

联想控股斥 10 亿进入医疗领域 民营医疗迎来黄金发展期

联想控股股份有限公司日前与拜耳口腔医疗集团在北京联合宣布,达成 10 亿元战略投资协议,这是联想控股首次投资医疗产业。联想控股总裁朱立南称,投资后拜耳口腔将成为联想控股的又一重要核心资产。

分析指出,随着政府对民营医疗的鼓励 and 政策的放开,医疗行业正得到越来越多的资本关注,未来医疗产业将迎来黄金发展期,专业医疗领域更受投资人青睐。

10 亿元投资口腔医疗

6月16日,联想控股股份有限公司与拜耳口腔医疗集团在京签约并联合宣布达成战略合作协议,初期投资金额达 8 亿元至 10 亿元,并将在未来进行股权和债券等多方面合作。

联想控股总裁朱立南称,我国医疗领域发展迅速,医保覆盖面不断加大,但是便利性和体验相比需求有很大差距,政府在医改方面已发出明确信号,医疗服务产业也将得到大力发展。近年来联想控股十分关注医疗行业,医疗健康产业是一个朝阳产业,迎来快速发展期。

此次联想控股投资的拜耳口腔创立于 1993 年,在签约时正式更名为拜博口腔医疗集团。目前该公司百家口腔医疗连锁机构分布于全国 19 个省会和一线城市,员工队伍 2000 余人。此次投资将助其快速扩张。

联想控股和拜耳医疗都透露出对此次合作的看好。“一开始很多投资人追逐拜尔,联想控股接触较晚,但因为两者长期发展战略相符很快就达成了协议。”朱立南透露,此次投资是联想控股进军医疗领域的一个重要举措,未来联想控股将在资金、战略、管理、品牌和人 才等诸多方面提供支持服务。

联想控股目前是一家横跨实业与投资的大型综合企业,董事长为柳传志。成员企业包



括联想集团、神州数码、君联资本、弘毅投资、神州租车等。2013 年,联想控股综合营业额 2440 亿元,总资产 2070 亿元,员工总数近六万人。其中,核心资产运营是其支柱业务,包括 IT、房地产、消费与现代服务、化工新材料、现代农业五大行业。朱立南称,此次战略投资后,拜博口腔医疗集团将成为联想控股又一重要核心资产。

此次两者确定的经营方式似乎也透露了这个行业的前景。拜博口腔董事长、总裁黎昌仁表示,双方都把合作当成长期产业经营,以自己开店为主,而不是短平快的回收投资,所以原则上没有加盟店的想法。

民营医疗迎来发展机遇

针对医疗行业的发展,从政府政策上看,朱立南认为,三中全会以来,本届政府在医疗改革方面已发出明确信号,医疗行业将在以市场主导来配置资源的战略下进行,要解决

医疗服务体系中的机制问题,鼓励社会资本办医,大力发展医疗服务产业,使其成为国民经济支柱产业。随着人们健康意识的提升、消费升级和我国人口老龄化的加剧,医疗行业已迎来快速发展的大好时期。

2013 年 10 月国务院印发《关于促进健康服务业发展的若干意见》中提出,到 2020 年,基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系,健康服务业总规模达到 8 万亿元以上。数据显示,2011 年我国卫生费用为 2.45 万亿元,占 GDP 仅为 5.15%,要达到 2020 年目标,年复合增长将达到 14%。

黎昌仁称,“十二五”规划以来,国家推出一系列政策,推动医疗产业大变革,民营医疗迎来黄金发展期,未来五年健康产业越来越受重视。公司将依托联想控股的资金优势和管理优势,向国内口腔医疗第一品牌进军。根据黎昌仁的计划,拜博口腔将向产业上下游延伸,连锁机构分布城市将在未来三年内翻番。

公开资料显示,我国民营医院虽经过 10 多年发展,但并未在中国医疗市场占有应有的份额,这也意味着未来发展潜力巨大。目前我国现有各级各类医疗机构 30 多万家,其中非国有制医疗机构 13 万多家。这当中,有一定规模的民营医院大约有 1500 多家。大部分是由私人诊所发展起来的,也有一部分是通过改制分离出来的,资产大多在 100—500 万元之间,超过 3000 万元以上资产的不足 7%;多数省份民营医院床位占全省医院床位总数的 1%—4%,三级医院凤毛麟角。

专业医疗领域更受青睐

从总体来看,健康产业是一种有巨大市场潜力的新兴产业,目前涉及医药产品、保健品、营养食品、医疗器械、休闲健身、健康管理、健康咨询等多个与人类健康紧密相关的生产和服务领域。

但投资人认为,未来医疗投资的机会更在于专业医疗领域。朱立南说,联想对于专业医疗领域更为看好。如今整个医疗服务行业都很火,公立医院的改制也在进行当中,但我国的医改还需要有更明确的方向。特别是对综合性医院来说,如果彻底走向市场,还需要一个过程。

针对此次投资拜尔,朱立南透露,无论战略投资还是财务投资都是期待回报,但此次联想更看重长期回报,为此也没有设定上市日期。即使未来上市,联想也不会急于退出。

中华口腔医学会会长王兴表示对这一细分医疗领域的看好:“目前我国口腔医疗和发达国家相比仍有较大差距,政府政策鼓励民营资本‘办医’,为民营口腔医疗的发展打开了绿色通道,民众口腔健康意识的日益增强为口腔行业提供了广阔的发展空间。”

(郭宇靖)



袁仁国：中国白酒行业要开启新视角，走持续发展之路

卓越的企业之所以卓越,在很大程度上就因为具有超乎寻常的眼光和见识。白酒企业进入转型期,肩负推进改革重任,必须开启新视角,借助宏阔的眼光和卓越的见识,以深刻领略和认知事物的本质,对形势和愿景作出恰当的评判与设定;进而明睿筹谋,做出科学筹划。

当前,白酒行业面临经济增速换挡期,结构调整阵痛期,新的增长动力机制的发育期和转换期的宏观环境,显然已不仅仅是“调整”这般简单,而是进入“重构期”。中国白酒业由调整期进入到重构期,一是供大于求决定了产业进入整体重构期,二是政策导向促进了产业进入整体重构期,三是增速减缓表现了产业进入整体重构期。根据以上三点可判断白酒业的重构时代已经来临。产业从成长期进入了成熟期,我们把这种产业周期轮回更替的特殊时期定义为重构期。这是任何一个产业发展过程中的必然经历。从调整期进入到重构期,这不仅是对白酒形势演进的判断和结论,也是 2014 年及以后白酒业发展的主线和方向,更是对党的十八届三中全会开过之后、深读公报内容之后对白酒业的现实解读和发展预判。从词义上来说,“重构”也仍然是“调整”的一部分,但“重构”更精准地强调了对之前白酒行业发展的系统性颠覆。

“重构”是一个相对漫长的过程。可将 2013 年作为第三轮调整期以来白酒业的“重构元年”。今天的白酒已不能仅仅回答“向何处去”这样“脚踏实地”的问题,而是更要回答

“我是什么”、“为什么有我”这样“仰望星空”但同时又是极其本质的问题。白酒企业的重构方向,主要有消费重构、集中度重构、市场重构、产品重构、平衡量率重构、产能重构、产权重构、产业重构等方面。

凡事预则立。从宏观层面来看,随着我国社会、经济、民生等问题的不断改善,作为中华民族的优秀传统文化,白酒是中华民族伟大复兴的重要组成部分,我们对此应该充满信心,早作准备,抢占新元周期的先发优势。

白酒行业要实现持续发展,有五个方面需要重视:

一是加强营销方式创新。消费者对市场的主导权日益上升,消费需求的革新更快速、结构更多元、内容更个性。要求白酒企业加强营销方式的创新与谋变,与经销商协同缩短对接链条,共同为消费者提供更优质的商品、体验和服务。进一步把经销商打造成利益共同体、命运共同体、服务共同体、价值共同体和梦想共同体,通过构建新的厂商关系赢得发展机遇。电商作为新型销售渠道正在异军突起,深刻改变白酒行业格局,必须高度重视电子商务的运用和创新。2014 年,酒类电子商务占全行业的份额估计将达 1%。目前酒类电商仅是一个补充渠道,但未来必是酒类销售的重要渠道之一。

二是加快消费理念更新。随着消费结构升级,白酒企业要建立中国白酒消费新理念,以客观、理性、负责的态度面对公众,倡导文明、理性饮酒,宣传健康、科学、快乐饮酒。引

导消费者品味白酒的神韵,品味白酒的酣畅,同时又满足健康的需求。健康、快乐的饮酒之风是中国酒文化的主要组成。中国自古就有曲水流觞,高雅艺术的饮酒风尚,欢聚一堂,长尊有序,举杯有礼是中华酒文化之魂。通过对传统酒文化的研究与弘扬,强化中国白酒饮用时消费者的参与感、仪式感、文化感,谱写白酒消费文化的新篇章。

三是加速白酒文化传播。加大白酒和白酒文化宣传力度,向世界消费者充分展示中国白酒真正的味觉盛宴和最丰富的感官冲击。纪录片《舌尖上的中国》广受国内外瞩目。该片以开阔的眼界,独辟的视角,充分展现了美食背后的中国文化底蕴。这给白酒文化传播带来很多有益的启示。走向世界的中国,是一个政治的中国、经济的中国、文化的中国、历史的中国,同时也是一个“舌尖上的中国”。如 2012 年 7 月 25 日,在英国伦敦温莎城堡组织的“中国之夜”活动,安德鲁王子亲自主持,英国 100 多位大企业家参加,宴会上大家喝茅台,话友谊,茅台成为西方上层社会一道亮丽的风景,晚宴之后大家争相拿走茅台酒瓶。又如 2014 年 5 月 4 日,在比利时布鲁塞尔举行的茅台酒及文化推介活动上,来自世界各地的近 400 名专业品酒师通过品评茅台及茅台酒调制的鸡尾酒,对茅台酒上乘的品质赞不绝口。

四是加深白酒行业合作。“单丝难成线,独木不成林”。在经济全球化背景下,中国白酒企业的发展,不可能独善其身,也不应该是

你输我赢的“零和博弈”,而是你中有我、我中有你的互利合作,产生“一加一大于二”的加法效应,甚至是“二乘二大于四”的乘法效应。要强化行业联盟的作用,深化海外市场的拓展。美日欧等国家的行业联盟,在经济生活中往往发生重要的调节、整合作用。尤其开拓中国白酒市场的“蓝海领域”,要使中国白酒在国际市场占有一席之地,就必须由行业协会牵头,整合全行业的力量“抱团出海”,逐步形成统一销售格局,形成对外竞争的合力。

五是加大社会责任承担。企业作为一个商业组织,不能独立于公众利益之外,其经营行为必须具有社会意义。因此,企业承担社会责任已经成为企业持续经营的客观要求,企业要想获得市场主动权并且确保长久发展,必须在关注利润最大化的同时勇于承担社会责任。这不仅是时代赋予的使命,也是企业走向世界、不断进步的必然。

在新经济时代,尤其中国轻工行业百强企业对产业发展、行业提升有着特殊的影响力。轻工行业百强企业应带头探索和释放增长新动力,贡献更多有影响力的品牌和产品,更要在制度创新、体制改革上为行业提供更多模版,充分发挥引领带头作用。

潮来万舸竞,风正好扬帆。茅台集团作为中国白酒领军企业,愿和更多的轻工企业同心合意、携手并肩向更新、更远、更美的未来迈进,为中国轻工行业的持续健康发展作出新的贡献!

(文轩)

高鸿股份进军旅游大数据 强化互联网彩票业务

在进军旅游大数据的同时,高鸿股份通过系列股权调整,企图进一步强化互联网彩票业务。

6月17日,高鸿股份公告称,公司以联合贵州旅游投资控股(集团)有限责任公司、贵州产业技术发展有限公司,合计认缴资 5000 万元发起方式设立贵州大数据旅游产业股份有限公司,立足贵州,面向全国打造知名的大数据旅游平台运营公司,公司拟出资 1500 万元持有其 30%股权。

该合资公司的主要经营业务为:建设贵州大数据旅游云平台,建立贵州旅游推介系统及门户网站,打造贵州大数据旅游云服务平台;发行贵州旅游一卡通;大数据旅游资源开发和运营;依托各股东技术团队及渠道资源,提供贵州省高分辨率遥感空间信息在各行业的应用服务,将卫星遥感和北斗导航及卫星高分影像的应用扩展到所有行业。

与此同时,高鸿股份将通过直接控股下属

互联网彩票平台公司,并为其注入电子商务业务的方式,进一步强化互联网彩票业务。

高鸿股份同时公告,拟以 5922.66 万元收购大唐高鸿信息技术有限公司持有大唐高鸿中网科技有限公司的 100%股权。

高鸿股份表示,高鸿中网将作为公司互联网彩票信息服务业务的平台公司开展相关业务,通过本次收购,提高了高鸿中网的决策效率。

此外,高鸿中网拟以 2863.96 万元收购高鸿科技持有北京大唐高鸿电子商务有限公司的 95%股权,拟以 150.73 万元收购高鸿信息持有北京高鸿商贸的 5%股权。

高鸿股份表示,高鸿商贸公司主要从事 3C 类实体产品电子商务业务,高鸿中网公司未来从事互联网彩票信息服务业务。公司电子商务业务已全面转向虚拟商品互联网电子商务运营业务,高鸿中网全资控股高鸿商贸,统一由公司电子商务团体负责运营,有利于公司电子商务业务的统一快速发展。(证券)



锦江股份引入弘毅 践行混合所有制 未来或将加码主业

■ 刘丽靓

6月14日,锦江股份发布定增预案,公司拟通过非公开发行方式向战略投资者弘毅投资和控股股东锦江酒店合计发行 2.01 亿股股份,发行价格为 15.08 元/股,锁定期三年。募集资金总额不超过 30.35 亿元,主要用于公司未来三年扩大业务规模及门店发展。

弘毅 15 亿元战略入股 优化公司治理结构

公告显示,弘毅本次 15 亿元入股锦江股份,占公司总股本的 12.43%,成为锦江股份第二大股东,并有权提名一名董事。这也是继 2013 年入资 SMG 尚世影业、2014 年初入股投控股之后,弘毅以战略投资者身份在上海成功参与的第三个混合所有制投资案例。发行完成后,锦江酒店集团在锦江持股比例仍为 50.32%,不会改变控制权。

“弘毅是一个比较成功的投资公司,有很多的资源和优势,我们想通过互补来更好的发展公司的主营和推动企业的发展,对公司的治理方面都会有一些变化。”锦江股份一位人士表示。

赵焕炎表示,锦江股份引入弘毅,一是顺应了国资委的关于非国计民生的企业以及上市公司开放股权,实施混合所有制的指导方针,二是能够缓解财务困境,归还银行贷款,三是能够为公司好的项目提供资金支持。弘毅成为第二大股东,并增加一个董事,可以改善公司的董事会结构,使公司更加市场化。

借创投加速扩张

锦江股份在公告中表示,公司计划至 2017 年末,实现签约门店由 2013 年末的逾 1000 家增长到 2000 家以上。此次非公开发行股票后,公司资本实力进一步增强,融资能力将获得一定程度的提高,从而为保持和强化“锦江之星”等成熟、优势品牌的市场先导地位、积极发展“锦江都城”品牌的发展战略提供必要的资金支撑。

“此次定增凸显了集团公司和战略投资者对我国经济型酒店,尤其是中端酒店市场投资价值和锦江股份在该领域经营实力的认可。”国泰君安一位分析师表示,目前我国中端星级酒店连锁化率低、客户体验差,急需有品牌和实力的企业整合该领域,锦江股份新拓展的有限服务型商务酒店定位明确,连锁经验丰富、品牌力强,有望借助本次定增加速扩张。

未来或将再减持长江证券

实际上,在此次定增之前,快速扩张和转型所产生的巨大资金需求,使得锦江股份近年来频繁出售以长江证券为代表的金融资产。

据长江证券 3 月 31 日发布公告称,公司股东上海锦江国际酒店发展股份有限公司于 2013 年 9 月 25 日至 2014 年 3 月 28 日期间,通过二级市场减持公司股票 2493 万股,占公司总股本的 1.05%。

据了解,2013 年 3 月 22 日至 5 月 22 日,以及 9 月 11 日至 9 月 30 日锦江股份两次共计减持长江证券 2160 万股获得 1.08 亿元投资收益,而此番 2014 年 3 月 24 日至 3 月 28 日,公司通过深圳证券交易所系统出售长江证券股份 1423 万股,扣除成本和相关交易税费后取得所得税后投资收益 6164.86 万元。

“去年以及今年公司都有减持过长江证券,为了加快公司主营业务的发展,未来公司可能会根据自身资金需求以及财务情况来决定是否减持。”锦江股份人士表示,目前锦江股份持有长江证券还有 9000 多万股,随着长江证券分红政策的实施,10 送 10 后锦江股份持股量将达到 1.8 亿多股。

分析人士指出,锦江股份近年来频繁出售金融资产,主要可能源自于公司近两年来主营酒店业务扩张所带来的资金需求。目前公司除经济型酒店锦江之星外,还在加码打造商务型酒店锦江都城。根据锦江股份 2013 年年报,公司去年全年经营活动产生的现金流净额仅为 6.39 亿元,尽管同比有所上升,但仍难满足业务扩张的需求,此次定增缓解了公司资金饥渴,但由于酒店行业整体不景气,锦江酒店本身利润也在逐年下滑,不排除未来公司还会进一步通过减持长江证券来补充利润。