

6 公司调查 Investigations

渣打宣布关闭亚洲市场证券业务

■ 朱丽娜 报道

“本次裁减的岗位主要涉及亚洲市场的证券业务,香港所占比例最高,其他受影响的地区包括新加坡、印度、韩国和印尼。集团于去年3月公布的一些列战略转型,包括通过关闭效益低下或非核心业务来节省开支等已经取得一定效果。”渣打集团驻伦敦发言人 Jon Tracey 向记者透露。

2015年才过去一周,渣打集团就宣布了裁员节流的措施。

1月8日,渣打集团宣布即时结束旗下企业现金证券、证券研究及证券融资市场业务,以配合集团撤出或重组非核心及表现逊色业务的策略方向。

渣打表示,结束上述亏损业务将为集团在2016年节省约1亿美元的开支,并透露将导致全球裁员约200人,分布于集团70个市场的其中7个。

“本次裁减的岗位主要涉及亚洲市场的证券业务,香港所占比例最高,其他受影响的地区包括新加坡、印度、韩国和印尼。集团于去年3月公布的一些列战略转型,包括通过关闭效益低下或非核心业务来节省开支等已经取得一定效果。”渣打集团驻伦敦发言人 Jon Tracey 向记者透露。

同时,据外媒报道,渣打香港股票部门的员工1月8日早上发现办公室大门紧闭,而部分新加坡员工则被保安护送离开办公地点。

渣打集团副行政总裁李亦思表示:“作为集团持续检讨客户策略的一部分,我们作出了即时撤出企业客户现金证券业务的决定。对于因此而令部分同事离开银行我们感到难过。在过渡期间,我们有专人负责相关工作及支援客户。”

渣打表示,将会继续发展可换股债券及证券衍生产品业务,宏观经济及定息收入研究来支持其核心业务,同时也会继续为客户提供证券融资上的策略建议。

年底前再裁员 2000 人

渣打表示,今年的4亿美元成本缩减计划已初见成效。在零售客户方面,集团在过去三个月宣布削减或已削减约2000个职位,并且将在2015年年底前再度裁员2000人,“主要通过自然流失的方式,2015年节省的开支将会大致抵消重组成本”,渣打表示。

同时,渣打在2014年下半年已经裁撤了22间分行,并将按原定计划削减80至100家分支机构。

目前,渣打集团在全球员工约8.6万名,其90%的收入及盈利贡献主要来自于亚洲、非洲及中东地区。截至去年6月底,渣打集团在全球遍布的分行数目达1248间,其中,大



中华地区共有270个分支网点,香港有80间。

渣打集团行政总裁洗博德指出:“我们承诺在今年内削减至少4亿美元开支上取得了良好进展。我们目前正专注于2016年及其后的成本控制努力,以继续创造更多的空间投资于集团的核心业务上。”

他表示,集团将继续撤出或重组非核心及表现逊色业务及增加核心业务的效益,包括部分地区的消费者融资、具较大经营压力的零售业务组合等。

去年渣打宣布出售或结束中国内地、中国香港、德国及韩国的消费金融业务;黎巴嫩的零售银行业务;中国台湾的零售证券业务;巴基斯坦的商业租赁附属公司;日内瓦的私人银行业务;以及中东地区及其他一些地区的中小企业银行业务。除此之外,集团亦撤出持有小股权益的非核心投资,包括 Travelex 及 Fleming Family & Partners。

同时,去年12月16日,渣打香港确认将旗下消费信贷业务安信信贷及深圳安信小额贷款出售给香港中旅金融控股牵头的财团,买方财团由香港中旅金融控股牵头,以及 Pepper Australia Pty Limited 和 York Capital Management Global Advisors, LLC。

继宣布裁员计划后,渣打在同日宣布了两项高层人事变动。渣打在香港联交所公告中表示,Richard Goulding 和 Jan Verplancke 将分别退任集团首席风险主管,以及首席资讯总监及集团技术及营运部主管,并辞任渣打银行董事会董事。

为符合上市规则要求,该集团同时宣布渣打集团企业发展及策略部门的上级主管,将会由洗博德变更至集团财务董事方德(Andy Halford),即时生效。

“这两名高管的变动是由于他们退休,和公司结束证券业务无关。”Tracey 解释道。

亏损泥潭

在裁员消息刺激下,渣打股价1月8日上涨2.86%收报115港元,然而在过去12个月内,公司股价已累计下挫47%。

在洗博德的带领下,自2002年至2012年,渣打曾维持了长达十年之久的高速盈利增长,然而自2013年开始渣打的利润增长陷入停滞,去年三季度甚至出现了倒退。

渣打去年10月底公布的第三季度业绩显示,渣打的运营利润同比大幅下挫16%,

由18.3亿美元降至15.3亿美元。2014年前三季度,渣打的税前盈利同比下挫19%至约48亿美元。与此同时,渣打发出盈警,预测2014年下半年财年的运营利润将低于去年同期。

其中,渣打全球证券融资市场(ECM)业务近年表现不济,根据 Dealogic 的数据显示,渣打全球 ECM 业务排名已由2010年的第26位跌至去年的第54位,而其亚洲 ECM 业务排名亦徘徊在第24-25位。

同时,渣打的坏账及其他资产减值在去年第三季度大幅增长,由2013年同期的2.89亿美元飙升至5.39亿美元。此前,渣打银行曾公布其在青岛港有关大宗商品的信贷敞口总额约2.5亿美元。2014年7月8日,渣打香港向香港高等法院提起诉讼,追讨3566万美元的欠款。

野村证券分析师曾在研究报告中指出,渣打去年总贷款减值损失预计将达20亿美元,并预期在2015-2016年度进一步增至21.5亿美元。

受业绩接连倒退、坏账引诱的影响,标准普尔于2014年11月将渣打的长期信贷评级由原本的“A+”下调至“A”,这是集团20年来首次被降级。

TCL 去年营收破千亿元 增量来自海外

■ 李媛 报道

千亿营收,几乎是所有中国家电厂商的梦想。历时33载,历经三次转型,TCL集团2014年营收成功突破千亿,成为家电业内第四个“千亿俱乐部”成员。

对于TCL董事长李东生而言,其感慨恐怕会比一般人多很多。10年前,TCL预备进入快车道,计划2010年即收获1500亿规模,却不料在国际化并购中头破血流。李东生曾开过一个玩笑说,“我曾经尝试减肥,但一直没有成功。”在2005年最困难的日子里,他3尺5的裤腰一下子变成了3尺2。

从结果来看,TCL的千亿梦想虽迟了四年,但还是来了。在千亿之后,等待李东生和TCL的,是更加艰巨的考验——前三个晋身千亿的家电厂商,无一例外地在此后增长乏力。TCL能解开这个“千亿魔咒”吗?

迟到的千亿梦

10年过去,回头看,TCL实现千亿梦想晚了整整四年,当年期望的1500亿也变为如今的1000亿。

元旦假期刚过,1月5日,TCL宣布,公司实现年营业收入超千亿。

这比TCL预计时间晚了好几年。

10年前,2004年2月17日,广东的天气已经暖和起来,盘踞在惠州的TCL集团对外公布了雄心勃勃的“龙虎计划”:要在2005年实现销售收入700亿元,2010年达到1500亿元,形成具有国际竞争力的世界级企业。

据见证过当时场面的人说,“龙虎计划”是TCL集团董事长李东生亲自宣读的。“龙计划”中,未来3到5年TCL多媒体显示终端与移动信息终端两大业务要进入全球前五名。“虎计划”中,TCL家用电器、信息和电工照明三大业务及相关产业,未来3到5年要形成国内领先优势。

10年过去,回头看,TCL实现千亿梦想晚了整整四年,当年期望的1500亿也变为如今的1000亿。在千亿目标变化和推迟的背后,还有一段TCL长达四五年的涅槃重生。

在“龙虎计划”抛出前后,TCL集团内部正酝酿两笔庞大的海外并购,收购法国汤姆逊彩电和阿尔卡特手机业务。

汤姆逊当时是全球五百强,体量比TCL大,并购它就等于蛇吞象。TCL认为,汤姆逊能帮助完成从中国品牌向国际品牌的跨越。

2004年1月并购进行时,正处于彩电产业一个节点,平板电视技术正在兴起,而汤姆逊在CRT技术上全球领先。TCL当时认为,平板至少要五六年才能取代CRT。但结果事与愿违,平板电视的大潮很快席卷而来,并购资产迅速贬值。

同年8月,TCL收购阿尔卡特手机业务同样不顺利。初次整合未到预期,1000万欧元很快耗尽,2005年被迫进行二次重组。期间,国内手机环境急剧恶化,国外品牌和国内山寨厂迅速崛起,曾经风生水起的TCL国内手机业务开始下滑。

最终,TCL为两桩并购案交了巨额学费。2006年,TCL巨亏达19亿,公司股票被戴上ST的帽子。为了渡过难关,电工业务、楼宇业务等非核心业务被相继出售。

不久前,李东生在“TCL跨国并购十年回顾”论坛上坦言,“当时做这个决定的时候有点过于乐观,对困难估计不足,对并购当中需要的资源投入也是估计不足。”

突破千亿的增量来自海外

2014年的千亿中,海外销售收入占48%,比2009年的三分之一有大幅提高。

相比2013年的850亿,2014年TCL营收过千亿,意味着其营收在过去一年内增长了至少150亿。在彩电业哀鸿遍野的背景下,TCL的增量来自哪里?

经历了2008年的谷底,2009年TCL恢复增长,国际化进入稳步成长的阶段。李东生介绍,2009年到2014年,TCL销售收入和海外销售收入都在稳步增长,特别是海外收入增幅比国内收入增幅大,2014年的千亿中,海外销售收入占48%,比2009年的一年有一有大幅提高。

TCL海外业务中,手机增长很快,2014

年预计销量将达到7300万台,其中85%以上来自海外市场,出口量居中国手机厂商首位。

以2014年前三季度TCL手机销售均价52.7美元,全年销量预计增长1780万台计算,其手机业务会带来约58亿元人民币的增量。

不过,TCL手机有个硬伤,即利润不高,以前三季度总出货量4861万台,盈利5.73亿元计算,每台手机利润仅为11.7元。对此TCL表示,公司中高端智能产品比例正不断扩大,毛利率已有所提升。

除此之外,2009年才上马的面板公司华星光电是目前TCL最大的摇钱树。

2013年华星光电营收155亿,占集团总营收(853亿)的比例不足20%,但为集团贡献了近80%的利润。

家电专家刘步尘预计,2014年华星光电的贡献仍旧最大,不过低迷的彩电市场或多或少会影响面板产业,所以其营收增量不会超过100亿(2013年增量为83亿)。

作为TCL的立身之本,彩电业务近几年一直随大环境一蹶不振。2013年TCL多媒体亏损,2014年前三季度销售收入187亿元,下降16.0%。所以2014年TCL多媒体以转型为基调,围绕“双+”战略,在内容服务、营销推广上做了很多尝试。但由于彩电行业尚未回暖,业界普遍认为,TCL多媒体的折腾能使得经营业绩同比改善,难有质的飞跃。

除此之外,TCL集团旗下还有白电业务,主营音视频产品的通力电子,模组、照明等系统科技,以及最新与思科共同投建的商用云服务平台、文化传媒、O2O等新兴业务,这些板块目前贡献甚微。

家电业的“千亿魔咒”

吊诡的是,几乎所有跨过千亿的家电厂商都难逃“千亿魔咒”的洗礼,比如排在TCL前面的几位同行格力、美的、海尔无一幸免。

2014年报还未发布,2015年一开年,TCL公司便迫不及待地放出了超过千亿的好消息。于李东生而言,其面前又出现一个新的难题,千亿之后怎么做?

三星连续五季度利润下滑 或被华为小米颠覆?

■ 胡媛 报道

韩国三星电子的2014年看来过得并不如意。1月8日三星电子发布了业绩预测,预计2014年第四季度公司利润将继续下滑,可能将同比下滑35%至39%,降至5万亿韩元(约合45.5亿美元)至5.4万亿韩元。这已经是三星电子连续第五个季度利润下滑,而曾经为三星电子贡献了超过60%利润的手机业务在全球市场的败退成为三星电子业绩下降的重要原因。

根据Gartner发布的数据,2014年第三季度三星电子全球智能手机销量为7321万部,市场份额为24.4%,同比下降7.7%。其中在欧洲和亚洲销量降幅最大,尤其在中国三星智能手机销量锐减28.6%。与此同时,来自中国的手机品牌华为(5.3%)、小米(5.2%)、联想(5%)三家在全球市场份额合计达15.5%,同比2013年同期增长了4.1%。而在中国市场,据Strategy Analytics的数据,2014年第三季度小米手机已经超越三星手机,小米的市占率达到16.2%,而三星智能手机市占率只有13.3%。

三星手机在中国市场的疲态在2014年第二季度就已经显现。2014年2月三星发布了其旗舰机GALAXYS5,但这款手机即使在渠道大力拉动下却并未取得预期的市场效果,而这种状况在三季度开始恶化。整个三星渠道体系从2014年第三季度一直处于清库存的状态,有三星渠道商反馈,2014年下半年三星高端机销量只有2013年同期的1/2到1/3,渠道商已经不敢从三星拿货,因为现在三星手机不好卖了。

虽然三星占据了全球手机市场最大的份额,但在高端市场,苹果对三星的压力和威胁从未消失。这种压力在库克宣布推出“bigger than bigger”的iPhone 6 Plus后直接转变为杀伤力。在此之前,苹果从未踏入过大屏手机市场,而三星则是最早推出大屏智能手机的厂商,这也成为三星在高端智能手机市场最独特的竞争力之一。

而在中低端市场,三星面临的竞争则更为惨烈。以华为和小米为代表的中国厂商在中国乃至全球市场快速崛起,对三星在中低端市场展开围剿。在南美洲TCL已经超越三星成为市场第一,中兴紧随其后。在北美市场,中兴已经进入市场前四。而在非洲一家叫做传音通讯的中国手机厂商已经成为非洲市场霸主。在欧洲有华为、TCL,在印度以及东南亚,OPPO、金立、小米已经跃跃欲试。但就在中国厂商战斗力不断提升中,三星却走向了平庸。

三星到底怎么了?在华强电子产业研究所分析师潘九堂看来,三星的问题更多出自本身:产品乏善可陈,从高端到低端同质化严重,产品策略过于保守,似乎失去了创新的动力和方向。在高端机上,三星一直无法超越苹果。而在中低端市场,面对小米、华为这些性价比更高的中国手机,三星也束手无策。

比如目前手机行业主流的金属工艺,三星却一直持保守态度,直到今天,三星最高端的机型仍然采用塑料外壳。而在产品外观、工业设计上,华为、OPPO的某些机型已经超越三星。在软件 and 用户体验上,小米,甚至锤子的用户体验都优于三星。而在处理器上,华为自主研发的海思麒麟920单芯片处理能力高于三星的处理器。虽然中国厂商在整体上仍无法和三星抗衡,但中国厂商的“机海”已经从底层芯片、处理器、软件,到硬件创新、外观工艺,让三星在每个单项上都失去优势,表现平庸。

如果说苹果开创了今天的智能手机时代,那三星可以说推动了这个时代。回顾三星崛起的历史,有其自身独特的竞争优势,但也有市场时机的眷顾。三星一直赖以自傲的是其自身完善的供应链和零部件优势,这个优势使得三星曾经是苹果的核心供应商,为苹果提供显示屏和处理器,这给了三星近距离学习苹果的机会。所以三星可以说是学习苹果最早、最彻底的手机厂商。而苹果一直未有推出大屏智能手机,也让三星抓住了大屏手机的机会。依靠自身的供应链优势,在诺基亚和MOTO的快速衰落中,三星得以抢占大部分市场份额。

但在过去几年,市场形势却向不利于三星的方向变化。首先是苹果开始了“去三星化”,将供应链向中国台湾以及大陆转移。苹果的动作带来了巨大的蝴蝶效应,使得中国台湾和大陆的智能机产业链迅速完善,得以支撑今天中国手机的爆发。三星的供应链优势就这样减弱,而其在硬件上的优势比如显示屏、处理器,在众多厂商竞争中也逐渐变弱。离开了苹果的三星,在产品创新上变得乏善可陈,似乎失去了方向。

三星会成为下一个诺基亚吗,潘九堂认为还不至于。因为诺基亚是方向错了。而三星的硬件和供应链优势还在。”在潘九堂看来,三星还将是未来手机市场三极鼎立中的重要一极,只是随着中国手机在全球市场的爆发,如果三星再不思进取,份额继续下降将是必然。而三星未来如果能在显示屏、零部件等领域继续创新,还将是中国厂商的重要竞争对手。