

欧洲企业告别在华黄金期 期待新曙光



■ 本报记者 徐 森

在艰难的商业环境挑战下,欧洲公司在中国的财务表现进一步下滑。许多企业对经营前景持悲观态度,由此调低其期望值,并缩减其在中国市场的投

资计划。“生意难做,而且越来越难做。”在中国欧盟商会日前所发布的《商业信心调查2014》(以下简称《调查》)中,多数欧洲大型企业表示了在华经营的艰辛。但《调查》同时显示,落实有意义的改革、特别是改善市场准入,可能会给欧洲企业在中国的投资带

来新的曙光。

这份描绘了许多悲观数字和趋势的《调查》反映了欧洲公司在华的营业收入、盈利能力和利润率继续全线下滑——2013财年,享有营收增长的欧洲企业比例从2010财年的78%下降至59%,盈利企业的比例也从2010年的74%下降至63%,甚至有63%的公司在2013财年未能提高利润率。更多企业表示,中国业务的利润率低于其全球平均水平。这是自从中国欧盟商会推出此项调查以来,首次出现这种结论。

不仅如此,部分欧洲企业仍然感到在中国市场受到不公平的待遇。据《调查》估计,由于市场准入和监管壁垒,中国欧盟商会会员企业在2013财年损失了213亿欧元收入。

展望未来,对在华经营的欧洲企业而言,劳动力成本上升、市场竞争加剧等经营压力并未有减轻的迹象。而与此同时,中国经济增长放缓也被广泛视为短期内的首要挑战。

以上种种严峻挑战导致的调查结果就是,只有31%的受访者表示其对未来两年内各自所处行业的盈利前景持乐观态度。同时,只有57%的受访者计划在近期内扩大自己在中国的业务规模,这个比例与一年前的86%相比出现明显下降。《调查》显示,欧洲企业尽管对政策领域部分积极的变化发展表示支持,但仍然保持谨慎。各企业更加审慎,不愿意把所

有赌注都放在中国。

对此,中国欧盟商会主席伍德克表示:“中国经济增长放缓和更严峻的经营状况已开始对企业产生负面影响,财务表现愈发欠佳。受访的欧洲企业中有一半认为跨国公司在中国的‘黄金时代’已经结束。中国经济增速的放缓势必将改变游戏规则,从根本上促使企业经营策略的转变。随着成本的上升和监管问题的持续,欧洲企业已开始搁置其扩张计划。尽管十八届三中全会《决定》中所规划的改革日程和过去一年中的政策进展已释放出积极信号,欧洲企业仍对未来一至两年内是否会有切实改善持谨慎态度。”

不过,对欧洲企业来说,中国仍然是全球创收的关键,中国市场的庞大规模意味着它将继续提供大量的机会。罗兰贝格管理咨询公司亚洲区总裁常博逸表示:“中国对欧洲企业来说,无疑仍将是一个重要的战略市场,并将持续提供重要机遇。未来,如果能有更积极的政策发展,尤其是市场准入的进一步开放和监管性壁垒的减少,更多的投资将指日可待。”

据悉,《商业信心调查2014》由中国欧盟商会与罗兰贝格管理咨询公司合作完成,有超过550家在华运营的欧洲企业参与了本次调查。

雀巢收购加拿大公司 进军医学美容业

自今年初宣布将业务范围延伸至专业医学皮肤护理领域后,雀巢迅速行动进行该板块的业务收购和整合。近日雀巢表示,公司将开展医学美容业务分支,并且已经以14亿美元从加拿大药企凡利娅国际制药公司手中收购了若干美肤产品的权益。

据雀巢方面介绍,此次收购涉及凡利娅国际制药公司旗下包括用于美容修复的Restylane、Perlane和Emervel品牌,以及去皱产品Dysport,上述产品主要在美国和加拿大境内广泛使用。

除此之外,雀巢还将收购凡利娅旗下Sculptra产品的全部股权,该产品为医学美容填充剂,除在美国和加拿大外,同时还在多国市场使用。雀巢透

露,公司将为上述交易支付14亿美元现金。

据悉,雀巢完成收购后,将在其与欧莱雅的合资企业Galderma的基础上建立新公司,取名Nestle Skin Health,由雀巢全资控股。

实际上,雀巢今年加码医学美容业务意图明显。雀巢2013年财报显示,受欧洲产品价格下跌以及新兴市场需求放缓双重影响,公司营收及利润增长放缓至4.6%,创四年最低水平。面对业绩放缓,雀巢在年报中强调,今年公司将通过成立雀巢皮肤健康公司扩大业务范围,在专业医学皮肤护理这一领域寻找新的营收增长点。

为此,雀巢方面还于年初制定了一套长期战略

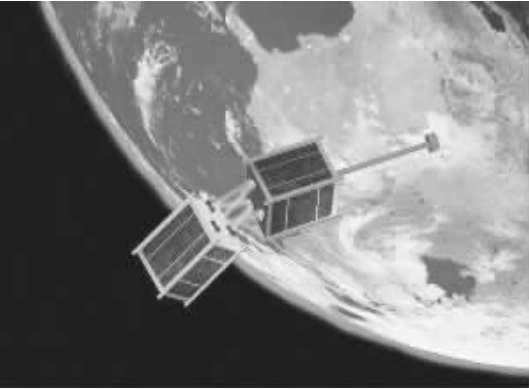
定位方案,按照该计划,雀巢将4850万股的欧莱雅股份出售给了欧莱雅,所得收益的一部分用于收购欧莱雅持有的瑞士皮肤制药公司50%的股份,将其股份增加至100%;另外,雀巢还会把现有的婴儿皮肤护理业务并入这一新成立的公司。

(齐琳 阿茹汗)



谷歌30亿美元全球打造天网

青睐卫星互联网服务



■ 刘 杨

美国《华尔街日报》近日援引消息人士的表态报道称,谷歌公司计划支出最多30亿美元,建设人造卫星系统,为全球偏远地区的用户提供互联网接入服务。这是谷歌继“热气球计划”和“太阳能无人机计划”之后的又一项旨在提高互联网覆盖范围的项目。

成本或远超想象

据报道,谷歌公司的新项目将从180颗小型高性能卫星起步,这些卫星的轨道高度将低于传统卫星。预计这一项目耗资将为10亿至30多亿美元,而具体成本取决于最终设计,以及谷歌是否启动后续的发展阶段,即将卫星数目增加一倍。报道称,“根据以往卫星项目的经验,成本还有可能更高”。

不过,卫星行业顾问负责人罗杰·拉什警告称,历史上,多个卫星项目最终走向失败。他认为,谷歌卫星项目的最终耗资“将远远超过他们今天的想

象”,有可能达到200亿美元。此外,谷歌还需要解决监管障碍,包括如何与其它卫星运营商合作,避免卫星相互干扰。

谷歌公司表示,该公司专注于为全球数十亿尚未联网的人提供网络接入服务,“互联网连接能大幅改善人们的生活;然而,全球2/3人口尚未联网”。

此前,谷歌公司也曾尝试利用航空航天技术来扩大互联网覆盖,包括该公司希望利用气球为偏远地区提供网络覆盖的“热气球计划”以及今年4月收购Titan公司后开发的太阳能无人机提供上网服务项目。

除谷歌公司之外,Teledesic公司也曾试图建设低轨道卫星系统提供互联网服务,并获得了微软和电信行业企业家克雷格·麦考的支持。然而,由于成本过高和技术难题,这一耗资超过90亿美元的项目于2002年被中止。

卫星与无人机“取长补短”

为解决类似项目此前遭遇的技术难题,谷歌公司目前的这一项目由卫星通信创业公司O3b Networks创始人格雷格·维勒负责。维勒近期与O3b前首席技术官(CTO)一同加入谷歌公司。谷歌

公司认为,卫星能带来更好的灵活性和更大的容量;更何况,卫星的建造及发射成本近几年已大幅下降。

具体而言,谷歌公司希望利用重约1500磅(约合680.4千克)的卫星提供宽带互联网服务,计划从十余颗卫星起步,服务于赤道两侧的大片地区。消息人士表示,谷歌希望使用数量更多的卫星来覆盖全球。此外,谷歌公司还希望利用天线技术的最新进展,同时追踪多颗运动的卫星。

卫星通信研究公司总裁苏珊·欧文表示,谷歌等公司希望探索不同方式,覆盖目前尚未联网的人群,“有线网络只能达到现有水平,无线蜂窝网络也只能覆盖很小的地区,而卫星能带来更大范围的覆盖”。她预计,热气球计划最终将被无人机计划所取代,“因为无人机和卫星能相互取长补短”——其中,无人机能在较小的范围内提供大容量服务,而卫星可以为需求较小的地区提供更广的覆盖。

对此,美国媒体表示,如果谷歌取得成功,那么将给人们上网的方式带来极大的改变,覆盖第三世界国家和美国的农村地区。更重要的是,谷歌公司尝试使用气球、无人机和卫星来提供网络接入服务也有助于在其它新市场的探索,“即使其中一两个项目没有成功,谷歌也可以将所获得的经验应用于其他领域”。



华泰汽车亚信峰会上 签约俄罗斯

在前不久于上海举行的亚信峰会上,中国自主品牌华泰汽车作为唯一受邀车企,在中俄两国领导人的共同见证下,与俄罗斯德尔维斯公司签署了价值11亿美元的合作协议。协议约定由德尔维斯以KD散件组装的形式为华泰俄罗斯销售公司生产整车产品,并与华泰汽车合作建设华泰俄罗斯生产基地。

业内认为,作为世界汽车产业的新秀,华泰能够短期内在全球汽车界打开局面、站稳脚跟,成为代表中国汽车业一股不可或缺的重要力量,与其始终坚守技术优先的发展战略密不可分,这也是其受亚信峰会高度认可的重要原因。

微点评:民族品牌开启全球布局的节奏。

去哪儿网投资 东南亚打车应用 GrabTaix

日前,去哪儿网宣布投资东南亚移动打车应用公司GrabTaxi。据悉,该公司在马来西亚、新加坡等15个城市,覆盖超过20000名出租车司机。去哪儿网的投资为GrabTaxi获得的B轮投资,总金额为1500万美元。纪源资本(GGV Capital)进行了领投,数月前,该公司刚刚获得了淡马锡的A轮投资。

目前,由于新加坡是全球拥有私家车成本最高的国家之一,因此大部分人的日常出行要依赖出租车和公共交通工具。与此同时,在马尼拉和吉隆坡等东南亚城市,交通高峰期打车同样也是件难事。预计,到今年年底,东南亚每两个司机里能有一人会使用该软件。据了解,去哪儿网于今年1月和GrabTaxi进行了实质接触。

微点评:去哪儿?出租车司机师傅看手机就知道啦!

(本报综合报道)

