

联盟制胜

全球租车巨头赫兹公司(Hertz)与国内租车行业的领导企业神州租车日前宣布合作,赫兹公司战略投资神州租车并将中国租车业务交给神州租车运营。业内人士分析称,这进一步显示了外企看好中国租车市场的巨大潜力,神州租车将借此机会进一步拉大与行业对手的差距,赫兹也将借此分享庞大的中国租车市场蛋糕。

赫兹牵手神州租车 外企看好中国巨大租车市场

■ 姚毅婧

神州租车在国内租车市场一直处于领军地位,去年4月,神州租车计划在美IPO,最终因受到中概股造假等诚信问题的影响而宣布暂停IPO。

赫兹+神州“1+1>2”

但在此之后仅3个月的7月份,全球顶级PE华平投资集团就向其投资2亿美元,该私募融资额超过了神州租车当时上市的计划融资额。这一投资也证明了神州租车的价值和对其投资人的吸引力。

在上市前神州租车曾因“高负债”遭媒体质疑,但租车业因“重资本”而导致高负债率的特点却并不为多数人所了解。

对此,神州租车董事局主席陆正耀也曾给出解释:“神州租车公司的发展资金主要是用来买车,融资渠道主要通过股权和债券的方式进行,两者中银行借贷的债券融资是最主要融资渠道。华平投资进入后,神州租车的负债率已经降低到70%以下,相比其他国内外同行公司80%—90%多的负债率,神州租车的负债率并不高。”

陆正耀说,此次与赫兹合作并非为资金问题,更多地是从战略方面考量,通过资源整合、管理经验学习、和技术引进等方面的合作,神州租车能够进一步增强自己的实力。

“神州租车得到了全球租车行业领导品牌赫兹的认可,在股东实力方面也进一步增强,联想控股、华平投资加上赫兹,我们将组成一个强有力的董事会。”

分析称,神州租车与赫兹这种合作远远超过了投资本身,不管是在未来走向国际资本市场的道路上,还是在业务发展的过程中,都会起到非常积极的作用。

同时,作为全球最大的租车公司之一,赫兹在中国发展一度有些水土不服。“进入中国以后,因为进入时间较早,中国整个汽车租赁市场尚处于起步阶段,包括风险的防范、手续、客户的消费习惯都没有跟上。国际性的公司来中国做租车业务非常困难的。赫兹采取这种合作方式,借道神州租车分享庞大的中国租车市场蛋糕是一个非常正确的选择。”一位不具名的行业观察人士告诉国际在线。

对于赫兹来说,合作的价值是神州租车对中国市场的了解、本土化的运营。而对于



神州租车,合作的價值是赫兹国际化的资源、行业经验和技術,以及国际客户等等。双方各司其职,优势互补,应该能够达到很好的合作效果。

中国租车市场成“香饽饽”

据业内人士分析,作为全球租车行业鼻祖的赫兹租车,此次投资神州,主要是看准中国市场的巨大潜力,欲借国内的龙头企业进一步抢滩中国市场。

值得注意的是,2012年Enterprises Holdings(企业号控股集团),也刚刚入股了中国另一家租车公司——嗨租车,获得其15%的股权和董事局席位,尽管该合作如今看来没有什么动静,但中国租车市场犹如一块大蛋糕,吸引国际租车巨头的纷纷深度涉足却是不争事实。

中国租车市场在过去五年年增速位列全球第一,在欧美等租车市场已经趋近于饱

和之时,作为新兴租车市场,中国市场风景独好。

上述行业观察人士称,美国市场和欧洲市场租车市场已经成熟,趋于饱和,租车行业在中国只经历了六、七年,而在国外有近百年的历史;中国人口多、地域大、成长快、市场后发优势明显,是全球最具有发展潜力的新兴市场。“中国租车市场目前正处于初级的阶段,也是个潜力巨大、正快速增长的市场。”

有一组数据或能说明中国租车市场的庞大空间:美国3亿人口,有2.1亿人有驾照,人均驾照拥有率70%;中国13亿人口,如果按照这个比例,未来也将会有约9亿人有驾照;美国车队保有量是2.7亿,车比人多,中国与美国国土面积差不多的情况下,中国的道路资源承载的汽车总量也就3亿左右,这将意味着有6亿人是有本没车的“本本族”。

中国潜在的租车市场巨大可见一斑。

川渝联合推出 巴蜀佛教文化旅游精品线路

5月3日,借“2013中国·荣县大佛文化旅游节”新闻发布会在四川荣县举办之机,四川省旅游协会联合川渝多个佛文化景区推出巴蜀佛教文化旅游精品线路。

四川旅游资源丰富,其中佛像文化是有影响、有潜能吸引海内外游客的地方文化。乐山大佛早已蜚声海内外,在四川荣县,其境内还拥有凿建于唐代的荣县大佛,高36.67米,为世界第一大石刻释迦牟尼佛。此外,还拥有安岳石刻、遂宁观音故里等多个佛文化景区。

为更好地打造中国佛教旅游目的地,突出“中国佛教圣地”在四川的地位,由四

川省旅游协会和峨眉山-乐山大佛景区管委会倡议,联合峨眉山-乐山大佛、荣县大佛、安岳石刻、重庆大足石刻、遂宁观音故里等景区共同推出巴蜀佛教文化精品旅游线路。

据介绍,该线路分为成都和重庆出发两条线路,从成都出发,经峨眉山、乐山、荣县、遂宁、安岳、大足到重庆,为四日游线路。该线路聚集了与佛教文化有关的的世界文化遗产2处、国家5A级景区1处、国家4A级景区4处,集佛家造像之大成,融朝拜审美于一体,将展现独具地域特色的巴蜀佛教文化的神秘魅力。(刘海 杨华)

业界大佬聚首“重新定义移动互联”

■ 辛晶

GMIC全球移动互联网大会于5月7日召开,今年的主题是“重新定义移动互联网”。会议期间,移动互联网领域或又将迎来新的利好,相关概念有望再度掀起波澜。

从沟通、娱乐、消费等生活的细节,到销售方式、市场渠道等企业运营理念,再到医疗、运输、农业等社会发展等多行业多层面,移动互联网正在突破旧有的概念。主题“重新定义移动互联网”,GMIC 2013将引领全世界思考移动互联网的真正价值,并赋予其全新的理解。

智能手机的普及使中国移动互联网获得飞速发展,并不断颠覆着传统互联网的产业格局。对国内许多互联网企业来说,由PC端向移动端迁移已成为首要任务。一场争抢移动互联网“船票”的竞争也由此拉开帷幕。

在这其中,腾讯旗下的微信被公认为已率先拿到了第一张真正意义上的移动互联网“船票”。近3亿用户的庞大流量、强关系的社交营销圈子、打通中的移动支付闭环以及隐现的开放平台生态等,都使微信遥遥领先于其他互联网同行。

360董事长周鸿祎此前表示,当前在移动互联网领域所有互联网企业均是摸着石头过河,“唯一获得移动互联网‘船票’的是微信”。针对外界的褒扬,马化腾则谨慎地称,微信拿到的“只是张站台票”,后面能不能上船还不知道。

除微信外,新浪微博被认为也已拿到了移动互联网的“船票”。目前,新浪微博注册用户超5亿,75%的活跃用户使用移动端登录微博。新浪CEO曹国伟表示,2013年新浪将所有产品线的聚焦点都转向移动互联网。

其他互联网企业同样不甘落后。近日,搜狐董事局主席兼CEO张朝阳宣布,搜狐新闻客户端用户量突破一亿,搜狐希望借此在移动互联网时代拿到一张“船票”。金山董事长雷军不久前也表示,金山已基本拿到移动互联网“船票”,“哪怕现在是五等舱,我们也一定能拿到头等舱‘船票’”。

近日,业内人士根据国内市场份额最大的应用商店“安卓市场”和“91安卓助手”当天的下载量排行认为,腾讯和新浪微博已拿到“船票”,手机浏览器UCweb也基本上算是胜券在握,而其他互联网企业确实还不敢说已拿到“船票”。

TCL集团 依托国际合作开拓埃及市场

5日晚在开罗“十月六号城”举行品牌发布会暨新品推介会。依托与国外企业的灵活合作,该集团携最新高科技彩电产品敲开埃及市场大门。

发布会现场,TCL集团以声光电多种形式展示了搭载安卓系统和智能云功能的最新款彩电,以及触摸屏智能LED家庭娱乐终端等一系列高科技新品。

此次TCL集团与本地企业的合作是其“走出去”战略中的一大亮点。作为TCL集团的本土合作伙伴,埃及最大的家电集团阿拉比集团将与其共同推出品牌彩电。

据TCL集团副总裁郝义介绍,本土企业成熟的生产线和销售、售后服务体系,以及较高的市场占有率都为中国企业打开海外市场提供了便利。与本地企业合作,能够尽快了解、适应当地的经济、政治环境,更快打开局面。埃及在整个中东北非市场占据重要战略地位,经济处在发展阶段,消费需求大,企业对埃及市场充满信心。

阿拉比集团执行总裁穆罕默德表示,TCL集团在欧美市场已有许多成功经验,通过与其合作将优秀品牌引进埃及有利于本地消费者。(陈莹 李木子)

首届中国—南亚博览会 29个国家企业报名参展

记者从近日召开的首届中国—南亚博览会筹备工作会议上获悉,将于6月6日至10日在云南昆明举办的首届中国—南亚博览会筹备工作进入冲刺阶段,截至目前已有来自29个国家及我国港澳台地区的企业报名参展,预计室内展位超2400个。

据介绍,首届南博会设有南亚国家展区、东盟国家展区、其他国家和地区展区以及机电展区、生物资源展区、家居建材展区(室外)和大型工程机械展区(室外)等7个展区。目前,南亚国家展区确认展位748个,东南亚国家和港澳台地区展位663个;国内部分的机电馆展位506个、生物资源馆展位

503个,此外还有7000平方米的室外展区。

据了解,首届南博会由商务部和云南省人民政府共同主办,以“促进中国—南亚全面合作与发展”为宗旨,以“相互开放、务实合作、互利共赢、和谐发展”为主题。会展期间,将举办中国—南亚商务论坛、部长级磋商会、智库论坛、中国—南亚商品采购大会、南亚国家投资促进会以及南亚国家展览展示等一系列活动。

经国务院批准,从2013年起,将已举办了五届的南亚国家商品展升格为中国—南亚博览会,并每年在云南举办一届。

(孙敏)

全联旅游业商会访问西葡 推广世界旅游经济论坛

由世界旅游经济论坛主办,全联旅游业商会组织的“全联旅游业商会民营企业企业家访问双牙代表团”,就强化及推动欧亚地区旅游及相关产业的交流和合作,取得丰硕成果。

世界旅游经济论坛秘书长、全联旅游业商会副会长何超琼女士较早率领先锋代表团到葡萄牙及西班牙访问;走访了里斯本、马德里及巴塞隆拿等城市。代表团成员主要来自全国工商联旗下的全联旅游业商会、全联女企业家协会、以及银行界代表。当中包括了全联旅游业商会会长王平女士、全联女企业家协会会长刘亭女士,及一众来自两个商会的副会长及会员。此次出访,旨在通过跟两地的官方及民间机构和组织,进行不同形式的交流活动,包括会面、简报会、实地考察和个案分享等,深入了解两地的旅游及相关产业发展,以及当地的投资环境,研究并探讨合作发展的机遇,从而开拓互惠的商机。

访问葡萄牙期间,除了拜访葡萄牙经济及就业部长Mr. Álvaro Santos Pereira,以及葡萄牙旅游国务秘书Mr. Adolfo Mesqu



ta Nunes外,代表团获中国驻葡萄牙大使黄松甫先生接见。黄大使向代表团介绍了葡国当前形势和中葡两国双边关系情况,并就开拓

葡萄牙旅游市场相关问题提出指导性意见。他同时表示,将推动葡方为中国开拓葡萄牙旅游市场提供更多的便利。何超琼女士及王

平女士亦先后向大使介绍了全联旅游业商会开拓葡萄牙旅游市场的构想及方案。

在西班牙访问期间,代表团拜访了当地

台湾陷入“闷经济” 深化两岸合作 成“解闷”良方

■ 亚光 陈斌华

“闷经济”一词近来在台湾大热,被各界用以形容经济停滞不前、难以突破的当前困境。分析人士指出,台湾经济要想“解闷”,必须注重依托大陆市场,深化两岸合作,打造新的成长引擎。

最新公布的数据显示,第一季度,台湾经济同比增长速仅为1.54%,较前一季度下降0.81%,不到去年预测值3.26%的一半,也远低于去年第四季度3.72%的增长率;约占经济总量2/3的出口额同比增长2.4%,不及前一季度的2.55%,也远低于台湾当局预估目标。

这打击了本地生产和消费意愿。第一季度,台湾工业生产指数年增长率仅0.78%,远低于原预测年增3%的目标;商业营业额同比微增0.4%,增速连续两个月下滑。

对此,台湾行政管理机构负责人江宜桦等人用“闷”字来形容。针对核心经济成长数据遭“腰斩”,他表示,台湾作为敏感的经济体,对国际景气变化反应较强烈,经济情势不容太过乐观。当局“经建会”负责人管中闵也坦言,要达到今年经济增长逾4%的目标已非常困难,但“保三”应该做得到,不过也要取决于下半年的经济表现。

分析人士指出,台湾出口过于依赖欧美和大陆市场;出口产品过于集中在信息通讯等相关科技产品;营运模式又偏重“以台湾为上游基地”、“以大陆为中下游工厂”和“以欧美为最终产品市场”的三角贸易及代工出口模式。此模式受最终市场需求成长萎缩、品牌大厂供应链调整及新兴市场加入竞争等多重因素影响,已面临形同“崩盘”的危机,相当部分的出口萎缩已难再现旧观。

如何“解闷”、走出困境,成为最近台湾各界关注焦点。江宜桦认为,要打破台湾经济的沉闷,一方面要通过像“自由经济示范区”的开放措施,从全球招商引资,创造就业机会;另一方面需要鼓励企业转型创新,往品牌和高附加值的方向努力。

台湾经济主管部门负责人张家祝则提出促进投资、刺激出口以及加强资源整合“三管齐下”的经济拉动方案。他表示,台湾出口产品与市场集中,而出口市场以欧美与大陆为主,目前出口到大陆的产品中有五成是电机电子产品,在大陆加工后再出口到欧美最终市场,凸显台湾并未充分利用大陆市场,未来要积极开拓大陆市场。

今年第一季度,大陆经济同比增速为7.7%,虽然也低于市场普遍预期,但仍显著高于其他经济体,且扩大内需和城镇化提速也将为大陆经济提供中长期增长动力。

台湾经济专家纷纷指出,台湾应凭着本身的比较优势,发展成为欧美、东南亚、日本等企业发展大陆市场的“跳板中心”。台湾今日拥有的最大优势是两岸关系,应寻求利用ECFA(两岸经济合作框架协议)优势来建立台湾经济架构的框架,积极扩大投资市场。

“中国文化大学”教授庞建国指出,现阶段台湾有很多优势必须镶嵌在大陆的发展脉动中,以两岸共同市场或大中华经济圈的局面来经营,才能够彰显出优势互补组合下争胜全球市场的竞争力。

他说,当局正在积极推动的“自由经济示范区”必须做到对陆资、外资采取同等待遇,通过充分开放,做到真正的全球招商,而不是目前这种对陆资另眼看待、处处设限的做法。否则,就算全球经济形势好转,台湾经济还将是一个“闷”字。

旅游国务秘书Mrs. María Isabel Borrego Cortés,和联合国世界旅游组织,以及跟西班牙国家创新旅游技术管理协会(Segittur)进行了交流活动。此外,中国驻西班牙大使朱邦造先生、使馆文化参赞庄丽肖女士,和中国驻马德里旅游办事处主任史翔先生亦安排跟代表团午餐相聚。何超琼女士于席间特别介绍了即将于今年9月17日至19日在澳门旅游塔会展娱乐中心举行的一年一度国际旅游界盛事、第二届“世界旅游经济论坛·澳门2013”,及有关往届论坛的卓越成绩。

何超琼女士总结是次代表团行程:“是次访问团的成员均是中国民营旅游业界和商界的领军人物。在双牙之旅的行程中,他们都对葡萄牙及西班牙的旅游产业发展,及当地投资机会有了更深入的认识和了解;同时亦将中国的经济以及旅游发展趋势介绍予西、葡两地官方及商界代表。是次出访,切实地促进了中国与葡、西两国相关职能部门和企业间的交流和联系,冀能对推动我国民营企业‘引进来,走出去’带来实质性的效益。”