透露,不排除整合相关资源推出独立音乐搜索的可能,按已确定的计划巨鲸音乐将于年底推出音乐云计算服务。

此轮融资完成之后,谷歌仍然只是巨鲸音乐的小股东。另据消息人士透露,还有一家移动互联网、互联网及手机领域有诸多投入和投资的公司,正在与巨鲸音乐进行战略合作的深度谈判,未来甚至有望直接进行投资。

(摘自《中国创业投资网》)

国药准字H46020636
快克
复方氨酚烷胺片
一天一粒防流感
一天两粒治感冒
海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销