



本期看点

中国门业产业
2011年规模或超2270亿元

详细报道见第2版

患难见真情
中巴经贸合作全天候全方位

详细报道见第3版

中日韩自贸区官产学研研究将完成
谈判启动在即

详细报道见第5版

电纸书降价
汉王难挽狂澜

详细报道见第7版

华为中兴兄弟阅墙
中国制造面临尴尬

详细报道见第8版

截稿新闻

中欧商会发布信心调查:
在华欧企竞争压力增大

本报讯(记者 徐森)5月25日,中国欧盟商会与罗兰·贝格战略咨询公司共同发布了《欧盟商会商业信心调查2011》(以下简称《调查》)。据《调查》显示,在华欧洲企业2010年整体增长强劲,然而企业对监管环境带来的挑战的担忧也呈上升趋势。

对于欧洲企业来说,中国市场的战略重要性不断上升。据《调查》显示,78%的受访企业表示在过去一年收益上升,另有71%的企业表示去年的净利润有所增长。

中国欧盟商会认为,中国市场的战略重要性对于欧洲企业来说正在不断上升。调查中,79%的受访企业对其行业在中国今后的发展持乐观态度,另有59%的受访企业表示未来两年在华将有新的重大投资计划。

同时,中国欧盟商会认为,中国各个市场和行业的竞争正在白热化,高达40%的受访企业认为,竞争压力增大是影响其所在行业在华商业前景的首要因素,另外,不断上升的劳动力成本和原材料价格也给企业带来压力。

本报常年法律顾问

- 北京市炜衡律师事务所
- 赵继明 赵继云 律师
- 电话:010-62684388



国际奢侈品牌香港股市淘金
瞄准内地市场

■本报记者 徐 森

去年,一直有融资需求的普拉达(prada)集团首次传出将在香港和米兰两地同时IPO的消息。不过,这家奢侈品公司最终舍弃了出生地米兰,而选择在香港上市。消息人士透露,普拉达最快将于6月13日开始招股。无独有偶,几天前,专营二手奢侈品的米兰站在港交所正式挂牌。而以蔻驰(Coach)为首的奢侈品品牌早已将触角伸向香港这一国际资本市场。接下来几个月,新秀丽(Samsonite)等众多欧美奢侈品牌也将陆续赴港IPO。香港俨然成为奢侈品公司争相前往的新资本“战场”。

此前,由咨询机构贝恩顾问有限公司与意大利奢侈品生产者协会联合发布的全球奢侈品市场报告显示,若将中国消费者在海外的购买力计算在内,中国已超过日本,成为仅次于美国的第二大奢侈品消费国。

业界的观点是,奢侈品在中国市场的热销,使得奢侈品公司在港IPO备受追捧。而随着中国人奢侈品消费的不断膨胀,这块蛋糕将变得越来越炙手可热。美国波士顿咨询公司发布的研究报告称,中国奢侈品消费总值到2015年有望达到2480亿元,届时,中

国将成为全球最大的奢侈品市场。而通过香港股市吸金扩大实力,然后将产品再投入中国,从而形成财富积累的链条,无疑成了奢侈品公司实现“淘金梦”的通途。

首发香港 “淘金梦的开始”

米兰站项目反映了市场对奢侈品类型股票的需求,以及对内地增长概念的欢迎。业内人士指出,奢侈品牌之所以扎堆香港IPO,除了在港上市审批程序简捷以外,也反映出香港投资者愿意以更高的溢价投资奢侈品的想法,以及投资者对亚洲市场的看好。以著名化妆品品牌欧舒丹为例,自去年5月在香港上市以来,股价已上涨了30%以上,涨幅高于在其他市场上市的同类股票。

但是,高估值只是国际奢侈品公司选择来港上市的原因之一。据了解,对于许多“不差钱”的奢侈品公司来说,扎根香港更重要的原因是其背后迅速成长的中国内地市场。里昂证券的报告预计,海峡两岸和香港、澳门对奢侈品和旅行的需求,将以年均23%的增速飞涨;海峡两岸和香港、澳门奢侈品市场规模占全球市场的比重,将从现在的15%升至2020年的44%;而中国奢侈品市场将在未来10年内增加至740亿欧元或占全

国国内生产总值的0.6%。由此,香港便成为国际奢侈品淘金中国的首发站。

广东省社会科学综合开发研究中心主任黎友焕在接受记者采访时指出,香港历来就是国际奢侈品的主要消费市场,尤其是随着国内奢侈品消费群体的迅速壮大,香港的奢侈品消费市场也快速扩大。同时,由于国际金融危机的影响,国外其他奢侈品消费却出现停滞甚至萎缩的现象,这就是国际上不少奢侈品公司抢滩香港资本市场的原因。

有国际投行人士表示,奢侈品品牌到港上市,将成为今后几年的趋势。投行人士认为,这是依赖于内地奢侈品市场的急剧增长这一概念。目前,海内外大中小品牌零售商,无论是否上市,都以中国内地市场为增长概念。

普拉达首席执行官贝尔泰利(Bertelli)此前在接受英国《金融时报》采访时就曾直言不讳地说“IPO的地点其实就代表着我们要去的市场”。

显然,中国内地,才是奢侈品巨头们真正要寻找的那块“肥肉”。

抢占市场为“圈钱”?

国际奢侈品牌扎堆香港上市、进驻资本市场,是否对内地市场产生了压力?对此,

黎友焕的回答是,其实,奢侈品公司在香港上市,对于中国来说,并不意味着会出现风险,但是会产生比较大的影响。“中国目前贫富悬殊太大,在一大批人还处于贫困生活水平的时候,奢侈品消费群体迅速扩大,形成了不匹配的社会悬殊消费群体,对中国的经济社会发展没有什么好处。”

而对于甚嚣尘上的“热钱”之说,黎友焕表示,国际奢侈品牌赴港IPO与“热钱”关系不大,而是由于中国国内现在的奢侈品消费市场没有得到正规引导和培育,所以,香港奢侈品消费市场无疑会掠走国内这部分消费资金。目前,国家针对奢侈品消费出现了两难问题——若是培育奢侈品市场的话,担心会激化社会矛盾和社会不平衡心理;若是远离奢侈品消费现实的话,就会导致很多消费资金流失。

业内人士指出,在中国,奢侈品消费的过度扩张与盛行,其实并不利于社会经济稳定及可持续发展。中国还应大力倡导理性消费,倡导绿色、低碳的消费观念及生活方式。

本期关注

第一季度资本项目顺差
居高不下

国家外管局近日公布的第一季度国际收支平衡表初步数据显示,今年第一季度,我国经常项目顺差出现回落,国际收支状况进一步改善。但是资本和金融项目(含净误差与遗漏)顺差有1114亿美元,仍处于高位,显示了国际资本净流入的压力巨大,隐藏其间的“热钱”令人担忧。

中国移动电话用户突破9亿

工业和信息化部近日发布的通信业运行状况显示,今年1月至4月,全国移动电话用户累计净增4138.6万户,总数达到90038.9万户;其中3G用户净增2052.1万户,达到了6757.2万户。

“债务危机”逼近美国

5月16日,美国债务余额的上限已经达到国会允许的上限——14.294万亿美元,而国会批准提高国债余额上限恐怕要到8月2日。美国总统奥巴马和财长盖特纳告诉公众,如果不能在8月2日之前批准扩大债务余额,美国将面临债务违约的风险。

全球复苏势头“冷却”
高收益货币渐失宠

有关数据表明,高收益货币在今年第一季度春风得意,但海外媒体分析认为,全球经济复苏势头出现“冷却”,加上美联储二次量化宽松政策正接近尾声,今年前几个月领跑的高收益货币正逐渐失宠。

(本报综合报道)

新闻速递

编辑:徐 森 联系电话:95013812345-1024
制版:张 迪 E-mail:myyaowen@163.com



最新的调查数据显示,截至2011年4月,中国智能手机市场用户关注度高达79.5%。业内人士指出,传统相机的市场份额,正在被以iPhone为代表的智能手机蚕食,且速度快得惊人。如果任由这种趋势延续下去,传统相机很快将失去大众市场,退守专业小众

市场,偏安一隅。

传统相机如何抵挡智能手机的攻势?有观点认为,智能手机的镜头质量低劣,难以抗衡单反相机所使用的高级镜头。专业摄影,仍旧离不开传统的专业相机。

本报记者 鼎文 摄影报道

中国企业为履约被迫海外上市

■段柳群 索冬冬

一边是以优酷、当当、人人等互联网公司掀起的中国企业赴美IPO的多轮热潮,一边却不断有中国概念股在美国退市。

中国企业海外上市正上演现实版“围城”。近日,在美上市的纳米科技企业盛大科技收到纳斯达克退市通知。企业退市的原因有多种,包括股价交易长期低迷,交投不活跃而选择退市,部分企业则是出于公司战略考量,有的则是因违反相关制度遭除名退市。退市背后到底有何种苦衷?记者日前采访了业内专业人士。

现状一:交投不活跃

以5月20日中国概念股在美国市场的表现为例,除了已经停牌的企业,多达29只中国概念股成交量不足1万股,其中以生物医药公司为主。43家企业的股价不足2美元。

现状二:被低估

中国一些传统行业企业赴海外上市很可能得不到好评。2007年作为中国本土第一家在美国纽交所上市的中成药企业,同济堂一上市就跌破发行价,交易低迷且股价不振,最后退市。这其中的重要原因是,同济堂的中成药概念和其盈利模式没有得到海外投资者的理解和认可。

现状三:不熟悉制度

据悉,美国市场有一套严格的 market 规则,这也是其吸引众多公司蜂拥而至的原因所在,但也要求企业各方面的素质要过硬。部分中国企业由于不了解美国资本市场的规则,因此遭遇了一系列问题。

上市之初:为履约被迫海外上市

为何那么多的中国企业当初选择去海

外资本市场上市?

对此,北京安翔泰投资总经理黄河愿表示,第一种情况是,部分中国企业在上市前引进了境外的战略投资者,而这些境外投资者投资中国企业的条件则是要在海外资本市场上市,因此,中国企业为履行协议被迫在海外上市。

第二种情况则是被中介机构“忽悠”了。据黄河愿介绍,目前不少在美国OTCBB市场的中国企业,当初并不了解美国资本市场的情况,被一些打着专门做美国上市幌子的中介机构“忽悠”了。

第三种情况是,部分中国企业并不为了融资,其动机是为了有“美国上市公司”的头衔。

经贸看台