



跨国聚焦



■ 本报记者 霍玉茜 魏小央

有这样一种商品,研发它投入可达上亿元,但回报就在半个月至30天内完成;它本身拥有着创意与文化,但也能兼顾市场与价值;它集视听享受的精华,也或带有粗制的糟粕;它或能引起万人空巷,也可能成为千夫所指——这就是电影,让世人为之着迷的商品。

一直以来,好莱坞都是制造电影的梦工厂,为全世界的影迷创造了一部又一部的神话。但是,当各行的外资企业被中国市场所吸引时,电影市场也不例外。现今,电影业的国际巨头也瞄准了中国,频频抛出橄榄枝,用尽各种方式抢占中国电影市场。

巧用中国元素“艺术”式挣钱

若说最近最火的影片,非《功夫熊猫2》

莫属。中国的观众似乎很买账,在这部影片上映的第一天票房就超过了4000万元。而它的制作公司梦工厂,也抱下了票房6亿元的希望。这么大的胃口,缘于梦工厂对中国消费者内心的把握。梦工厂出产《功夫熊猫》第一集,就是瞄准了中国市场。这部影片中,流畅的中国式音乐、明亮的中国式色彩都让消费者对它颇有好感。而相比它的第一集,《功夫熊猫2》中的中国场景和中国元素全面升级——故事中的街道像极了成都的宽窄巷子和锦里。“担担面”、“火锅”、“麻婆豆腐”等中文招牌在这条街上随处可见。

除了这两部作品,国外的电影巨头用中国因素吸引消费者越来越常见。比如,索尼影业制造的《2012》热映,带给全世界的启示是,赶紧备一张中国地图!这虽是一句玩笑话,却从中折射出中国元素在这

频抛橄榄枝 外资掘金中国电影市场

部灾难片中的重要地位:中国能成为人类最后的拯救地。

这种迎合、甚至有“拍马”嫌疑的巨作,无不在用中国元素吸引着这个巨大的市场。南开大学东方艺术系教授宁宗一介绍:“目前来看,争取中国的庞大观众群是西方电影制作公司热衷掺杂中国元素的原因之一,这些精心添加的设计不过是打开中国市场的敲门砖,赚眼球和谋取利润才是根本目标。”

有报告显示,2010年中国的电影票房规模约达到14.96亿美元,在世界范围内排行第五。虽然总票房成绩未进前三,但平均单片票房却仅次于美国,在全球排名第二,市场潜力大。如此巨大的市场,也难怪这些电影业巨头“尽折腰”。

除了吸引眼球,电影制作公司还将中国元素作为通过审查的一个法宝。宁宗一介绍,中国每年引进国外影片的数量有限,所以,这些巨头借用中国元素博得好感,减少引进时的风险,从而赢得中国这块市场。

如此看来,这些电影业的巨头巧用因素,借以“赚”回真金白银,“卖”出美国形象,“留”下脍炙人口的电影作品——这笔买卖可谓相当“艺术”。

在华开影院“合力”吸金

如果说,在影片中加入中国元素只是“纸上谈兵”的话,那么外资选择在中国建设影院可谓开始“动真格的”。2003年,外

资开始在华开影院,而今,这把火越烧越旺。美罗城柯达超级电影世界、永华影城、华纳影城等一批中外合资的影院,已经成为消费者观影的好去处。影业巨头日本角川映画自2005年开始在内地拓展影院建设、电影制作、发行等业务,其与香港新华合资在北京良乡开办的首家小体积郊区县电影院“良乡电影城”目前运营情况良好。同样,2007年韩国好丽友集团和北京新影联院线联合打造的美嘉欢乐影城运营情况也不错。其在中关村的影院,发展势头良好,较低的价格以及良好的环境,使之成为周边年轻人看电影的首选。

业内专家表示,在中国建院线是这些外资影业公司在中国电影市场谋求利益最直接的方式。虽然从数量来看,外资影院在整个中国内地电影院中只占很小比例,但它们却是处于金字塔尖的一群。以北京为例,专业影院有近百家,其中外资影院只有十几家,但它们的票房收入却占了北京票房收入的三成多。因为,相对来说,外资参股的影院相对设备比较先进,音响效果和画面质量都比较不错,相对设备成本较高,而消费者也更愿意选择舒适的环境观赏电影。

相反,如今很多发达国家的电影院已呈现出饱和状态,而今后国外影院票房收入将是美国乃至世界电影经济新的增长点。所以,当影业巨头把更多资金用于国外影院的建设,尤其重视对具有增长潜力

的中国影院市场的投资时,上述行为就不难理解了。

但是,需要注意的是,虽然外资影业巨头都对影院建设看好,并雄心勃勃,但是根据国家政策,外资不可单独设立电影院线,投资影院占股比例不得超过49%。这一规定,在宁宗一看来,一方面,虽然外资被限制了控股比例。但另一方面,在同等资金前提下,外资可以开发更多的新影院,在市场占有率方面这一规定甚至起到了积极的作用。

目前,在二线城市,已有新华角川、保利华纳等影业巨头采取合资的方式开了多家影院。宁宗一也认为,二三线城市目前来看可以成为不错的外资发力地点,相比较而言一线城市电影事业发展成熟,二三线城市经济实力增强,但电影市场又未完全开发,所以从这些城市发力,更容易占领市场。

“事实上,福克斯、环球和一些影业巨头驻香港机构均在行动,他们已开始对中国影院建设市场的建议策略和方案进行调查,只要政策合适,他们会立刻将影院开设到内地来。”宁宗一说,“外资影院无论是经营理念、管理模式,还是硬件设施以及服务质量,都给中国内地的电影市场带来了新鲜空气。即使外资确实会带来一些竞争,但在他们进来的同时也把其优势带入中国,尤其是在研究市场、了解市场、占领市场等方面。也只有在良性竞争刺激下,中国电影业才能快速发展。”

联合利华处心积虑又涨价

■ 本报记者 胡心媛

联合利华又涨价了。或许,当消费者听到这个消息时并不会感到意外,因为此前联合利华就对外界散布出要对旗下产品涨价的相关消息,但最终因引发了恐慌性购买,被处以200万元的罚款。然而,就在消费者还未缓过神之时,联合利华却又开始悄无声息地把价格涨上去了。此次涨价的低调,引来了多方的猜测。对此,北京大学经济学院教授曹和平认为,联合利华此番涨价是在评估了惩罚的后果与盈利的多少后所作出的决定。话虽如此,但联合利华上一次涨价未果,此次又突然涨价,其中原因到底为何?

依照现在的市场情况,物价的上涨已不稀奇,作为跨国公司的联合利华,是否是随着这股物价上涨之风上调其产品价格?专家认为,一方面,现在国际油价不断攀升,导致日化行业原料价格上涨,另一方面,成本因素在日化行业花费中只占了很小部分,真正的大开销都集中在产品后期广告营销上。据此,曹和平认为,此次联合利华涨价的根本原因是在钻原材料上涨的“空子”。“前段时间,中国政府允许中石油和中石化涨价,但是对联合利华的涨价却处以了罚款,这让联合利华认为中国政府没有一视同仁地对待国内外的企业,而此次联合利华的涨价是借助了这方说辞。”曹和平说。

相关数据统计显示,在中国的日化市场上,90%的产品均属于外国品牌,而在这些外国品牌中,联合利华的产品就占据了30%的份额,由此可以看出,联合利华对中国的日化市场有着一定的垄断能力。

距离被罚200万元才刚刚过去一个月,联合利华却在如此短的时间里“顶风涨价”,曹和平表示,这是因为联合利华并不担心涨价之后会对其产品的销量带来影响,同时,它也有能力承受来自中国政府对其的处罚。

此外,曹和平还表示,联合利华此前几番传出涨价消息,甚至甘愿被罚,但最后依旧未让产品涨价的做法,其实是虚张声势,目的是为其之后的涨价做好评估。为了涨价,联合利华可谓是“处心积虑”。

长期以来,国家在对市场的监管上都按照价格管理的相关规定和遏制通货膨胀的现实要求而进行。然而,市场监管体制也并非万能。对于像联合利华这样的近乎形成垄断定价权的跨国企业,专家认为,仅仅用市场监管体制进行约束是不够的,而应该用反垄断法对其进行管制,也只有这样,才能真正规范中国的市场。

公司报道

谷歌再陷“避税门” 利用空壳公司5年避税32亿英镑

据英国《星期日泰晤士报》引用美国证交会提供的数据称,美国互联网搜索引擎巨头谷歌利用旗下空壳公司转移利润,在过去5年避税至少32亿英镑(约合46.3亿美元)。

该报调查揭露,谷歌的公司网络横跨包括爱尔兰、荷兰、百慕大在内的至少5个法律管辖区,其海外营收在旗下的子公司合法地自由转移,最终达到避免巨额纳税的目的。

报道称,英国的公司税率为28%,谷歌在英国平均每年广告营收都能高达20亿英镑,但谷歌每年仅在英国缴税约300万英镑。美国证交会已经要求谷歌提供可以解释其税收账目的更多细节。该机构的文件显示,谷歌去年的全球营收高达178亿英镑(约293亿美元),其中52%来自美国以外的市场。但去年谷歌海外税率仅有3%。

报道披露了谷歌复杂的避税手段和过程:首先将其搜索及广告技术版权注册于爱尔兰都柏林的一家空壳控股公司,使这部分收入成为海外收入,避过美国35%的重税率。

这家爱尔兰控股公司旗下还有一家子公司,负责处理英国及其它市场的广告业务。即使身处英国的客户,若想向谷歌投放广告,也得与爱尔兰的公司联络,而非与英国的公司,因此谷歌又避过英国的28%税率。

为了将海外营收转移到避税天堂百慕大,谷歌采用了一种被税务律师称作“双爱尔兰”和“荷兰三明治”的迂回路径。爱尔兰的税收政策不对向位于其它一些欧盟国家的公司付款征税,因此谷歌就先将利润转移到拥有多重税收优惠的荷兰。谷歌在荷兰设立的附属公司只是一个挂名公司,它将谷歌的营收再转移到百慕大。由于百慕大的附属公司在管理上实际还是归爱尔兰的公司管理,因此该路径被冠以“双爱尔兰”的绰号。



这并不是谷歌首次陷入“避税门”。《星期日泰晤士报》两年前曾披露,谷歌2008年在英国的广告营收高达16亿英镑,但只纳税14万英镑,少交4.5亿英镑之多。谷歌在子公司此前也曾多次被曝存在偷税漏税行为,数额高达4000多万元,具体违法行为包括使用假发票、不按规定代扣代缴营业税等问题。

(辛华)

灰色记录

跨国一周

三菱电器抢食巴基斯坦空调市场

近日,三菱电器公告称,其子公司中山长虹电器有限公司将在巴基斯坦成立两家合资公司,分别负责在当地制造和销售空调产品。三菱电器预测,制造公司投产后的5年内平均年产量可达15.76万套,合计5年内年均营业利润约21.98万美元。

索尼3年连续亏损 今年预计扭亏为盈

根据索尼公司近日公布的截至2011年3月31日的财报显示,该财年损失为2596亿日元(合32亿美元),这是索尼公司16年来最大的亏损,也是连续第3年亏损,上两年亏损分别为408亿日元和989亿日元。但索尼公司预计本年度将扭亏为盈。

沃尔玛收购好又多再延期 称已通过反垄断调查

原定于5月26日完成的沃尔玛收购好又多一事,再度延期。沃尔玛中国称,收购已经通过反垄断调查,希望在本财年内(2012年1月31日)完成其他审批流程,完成并购。此外,沃尔玛中国宣布新管理层接替因好又多一事两离职的高管,迅速弥补高管空缺。

中粮接棒光明 竞购澳大利亚糖企

在光明食品折戟澳大利亚糖业的收购之后,中粮集团又传出竞购澳大利亚糖企的消息。对于光明和中粮先后奔赴海外竞购糖企的行为,业内人士分析认为,糖对食品企业是十分重要的生产原料,寻求海外收购、控制这一上游产业资源将是国内食品企业发展的趋势。

惠普电池持续“高烧” 扩大召回范围

因美国消费安全委员称,惠普部分笔记本电脑存在过热和破损风险,可能导致起火以及灼伤用户的问题。近日,惠普(美国)总公司宣布将在全球再次召回16.26万块笔记本电脑。惠普中国负责人表示,国内也将同时召回相应产品,涉及召回的用户可免费获得一块新电池。