

联想手机业务巨亏 全球裁员应对“寒冬”



近日,联想集团发布截至2015年6月30日2015/2016财年第一季度业绩报告。财报数据显示,该季度联想集团营业额为107亿美元,同比增长3%,净利润同比下跌51%至1.05亿美元。

除了其他业务大市场环境要素之外,摩托罗拉成为此次联想业绩下滑的“罪魁祸首”。因此,联想也作出了对摩托罗拉总部进行裁员的决定。联想集团董事长兼CEO杨元庆表示,目前联想所面对的市场挑战,严峻程度不亚于2008年。

对于联想而言,或许唯一的办法便是缩小开支、迎接寒冬了。

移动业务尚待改进

2014年10月,联想正式完成从谷歌手中收购摩托

罗拉移动这桩交易,收购总额约为29.1亿美元,联想随即成为全球第三大智能手机厂商。不过从目前的财报看,这桩收购并没有给联想带来账目上的改观,反而对联想造成拖累。

财报显示,联想的手机部门在第一季度,税前亏损为2.92亿美元(折合人民币约为18.6亿元),而其品牌分支摩托罗拉的手机出货量为590万部,比去年同期缩减了31%。联想的亏损主要由于摩托罗拉手机业务的下滑。

杨元庆表示,此次联想手机部门亏损严重主要是摩托罗拉造成的,而影响摩托罗拉业绩下滑的有几个主要原因,一是拉美市场受宏观经济的影响;二是产品生命周期过长,在生命周期尾端缺乏竞争力,影响其在北美和印度的销售;三是成本结构,在市场不能够增长

的情况下拖了后腿。

为了改善财务状况,联想宣布在全球裁员3200人,而该公司旗下的摩托罗拉移动将在其中占据500个名额。摩托罗拉移动发言人威廉·莫斯表示,此次裁员从即日起正式展开,并将持续数周。“摩托罗拉移动将简化各个层级,以削减公司支出”,他透露,芝加哥未来仍将是摩托罗拉移动总部所在地,也将是公司全球研发和设计中心。

“这次结构重组,将会使得业务情况大为改善,一年可以节省8.5亿美元的费用。”杨元庆表示,节省的8.5亿美元,一部分用于再投入,一部分可以用于盈利的改善。“未来联想和摩托罗拉是完全整合的,不分摩托罗拉的业绩和LENOVO的业绩,所以我们制定的目标是整个MBG在两到三个季度能够扭亏为盈。”杨元庆对媒体表示。

IT行业资深分析师孙永杰对记者表示,对于联想与摩托罗拉,联想需要有一个整合的过渡期或盘整期,目前才过去了两个季度。“当年联想并购了IBM个人电脑业务,整合也需要小一年的时间,也要面对财务亏损。”孙永杰说,接下来,联想需要考虑的是如何定位旗下4个手机品牌,如何调整战略。

多项业务面临挑战

事实上,陈旭东成为移动业务负责人后,联想有4个手机品牌,这些品牌包括:联想、Moto、乐檬以及ZUK。

孙永杰表示,并购摩托罗拉,对联想手机在海外市场的影响力有所提升,比如在印度等新兴市场,摩托罗拉有更高的品牌认知度。“目前联想手机面对的最大挑战是自身如何区隔4个品牌。”孙永杰说,联想进入盘整期,未来关键在于如何把盘整期缩短,迅速进入正轨,不然手机市场关键变化迅速,跟不上节奏又需要付出代价。

五粮液混改启动 经销商或入阵

日前,白酒巨头五粮液的停牌迷雾终于拨开。五粮液发布的公告称,公司拟筹划以非公开发行股票的方式实施员工持股。此事尚存在不确定性。

据了解,五粮液此前一直在推动混改。

2015年5月29日,四川省政府办公厅发布《关于促进白酒产业转型升级健康发展指导意见》,提出积极推进国有企业混合所有制改革,并支持名优白酒企业兼并重组。

此前,五粮液集团总经理、股份公司董事长刘中国接受媒体记者采访时透露,公司从上至下的改革已经全面开始,目前推进的是公司薪酬改革,五粮液集团近

期有望减持股份公司股权,并采取引入战略投资、员工持股、薪酬体制改革等措施。

此前五粮液已在二三级子公司层面开始改革试点,推行核心管理层和员工持股。中信证券的调研报告显示,在2014年,五粮液引入混改成立创艺酒公司,成国改试验田,首年销售额目标2亿~3亿元。刘中国也曾透露,旗下二三级子公司有100多家,目前已经有部分子公司试点混改。

其实,在混改之前,五粮液曾经历了几次大的产权改革。

2009年底,宜宾市国有资产经营有限公司(下称

“宜宾市国资公司”)以一纸文书注销了五粮液集团对五粮液的股权托管关系。除了同属宜宾市的国企外,二者再无任何资产上的关系。

2012年7月9日,五粮液发布公告称,7月5日接到控股股东宜宾市国资公司通知,宜宾市国资委拟将宜宾市国资公司所持的五粮液20.07%股份划转至五粮液集团,与此同时,宜宾市国资委将持有的五粮液集团51%的股权无偿划转给宜宾市国资公司持有。宜宾市国资公司依然是五粮液的第一大股东,剩余持有36%股权。五粮液集团和五粮液终于变成了有股权关系的“亲戚”,但宜宾市国资公司并没有削弱其对五粮液的

控制权。

2015年8月,继四川长虹作为首家省属企业成为国企改革试点单位后,川酒以五粮液混改为标志,全面进入新一轮以市场化为目的的国企改革浪潮。

此前,五粮液就曾经在部分地方试水直分销模式,在各地成立营销公司,通过经销商入股,建立厂家与经销商的利益共同体,但这些公司还只是五粮液旗下的公司,这次经销商真的要翻身做主人了。

如果此次定增成功,五粮液将是继老白干酒之后,又一家对经销商进行深度捆绑的大型白酒企业。

(夕月)

外资化妆品集体降价 本土企业如何接招

随着外资化妆品牌纷纷打着关税下调的旗号在华降价,本土品牌应该如何应对的问题随之而生。

而引发国内本土企业关注的,除了降价,还在于降幅,本次外资化妆品牌平均降价幅度普遍已超过5%的关税降幅,在本土企业看来,这或许并不是仅仅为了配合关税下调。

外资品牌定位战略调整

实际上,此轮化妆品进口关税下调在我国并不是首次。2013年,我国就曾将护肤品的进口关税从6.5%降到5%。不过和这次不同的是,当时,包括迪奥、香奈儿、资生堂等品牌,以原料、人工成本上升为由,对部分化妆品进行了涨价。

出现这种反差的背后,有分析认为是近期海淘出现影响了部分外资品牌中国区的自营生意。众所周知,一直以来,国内的进口化妆品境内外价差普遍存在。有研究表明,高档进口化妆品的平均内外价差超过50%。而近期国内跨境电商的兴起,也让进口化妆品感觉到了此前内外不同定价,对自营生意的影响。从这一层面看,进口化妆品大幅在华降价,也有对冲跨境电商影响的意思。

不过,广东日化商业秘书长余雪玲接受记者采访时认为,进口化妆品此番如此大幅度在华降价,其实另有打算。“最大的因素,可能涉及国内对中高端化妆品整体水平的问题。本轮反腐对进口高价化妆品有影响。在以前,化妆品价格越高,表示身份越高,且很多是被当作礼品。反腐一来,这块市场受到了一定的影响。所以,不排除进口化妆品商利用关税调整做战略布局。”

在余雪玲看来,进口化妆品企业此举可能意在通过让消费者感觉占到便宜,吸引更多原本不是目标消费者的人进场购买。

本土品牌降价空间不足

那么国产化妆品,尤其是那些试图以中高端姿态



去抢占外资品牌份额的本土品牌势必受到冲击。不过国内品牌似乎还没有意识到这一问题。“暂时没有想得特别清楚,所以暂时不发表意见。”国内某本土化妆品企业的高管如是说。

有日化专家认为,由于目前国内化妆品牌多数还是以中低端市场为主,跟随外资降价的空间不足。截至目前,没有一家本土品牌宣布跟进外资的降价举措,与外资竞品开打价格战。中国化妆品市场营销研究中心副主任、资深日化专家冯建军也认为,本土化妆品企业跟进外资降价的可能性不大。预计一些中高端的本土品牌反而很有可能在今年秋季发布会时,通过发新品变相提价,以更多毛利给经销环节。

冯建军还坦言,本土化妆品和进口化妆品本来没什么竞争,因为走的渠道不一样,百货渠道一度被外资品牌垄断。不过,国内品牌开始加快追赶的步伐,两者的竞争目前开始在广告营销领域较火。

借电商弯道超车可能吗?

有一种较为普遍的观点认为,渠道改变或许可能帮到本土品牌。不过,广东日化商会认为,在消费者的

线上消费观念已经形成的形势下,本土化妆品品牌借电商渠道实现“弯道超车”想法已经不可取。

“本土化妆品企业必须紧跟消费者习惯改变,做渠道的调整。通常情况下,一个渠道从出现开始,一旦形成趋势,往往5年就能看到影响。电商从兴起至今已经5年,目前对传统商业形态的压力所产生的效果已经开始出现。”余雪玲如是说。

事实上,电商也不是新兴渠道,而是化妆品主要的渠道之一,且还是竞争激烈的渠道。而外资品牌的布局似乎已经走在了部分本土品牌的前面。根据数据魔方的相关资料,2015年7月份淘宝网各大类目中销售排名前十的化妆品品牌依次为:资生堂、雅诗兰黛、韩束、悦诗风吟、SK-II、百雀羚、契尔氏、兰蔻、韩后。也就是说,TOP10排名中,外资品牌占了绝对多数,本土品牌仅韩束、百雀羚和韩后上榜。

(马建忠)

商业观察

财经动态

华谊兄弟联姻平安银行

日前,华谊兄弟在北京召开发布会,宣布正式启动与平安银行300亿元的战略合作。根据合作协议,平安银行将整合平安集团保险、银行、投资全牌照金融体系的资源,从“商行+投行、融资+融智、引资+引流”三个层面,支持华谊兄弟影视娱乐、互联网娱乐、品牌授权与实景娱乐三大业务板块的发展。

据了解,此次合作,不仅限于融资层面的银企合作,今后双方还将优势互补,共享客户,培育商业新业态。

平安银行行长邵平表示,此次合作是平安“跳出银行办银行”创新经营理念的一次实践,今后平安将从更高层面进行设计和重构,布局大文旅产业。

贵州茅台变相提价

业内称白酒行业最困难时期已过

五粮液恢复性回调价格后,贵州茅台也决定提价。与五粮液公开承认出厂价回调不同的是,茅台通过变相提价的方式希望带动零售价格的提升。

据了解,8月中旬,茅台召开了2015年半年营销会,要求对于53度飞天茅台,2015年合同量在10吨及以上的经销商及专卖店从8月17日起执行850元以上的最低批发价格。有茅台大经销商告诉记者,此次茅台并没有提高出厂价,只是提高了对一级批发商的价格,其实就是希望借此达到零售价提升的目的。

就在10多天前,五粮液公开确认,自8月3日起,五粮液52度五粮液(普五)的出厂价格由每瓶609元调整到659元。去年5月,五粮液曾宣布普五出厂价由每瓶729元下调至609元。对于此次出厂价上涨,五粮液方面特别强调,“此次并非是‘提价’,而是‘恢复性回调价格’,此次价格调整决定是根据近期普五的供需状况、市场表现等多种因素而作出的。”

(本报综合报道)