

“飞鹤”告别美股往哪飞？

回购全部股份 退出股票市场

本报记者 林火灿



在美国纽交所上市的飞鹤国际近日公告称，公司股东特别大会已投票通过决议，将对钻石婴儿配方奶粉集团有限公司、白金婴儿配方奶粉集团有限公司、婴儿配方奶粉合并附属集团有限公司进行协议合并。合并完成后，公司将作为一家私人持有公司。这意味飞鹤国际控股股东将回购全部股份，并退出美国股票市场。

不久前出台的《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见》中，对奶粉企业的奶源管控、质量管理、渠道建设等做出明确规定，这意味着奶粉企业需要更多资金投入。而飞鹤此时选择私有化，资金问题会否成发展掣肘？

“三级跳”后选择退市

2000年，由于国内资本市场门槛高、审批程序相对繁琐，不少中资企业开始筹划借道海外资本市场实现融资。飞鹤乳业也加入到了海外融资的大军中。

2003年5月，飞鹤乳业在美国纳斯达克成功上市，成为中国乳品行业第一家在美国上市企业。2005年，飞鹤乳业成功转板到纽交所中小板，2009年转至纽交所主板市场交易。

“飞鹤用6年时间在美国资本市场完成三级跳，这帮助飞鹤很快就顺利完成了产业链上游的打造，也使企业的管理制度日臻完善。”飞鹤乳业董事长冷友斌说。

在海外资本市场摸爬滚打不到10

年，飞鹤又加入了另一个大军。这一次是与多家中国概念股不约而同地筹划私有化。

2011年，由于小部分在美上市公司涉及财务造假风波，美国中介机构借机大举做空中国概念股，在美上市的中国公司遭遇了群体性诚信危机。不少中国企业股价处于被低估状态，加上欧美市场整体不振，中概股上市公司估值和股价大幅缩水。不少中国企业开始纷纷主动寻求退市。

去年10月，飞鹤国际董事会对外宣称，收到公司董事会主席兼CEO冷友斌和摩根士丹利旗下亚洲私募股权部门联合发起的初步收购要约。这份不具约束力的要约提出，将以每普通股7.4美元现金的价格收购所有不属于冷友斌的流通股。

“在做空背景下，飞鹤留在美国股市的意义已经不大。更重要的是，从美国退市更符合飞鹤的发展需求。”冷友斌说，由于文化背景差异以及股权相对分散，飞鹤在扩张及经营等问题的内部决策缺乏足够灵活性。私有化以后，飞鹤的股权相对集中，可以让企业在重大事项上及时决策。

飞鹤未来路在何方

不久前公布的财报显示，一季度，飞鹤销售收入为7980万美元，比去年同期增长26.9%，较上季度增长5.7%；净利润为1060万美元，比去年同期增长27.7%，与上季度净亏损近45万美元形成反差。

“从美国‘退市’短期内对飞鹤的业绩不会造成太大影响，从长期来看，还可以帮助飞鹤在奶粉市场更加灵活地选择发展路径，快速做大做强。”飞鹤乳业副总裁蔡方

良表示。

蔡方良告诉记者，私有化以后，飞鹤将继续优化自控奶源，并进一步整合资源，完善全产业链下游建设：渠道扩容、品牌建设、消费者服务等环节，使品牌溢价成为市场销售的部分推动力，从根本上提升企业竞争力和盈利能力。

据了解，飞鹤的退市计划已获得摩根士丹利旗下的亚洲私募股权部门的支持。此次回购另外流通股约需要1.46亿美元的回购资金，这笔资金将主要来自摩根士丹

利旗下的亚洲私募股权部门和冷友斌个人的海外银行借款。

“我们不会动用飞鹤在国内的资金，这能保证飞鹤在完成私有化的过程中始终有相对稳定的现金流，以进一步贯彻落实奶粉行业的相关产业政策，为企业今后的发展蓄积力量。”蔡方良表示，飞鹤没有被其他企业收购的意愿。飞鹤将充分利用好政府鼓励产业整合的政策机遇，认真考虑收购有价值的其他乳品企业。

“中概股”纷纷退市的背后

赛迪经智投资顾问有限公司投资总监 赵文俊



最近两三年来，在美国股市中选择退市的中国公司数量不断增加。2010年有6家，2012年达到了27家。今年，中国概念股的退市潮仍在蔓延。

从表面看，在美上市的中国概念股纷纷退市，主要与财务造假风波以及企业对中美会计法律制度差异认识不够有关系，但从更深层次的角度看，与中美资本市场差异有关。美国的资本市场非常完善与成熟，投资者更加理性，崇尚价值投资而拒绝投机。而中概股企业普遍存在治理结构、盈利能力、企业风险等问题，做空机构的负面评论，通常能

引起投资者的共鸣，这让中国概念股很难适应。

同时，这些中国企业在美国股价遭到大幅做空，并贴上了财务造假、不规范、不诚信的标签，对中资企业的形象影响非常恶劣，也使企业面临退市或停牌整顿，融资受阻，影响到企业发展。

对于中国其他想要试水海外资本市场的企业来说，需要做到以下几点：一是要健全公司财务会计制度，严格按照当地资本市场的要求，进行财务会计核算以满足上市的要求。二是要完善内部管理制度和法人治理结构，不断加强内部管理和优化股权结构，从而实现内部资源的合理配置与效率最大化。三是要了解海外资本市场的游戏规则，适应当地资本市场的环境，才能做到游刃有余、不被猎杀。



中国邮政与美国公司 联手开拓农村零售市场

本报讯 记者谭辛报道：中国邮政集团公司和美国地平线投资集团近日在北京正式签署中邮百全连锁商贸有限公司合作合同，下一步筹备成立合作公司，开拓中国农村零售市场。

此次签约，意味着中邮百全连锁超市项目未来将以公司实体运作。据介绍，中邮百全连锁商贸有限公司有别于股权式合营中外合资企业，属于契约式合营的合作公司。该公司将依托中国邮政遍布城乡的服务网络和品牌，以及美国地平线公司的资金，在农村利用连锁直营店加盟店的方式，进行现代商业流通模式的运营。

业内人士认为，目前由于地域广阔、人口分散、资金制约、物流设施落后、从业人员服务水平有限等因素，我国的农村零售业发展远落后于城市。随着农民生活水平的提高，正规大型零售企业的进入农村，将在拉动农村消费，改善农村消费文化和环境方面产生积极影响。

据了解，中邮百全连锁超市于2010年9月由中国邮政集团公司与美国地平线投资集团以项目的形式共同发起，通过试点运营两年多，目前已在河南、山东、江西3省的部分县乡开设了近100家门店，同时依托邮政三农服务站，在村镇建立6000家加盟店，为农村消费者提供高品质的商品及服务。



上半年47款新车型上市

本报北京6月30日讯 记者杨忠阳 陈发卿报道：6月29日晚，上海大众全新两厢紧凑型轿车朗行在海南三亚举行上市活动，总部位于长春的一汽-大众则在上海文化广场举办新CC轿车上市活动。至此，今年上半年国内上市的国产和进口新车型达到创纪录的47款。

今年前5个月，国产汽车产销907.72万辆和902.81万辆。中汽协常务副会长兼秘书长董扬表示，今年6月产销160万辆左右没有问题，上半年国产汽车产销应该在1000万辆到1100万辆之间，全年有望首次突破2000万辆大关。

上图 6月29日晚，上海大众全新两厢车朗行在海南三亚上市。

本报记者 陈发卿摄

左图 6月29日晚，一汽-大众新CC轿车在上海上市。

本报记者 杨忠阳摄

厂商网三级协同 美的打造网上销售平台

本报讯 记者李佳霖报道：刚刚过去的6月，美的集团利用其在京东商城设立官方旗舰店的契机，大力促销，与家电巨头展开比拼。其中，美的冰箱联合京东商城共同举办了美的冰箱6月15日“品牌日”、618美的冰箱价格暴走等促销活动。618美的冰箱当天全部电子商务网站销售突破2万台。

据介绍，美的早在2009年就开始进入电子商务领域，目前开拓电商渠道是美的集团重要的战略目标，与同行业的家电品牌相比，6月份美的电商的销售业绩名

列前茅，尤其是美的生活电器推出的网销品牌易酷客全线产品在京东商城首发，有力地促进了美的电商业绩提升。与此同时，自6月开始，美的生活电器事业部与天猫联合开展大规模的促销，零售目标有望达到1亿台。

今年4月，美的生活电器事业部与天猫电器城签署年度战略合作。此次促销活动，美的生活电器与天猫双方均最大化地配置了资源。天猫利用海量流量与淘内淘外推广资源进行配合，美的生活电器则推出大量新品与定制产品、集结

最优质店铺。通过团砍、预售、秒杀、聚划算品牌团等多种促销资源和形式，取得了不错的业绩。

截至6月15日，美的生活电器旗下各品类在天猫的销售突破了4000万元，而其中，电磁炉、电饭煲、电压力锅、饮水机为核心品类均一举拿下厨房电器类目总销售额与核心店铺全线领先。

随着美的生活电器在网销渠道的逐渐发力，加之与天猫平台战略合作协议的签署，双方的合作已从几年前简单的

店铺卖货、渠道清货全面升级到了厂家深度参与、天猫重点支持，店铺前端发力的“厂、商、网三级协同”机制。对此，美的生活电器国内营销公司负责人表示，美的生活电器2013年重点与天猫平台从后端供应链、前端销售以及最后一公里物流等多个角度进行合作，致力于增加整个链路的“确定性”，通过丰富的产品阵容，聚合供销平台、阿里妈妈等多个横向平台的资源，辅以精准有力的营销手段，带给消费者最佳的产品及服务体验。



星巴克陷高房租之痛

张子雨

前几天，位于北京国贸商城一层的星巴克正式关闭。成立于1999年1月的星巴克国贸店是星巴克内地首家门店，身处北京市最繁华的商业中心，这样的一家店，早已成为很多人年轻时奋斗时光的见证。而这家咖啡店关店的理由竟然是付不起房租。

北京的房租之高自不待言。那么国贸星巴克的房租到底有多高？有媒体报道，星巴克国贸店一年的租金和人工成本超过700万元。国贸商城一期店铺租金平均每月每平方米超过了1000元。而根据星巴克2012年的财报，星巴克亚洲地区平均单店营业额为82.9万美元，约合人民币509万元。

高房租逼走商铺的事情屡见不鲜。之前外资大卖场Tesco关闭上海镇宁店、沃尔玛关闭上海闵行店等事件反映出，城市核心区域过高的商铺租金已经超过大卖场所能承受的范围。而国贸星巴克的关店，标志性的意义更强。实际上，房租除了左右一家店铺的生死之外，有时也在影响着当地商业模式的发展。

之前听别人谈过一件事情。有几个人在丽江开了一家客栈，生意兴隆进账颇丰。但就是这样几个称得上成功的商人，还是对北京的三里屯束手无策。他们说，三里屯那个地方适合开餐厅经营西餐简餐，在保证特色的情况下不必要过分追求利润，重在培养客户群。但是高昂的房租令这样经营思路无法实施，唯一可行的办法就是砸下重金，打造出或真或假的高端餐饮品牌，以此取悦那些出手阔绰的人们。

如此的高房租，令商业智慧退避三舍，最终结果就是商家比拼资金实力。所以在繁华地段难以见到特色小店，基本成为一种必然。

对于普通消费者来说，高房租的影响并不那么直接。但是，餐厅的饭菜价格慢慢上涨，专卖店的衣服越来越贵，这些情况每个人都有体会。也有一些快餐店，虽然价格没有上涨，但是常客们却慢慢地发现，食品的量越来越少了。

有研究机构统计，2008年以来，北京的写字楼租金年均增长将近40%，增速达到世界第一。普通商铺的租金自然也不会低。对于商铺和写字楼来说，租金在很大程度上体现出稀缺性和重要性。租金高速上涨，这意味着北京的商业地位在迅速提升，从更广泛的意义上来说，中国已经成为世界经济的重要引擎，各大企业纷纷来中国淘金。如此，北京的租金越来越高，是一种正常的商业行为。只是从国贸星巴克关店，我们也看出来，面对高租金，不管是中国企业还是外国企业，都没有准备好。

世界经济尚未完全复苏，中国经济增速放缓也是现实。在这样的大背景下，虽然中国依然吸引着众多的生意人，但是商铺的拥有者还是有必要预判未来的走势，适当对租金进行调整，否则今天高房租逼走了星巴克，明天LV没准也会搬走。如此下去，剩下的只是一座只有高房租却无好企业的空旷城市。



微软中国与长春战略合作

本报讯 记者李己平 陈颀、通讯员王中蛟报道：微软(中国)近日与吉林省长春市政府签署战略合作框架协议，双方就共同建设微软公司全球首个以汽车产业创新为主的——长春微软创新中心、长春市智慧城市、绿色合作伙伴计划、微软IT学院和扶持初创企业等5方面展开深度合作。

据悉，微软与长春共同建设的微软创新中心是该公司在全球的第一个以汽车行业为重点的创新中心。微软将介绍和引入微软全球汽车行业合作伙伴推进与长春微软创新中心的合作，促进信息技术创新和产业集聚，推进长春市汽车工业转型升级。

普利司通推新节能旗舰品

本报讯 普利司通(中国)投资有限公司日前在京举行ECOPIA(绿歌伴)新品发布会，正式推出旗下面向轿车用户的新一代节能环保旗舰品——ECOPIA EP200，这是该款商品在全球的首次亮相。

据介绍，ECOPIA EP200搭载了集团尖端技术“ECOPIA 配方II”，具有业内领先的低滚动阻力性能，不但有效提高燃油效率，节省油耗，也能减少CO₂排放量。同时，通过“叶片花纹块”“非对称ECO形状”等创新设计，ECOPIA EP200提高了湿路制动性能，确保了湿路安全，并兼顾了轮胎寿命与行驶稳定性。（杨 莉）

唐钢获评全国节能先进典型

本报讯 记者雷汉发、通讯员董斯报道：日前国家节能中心公布全国节能先进典型名单，河北钢铁集团唐钢公司榜上有名。据悉，唐钢在业内首推能源成本管理，通过积极淘汰落后产能，从源头上解决了企业能耗高、污染大的问题。先后投资20多亿元，实施余气和余热的回收利用、干熄焦等节能项目。2010年至2012年，企业仅在减少能耗一项上就减少成本支出40亿元以上。

在中钢协统计的78家全国大中型钢铁企业17项重点能耗指标中，唐钢全部优于行业平均水平，其中5项重要指标居前3名。