

策划
词

近日,上海家化联合股份有限公司董事长葛文耀分五笔在二级市场上抛售6万股上海家化套现,此举被外界解读为准备个人投资海鸥表,引发热议。葛文耀直言,“海鸥手表我跟了三年,分析思考了一年,是最有希望,最有意义,投资回报可能最高的一个项目。”他还表示,“把海鸥表做成真正的奢侈品对提高世人对国货信心、国企的市场化有重大意义”。之后,葛文耀更通过个人微博称,有效效仿诸时健种励志橙,“利用业务时间,带几个人帮助海鸥表做成一个国人可以引以为傲的民族品牌。这是我的中国梦。”

公开示爱海鸥 葛文耀欲打造民族奢侈品牌

看好海鸥 上海家化葛文耀套现谋局

1月5日下午,上海家化董事长葛文耀表示一旦获得批准,他将协同团队一起参与天津海鸥手表的项目运营。他还在微博上接连谈到海鸥手表,并表示海鸥表是各类消费品中最有希望成为奢侈品的,海鸥项目是回报最高的项目。

葛文耀资本套现

2012年12月24日,葛文耀时隔两年之久,再次通过二级市场减持家化6万股,套现300.36万元。同时,上海家化财务总监丁逸菁也于次日卖出8800股,套现44.75万元。

新一届董事会刚刚换届,董事长葛文耀为何选择此时减持上海家化?

一位参加过上海家化股东大会的券商分析师接受采访时表示,“如果说葛文耀不看好上海家化,这显然是说不通。”

就在2012年12月18日的股东大会上,葛文耀还曾透露,2012年四季度的业绩要比三季度好,并称“希望明年的业绩比今年好。”外界乐观认为这是葛文耀及其团队坚持对海鸥表的乐观态度,估计是为海鸥项目在做现金准备。

在不久前召开的上海家化股东大会上,葛文耀丝毫不掩饰对“海鸥手表”的热爱。“海鸥表项目是个好项目,明年净利润将在4000万元以上。”葛文耀在股东大会上表示,“做这个项目是我的梦想,做好了,第一可以提振世人对国货信心,第二,对于国企改革也有意义”。

海鸥手表价值几何

“做品牌需要时间,人才,技术,品牌塑造都还要大量毛利。海鸥如按市场方法,只要卖2-3万个表,就能达到家化目前七、八个品牌,1000多个品种,三、四亿件产品的销售额和更多的毛利额。”

据悉葛文耀曾频繁地来往于上海与天津之间,急切希望促成上海家化对天津海鸥手表的参股,拟将海鸥手表打造成类似于宝玑这样的奢侈品牌。“海鸥手表我跟了3年,分析思考了1年,是最有希望,最有意义,投资回报可能最高的一个项目。”葛文耀在微博中说。

海鸥注重自主创新



葛文耀的两条微博

葛文耀:瑞士制表业见海鸥厂是又恨又怕,怕的是海鸥陀飞轮技术打破了瑞士垄断。不但量产(每月700只左右)还以2500元低价卖给其他表厂,所以几年前,市场上就有一、二万的钢陀,在这之前瑞士陀飞轮都用贵金属,没有低于100万元人民币,所以瑞士三次告海鸥,但海鸥确实是自主创新,都赢了。

葛文耀:看到85岁的诸时健励志志橙,很受震动。我还想做两件事,一是集中精力做好化妆品业务,争取国际上排名20位左右(上次评为49位);二是如天津联集团和政府下决心,我会利用业务时间,带几个人帮助海鸥表做成一个国人可以引以为傲的民族品牌。这是我的中国梦。



依靠自主创新,海鸥研发生产出具有完全自主知识产权、代表国际高端手表技术水平的“三问表”、“万年历表”、“轨道陀飞轮表”和“2.5毫米薄型自动表”,蓝宝石夹板陀飞轮手表、自鸣八音盒手表、同轴陀飞轮女表等国际领先产品;硅材料、蓝宝石等新材料、新工艺也已广泛采用。

海鸥能把陀飞轮,三问,万年历三大复杂功能做在一个表,瑞士也没几个技师能做,国外要1000多万一个,订货要几年,虽然海鸥表质量还是较粗糙,有设计感,但不要嘲笑,这是海鸥技师的骄傲,是今后发展的基石。

瑞士制表业对海鸥厂是又恨又怕,怕的是海鸥陀飞轮技术打破了瑞士垄断。不但量产(每月7百只左右)还以2500元低价卖给其他表厂,所以几年前,市场上就有一、二万的钢陀,在这之前瑞士陀飞轮都用贵金属,没有低于100万元人民币,所以瑞士3次告海鸥,但海鸥确实是自主创新,都赢了。

“2至3年通过体制、机制和运作改革,财务状况优化,品牌基础夯实,再花5至10年,海鸥定能成就国际品牌,海鸥厂的优秀技术人员,技师和员工也应该享有好的生活。”看来葛文耀要把海鸥品牌做大做强决心很大。

与股东平安的分歧

在去年的股东大会上,葛文耀也曾坦言,在参股海鸥手表的项目上,与大股东平安集团还存在分歧。他表示,平安在海鸥表项目上的态度变化太快。刚开始的时候,还是很支持海鸥表项目。平安后来以该项目的投资风险过高为由将此事搁置。

对此,葛文耀在去年11月19日的微博中表示:“这样只能激发我把上市公司业务做得更好,三季度比上半年好,会越来越好,这是我一贯对待压力的定海神针,请股东放心!”看来葛文耀要把海鸥品牌做大做强决心很大。(何迅)

看中海鸥潜力 不止一家想投资

1月5日,上海家化董事长葛文耀再次通过微博回应准备投资国产手表第一品牌——海鸥相关事宜。这一天,葛文耀一口气连发8条微博,谈及自己打算投资海鸥表项目的原因和决心。据了解,这是以葛文耀为代表的上海家化管理层和上海家化大股东——上海平浦投资有限公司背后的平安集团矛盾激化后,葛文耀首次大幅幅地公开表达自己对海鸥表项目的投资意见。

记者了解到,目前研究海鸥表、准备投资海鸥表的并不只有葛文耀一方。他们的理由都是“未来其在奢侈品道路上发展的潜力”。只是,这些资本力量中,有的在犹豫、有的在等待。

接近海鸥表的天津人士指出,虽然海鸥表在技术上、设计上进步迅速,但在国内市场的布局策略以及营销方面的缺失仍是影响其进入奢侈品领域的短板,固有的管理模式或是一些意向资本驻足观望最重要的原因。

葛文耀的中国梦

“如天津联集团和政府下决心,我会利用业务时间,带几个人帮助海鸥表做成一个国人可以引以为傲的民族品牌。这是我的中国梦。”

2013年1月5日,上海家化董事长葛文耀在自己的第1000条微博中郑重地写道。与前几次零散地表示“将通过个人力量对海鸥表投资”相比,这一微博更像是在向海鸥表大股东天津联集团和天津市国资委“表态”。

据悉,2012年12月2日,葛文耀去天津对海鸥表做了一次调研。此前不久,葛文耀刚刚通过媒体公开批评平安集团方面在海鸥表投资项目上的“急速变脸”。葛文耀的这次天津之行,一方面是多年跟踪调研海鸥表的延续,另一方面也是想进一步向外界证实自己投资海鸥表的决心。

不过,日前记者致电天津海鸥手表集团销售有限公司,在提到葛文耀投资事宜时,公



司工作人员也只是简单地称,“还没有具体消息,只是在酝酿。”

仔细回顾葛文耀这场高调的“示爱”历程,三方面的态度让人颇为玩味。上海家化内部人士在评价葛文耀时称,“葛总对海鸥表的信任和感情确实让人动容”;上海家化大股东平安集团在面对葛文耀推介海鸥表投资项目时,给出的意见却是“不值得投资”;而作为这场“示爱”的对象海鸥表方面也一直是没有给出准确“答案”。

不止一家想投资

“不是只有葛文耀一家想要投资我们,有很多都在关注、研究、打算投资我们。”近日,天津海鸥手表集团销售有限公司华东区负责人王兆泉说。王兆泉透露,今年关注海鸥表的就有周生牛以及其他一些行业的公司,看中海鸥表的原因皆是“未来其在奢侈品道路上发展的潜力”。

在谈到公司未来发展方向时,王兆泉承认,“肯定是高端的”、“打造国产第一奢侈品牌”。他表示,这几年海鸥表不断在国内建

设海鸥表专卖店,从专卖店的销售情况看,“销售情况还比较好。”据其透露,2012年海鸥表在华东区的销售量同比增长了20%。

不过,接近海鸥表的天津人士称,虽然海鸥表朝着奢侈品迈进的方向没有错,但根据目前的情况看,还有很长的路要走。这名人士解释,目前海鸥表专卖店中的产品“层次很多,面向的客户也很广泛,并不精细化,而这是建立奢侈品品牌的大忌。”

记者从海鸥表专卖店看到,目前专卖店中在售的海鸥表,价格既有几百元的,也有几千元的,还有几万元的,类型从简单的机械表到含有“陀飞轮、三问、万年历”等技术的高端手表。

今后海鸥表是继续走这种专卖店的道路,还是另建高端销售渠道来为“奢侈品品牌”铺路?目前尚不得而知。

多久筑就国际品牌

对于海鸥表的发展,葛文耀在自己的微博中给出一个计划表,“二至三年通过体制、机制和运作改革,财务状况优化,品牌基础夯实,再花五至十年,海鸥定能成就国际品牌,海鸥厂的优秀技术人员、技师和员工也应该享有好的生活。”

可以看到,葛文耀对海鸥表发展的时间定格为“10年左右”。对于这一预测,接近海鸥表的天津人士并不赞同,其指出,“这一定是一个漫长的过程,任何一个知名手表都是经历几十年甚至是几百年的发展,这也是投资性资本如平安集团不愿意或者犹豫投资海鸥表的关键原因。”

上述天津人士表示,海鸥表目前存在的问题主要是,管理上仍然有很多以前的印迹,销售上缺乏有效的营销策略。“我们的技术实力不差,国家级的制表大师海鸥表就有好几位,但营销上做得确实不好,这是总部的事情,我们没有办法管。”

(胡春春)

海鸥走向奢侈品的道路有多长

海鸥表对于30岁以上的国人应该都不陌生,这家在1955年制造出中国第一块手表的企业曾有着辉煌过去。但随着市场经济的洗礼,它同许多老国企、老民族品牌一样日益沉寂。然而,近日上海家化董事长葛文耀对海鸥表的投资意向却意外让“海鸥”再次成为人们关注的焦点。

目前,行业内公认的几大国产品牌中,与飞亚达、依波、罗西尼和天王不同,海鸥是唯一一家只生产机械腕表的厂家。谈到为何选择涉足奢侈机械表,2005年进厂的海鸥相关负责人王志强表示,最主要的原因是海鸥具有这方面的技术优势:“2002年制造出自主特色的陀飞轮表对海鸥绝对是一次升华。”“陀飞轮技术”可以最大限度减少地心引力的影响,从而提高走时精度。此前这项用于高端复杂机械表上的技术一直为瑞士品牌垄断,而海鸥的“陀飞轮”表则通过自己独特的技术工艺绕开了专利壁垒,震惊了全行业。

在某机构上个月发表的一份《2012中国奢侈品报告》中,评选出的中国最具潜力的十大奢侈品牌中包括海鸥表。目前,海鸥的产品线中,真正可以称得上是奢侈品的海鸥表,价格能达到30万元左右,最贵的一款价格168万元。海鸥方面对于奢侈腕表的销量讳莫如深,但据记者了解,尽管作为奢侈品的海鸥表在业内获得了一定的认可,但消费人群也仅仅限于一些专业的手表藏家和玩家。一般来说,海鸥几十万元级的手表,都是采用客户定制的形式,那款168万元的表自2010年推出迄今一共卖出了两只,基本是靠“圈子”生存。

显然,海鸥表的影响力和品牌度与国际顶级名表还有着相当的差距。对于靠“圈子”生存的高档机械腕表行业而言,海鸥如何能飞进更高层次的“圈子”是个大问题。海鸥品牌部门人士坦言,很多人对于国产表存在偏见。就像很多国产品牌一样,海鸥也遭遇着难进国内高端商场的困惑。“他们对国产品牌有天然的排斥,即便勉强进入也会摆在最不起眼的角落。”

海鸥也在尝试开自己的专卖店,从2006年9月在天津友谊路开出第一家专卖店以后,目前海鸥表已经有30多家专卖店,除我国香港、澳门及新加坡各有一家店外,其余皆在内地,这也显示出海鸥表的消费人群基本仍局限在华人,其中内地更是占据了绝大多数,这也说明海鸥走向国际名表的道路还很漫长。

由于并非上市企业,外界无法从公开信息中知晓海鸥集团的经营业绩。对于记者提出的相关问题,公司有关人士也表示无法透露。事实上,对于基层的海鸥员工而言,他们似乎也真的不知道企业的经营状况究竟如何。“肯定能活着,但能到什么程度我们也不清楚!”很多员工都这样告诉记者。

记者从海鸥集团2010年制定的一份“三年(2011至2013)规划中看到,当时曾提到2013年要达到主营收入15亿元的目标,目前距这个目标还有多远记者也无法获知。但当时还有一项目标就是“实现集团整体上市”,但据企业内部人士透露,“迄今还没听说准备上市的消息”。

虽然对于海鸥集团来说,海鸥表是消费者最熟知的产品,但其实它们更庞大的业务是手表机芯的生产而非成品表。目前海鸥已是全球最大的全球第三的机芯制造基地。据了解,海鸥机芯除了少量满足海鸥表自身需求外,更多的是向其他成品表同行出售。

“与成品表相反,机芯量大但利润低”,一位海鸥厂人士这样告诉记者。葛文耀在自己的微博中更是直言,“海鸥厂的机芯有2/3是亏损的!”

国产奢侈品手表究竟还有多少生存空间值得商榷。葛文耀的热情对海鸥人可能是好消息,但就投资价值而言,资金周转期长本身就是机械腕表制造业的一大通病,这也是由生产特性决定的。以海鸥168万元的手表为例,从下单到制作回款,时间长达1年。因此,对海鸥的投资可能是慢活几,而且前景不明,这可能是作为资本的平安无法容忍的。

遗失启事

王黎明,在“佳兆业君汇上品”购房(房号6-2-1602)收据遗失:第一张编号0000161,金额26578元(开票日期:2012年10月11日);第二张编号0018497,金额531076元(开票日期:2011年12月13日)。现声明作废。