

服装行业迄今最大并购案——

森马高溢价收购中哲慕尚

本报记者 刘瑾 张政

聚焦

6月18日晚间，浙江森马服饰发布公告称，该公司已通过以19.8亿元至22.6亿元价格收购宁波中哲慕尚控股有限公司(以下简称“中哲慕尚”)71%的股权的框架协议。整个收购一旦完成，将是中国服装行业迄今为止规模最大的并购案。

中哲慕尚是一家主要定位于中高端休闲男装的自有服装品牌公司，旗下拥有GXX、gxg. jeans等品牌。目前，中哲慕尚已在全国的主流百货及购物中心开设约1200多家零售门店，2012年度公司零售收入超过30亿元。根据中哲慕尚的数据，其在万达、银泰、大洋百货、新世界百货等主要连锁百货男装同类品牌销售中均排名前三。

当国内的中高端休闲男装行业正处于成长期，未来发展空间大，通过收购GXX，森马服饰将拓展新的业务增长点，发展其他细分市场，同时获得中哲慕尚在百货商场的渠道，从而增厚公司业绩。“GXX管理团队在产品、渠道资源、中高端业务供应链、电子商务、人力资源等方面能力突出，在中高端休闲男装业务市场中具备综合竞争优势。”对于本次收购的意向，森马在投资者大会上这样解释道。

根据协议约定，森马有权力对中哲慕尚剩余的股权进行收购，在后续发展道路上，中哲慕尚承诺2013年净利润2.65亿元人民币，2014年以及2015年的年增长率不可低于20%。

然而，对于如此大金额的收购，资本市场并不怎么买账。公告发布后，森马股价随即大跌。中哲慕尚产业景气指数特约评论员、中银万国服装行业分析师王立平向记者表示，尽管评估认为中哲慕尚今年增长将在30%以上，但此次收购仍存在较大风险。首先，中哲慕尚近80%的负债率不容忽视，财务状况也不透明；其次，核心的管理团队在3年锁定期后能否留住还很难说。“作为森马公司的机构投资者，我们认为森马此次收购的成本偏高。”

森马的回应是，中哲慕尚的财务报表会在收购完成后公开。其旗下品牌GXX是优质的服装品牌，线上线下都做得很好，尤为难得的是其股权结构以投资人为主，此次收购不会对领导层造成太大影响。

纳米“碳丝绸”生产线落户京郊

碳原子“铺”成膜可替代现有触摸屏

本报北京6月20日讯 记者苏民、通讯员温来生 赵敏报道：6月18日，全球首条用原子“铺设”纳米级“碳丝绸”的生产线正式落户北京怀柔雁栖开发区内的北京纳米科技产业园。建成后，每月生产的碳纳米管薄膜可为300万部手机提供触摸屏。

“之所以拿‘丝绸’作比喻，一个主要原因就是这种薄膜轻盈飘逸的‘像烟一样轻’，放在掌心都能自己飘动。在视觉上，只有几个原子叠加厚度的薄膜，几乎是透明的。而且碳纳米管薄膜的制作过程，也经历了类似丝绸纺织中的‘抽丝’、‘纺布’等工艺，把高质量碳纳米管整齐地排列形成薄膜。”在当天的签约仪式上，清华大学刘亮博士形象比喻道。据介绍，与古代只有中国出产的丝绸一样，这种精确排列获得的碳纳米管薄膜，目前在全世界只有中国能生产制作。

中国纳米科技领军人物、清华—富士康纳米科技研究中心主任范守善院士介绍，超顺排纳米管阵列是由高质量的碳纳米管整齐排列而成的一种新型材料，这种材料可以直接制膜或者拉丝，在触摸屏、超细导线、瞬时加热器、超薄扬声器等多个领域具有极其广泛的应用空间。

碳纳米管在1991年由日本科学家首次发现。直到2002年，才由我国的范守善院士团队在世界上率先制备成功超顺排碳纳米管材料，并将成果发表在《自然》杂志。这项技术被业内评价为“架起了一个联系纳米世界和宏观世界的桥梁”，也打开了一条碳纳米管真正应用的道路。目前，清华—富士康纳米科技研究中心已获得包括中国、美国、日本、欧洲等地在内的超过1800项专利授权，贯通了碳纳米管从原创性基础研究、应用技术开发、产业化技术攻关到大规模生产应用的完整创新链。

据悉，此次签约的产业化项目主要生产制作手机触摸屏的原材料。北京的工厂先期主要生产8英寸直径的碳纳米管原材料。0.3毫米厚、0.5克重的一块原材料，送到天津的工厂，像抽纸一样就制成了1600张手机触摸屏。

据刘亮介绍，因为零污水、零废渣、零废气排放，这个“丝绸厂”得以落户在距离雁栖湖大约4公里的纳米科技园区。同时，高技术含量让这个“丝绸厂”实现了寸土寸金的产值，虽然一期厂房只有3000平方米，但每月生产的碳纳米管材料可制作300万片手机触摸屏。4年内，年产量将达到1.8亿片，年产值近10亿元。

据悉，和目前制作触摸屏使用的稀有金属相比，碳纳米管解决了金属储量不足的问题，也更加环保。除了可以直接制膜、拉丝外，超顺排纳米管材料在超细导线、瞬时加热器、超薄扬声器等多个领域也具有极其广泛的应用空间。

中国服装协会产业经济研究所所长陈国强——

联合有利于推动品牌发展

专家连线

“作为宁波当地比较活跃的3家品牌之一，中哲慕尚是一家优质的品牌企业。”中哲慕尚产业景气指数特约解读人、中国服装协会产业经济研究所所长陈国强在接受记者采访时表示，由于创始人的原因，中哲慕尚的发展模式比较特殊，与传统的民营企业相比，中哲慕尚主要靠募集外来资金创办，也可以说是一成立就有着金融的血统。

陈国强说，外来资金对于企业来说，可以支持其快速发展，但却不一定能白头到老。因此，中哲慕尚在企业运

营时可能更看重背后的资本运作。此次森马收购中哲慕尚，也是看好GXX本身的股权结构和发展前景。

陈国强表示，这次收购对于整个服装产业都有积极的参考作用，这种联合对服装企业品牌发展有推动作用。作为一家发展良好的服装品牌，根据合作协议，收购后中哲慕尚公司原有的管理层及设计团队、供应链体系、零售渠道保持不变，公司管理层及员工将签订长期工作合同；GXX品牌原有定位和产品风格保持不变。这种资金投入、大局稳定的局面对于维持中哲慕尚的正常运营至关重要。

同时，陈国强也提出，在当前的经济形势下，森马斥资收购，一味谋求量

的扩张是不可取的，显然，企业要从本质上寻求新的提升。引入多品牌后，有效整合资源是关键。当前国内零售业疲软，服装终端销售仍将持续不景气，在此之下森马服饰要保证原有业务和新增业务的持续增长，也是不小的问题。

“GXX开创了一种服装品牌运营的新模式。”陈国强指出，专注于培育服装品牌，做大后高价出手，也是一种值得探索的新模式，今后，可能会有更多的这样的品牌出现。

对于收购后企业发展的的问题，陈国强认为，尽管同为快时尚品牌，但森马和GXX还是有很多差异。“GXX今后往哪儿走，还要再看一段时间。”

背景

森马服饰 据森马服饰年报显示，该公司2012年实现销售收入70.6亿元，同比下降9.0%，而净利润为7.61亿元，同比大幅下滑37.8%。自2012年中期以来，森马服饰一直持续打折促销以去库存，并同时放慢了扩张开店脚步，关闭不盈利门店。数据显示，2012年只新增门店500家，而这一数字在2011年时达到1400余家。森马服饰的业绩颓势已在今年一季度有所好转，一季度报显示，公司实现销售收入14.02亿元，同比增长6.26%，扭转了2012年以来的收入增速负增长。

中哲慕尚 数据显示，中哲慕尚2012年收入为13.98亿元，净利润2.06亿元，同比增长40%以上。而同类男装品牌，如九牧王、七匹狼2012年净利润增长分别为29.1%、36.1%。中金证券郭海燕认为，此次收购后将会有更丰富的品牌及产品组合，为森马服饰提供新的增长点，并提升资金使用效率。

公司数字

50亿元

宗申集团河北建汽车工业园

本报讯 记者雷汉发、通讯员张佩报道：近日，重庆宗申集团与河北魏龙车业有限公司携手“联姻”，在河北省魏县合作兴建宗申电动车工业园项目。

据了解，宗申集团是集研发、制造、销售于一体的大型民营科工贸企业，连续数年入选中国企业、中国制造、中国机械三个领域500强。此次宗申集团与河北共建项目总投资50亿元，其中一期投资3亿元，占地100亩。该项目利用河北魏龙车业现有生产线与宗申集团进行品牌、技术、部分关键配件合作，并获得京津冀区域内“宗申”品牌电动三轮车特许经营权。项目建成后，年产各式“宗申”牌电动车20万辆，年可实现销售收入3.6亿元，安排就业750余人；该项目二期投资15亿元，用于扩建电动三轮车生产能力为100万辆；三期投资32亿元，主要进行宗申电动汽车的研发、制造、销售。



6月18日，江西会昌九二氟盐产业基地30万吨离子膜烧碱项目员工对设备进行最后调试。在国务院颁布出台《关于支持赣南等原中央苏区振兴发展若干意见》一周年之际，会昌县委积极创造有利条件吸引企业入驻，谋划实施县级重点工程项目178个。

本报记者 李景录摄

微讯

光大银行发力跨境金融

本报讯 记者常艳军报道：光大银行和新鸿基金金融集团近日在北京签订长期战略合作协议，两家金融机构将在高端客户投资移民与境外资产管理等方面进行合作。

据透露，此次两家金融机构合作，希望能为高端客户提供更加多元化、个性化的香港投资移民服务、海外投资渠道和资产配置方式，共同进行离岸资产配置、财富管理业务等领域的战略合作。

淮南矿业深化煤电一体化

本报讯 记者刘瑾、通讯员王宝证报道：近日，淮南矿业与中电国际共同投资的淮南平圩三期扩建工程开工，该工程装机容量为2台100万千瓦，采用国内最为先进的超超临界燃煤发电技术。工程的按期开工标志着淮南矿业深化煤电一体化战略取得突破性成果。

今年以来，淮南矿业集团煤电一体化战略继续凸显巨大的风险对冲优势，今年前5月淮南矿业电力产业实现利润6.1亿元，是去年同期的8倍。

鲁安药业胜诉反倾销调查

本报讯 记者单保江、通讯员田杰报道：山东省安丘市鲁安药业公司6月初从南非国际贸易管理委员会得到消息，该公司在反倾销新出口复审立案调查中胜诉。相关机构裁决，其生产的涉案产品扑热息痛没有发生倾销，属于正常销售，对相关产品进口南非免征反倾销税。

据了解，该公司是世界最大的扑热息痛生产企业，年生产能力达4万多吨，曾在2005年和2000年胜诉两起反倾销案。

立邦办公益地铁涂绘艺术展

本报讯 记者孟飞报道：由立邦涂料(中国)有限公司举办的“因爱之名，刷新生活”公益地铁涂绘艺术展近日在北京地铁开展，随后将在上海和广州进行巡展。

据了解，此次艺术展邀请了多位艺术家和插画家，围绕“爱”的主题创作了32幅艺术作品。画作均采用立邦的环保涂料进行创作，地铁墙面背景色则是采用立邦的艺术漆。巡展结束后，这些作品将于今年年底进行义卖，所有款项将全部用于立邦“为爱上色”彩色希望小学公益项目，用于改善教学环境及对美术教育的支持。

本版编辑 董庆森

移动化带来经济模式变革

腾讯集团高级执行副总裁 刘胜义

企业家观察

中国互联网的移动化带来的不仅仅是手机上网用户的迅速增长，更对中国经济模式产生了巨大影响。移动化让手机迅速成为填充消费者碎片时间的工具，上网、视频、游戏、通讯、购物等都可以通过移动端解决，中国网民呈现了“永远在线”的特征。

据统计，2010年网购成为互联网经济最大区块，占比35.9%，2012年这个数字增长到52.7%。电子商务的潮流大大促进了传统企业的渠道转移，以二维码为代表的移动技术将进一步加强这个趋势。一些不便于转型为电商的行业，通过二维码做促销和支付的线上化。在过去的一年当中，中国的二维码扫描量增长了4倍。

在交通领域，基于地理位置的服务可以让消费者与服务商之间的信息直接互通。乘客将自己的即时位置以及目的地发送给出租车司机，出租车司机便能实时响

应需求，降低空车率；在餐饮领域，“永远在线”影响更具深度。数据显示，“餐饮美食”是用户团购最多的商品类别，达到整体团购占比的70.3%；在娱乐领域，在线视频成为重要的娱乐手段，云视频产品的出现使在线视频跨屏体验成为可能，无论通过PC、平板或手机，实现用户随时随地、跨屏不间断地享受视频。

在改变中国网民网络使用习惯的同时，移动互联使媒体对生活实现了全面包围——消费者的在线生活已经成为一种生活方式，电子商务成为商业的未来，新媒体成为最受关注的媒体，而数字营销也将成为下一代的营销。

随着中国网民逐步成为“智能消费者”，传统的营销模式正在被颠覆。调查显示，53.3%的用户在家休闲时用手机网购，26.2%的用户在上班、上学时用手机网购，还有13.9%和10.6%的用户是在乘坐公共交

通工具和排队等候时用手机网购。消费者这种非线性的购物行为，使传统营销渠道失效。

移动互联网让消费时间碎片化这一趋势也愈加明显。“去实体店体验，然后去线上购买”(showrooming)，已经成为一种新的消费习惯。这让传统营销规划受到越来越大的挑战。数据显示，中国用户在店铺中使用手机Showrooming的各种行为当中，34%通过手机对比不同店铺的价格，21%会给商品拍照或记录产品名称细节，以便后续了解更多信息，还有16%用手机上网查询产品信息或进行比较。

消费者对网友评论的信赖，对品牌信息传达也提出了新的挑战。有调查表明，当前中国网民对自己一样的普通人信任度，高于CEO、政府官员、学者专家等其他人士。在媒体形态与消费者行为都发生变化的环境下，企业和广告主只有通过更

加智能的营销模式，更智能的媒体投放手段，才能帮助品牌信息更快更深入地走进消费者心里。首先，在内容方面，营销信息需要向“服务型的内容”升级，为消费者提供支持决策的高质量内容，才能加强营销效果；其次，移动互联网时代，当用户的购买行为不再遵循传统的营销路径，品牌应更注重“以消费者为中心”的营销系统建设，实现营销节奏向“实时响应模式”升级；第三，完成营销渠道向“移动化”升级，把握每一个消费者关注的机会，快速完成交易，缩短营销周期。

无论媒体环境如何变化，用户并没有抗拒消费、抗拒商业信息，他们只是选择了更便捷、更适合他们的途径。移动互联网在带来挑战的同时，也带来了巨大的机会，借助移动互联网的技术和工具，品牌通过更加智能的方式，可以为用户提供真正的价值和更好的体验。