

# 三亚酒店 万元入千元抛 炒家损失惨重

## 多少ST公司能“咸鱼翻身”

在“国际旅游岛”的概念刺激下,这个冬天,温暖湿润的三亚海风中,充斥着非理性的亢奋,但在刚刚过去的春节期间,这种亢奋急剧降温,房市交易清淡,豪华酒店入住率下降。

究其原因,在于亢奋心理干扰了投资的理性判断。比如,平日一晚千元的酒店,居然被炒到过万元,这意味着在三亚住上一夜,相当于马尔代夫六日游全程费用。当旅行社或炒家大量囤积这些过万元的酒店房间时,游客只有“用脚投票”。这使得往年入住率高达95%以上的豪华酒店,今年春节好一点的为75%,低的还不到50%。

楼市也是如此。往年春节期间是三亚楼市成交的高峰,但今年春节却有点“冷”。2月中旬的10天里,商品房签约量环比2月上旬有74.7%的下滑。

笼罩在头顶的光环正在消散,希望今年的三亚少一些亢奋,多一些理性,市场更加有序,发展更加稳健。

春节黄金周过去了,不过海南很多旅游者的脸上并没有显现出往年此时应有的喜悦。节前一夜超万元的天价豪华酒店“吓跑”了不少大众游客,这让不少买断过多高端酒店客房的海南当地部分旅行社“有房无市”,损失惨重,不得不万元“进货”,千元“抛售”。

### 高端酒店低入住率

“我们原本想春节去三亚,但看到酒店价格动辄超过一夜1万元,我们就转向去了泰国游。”游客张女士说。

张女士的态度印证了今年大多数游客对三亚“用脚投票”的态度。根据几家大型旅行社反映,三亚五星级酒店在节前受到国际旅游岛投资热潮影响而集体涨价到过万元一夜后,大多普通旅行者都放弃了三



亚旅游行程,这使得近期赴海南的航班出现怪相——头等舱客满,但经济舱无论如何降价打折都吸引不到太多大众旅客。

高端客毕竟是少数,缺少了大众游客的三亚豪华度假酒店在今年春节黄金周期间入住率明显下降。据三亚亚龙湾红树林酒店、三亚国光豪生度假酒店等反映,从大年三十到初六,平均每天入住率仅为60%左右,而去年同期,入住率高达95%~100%。根据HRS全球订房网统计,春节期间三亚高端酒店入住率较高的只有75%,低的甚至不到50%。

“以往黄金周期间高端酒店的入住率是极高的,90%以上不成问题,但根据今年旅行社收客情况来看,三亚高端酒店春节期间平均入住率起码都下滑了15%~20%。”海南当地最大旅行社之一的康泰旅行社有关负责人肖宝军透露。

### 囤房旅行社损失惨重

记者在采访中了解到,节前不少炒房者或旅行社由于看好黄金周旅游市场而大量买断客房,这让高端酒店表面上拥有逾80%的“高预订率”,但风险随即转嫁到囤房者手中。

“今年春节期间的三亚高端酒店是高房价、高预订率但低入住率,我们高估了市场。”一位不愿透露姓名的当地旅行社业者透露,高端酒店1.5万元一夜的客房通常会以1万元一夜左右的价格出售给旅行社,而旅行社包装成产品后再以1.2万元一夜左右售出,但买断客房的旅行社必须向酒店支付客房费用。所以即便今年三亚高端酒店入住率降低,但由于酒店事先已收到来自旅行社的账款,故酒店方面经济损失并不大。真正受影响的是那些买断过多客房后,却未全部在春节前售出的旅行社。

据报道,民间旅行社是海南当地一家大型旅行社,由于资金实力较雄厚,所以在节前囤积了1000多间客房,市场保守估计,该旅行社起码投入了数百万元用以买

断。其内部负责人透露,大多普通游客都无法承受过高房价,这导致其春节期间平均每天有100多个房间空置,有时甚至达到200多间。这造成该旅行社春节期间损失近200万元。

为了尽量减少损失,部分旅行社只能采取“割肉”政策,以万元一夜价格“进货”,却在大年初二开始以千元一夜价格“低价抛售”。海南天宇旅游有限公司以120万元,拿下500多个高端酒店房间,比去年同期增加30万元投资,然而大众客源流失让该公司在春节期间有15%客房都以半价抛售,收益比去年同期少了几十万元。

节后房价大跳水

携程旅行网数据显示,黄金周过后的2月下旬,三亚地区的三、四、五星级酒店平均预订价格分别为每夜460元、620元、1300元左右,相较“春节长假”期间,同比普遍下降了六成左右。HRS全球订房网统计,部分黄金周期间逾1.5万元一夜的豪华酒店房价在节后降价万元,回归到1000多元~2000多元一夜。比如三亚的丽思卡尔顿酒店在2月13日至17日期间海景房每晚2万元,3月初房价则只有每晚1900元。

“我们完全有实力在节前投入巨资买断部分客房,但我们意识到旅行社针对的是大众游客,他们不可能承受过高价格。”肖宝军告诉《第一财经日报》记者,在各地分公司了解大众客源的情况后,康泰旅行社今年春节根本没有买入任何高端酒店客房,坚持只做大众团队市场,故避免了损失。“现在节后房价大幅下降,这使此前积压客房未出售的旅行社雪上加霜,对当地旅游市场也不利,这给了业者一个教训,我们面对虚高的市场必须保持理性,切勿盲目投入。”

(摘自《第一财经日报》)

企业“大得不能倒闭”是对市场机制的扭曲。为了避免这样的大型企业倒闭,整个金融和经济体系都将为此付出不菲的代价。这样的企业少一些,中国经济或许就会更好一些。

## 企业“大得不能倒闭”的经济代价

企业“大得不能倒闭”,其实是对市场机制的扭曲。尽管如此,在美国、中国等经济中仍存在这样的现象。为了避免这样的大型企业倒闭,整个金融或经济体系都将为此付出不菲的代价。

其实,这样的认识,只有当危机来临时才会触动我们。本次金融危机爆发后,美国政府再次认识到:有些金融机构真的“大得不能倒闭”。一旦倒闭了,将引发整个金融体系、甚至经济体系的危机。

为了避免这些大型金融机构的倒闭,美国的整个金融、经济体系不得不为此付出不菲的代价。例如,美国财政部用政府的钱给其他大型金融机构补充资本金,美联储用量化宽松的货币政策向市场无限地注入流动性,甚至直接向财政部融资。尽管这种行为偏离了“强势美元政策”,并且已经伤害到美元的国际货币地位。但为了应对短期的危机,美国政府已经一时顾不上长远利益了。

另一个代价则是异化了大型金融机构行为。对投资者来说,公司未来的盈亏存在不确定性,因此成为公司股东就如同参与

一场博弈。对风险偏好为中性的投资者来说,“零和”的博弈是不值得参与的。但是,当政府的救助义务成为“天经地义”时,公司盈利归己、亏损由政府兜底,原本“零和”的博弈也就变得值得参与了。因此,我们可以断言,赋予一家追求利润最大化的公司“大得不能倒闭”的地位,一定会让它更加冒险地经营。

有的异化行为甚至严重到了让美国政府不能容忍的程度。以美国“大得不能倒闭”的一些金融机构滥发奖金例子来说,获得政府救助的金融机构大幅提升高管和员工的奖金,这与当前美国社会失业率上升到两位数的背景形成了鲜明对比。尽管政府尚未干预,但这一奇怪现象已经引发了美国社会的反思。

除了金融公司外,“大得不能倒闭”的企业在美国并不多见。自新世纪以来,美国政府放任了安然、安达信等公司的倒闭。但与美国相比,“大得不能倒闭”的中国企业却不断涌现。同样,中国经济也将不得不为“大得不能倒闭”的企业付出不菲的代价。

首先,中国的国有银行尽管效率并不

高,但“大得不能倒闭”。与美国政府在危机期间的选择一样,为了避免大银行的倒闭,中国也顾不得长远利益了。为此,政府不得不“暂时”放下整个金融体系的效率,强化国有银行的市场垄断地位、放慢金融市场开放的进程,以及限制外资金融机构和国内民营金融机构的市场准入等。

既然“大得不能倒闭”,国有银行也就缺乏改革的动力。在加入WTO组织之初,有关银行业开放条款曾短暂促进过国有银行的股份制改革。除此之外,改革缓慢“倒逼”银行业不能开放太快。在2008年底取消信贷规模控制之后,政府、企业和银行三位一体的扩张冲动再次释放出来,国有银行的行为又回到了上世纪90年代初期。与之相应的货币政策操作也不得不重新拿起来,如恢复了信贷规模控制等。

其次,在过去几年里,一些房地产开发商从银行和股票市场获得了大量资金,已经把自己的命运与银行、金融市场以及房地产市场紧密地联系在一起,因此也已经“大得不能倒闭”。一旦有大的房地产开发商倒闭,将引起一连串连锁反应:银行提供的房屋开发

贷款将变成不良贷款,股价和房价也有可能快速下跌,快速下跌的房价可能导致持有抵押贷款的买房人策略性违约。这些连锁反应都将可能引发一场中国版“次债危机”。

既然已经“大得不能倒闭”,这些房地产开发商就获得了“倒逼”经济政策的实力。也就是说,即使政府已经出台了抑制房价的政策,或政府已经开始回收被囤积的土地,大型房地产开发商依然在招投标中敢于推高地价。通过这种高风险的经营行为,“大得不能倒闭”的房地产开发商就将其他开发商挤出了这个市场。

再次,三聚氰胺事件及其以后的处理结果显示,中国众多的乳业企业也获得了“大得不能倒闭”的地位。出于保护当地奶业和奶农、以及当地GDP和税收的原因,对乳业的保护导致了乳品质量的“软约束”,导致含三聚氰胺产品又“卷土重来”。

当然,“大得不能倒闭”的行业和企业还可以继续历数下去。名单最终有多长,尚且不知。但可以知道的是:这个名单短一些,中国经济会更好一些。

(摘自《上海证券报》吴庆/文)

## 猫人豪赌 1000 家生活馆

10亿元的年销售额被称作内衣企业的“天花板”,然而春节刚过,中部最大的内衣企业猫人国际便宣布了雄心勃勃的扩张计划:在国内布局1000多家猫人生活馆,冲刺10亿多元的销售额,在2-3年内登陆创业板,打造中国内衣第一股。

“猫人打造东方版维多利亚秘密战略已经非常清晰,我们希望在未来5到10年,能够在全国拥有上千家性感内衣生活体验馆,这是我们非常明确的战略目标。”猫人国际董事长游林宣称。

### 打造东方版“维多利亚秘密”

据了解,“维多利亚的秘密”是美国顶级内衣品牌,在全美有1000家专卖店,2007年度销售额近60亿美元,其产品种类包括了女士内衣、文胸、内裤、泳装、休闲女装、女鞋、化妆品及各种配套服装、豪华短裤、香水化妆品以及相关书籍等。

2007年,游林带队到国外考察多次后,猫人便开始了一次华丽转身,悄然试水维多利亚秘密战略,其战略目标也由打造“中国时尚内衣第一品牌”转变为致力于打造“中国时尚服饰第一品牌”。

2008年下半年,猫人开始在国内打造10多家集多品类服饰于一体的一站式时尚



生活馆。在这个生活馆里,猫人的时尚贴身服饰、运动系列甚至饰品、香水,都可以在生活馆里买到。

经过一年试水后,2009年初,猫人正式启动在国内大面积启动生活馆建设活动。

目前,猫人旗下已拥有“Mellow secret”、“Mellow sport”、“zoka”、“Mellow Jeans”和“猫人”五个品牌,涉及时尚内衣、时尚运动装、时尚贴身服饰、时尚女装等多个品类,企业发展方向也从时尚内衣往贴身类时尚服饰延伸。

“猫人在争取变成一个多面手。如今每个内衣品牌几乎在利润上都在走下坡路,猫人的主业——内衣行业,利润空间正在下滑。至少是据我从经销商那里的了解,Rain做广告的Miiow Sport系列内衣,亏得还比较多。”曾参与并主导过婷美、北极绒、顺时针等内衣品牌,自称对内衣行业“每个毛孔都非常熟悉”的上海建硕营销团

队首席策划黄建硕告诉记者。著名品牌专家李光斗(博客)认为,5年建1000多个生活馆的规划,其实跟维多利亚秘密的策略很相似,这种做法对于自己的品牌能见度的提升有着很大的帮助。近几年,猫人从内衣转向侧重于猫人服饰,做时尚内衣,这其实是一种应对季节性波动的策略,包括猫人现在做多产品,多品牌,其实也就是一种营销策略。

### 冲刺内衣第一股?

为打造东方版维多利亚,猫人用“卖的不是内衣”来实现自身企业的突围。

2007年下半年,猫人在上海某咨询公司的策划之下开始融资,并确定上市目标。当年,他们对外发布的上市时间表,是2009年。近期,这个时间顺延至两三年之内。

2009年,猫人一口气在国内建了900多家生活馆。猫人品牌总监陶凯直言,除了100多家为猫人直营外,其余均为社会资金加盟。

陶凯称,由于猫人拷贝维多利亚秘密商业模式,打造内衣全产业链,企业销售具有倍增空间。2009年第三季度,北京一家著名投行斥资以战略投资者身份进入猫人国际。对投行“具体投资金额和所占股份”,陶以商业秘密为由不肯透露。

“在我的规划里面,除了品牌,其他专业的东西都可以外包出去,销售也要外包,

我们制作最擅长的事情,那就是品牌打造。”对于企业发展的规划,游林这样说道。在业内人士看来,猫人急剧扩张,主要是看中了2000亿的内衣市场蛋糕。

不过,有专家认为,猫人这种急速扩张的手法,将面临着极大挑战。把时尚生活馆开到1000多家,这对习惯了代理制管理模式的猫人绝对是个挑战。除了招商层面,这个模式最终的成功很大程度上还要看猫人的运作模式是否能适应新的变局。

此外,内衣市场容量的萎缩,也是猫人扩张战略面临的挑战。近年来,由于年轻消费者对内衣的排斥和内衣外穿等消费习惯的转变,令内衣行业销售大幅下滑;采购成本上升、价格下降,是内衣行业受到的第二大冲击。

此前,在国内内衣市场风生水起的南极人,现在市场基本销声匿迹;而三枪、宜而爽等老牌内衣品牌,价格亦是大幅跳水。

除了猫人,爱慕、嘉莉诗等内衣均提出了上市计划。不过,相较于前两者走商超等传统商业模式的复制性,猫人打造内衣全产业链、自建销售渠道的方式,更易受到投资者追捧。

“从代理制管理模式转向终端链掌控,在中国的市场肯定是很大。”针对猫人行业属性的变化及其强大扩张野心,李光斗这样表示,“但内衣行业是一个季节性强的行业,如何保证全年的盈利将成为最大的挑战。”

(摘自《21世纪经济报道》)

1月26日,因财务造假事件而受关注的银夏夏,在亏损困境中挣扎了多年之后,终于被一家债权人申请进行破产重整。鉴于多起通过破产重整而起死回生的成功案例,越来越多资不抵债的ST公司将“咸鱼翻身”的希望寄托在破产重整上。

据不完全统计,截至2009年底,共有24家A股ST类上市公司和1家B股ST类上市公司已经或正在进行破产重整,同时还伴随着上市公司的重组行为。进入2010年以来,ST类公司“求重整”的现象继续升温,ST科健、SST中华、ST得亨、\*ST宏盛等纷纷启动破产重整工作,使那些“老板”(从主板退市)公司也从中看到希望恢复上市的曙光。

2007年6月1日新《破产法》的实施成为催化剂,其亮点之一就是设立了重整制度,有利于上市公司的重组。原先的破产清算制度以保护债权人为主,如今的破产重整制度则体现了拯救企业、兼顾各方利益的思路,市场化特征更突出,引进企业破产“管理人”制度,最大努力提高清偿率,重整措施多样化,重整方式灵活性。

“破产重整应该会带来多赢局面。”首例A股上市公司适用新《破产法》的三安光电(原天熙科技),其破产重整与资产重组的经历充分证明了这一点。

业内人士评价认为,天熙科技破产重整从债务重组、股权收购、资产出售剥离和战略投资者注入资产四个方面同步展开,较好地平衡了各方利益。重组后天熙科技(三安光电)主营业务发生彻底改变,转变为LED外延片及芯片的研发、生产和销售,具备较强的持续经营能力和盈利能力,最终完成股改并恢复上市,而公司原债权人不至于颗粒无收,当地职工的就业问题得以解决,股东也通过二级市场获得了一定收益。

“破产重整”也逐渐成为当前二级市场的热门题材,造就了一个特殊板块和众多黑马,吸引了众多的资金参与。比如三安光电,股价就从5元多一路攀升到了最高78元的位置;在破产重整完成之后的S\*ST新太于复牌之日2009年11月27日起连续11个无量涨停;其他进入破产重整程序的上市公司包括刚刚启动相关工作的SST中华等,其股价也多有突出表现。

然而,二级市场股价的飙升对重组方也是一把双刃剑,除了“沉没市值”这一所谓的重组代价,还在于破产重整、资产重组中发行股份购买资产的定价博弈。证监会已经发布《关于破产重整上市公司重大资产重组股份发行定价的补充规定》,取消了原重大资产重组涉及股份定价以20日均价作基础的规定,而由相关各方协商确定,并提交股东大会审议通过。作为重组方,通常希望定向发行价格低于二级市场价格,而股价暴涨则会进一步激发大小股东间的这一矛盾。

但对于50多家ST板块个股而言,破产重整至少降低了重组方的成本,上市公司被“掏空”的风险大大减轻;破产重整可能带来公司基本面改善,尤其在经历了股改的市场化博弈,以及经历长期的债权债务压力煎熬之后,各利益相关方在ST类公司的重组上表现出了更大的灵活性和务实性,这些均让二级市场对破产重整概念股产生向好预期。

尽管如此,投资者还需要关注两类风险。一方面,一旦破产重整程序未获成功,公司就会转成破产清算,二级市场投资者有可能颗粒无收,但投资者对此认识仍不清晰;另一方面,由破产重整、资产重组所衍生的二级市场内幕交易、操纵股价问题也开始引起监管部门的关注,投资者需要谨慎参与这类题材股的交易。

(摘自《中国证券报》吴铭/文)

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

请在医生的指导下  
购买和使用

海南亚洲制药生产  
海南快克药业总经销