

跨国聚焦

萨博获批破产保护 惦记“中国钱包”

■ 本报记者 魏央央 徐 森

9月21日,瑞典哥德堡当地法院批准瑞典汽车制造商萨博汽车公司(以下简称萨博)及其两家子公司的自愿重组申请,萨博针对破产保护申请终于获得法院通过。萨博的拥有者原世爵公司向媒体表示,萨博申请重组将确保企业“短期稳定”,从而有时间等待来自中国的庞大集团(以下简称庞大)和青年汽车(以下简称青年)的注资。

这对于今年4月份就因资金短缺而停产的萨博来说,无疑是好消息。但是,要挽救“千疮百孔”的萨博并非易事。虽然,庞大和青年此前先后以各种方式给萨博“输血”,但似乎收效甚微。如今,庞大和青年对萨博的2.45亿欧元的参股投资尚未获得中国监管部门的批准,萨博的“重生”之路仍然布满荆棘。

“喘息”3个月 萨博该怎么办?

曾经风靡一时的萨博汽车因欠供应商1.5亿欧元货款,今年4月以来生产基本处于停滞状况。

站在破产悬崖边的萨博,能得到自愿重组的机会,无疑是停产后至为利好的消息。据悉,萨博自愿重组的初始执行期为3个月,经申请延长后最长可达12个月。因此,萨博将有至少3个月的“喘息期”。

无疑,萨博终于迎来了转机,但接下来它还将面临更关键的挑战——为重组做准备。

“3个月的时间非常紧迫,筹集资金是当务之急。”天津一汽的工程师卢梅奎对记者表示,只有资金筹集到位才能避免更多的麻烦,进而为重组打下基础。

据悉,萨博此前已从庞大和青年相继获得6000万欧元的注资,而青年更是在“集体”注资后再次“孤军深入”,以购买技术为名追加了7000万欧元的过渡性贷款。此外,萨博还能从欧洲的金融机构和变卖资产中获得部分资金。如此看来,萨博缓解“资金之渴”仍有可能。

但是,解决资金问题仅仅是萨博的燃眉之急,另外还有一项更为重要的事情需要萨博去做,那就是恢复消费者和供应商的信心。卢梅奎指出,萨博一定要想方设法让供应商恢复供应零配件,以此保证萨博的产量。同时,萨博还要重塑消费者的信心,激起消费者的购买欲望和培养对萨博的忠诚度,并且确保提供

到位的售后服务。

投资未成定局 收益才是“王道”

萨博汽车公司停产后,就寄希望于中国合作方的投资,而中国的庞大和青年也都“心仪”萨博已久。但知情人士称,萨博需要约50亿瑞典克朗(约合5.4亿欧元),才能说服供应商重新为其供货。

本来,萨博的重生就不是让工厂重新开工那么简单,失去了经销商的萨博几乎要从零开始,而这又是一个长期的、消耗大量资金的系统工程。将来,即使庞大和青年帮萨博还清了债务,重启了生产,但要让萨博在竞争激烈的汽车市场扭亏为盈,也绝非易事。

那么,为什么这两家发展情况良好的企业都看上了“久病缠身”的萨博呢?

卢梅奎表示,对青年来讲,萨博本身有很好的技术基础,且品牌影响力尤在。如果青年注资成功,将有助于萨博突破高端小众车型的定位。而通过解决萨博后续产品研发不足的问题,青年也可以再利用萨博的品牌影响力,走奔驰、宝马等大众豪华品牌路线。届时,收益将会非常可观。

另外,萨博还能品牌影响力欠佳青年带来一次千载难逢的营销机会。通过此次事件营销,青年汽车集团乘用车或将迎来更多的机会。

而对庞大来讲,注资萨博则不仅可以实现其从销售到生产的模式转变,形成产销一条龙的经营链条,

还可以借机创建自己的品牌。庞大注资萨博后,双方极有可能将组建一家汽车生产公司,从而创造一个新的汽车子品牌。

“但是,中国政府相关部门可能不会批准这两家公司投资萨博的申请。”卢梅奎表示,“往好的方面想,就算投资成功,这两家企业还将面临其他的挑战。首先,它们要打开萨博的销售渠道,扩大市场占有率,获得消费者的认可。另外,它们还需要为占领市场做足充分的准备,从研发到技术突破,从车型的市场定位再到生产线的投产,这些都将需要这两家企业与萨博共同面对、协调和解决。”

中国企业为何总爱“救死扶伤”?

回顾过去不难发现,以国际金融危机为契机,在欧美国家企业经营困难的背景下,中国企业投资国外的热情被迅速点燃了。但值得注意的是,中国企业投资海外对象,往往更集中于一些破产或经营困难的企业。

对外经贸大学经济学教授袁力对记者表示,中国企业投资国外企业的热情主要来自两方面。一方面,中国企业资金充裕,希望建立自己的世界品牌,在国际市场上有所作为。另一方面,世界市场需要中国企业的参与。而在良好的经济环境“保护”下,随着中国国际地位不断提升,中国企业想要做大做强的底气更足了,得到的支持也更多了。

“但是,看似乐于‘救死扶伤’的中国企业热衷于‘回



题’企业,实际上却是被逼无奈。可以说,这是一把双刃剑。”袁力对记者说,“想要创建一个品牌需要突破种种困难,更何况是创造一个世界级品牌?中国企业这么做可以说是走了‘捷径’,接手再创造,省去了一些环节。所谓‘被逼无奈’,是因为当今世界的经济发展速度不允许中国企业缓慢成长。”

对于希望投资、参股国外企业的中国企业,袁力提醒,在“走出去”的过程中,一定要注意资金安全。

“挣钱不容易,但是花钱太容易了。”袁力表示,中国企业想要投资、参股,无论哪种形式,一定要考虑对方的价值,避免被不良资产拖累,或是只是获得了没有价值的“允许注资的权利”。另外,企业也不要被投资热情冲昏了头脑,而高估自己的能力,认为自己是“救世主”,能够拯救一个企业或是一个品牌。否则,中国企业将无法获得学习的机会,只是白白地给人家交了学费而已。



公司观察



2011年似乎是沃尔玛的“黑色之年”。从年初《华尔街日报》撰文披露沃尔玛美国业绩连续7个季度下滑开始,到最近媒体报道,今年1月到8月,沃尔玛重庆多家分店因销售过期食品、不合格食品、虚假宣传等问题受到当地工商部门8次处罚,平均每个月处罚一回。这不禁让人疑问,国际零售巨

头沃尔玛到底怎么了?

一位不愿具名的业内人士告诉记者,沃尔玛屡次出现违规等行为,最有可能是采购环节出现了问题。

管理问题凸显

资料显示,沃尔玛每年在中国的采购额都保持20%的增长速度。沃尔玛刚进入中国时,各门店还没有独立的采购体系,必须把采购合同统一报到深圳总部,这样就导致了成本上升,同时各地门店经常缺货。去年,沃尔玛中国区总裁兼首席执行官陈耀昌推动大区建制。在采购方面,沃尔玛深圳总部除了掌管100多个全国供应商外,其他商品的进场权、定价权、促销谈判以及陈列权等权力都下放到各大区。一位零售业业内资深人士认为,采购制度不健全,加上采购人员欠缺自律,将不合格产品上架,这就造成了以次充好的情况出现。

此外,进场费也是元凶之一。今年年初,沃尔玛开始向家乐福学习,提高进场费,部分供应商的进场

费翻了数倍。中投顾问零售行业研究员杜岩宏认为,目前,中国零售企业的进场费普遍较高,正在不断侵蚀供货商的利益,所以供货商在供货阶段,会尽量选择降低成本以获取经营利润,这也是假货、次品较多的深层次原因。

上述业内人士告诉记者:“不合格的产品为什么能进场,这其中流程设置是有问题的。陈耀昌接管沃尔玛后对中高层管理者重新进行任命,当初的本土化操作思路虽然很好,但是现在看来管理上还是有问题。”

高速扩张拖累

公开资料显示,沃尔玛在中国区几乎是以每年40多家新店的速度扩张。奥玛国际白雪映象企业营销副总经理张红辉表示,大多数零售企业都会有指标,特别像沃尔玛这样的大企业,指标考核绩效很严格。

今年2月23日,《华尔街日报》撰文披露沃尔玛去年在中国的营业额为75亿美元,仅占其4200亿美元全球收入的2%。有研究机构估算,近几年来,沃尔玛中

国的营业额在全球的占比中节节缩水。

中国区业绩的下滑,沃尔玛总部自然不会放任不管。据悉,今年第二季度,沃尔玛美国国际部要求中国区必须节省200多万美元费用。现在,沃尔玛中国已经取消了不少不必要的差旅及大型活动等。杜岩宏告诉记者,一般零售管理中,对达成指标所采取的措施是导购、促销,如果指标过于刚性,那么以次充好,降低售价吸引客户就会成为员工提高销售业绩的有效方法。

不仅仅是沃尔玛存在多次违规的现象,同业态的家乐福、卜蜂莲花也曾被相关部门检查出违规行为并予以处罚。张红辉认为,整个零售业态都存在一些问题,中国的零售业态与国外不一样,国外零售监管部门很严格,但中国市场由于太过庞大,政府部门没有严格的相应部门管理。著名营销专家张兵武也表示,沃尔玛做到世界第一零售企业,也不想因为售假而冒险毁掉名誉。他认为,在国内,违法的代价太小,关键仍在于制度的建立,必须有好的制度和严格监管。(韩 祯)

应对成本上涨 肯德基提价

日前,肯德基对中国大陆地区的部分产品进行提价,单项产品涨幅在0.5元至1元之间,而肯德基宅急送产品暂不提价。麦当劳方面则表示,近期暂无涨价计划。肯德基称,涨价原因在于成本上涨。

惠普改口称 不分拆PC业务

日前,在惠普任命曾担任易贝(eBay)CEO的惠特曼出任公司总裁兼CEO后,惠普董事长雷·兰恩表示,惠普不会出售旗下PC部门。而就在8月底,这家全球最大的PC厂商宣布要剥离PC业务。

福特将把最好的车型 和技术引进到中国

福特汽车公司CEO艾伦·穆拉利近日对记者表示,中国是福特汽车成长的发动机,福特汽车正在进一步加大对华投资和技术输出,把最好的车型和技术引进到中国,以满足消费者的需求。

百思买要重返 中国市场

百思买在宣布退出中国市场大半年后,又将悄然归来。现任百思买全球副总裁、五星电器CEO王健称,目前,百思买品牌重返国内已在积极进展中,预计今年12月底前,原上海徐家汇旗舰店可重新开张。

iPhone5 上市将近

日前有消息称,iPhone手机将在10月初推出最新一代产品——iPhone5。记者了解到,国内消费者的热情已被引爆,有水货网店卖家已经开始接受预订,单机的预订价格高达万元。

(本报综合报道)

