

苹果财报“逆天” 单季净利 180 亿美元

■ 李娜 报道

1月28日,苹果发布了一组毫无惊喜却又创造历史意义的财报。

根据一季报财报的内容,苹果公司营收为746亿美元,比上年同期的576亿美元增长了29.5%。净利润为180亿美元,创下历史新高纪录。苹果依然是手机行业里最会赚钱的公司。

让国产手机可能感到有些“心塞”的是亚洲以及中国用户又成为了苹果创造纪录的重要贡献者:第一财季大中华区营收为161.44亿美元,同期增长70%。

“虽然这几年华为利润持续稳步增长,但如果跟国外的苹果、三星比还是不足一提,简直不好意思说。”华为消费者业务集团负责人余承东对记者表示,华为手机这两年短期利益都还不错,但是得看跟谁比,跟中国同行比我们利润会比他们好,这是毫无疑问的,但和苹果相比他们一年是几百亿美元利润,而我们收入还不到这个数字。

而就在前一天,华为发布了在外界看来非常漂亮的一份业绩报告,其消费者业务2014年销售收入122亿美元,同比增长30%,却只是苹果一个季度净利润的2/3。

缩小的差距?

苹果的一季度的财报颇为漂亮,这家公司一季度的净营收和净利润双双创下历史新高。当季净营收同比增长30%,至746亿美元;净利润同比增长38%,至180.24亿美元。两项业绩指标均高出历史预期,推动苹果股价盘后大涨5%。

与其他硅谷巨头对比来看,苹果单季度营收是微软的约三倍,是谷歌的近五倍;苹果利润是微软的3.5倍,是谷歌的6.5倍。而与同行中步步紧逼的三星相比较,苹果已独自占领了高端市场人群。

中国市场,苹果也实现了逆袭。调研公司



Canalys表示,苹果公司去年第四季度首次成为中国智能手机市场最大厂商。“这是一个令人惊异的结果,因为苹果手机的平均售价相当于其最强劲对手产品售价的近2倍。”不过从另一组数据上看,国产厂商的增长势头可以媲美苹果,小米去年手机销量6112万部,同比增长227%。站稳海外市场的华为销量突破7500万部,同比增长30%。联想手机去年销量接近6000万部。

事实上,从去年开始,借助4G东风国产手机已经开始了对于苹果和三星的追赶,华为、联想、小米等公司在全球市场销量排行榜上也挤进了前五。但不得不承认的是,过快的速度并不能掩盖“微利式生存”的集体状态。

“本土厂商要适应微利式生存。”一国产手机厂商负责人对记者表示,智能手机市场的趋势是PC化,尤其是操作系统和主要元器件都掌握在海外厂商手上,在这种情况下,大家能比拼的就是微利和微创新。

可以看到,虽然在销售量上国产手机已经占据了较高的份额,但国产手机近两年来

目标主要是提高销量,因而定价普遍较低,并不能缩小与三星和苹果利润之间的差距。

外界常常问余承东利润率的数据,余承东对记者说,华为不是很在意这个数字,可以说的是每年的收入和利润都在增长。但随后他立马补了一句,“跟苹果和三星比,我们的利润还是不值一提,”他表示与苹果之间存在两大差距,一方面是品牌的构筑,以及消费者的信赖和认可,即使产品做得很好,品牌起来还需要一段时间,其次是华为在渠道、零售方面的能力。

利润盈亏线下的新布局

从数据上可以看到,联想集团在2014/2015财年上半年营收208.7亿美元,净利润为4.76亿美元,净利润率是2.3%;小米2014年营收约743亿元人民币,利润率并未透露,但业内估计不会超过10%。这样的净利润率和苹果相比实在太低。

而除了利润之殇,过度营销也成为迅速

扩张的国产手机厂商必须正视的问题。“现在还有不用加价就能直接预约成功购买的国产旗舰机吗?”这样的问题遍布各大手机论坛。

国产手机厂商似乎又走到了十字路口,销量、口碑、营销,不同的厂商在其中做着不同的选择。

“从小米发布的新品看,NOTE5从某种意义上,可以说代表着小米在市场策略,尤其是在定价策略上的一种挣扎。”一不愿意透露姓名的国产手机厂商对记者表示,互联网思维让小米在很短的时间内取得了低端市场上的成功,并在销量上一度站上了全球第三的位置,但目前“向上走”的成绩并不算喜人。4天100万预售量,和小米系列动辄千万的预售量不在同一级别。

华为也选择了减少机型和布局高端手机市场。华为消费者业务副总裁邵洋对记者表示,2015年华为的智能手机要从7500万增加到1亿部,其中高端机占比要从18%提升到30%。海外收入占比从52%提升到60%。

“2013年之后我们对市场的了解逐步加深,我们发现铁三角是我们逐步攻克难题,那就是渠道、品牌、产品,而到了2014年之后我们重点做了两个部分:第一部分拉近与用户的距离;第二是增强在互联网时代的营销能力以及销售能力,所以我们推出了荣耀模式。”邵洋对记者表示,经过这几个阶段华为已经拉开了和其他厂商的差距,今年需要在一些特定的市场向三星和苹果发起猛攻。

目前看来,华为攻破高端市场的另一个优势在于芯片的能力。

“高端产品用华为自身研发的芯片,很多国家我们原则上还是会这么考虑,就是高端的产品,主要我说的是mate系列和P系列,应该说它是用华为自主研发的芯片。”华为消费者业务副总裁徐钦松对记者说。

不管怎样,国内手机企业以性价比来赢取市场的战略已经“过时”了,在未来,相信更多的国产手机厂商会更加关注利润和品牌,以真正缩小和苹果的差距。

李嘉诚千亿收购英国手机运营商 O2 欲做英国电信老大

■ 区家彦 报道

和记黄埔1月23日下午发布的公告证实,经历数周谈判后,香港地产和电信大亨、亿万富豪李嘉诚即将完成他迄今为止的最大单笔收购——斥资103亿英镑(约合154.4亿美元,约合957亿元人民币)从西班牙电信公司(Telefonica)手中收购英国手机运营商O2。李嘉诚的和记黄埔旗下已有一家较小的英国移动网络运营商Three,两家英国运营商合并后,将成为英国最大的电信运营商。

这次交易将使得英国主要的移动运营商由四家减为三家,标志着英国电信业将开启2015整合年。目前英国四大移动运营商是O2、EE、沃达丰(Vodafone)以及和记黄埔旗下的Three。

此外,随着长江实业与和记黄埔的“世纪重组”有望在今年上半年完成,李嘉诚的“资产帝国”将从中国香港迁册至英属开曼群岛,自2015年以来长和系持续加大在欧洲的投资力度。

将组建英国最大电信营运商

和记黄埔发布的公告显示,公司正在与西班牙电信展开排他性谈判,计划以92.5亿英镑(约合863.7亿人民币)的价格收购后者旗下的英国移动运营商O2,支付方式为现金。另外,如果O2与和记黄埔旗下现有的英国运营商Three合并后的公司能够达到特定的现金流目标,和记黄埔还将额外支付10亿英镑(约合93.37亿元人民币),这意味着此次交易总价值有望超过100亿英镑。

据了解,在英国四大电信营运商中,O2拥有2410万名客户,位居第二,和记黄埔旗下的Three则拥有800多万客户,排名最后。如果和记黄埔能成功收购O2,其市场占有率将增加至约40.6%,成为英国电信市场的“老大”。

和记黄埔2014年中期业绩报告显示,截至去年年中,公司的账面现金与可变现投资约为1208亿港元。为了完成此次巨额收购,和记黄埔财务董事陆法兰透露,集团计划寻求60亿英镑(约合560.2亿元人民币)的银行贷款,预期在O2与旗下Three合并后,将可能释放出不多于30%的股权引入私募基金。

和记黄埔预计,此次收购有关协同效应将产生30亿~40亿英镑的净现金流。由于此次收购需要获得欧洲监管部门及英国通讯管理局等部门的批准,预料交易在2016年中期后期才能完成。

记者了解到,自1983年起进军电信市场以来,和记黄埔的电信业务全球活跃用户高达7300万名,欧洲电信业务更是和黄的重点业务之一。2014年中期业绩报告显示,和黄已经完成在英国、意大利、瑞典、丹麦、奥地利、爱尔兰6个欧洲国家的布局,去年上半年其欧洲电信业务的收益总额为310亿港元。

香港粤海证券投资银行董事黄立冲向记者表示,近年来,和黄持续加大欧洲电信业务的布局力度,此次收购将替日后负责集团非地产业务的新公司“长和”带来稳定现金流。

欧洲业务营收占比由10%升至43%

根据长和系此前公布的世纪重组方案显示,新成立的长和及长地均于开曼群岛注册,成为离岸公司,注册地在中国香港的长江实业与和记黄埔将被撤销,这意味着李嘉诚的资产帝国将迁册至英属开曼群岛,这位曾多次坚称“不撤资、不迁册”的亚洲富豪也因此受到业界质疑,但这无碍长和系加大投资欧洲的决心。

1月20日,长江实业发布公告,公司及其子公司长江基建集团签订协议,拟成立一家合资企业收购并经营管理英国Eversholt铁路集团,预计交易将在2015年3月完成,长江实业和长江基建各自的最高资本承担约为70.2亿港元。1月23日,和记黄埔旗下的屈臣氏集团宣布,将收购荷兰大型连锁药房Dix,交易完成后将为集团零售网络增加50家店铺,而这也是屈臣氏集团10年以来的首宗收购。

“李嘉诚是一位高抛低吸的好手,近年来,其资本运作主要思路就是出售国内的不动产物业,将资金用于在欧洲市场的收购。”黄立冲告诉记者,相对于内地与香港较高的房地产价格,刚处于经济复苏阶段的欧洲资产价格尚处于低位,其主要投资领域如基建、电信、零售行业又能带来稳定的现金流,这符合李嘉诚“稳中求进”的投资风格。

从业务布局来看,和记黄埔早已经从一家区域性经营公司变身国际化跨国企业。以营业额计算,早在2000年,和记黄埔超过50%的营业收入来自于中国香港,来自欧洲的营业收入占比仅为10%;但到了2014年上半年,其来自中国香港的营业收入已经下降至15%,来自中国内地的收入一直稳定在10%~20%,来自欧洲的收入所占比例则大幅上升至43%以上。

布局新媒体影视业务 皇氏集团 8 个月涉足 4 家影视公司

■ 董来孝康 报道

1月28日,以水牛奶为主业的皇氏集团发布公告称,公司与韩国MACROGRAPH(以下简称MG)及MG实际控制人李仁浩签署了股权投资及合资公司项目框架协议,皇氏集团以总投资额8000万元人民币的代价,取得MG公司40%的股权、未来设立的MG中国公司40%的股权。

2014年4月,皇氏集团宣布斥资6.8亿元收购御嘉影视100%股权,11月26日该交易落地;2014年6月,皇氏集团宣布与盛世骄阳签约,若后者2014年经营业绩达标,公司将获得其控制权,100%股权估值不少于7.5亿元;同时,皇氏集团宣布以增资的方式取得北广高清20%股权,作价4000万元。这意味着,在8个月的时间里,皇氏集团已涉足4家影视公司。

记者注意到,自宣布上述并购消息后,皇氏集团股价从14元一路上扬至停牌前的27.85元;自2014年11月以来,黄氏集团股东张慕中共计减持1052万股,套现2.59亿元。

“张慕中先生作为公司股东,其在二级

市场上的股票买卖行为属于其个人的行为,对此我们不宜作出评价,其未来股票买卖打算公司尚不知晓。”皇氏集团方面对记者表示。

影视特效行业利润较低

国内投资者对MG是何方神圣可能并不太了解,但若提到其服务过的影片,则是一个比一个响。

公告显示,MG公司是一家特效视觉公司,从事影视剧、动漫3D、广告片等后期制作,为包括中国影片在内多部知名影片提供过服务,如《西游降魔篇》、《西游记之大闹天宫3D》、《功夫之王》、《汉江怪物2》、《鸣梁》、《钟道降魔之雪妖魔灵》等。

根据协议,皇氏集团拟以4000万元的对价增资取得MG的40%股权,成为其第二大股东,李仁浩及团队组建的韩国持股公司持股60%;同时,皇氏集团拟再出资4000万元与韩国持股公司、李仁浩及团队组建的中国持股公司共同出资,设立MG中国公司,并确保皇氏集团为MG中国公司第一大股东。

李仁浩承诺,从2015年到2018年,

MG及MG中国公司扣非经常性损益后的净利润综合分别不低于595万元、1116万元、2009万元及3515万元。但皇氏集团在发布的公告中没有任何关于MG过去盈利指标的信息。

皇氏集团方面向记者表示,“本次公告属于提示性公告,公司与MG股东签订了合作框架协议,按照相关信息披露格式要求,不需要披露该公司历史财务数据。”

“包括特效在内的后期制作公司利润率比较低,在5%左右,属于劳动密集型企,且业绩波动大,连美国特效公司都纷纷倒闭。好莱坞特效公司擅长创意,这是特效技术的核心,其他业务则被迫外包到了韩国、中国等亚洲地区。”乐正传媒研发总监彭侃称。

筹划重大资产重组事项

自2014年12月1日停牌以来,皇氏集团目前仍未复牌。有业内人士猜测,可能公司仍有并购事宜。

2014年6月,皇氏集团与盛世骄阳签订投资协议书,若后者2014年度的经营业绩满足双方在投资协议书中约定的财务指标及其

他条件,皇氏乳业将以增资或股权收购的方式,取得盛世骄阳股权直至实现控股。

无独有偶,皇氏集团宣布将获得北广高清20%股权的同时,若后者2014年度的经营业绩满足双方约定的财务指标及其他条件,皇氏集团将以继续增资或股权收购的方式,增持北广高清股权,届时持股比例不低于51%。

对此,皇氏集团方面向记者回应称,“公司此次因筹划重大资产重组事项而申请停牌,目前重组涉及的各项工作仍在推进当中,具体事宜敬请关注公司公告动态。”

记者查询发现,2011年到2014年皇氏集团营业收入分别约5.72亿元、7.54亿元、9.91亿元和7.94亿元,归属于上市公司股东的净利润分别约为5893万元、3265万元、3636万元和3296万元。

“皇氏集团是典型的区域性乳企,主营的水牛奶也只是液态奶里的一个分支,在整个乳制品企业趋向寡头化的大背景下,皇氏集团盈利能力并不强。皇氏集团在广西有一定的人脉,之前曾试着养牛介入养殖业,但效果不好,现在又涉足影视尝试多元化。”中国食品商务研究员朱丹蓬称。

百盛成立合资公司搞餐饮 转型服务零售商

■ 王敏杰 报道

一直处在保守转型中的百盛又有新动作。

日前,百盛集团宣布,公司已透过全资附属公司百盛商业有限公司就成立合资公司与AUMHospitalitySdn.Bhd.订立合资合同,以在中国发展餐饮业务。

根据公告,该合资公司的初期投资总额为4000万元,包括以股本注资400万元及由百盛商业以股东贷款出资3600万元。根据合资合同,百盛商业及AUMH将按股权比例91%及9%分别作出股本注资364万元及36万元。

对于此次交易,机构大多反应平平。“尽管我们欣赏百盛与食品和饮料专才合作的举措,但基于持续疲弱的消费意欲,以及网上的持续竞争,我们预计短期内将不会有任何显著的销售影响。”交银国际方面指出。

此次合资是为转型布局

记者注意到,百盛合作方AUMH为一家在马来西亚注册成立的有限公司,主要从事食品、饮料及娱乐业务。AUMH在马来西亚经营及特许经营餐馆,旗下经营及管理12个品牌,其中包括来自美国的“JohnnyRockets”及AUMH自有的“TheLibraryCoffeeBar”。

针对此次投资,百盛集团可谓谋划已久。事实上,2014年7月AUMH就已与百盛就扩大在马来西亚的餐饮业务达成合作意向,并



计划2015年进入中国。

在电商冲击下,包括餐饮类、儿童类、美容类等在内的体验式业态成为百货转型的救命稻草。“留不住购物的就留住吃饭的。”有人直言。

对于上述合作,百盛集团也表示,引进餐饮服务是集团重要的战略布局,集团正在由传统的百货零售商转型成为提供生活理念服务的零售商。“餐饮服务为百盛集团向客户所提供的购物体验的重要组成部分,此次合资是集团转型为提供生活理念服务零售商的另一重要战略布局,同时亦为集团提供新业务及收入来源,本次合资符合本集团的扩张计

划并会补充其长期增长策略。”

百盛在餐饮上的加码不仅止于此。据《北京商报》报道,百盛行政总裁张瑞雄表示,除了上述两个品牌,百盛还会另外引入两个餐饮品牌进入中国。4个餐饮品牌计划开出30家店,初期主要涉猎上海、北京两个市场,随后逐步延伸。

转型背后是业绩低迷

百盛提转型的背后,是其很长一段时间以来表现低迷的业绩以及连续的关店动作。

2014年全年业绩尚未公布,不过截至