

屡败屡战 中国券商出海冲动不减

□ 曹咏

历史不会倒退,但却惊人相似。2011年10月31日,全球最大期货及金融衍生品经纪商之一——全球曼氏金融公司突然向法院申请破产保护。这家已经拥有218年历史的公司由高盛前董事长乔恩·科辛执掌,后者一心将公司打造成迷你版高盛,但最终使公司成为第一家因欧债危机而倒下的大型金融机构。上述一幕不仅让人回忆起2008年金融危机后的景象。

而中国人再一次被寄予厚望。据外电报道,中国银行旗下中银国际证券正在与已破产的曼氏金融洽谈资产收购事宜;但该消息并未获中银国际方面证实。事实上,关于中资券商收购海外资产的设想从金融危机时期就已具雏形;如今,愈演愈烈的欧债危机似乎又提供了新的机会。

“中国的大型证券公司正在研究如何跟随客户群赴海外投资。它们的优势是具有丰厚的资金,而海外公司则正在挣扎求存,因此可能成为被收购的对象”,毕马威中国合伙人廖润邦指出。“目前海外金融市场仍然低迷,为中国买家在估值方面带来优势。若中国企业希望走出去,现在就是最佳时机。”廖润邦表示。10年前,雷曼、美林、贝尔斯登等华尔街大鳄还是中国证券公司学习和效仿的对象;10年后,当初的这些学生们已经开始从全球市场的边缘地带,逐步走向中心舞台。而WTO是推进这一进程的重要



力量。

从贝尔斯登到东方汇理

中信证券做出了几次大手笔的尝试。2011年6月9日晚间,中信证券发布公告,称公司董事会已经同意由旗下全资子公司中信证券国际收购里昂证券及盛富证券各199%股权,总收购金额达3.74亿美元。

该交易中,里昂证券及盛富证券为法国农业信贷集团旗下的东方汇理亚洲和欧洲经纪子公司;2010年5月,中信证券就曾发布公告,表示将与东方汇理建立战略合作关系。不过,同样来自中信公告的前后两份方案,却在具体内容上有不少出入。2010版方案中,中信证券作为东方汇理唯一合作方,将与后者组建一家合资控股公司,双方各占50%股权。

根据2010年12月中信证券公告,新的合资公司将整合里昂证券、盛富证券、中信证券国际有限公司在香港的机构证券经纪及股票资本市场和

企业融资业务以及东方汇理银行于亚洲的股票资本市场及并购业务。

半年过去,中信证券还是决定从原方案中的对等合资后退到小股东的位置。“收购少数股权而非之前预期的建立合资公司或全面收购,但毕竟迈出了第一步。毕竟国内国际的经营环境完全不同,中信以少数股权入股,能够在充分了解合作方情况的基础上,再进行更深入的合作,这对中信而言是最理性的选择,这也能够在很大程度上规避境外市场的风险。”国泰君安分析师梁静表示。毕竟一朝被蛇咬,十年怕井绳。中信证券恐怕尚不能忘怀贝尔斯登之痛。

4年前,A股正值牛市,中信证券以7491元高价实施公开增发,250亿元巨资到手。踌躇满志的中信证券决定迈出国际化战略的第一步。当时有媒体报道,中信证券董事长王东明在2007年第一次临时股东大会上对股东如此解释:“万一哪天中国经济缓了,比如越南、印度经济在上升,比如一些发达国家跟中国业务相关的在上升,我们就可以互相弥补了。”

这具有标志意义的第一步,中信选择了当时的美国第五大投行——贝尔斯登。

根据2007年11月中信与贝尔斯

登签订的全面战略合作预案,中信认购贝尔斯登发行的约10亿美元可转换信托证券,转股后相当于后者总股本的6%,转股价约为11998美元。

但突然爆发的金融危机为上述合作画上休止符。

贝尔斯登成为第一家在危机中倒下的美国投行。2008年3月17日,摩根大通以换股方式全面收购贝尔斯登;一天后,中信证券宣布终止与贝尔斯登的所有协商工作。

最终,摩根大通换股价格确定为10美元/股,尚不足一年前中信计划参股价的1/10。

走出去的冲动

和海外收购相比,国内券商对出海平台的搭建已布局多年。香港成为当仁不让的选择。

会计师事务所毕马威的研究显示,截至2011年6月底,已有23家内地券商获准赴港设立子公司;这些香港子公司主要经营证券经纪、期货经纪和资产管理等业务,亦有部分从事财务顾问及企业融资业务。

统计显示,2010年已经有中信证券、招商证券、华泰证券等8家券商增资其香港子公司;而光大证券、长江证券等4家券商在香港设立子公司的申请也在2010年底获批。2011年4月至7月间,方正证券、财通证券、中信建投证券和齐鲁证券亦先后申请设立香港子公司。

在香港这块弹丸之地,中资券商引发的高潮终于在2011年第四季度来临。

10月6日,中信证券H股登陆香港交易所。紧随其后的将是海通证券。

作为中资券商的领军人物,上述两家券商不约而同地将H股上市的最终方向,瞄准世界一流投行。

中信证券公开材料显示,此番H股募集资金将全部用于海外;其中约65%用于建立或择机收购海外研究平台与销售及交易网络。而海通证券的H股募集资金投向,同样包括在海外择机设立或收购证券相关机构,发展证券相关业务。

这和此前登陆港股的中资券商对比明显。

资料显示,目前在港上市中资券商还包括1993年借壳上市的申银万国;2010年7月IPO上市的国泰君安国际,以及同年11月,被海通证券收购的香港大福证券。

“中资券商为争夺有限的客户资源,将国内盛行的‘佣金战’带入了香港市场,也是目前中资券商在香港市场生存的无奈之举”,招商证券(香港)研究员于大林表示。

中信、海通的H股秀,无疑为内地券商的出海之旅提供了新的方向。“内地券商纷纷选择H股上市,究其原因,除了丰富融资渠道以外,更重要的是可以搭建一个国际平台,为日后其国际业务的发展奠定基础。”今年10月,毕马威公布了2011年度的《中国证券业调查报告》,对中资券商的H股冲动点评称。

但这些瞄准国际一流投行的雄心壮志,还需经历新一轮欧债危机的洗礼。

“目前国内券商的国际业务仍处于探索阶段,券商还需要积极探索国际业务拓展战略,以立足于了解甚少、竞争激烈、空间更大的国际市场。”毕马威在报告中建议。

药品连锁经营企业悄然壮大 合肥零售药业或将洗牌

据报道,截至目前,合肥市城区零售药店已超过1000家,但记者调查发现,合肥药品零售市场还存在数量偏多、规模较小等问题。合肥将出台相关整顿政策,零售药业面临“大洗牌”。

目前合肥药店主要存在数量多、竞争力弱、布点不均等问题。目前合肥市的1011家零售药店中,有17家连锁企业所属门店共299家。其余大多是些小型单体药店,且大多在老城区经营,虽然方便了周边市民购药,但面对日益激烈的市场竞争,发展却是举步维艰。相反,近年一批药品连锁经营企业却如雨后春笋般蓬勃壮大。另外,合肥药店布点也不合理,如在三里庵国购广场对面就扎堆开了4.5家药房,而在滨湖新区等新区,药店却很少,市民买药非常不便。

面临激烈的竞争,为了生存,一些小型单体药店在经营上它们往往“剑走偏锋”。这些小药房多从一些小药厂进些价格低廉但质量欠佳的药品,价格却与大品牌同类药相差无几。力推利润较高的保健品替代药品,用非医保药品甚至日用品刷医保卡也是它们常用的营销手段。

合肥市食品药品监督管理局有关负责人表示,合肥市近期将出台相关政策,将在严格控制药品零售企业数量的前提下,积极鼓励引导国内和本地大型药品零售连锁企业兼并现有的规模小、经营行为不规范、管理水平低的连锁企业和单体药店,上千家药店可能逐步被一些连锁零售企业逐步吞并,从而有效提升连锁率,促进药品零售企业规范化、规模化发展,优化医药网店布局。

相关人士也提出了自己的看法。安徽百姓缘大药房负责人表示,长期来看,药品零售走连锁经营之路是大势所趋,这不仅能给市民带来更规范可信的购药环境,更能促进药品零售业长期可持续发展。(张建亚)

200 亿撬动万亿 PE 蜂拥文化产业



□ 中证

巨大的投资机会往往源自制度改革“红利”。对于任何行业实现大发展所需要的三个必要条件——政策导向、资本驱动和消费需求,文化产业目前均已基本具备。国家深化文化体制改革,推动文化产业大发展,VC/PE们纷纷加大对文化产业的淘金力度。

业内人士指出,在“十二五”时期,文化产业将出现投资潮,但考虑到文化产业的特殊性,政策风险是VC/PE需要思考和解决的问题。

小马奔腾式的投资价值

“文化产业,如今正迎来一个空前的投资时机。以前不关注文化产业的VC/PE也开始把目光转向该领

域”,新元文智总经理、新元文化产业俱乐部创办人刘德良认为,文化产业的投资春天来了。

对于投资者来说,如何找到值得投资的项目是关键。小马奔腾的投资案例,创投们或许能在其中找到启发。

今年3月,小马奔腾获得了建银国际文化产业基金领投,开信创投、信中和利和清科创投跟投高达7.5亿元的融资,这一融资额超过华谊兄弟和保利博纳IPO募资额,成为中国影视业最大一笔融资交易。

2009年,小马奔腾创立,但这个刚跨入电影界两年的“新人”已经跟华谊兄弟、保利博纳一起站在了国内影业的第一梯队。2009年,小马奔腾投资3000万元的《越光宝盒》取得1.3亿元的票房收入;2011年,制作投入不到1200万元的《将爱情进行到底》

赢得2亿元票房。

据新元文智的研究数据显示,广告代理,影视剧拍摄、制作和发行,电影制作发行是小马奔腾的三大业务板块,三者的收入规模大概为5:3:2。

小马奔腾是靠代理中央电视台的广告业务起家的,目前这是公司最稳定的收入来源。而公司的电影业务成为其成长最快的业务,目前已签下知名导演宁浩、吴宇森、张一白,金牌编剧刘恒、兰晓龙等,并开始在西安、苏州、珠海等二线A类城市投建院线,基本目标是3年内大概达到360块银幕。该公司在成本、风险控制上非常讲究。

据了解,小马奔腾计划年内向证监会上报IPO材料,并有望在2012年实现上市。上述PE获得较丰厚回报值得期待。

文化淘金潮涌

“十二五”时期将是PE/VC淘金文化产业的好时代,这在投资圈内已渐成共识。到“十二五”末,文化产业要占GDP比重达到5%,年均增速达到20%以上,万亿市场待开发。

刘德良告诉记者,“十二五”期间,每年VC/PE对文化产业的投资在200亿元左右。200亿元撬动万亿市场,投资回报显而易见,各路资本蜂

拥而至将是趋势。

目前,国内文化产业投资基金达到约50只,总金额约有300亿元。“这说明在政策的扶持下,文化产业专业化投资基金得到蓬勃发展,这里面蕴藏着巨大的投资机会。”刘德良说。

此外,文化企业的上市与并购步伐将进一步加快。预计今后5年,每年将有20-30家文化公司上市;每年的并购案例将达到15-30个。这无疑推动了资本布局成长性较好、有上市预期的文化公司。

事实上,中国文化产业的发展还处在起步阶段,很多方面还存在不成熟、不完善的地方。虽然多家PE/VC均表示看好文化产业投资机会,但对政策风险存在或多或少的顾虑。

曾投资过在纽交所上市的内地企业淘米网的启明创投负责人表示,正在募集规模数亿元的基金,继续加大对文化产业投资,但暂时不会介入政府控制性仍偏强的细分领域。

文化部部长蔡武指出,要力促文化与旅游、通讯、会展、商贸及休闲等产业融合来推动文化产业大发展。这样的融合需要多个主管部门的协作,但私募大佬们对部门之间可能出现“九龙治水”而带来的系统性风险存在顾虑。

中国电子商务领域竞争加剧 中小网商加速淘汰

“企业兼并是中国电子商务未来发展必然趋势,中小网商将面临生存挑战”,在18日召开的2011中国电子商务成长高峰论坛上,行业专家以“淘宝新规”为案例,就电子商务未来发展方向达成共识。

2010年中国网购规模达到4980亿元人民币,网络零售占社零总额的比重达到31.7%。2011年以来,中国网络零售市场依然火爆,一、二季度网购规模分别为1620亿元、1792亿元,同比分别增长89.10%、76.70%。网购火爆的同时,行业竞争逐渐白热化。

中国国家商务部流通产业促进中心副主任徐敏认为,目前中国电子

商务发展不仅仅是一种交易手段,而且已经成为现代生活的一个重要组成部分,但其发展也出现了许多问题,诸如“淘宝新规”事件引发的对电子商务未来发展方向的讨论。

金蚂蚁商城总经理谢志翔认为,电子商务最终会向高端销售的方向发展,中小网商在这个过程中被淘汰是必然的。同时他还认为,“淘宝新规”的做法是个“急转弯”,并没有给中小网商发展留下“喘息”的机会,中小网商未来发展遭遇严峻挑战。

“‘淘宝新规’的制定实际上是提高了网络销售的门槛,对大的网商并不会太大的影响,主要是对中小网

商的打击比较大,最终可能会导致中小网商因资金链断裂而退出这个市场。”齐鲁商盟副盟主孟德理在论坛上表示。

2011年10月10日,亚洲最大的网络零售商淘宝商城宣布正式升级商家管理系统,制定“淘宝新规”,从2012年开始向商家收取的年费将从现行的每年6000元调整到3万元或6万元两档,同时增大其他商家违规行为对消费者补偿幅度。“新规”制定后引发中小网络卖家群体“抗议”,电子商务领域大小型网商竞争状况凸显,中国电子商务发展进入阵痛转型期。(陈庆芳)

微软中国成立亚洲互联网工程院 王永东任院长

为进一步加大对亚洲和中国的互联网研发投入,微软公司近日宣布在北京成立微软亚洲互联网工程院。该研究院研究方向主要涵盖微软Bing搜索引擎、在线广告技术、MSN平台技术,以及移动互联网服务四大领域。原微软亚洲搜索技术中心总经理王永东博士成为首任院长。微软全球资深副总裁沈向洋表示,微软亚洲互联网工程院的成立,体现了微软对全球互联网产业和中国市场的高度重视。微软的搜索引擎Bing在上线以来的两年多取得了巨大进展,而且在美国的市场份额已达30%。

微软亚太研发集团主席张亚勤表示,微软亚洲互联网工程院的成立展示出微软持续在中国投资创新、培育人才、拓展合作的真诚与承诺。新成立的互联网工程院增强了微软亚太研发实力。他期待微软微软亚洲互联网工程院在搜索、广告、MSN平台和移动互联网领域,贡献出关键性创新。

据王永东透露,微软亚洲互联网工程院将在全球范围内大规模招募人才,在中国计划招聘数百名员工。

据介绍,微软亚太研发集团包括微软亚洲研究院、微软亚洲工程院、微软亚洲互联网工程院、微软亚洲Office办公软件事业部、微软亚洲硬件技术中心、微软服务器与开发工具、战略合作部等核心研发机构,形成了完整的创新链条,覆盖基础研究、技术孵化、产品开发和战略合作等方面。(王杰聪)

Coach 拟深入中国二三线城市 未来三年开店30家

随着中国经济的崛起,奢侈品巨头加速在中国布局,除一线城市外,二三线城市也成为了奢侈品巨头的重要关注目标。

美国手提包制造商Coach国际业务总裁Victor Luis近日在接受媒体采访时透露,将加速在中国开设门店,其中大部分将开在二三线城市。

近年来,中国对奢侈品的消费额逐年攀升,并有大量中国消费者赴海外进行消费。为此,包括LV、Gucci、爱马仕等奢侈品牌均加大了对中国市场的布局。

Coach也不例外。Coach国际业务总裁Victor Luis表示,该公司感觉目前在中国进展顺利。到今年年底,中国市场年销售额有望达到3亿美元,公司力争到2014年中国市场年销售额达到5亿美元。该公司2010年中国市场实现销售收入总计1.85亿美元。

Luis还透露,为达到上述三年期目标,Coach计划未来几年每年在华新开30家左右的门店,新店将主要开设在二、三线城市,如乌鲁木齐和南宁。目前,Coach在中国共经营超过60家店铺,其中7家位于北京。

在Coach于上月公布的季度财报中显示,公司第一季度的销售额达10.5亿美元,与去年同期销售额为9.12亿美元相比,本年度则上涨了15%。净利润达2.15亿美元,较去年同期的1.89亿美元增长了13.8%,超出了市场预期。其中,中国和北美市场的销量持续增长提供了主要贡献。

此外,Coach还将于年底前在香港上市,一旦成功,将成为首家在纽约和香港两地上市的美商公司。有分析认为,从营销的角度分析,上市对于公司绝对有宣传效果,可以迅速提高其知名度。

(网财)

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 楼金

总经理:

地址:海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763