



跨国聚焦

中广核拿下英国核电大单 两大华龙一号或明年合体

■ 欧阳凯

日前,在国家主席习近平和英国首相卡梅伦的见证下,中国广核集团(以下简称中广核)董事长贺禹和法国电力集团(EDF)首席执行官Jean-Bernard Levy正式签订协议,中广核牵头的中方联合体将与EDF共同投资兴建英国欣克利角C核电项目,并共同推进塞兹维尔C和布拉德维尔B两大后续核电项目,其中布拉德维尔B项目拟采用中国自主三代核电技术“华龙一号”。

根据协议,EDF及中广核主导的中方联合体将分别占欣克利角C项目66.5%及33.5%的股份。在保持控股50%以上的情况下,EDF有意引入其他投资者进入,而中广核将通过其在英国的合资公司——通用核能国际(GNI)对此项目进行投资。中广核董事长贺禹表示,此番首次采用老牌核电强国建设核电站,是中国核电走出去的里程碑事件,也标志着“华龙一号”技术得到了欧洲发达国家的认可。

打开英国核电市场的大门

据了解,在电价方面,英国现有电价比较低,平均为4欧分/度,但新建的核电价会更高,因为英国政府会从补贴差价。

在成本预留方面,欧盟委员会最近批准了英国的核废料转移计划,新核电站未来的退役和乏燃料管理的全

部成本将包含在电价中,并将在运营期内予以预留。

在收益方面,项目采用收益共享机制,如果建造成本低于预期,消费者将从中受益。

在风险方面,若由于政治原因关闭欣克利角反应堆,政府根据差价补偿合约对投资者潜在投资损失的损失给予补偿。

目前,欣克利角C项目进展顺利,EPR核电机组已取得了英国政府的计划许可、设计许可以及核电厂址牌照,包括《英国核电项目投资协议》的签署、EDF与英国政府的谈判以及与主要供货商的谈判均已达成一致。项目第一期的建造成本预计将达180亿英镑,这也意味着中广核第一期将投入60亿英镑,为此,中广核还与国家开发银行签署融资备忘录。

在此次与主要的供应商谈判中,包括核蒸汽供应系统、仪表与控制系统、汽轮机、土建工程等均被英法企业包揽。东方电气重秘办相关人士表示,目前协议只是定下大方向,东方电气仍然有机会参与,主设备包括常规岛、核岛均能提供,接下来还要看具体协议细节。

中广核方面坦言,投资决策的最终敲定还需取决四个条件:完成签订的投资协议首要条款所制订的完整版文件、EDF对其融资计划的最终确定、EDF与中广核董事会的批准、中国和欧洲并购当局及其他政府有关部门的批准。EDF也表示,其计划在未来几周内会做出最后的投资决策。

业内分析认为,欣克利角C项目只是中方企业打开英国核电市场的一个契机,更重要的是希望能在后续的塞兹维尔C项目上继续合作,最终主导布拉德维尔B项目的开发,并在该项目上采用中国自主三代核电技术“华龙一号”,届时,国内设备供应商将有望分得一杯羹。

据了解,塞兹维尔C项目位于萨福克郡,拟建设两台EPR机组,在项目开发阶段,EDF将认购80%的股份,中广核将认购20%的股份;布拉德维尔B项目则将中广核广西防城港核电站3、4号机组为参考电站,且采用中国的华龙一号三代核电技术,由中广核主导、EDF参与,双方在项目投资中将分别占据66.5%、33.5%的股份。

一位匿名核电人士表示,布拉德维尔B项目中采用的“华龙一号”还需在英国通过通用设计审查,并且还要投入大量的人力、物力、财力,真正开工至少也要等到2019年以后。

将合资成立“华龙公司”

2014年8月,在国家能源局的主导下,中核的ACP100和中广核的ACPR1000+两种核电技术合并,统称为“华龙一号”,虽然拥有同样的名字,但核电出口仍然各自为战。

上述匿名核电人士告诉记者,虽然有能源局努力撮合,但双方在安全系统等关键部件参数上仍然存在

差异,尚未实现真正融合,海外市场也频繁出现双方竞争的情况。为此,国家主管部门曾为两大集团划分各自的海外市场范围,但这仍然不能解决海外市场竞争问题。

据报道,为更好推动“华龙一号”走出去,国家准备成立一个“华龙公司”,将中广核和中核各自开发的“华龙一号”技术组到一个公司去,将来由“华龙公司”负责“华龙一号”的海外推广、开发。

记者从知情人士处获悉,目前双方已经成立筹备组,总经理也已到位,“华龙公司”预计明年挂牌成立,总部将设在上海,中广核、中核双方暂定投资比例为5:5。

记者梳理发现,中广核的海外市场主要为英国、罗马尼亚、乌克兰以及泰国、越南等东南亚国家,中核主要为阿根廷、巴基斯坦以及非洲、南亚、西亚。与其他行业抱团出海方式不同的是,两大核电巨头更倾向与国外巨头联手,而非组成“国家队”。

该人士表示,为了更好地在海外市场发展,成立两家公司合资的海外项目公司统一对外开发海外市场,确实能够更好地解决当前的问题,也更符合当前国家主管部门的意愿以及国家利益。他指出,在当前国内核电三分天下、各大能源企业积极布局的情况下,5:5的投资比例仍然存在变数,“华龙公司”未来或让出一些股份,“不然到时候双方各执己见怎么办?”“目前还是能源局和国家核安全局主导安排,至少该比例目前没变化。”前述知情人士表示。

COACH 一季度中国业绩缓增 港澳成拖累

蔻驰(COACH)集团近日发布了截至2015年9月26日止的2016财年一季度业绩。其中,COACH品牌一季度销售净额较上年同期下降9%。按区域划分,北美区的销售总额仍在下降,但降幅收窄;受港澳颓势影响,中国区销售额涨幅继续回落。

财报显示,COACH品牌一季度销售净额较上年同期下降9%至9.43亿美元。按照恒定汇率率计算,一季度销售总额同比下降5%,同比降幅有所收窄。相比之下,上财年四季度公司北美市场销售净额下跌16%至6.91亿美元。财报显示,COACH品牌北美地区销售总额由去年的6.34亿美元,下降11%至5.61亿美元,按恒定汇率率计算同比下降10%。同店销售净额同比下降9.5%,当中包括因减少官方网上特卖店活动而令同店销售总额下降约1.5%。

不过,COACH品牌的国际销售有所上升。财报显示,品牌国际销售由上年同期的3.81亿美元下降3%至3.69亿美元。按恒定汇率率计算,国际销售同比增长6%。折合成美元计算,中国地区的销售同比增长2%,按恒定汇率率计算同比增长3%。当中,中国内地的销售得到两位数增长,同店销售也取得正增长,但部分业务增长被香港及澳门地区持续疲弱的销售表现所抵消。

微点评:奢侈品的中国“行”越来越面临挑战呀!

复星在俄成立金融平台

一直在全球不断寻找优质资源并购的复星集团日前宣布,在莫斯科成立复星欧亚资本有限公司,作为复星在俄罗斯及其邻近国家开展投资和资产管理业务的主要综合性金融平台。

复星欧亚资本是由复星携手俄罗斯当地合作伙伴——两位俄罗斯金融服务业的领军人物Tanya LANDWEHR女士和Igor DANILENKO先生共同设立。

复星集团表示,复星欧亚资本的成立将帮助复星在当地发掘更多投资机会及部署资本配置的策略,进一步加强复星的全球投资能力,加速复星继续打造千亿美元规模全球资产管理业务的步伐。为表示对俄罗斯市场的承诺,复星将为当地的投资机会提供有力的资金支持,投资范畴将横跨各资产类别,涵盖固定收益、直接投资、房地产、债券、股权和私募股权投资项目。复星董事长郭广昌表示,俄罗斯在地域上处于连接欧亚大路的咽喉,这是复星集团全球化战略布局重要拼图。

微点评:想要实现全球化战略的布局,金融“走出去”是至关重要的一步!



迪卡侬加速扩张 中国体育用品市场

整体零售市场销售低迷,但并没有影响法国体育用品零售巨头迪卡侬在中国的扩张势头。

尽管没有透露具体在华投资的数额,不过据迪卡侬大中华区发展总监邱百航透露,“5年后,在中国的销售总额可能会占到公司总销售总额的25%。”

虽然,直到2003年,迪卡侬才在上海开设了第一家商场。但更早些时候,公司就意识到了中国市场的重要性。

记者在采访中了解到,不同于同类运动品牌的经营模式,迪卡侬在中国项目采用的是全直营经营,开店模式主要分为两种:买地自建和长期合作租赁。“目前买地项目占所有项目数量的30%。自持物业投资回报周期更长,不过迪卡侬本来就是走长线发展之路,这与公司愿景相符。我们的目标是进一步提高买地项目比例。”迪卡侬大中华区的一位内部负责人告诉记者,“事实上,即便是租赁物业,我们也会与业主签订国家规定最长期限的20

年合同,致力于商场与城市共发展。租赁项目在相对成熟区域出现。互相结合,可实现很好的长中短期全面配合。”

“迪卡侬中国区目前已处于独立于全球、自负盈亏的经营模式。整体是盈利的。”该负责人透露。

随着全民体育热潮的来临,这家公司开始加快扩张中国的脚步。起初迪卡侬在中国城市“五小龙”——上海、北京、广州、成都和深圳开店,这几个城市的人口都在1000万到2000万。接着,在2008年到2010年间,迪卡侬在三十几个拥有300万到1000万人口的二线城市开店。现在,迪卡侬已向更偏远的三线城市进军了。

根据官方提供的数据,截至2015年10月,迪卡侬已进驻中国60个城市,开设135家商场。

值得一提的是,2014年迪卡侬中国区新开商场



数量32家,位居集团全球第一。2014年迪卡侬中国实现营收增长46%。“迪卡侬的销售连续三年增长超过40%。”上述负责人表示,今年迪卡侬在中国新开50家店的计划可以毫无悬念地完成。换言之,今年年底,迪卡侬在中国开店总数将会达到160家。

未来迪卡侬的目标是进入中国120个城市,五年后拥有实体店500家。

(钟欣)

跨国动态

低价洋酒在华暴增 国产葡萄酒深陷泥潭

近年来,中国与智利、澳大利亚签署自贸协定的实施和关税的减免,引发了中国红酒产业一场空前的危机。

从2015年9月起,中国开始对智利进口葡萄酒实行零关税;今年7月,中国刚刚与澳大利亚签署自贸协定,预计第一波享受关税减免政策的进口红酒将于年底涌入市场。面对着洋酒的攻势,中国红酒业压力巨大。据悉,目前外资已占领约40%的市场份额。有专家预计,受关税减免的影响,2015年洋酒将在中国占据半壁江山。

业界人士高呼,洋酒在国外享受着高补贴、低赋税等诸多优惠,如今又通过关税减免,而国内对这一产业不仅没有补贴,反而课征重税,这是一场“不公平”、“不对等”的战争。

市场的溃退

2004年中国刚刚加入WTO后,进口葡萄酒掀起了第一轮抢滩中国市场的高潮。如今,搭乘着自贸协定顺风车的中高端洋酒又对国内酒市场发起了一场大规模地进攻。“这将是一场与中国企业的正面遭遇战。”张裕公司分管营销的副总经理孙健如是说道。

目前中国葡萄酒行业平均利润率约为10%左右,进口葡萄酒利润约在15%至20%之间,14%关税减免顿时让海外企业利润骤增,共同掀起了进口热潮。

葡萄酒的特殊性在于它是全球市场,且无运输半径。据了解,智利最大葡萄酒公司——干露集团已专门针对中国零关税制定了营销策略,不惜斥巨资、大折扣、一赔三年,争夺中国市场。澳大利亚前

十家酒企均向中国销售葡萄酒,其中规模最大的富邑集团已在上海设立总部,近两年在华销量翻了4倍。受到利润的诱惑,中国的智利葡萄酒进口商已由去年400多家暴涨至900多家。“关税减免、利润增加只是这股洋酒涌入的一个诱因。”孙健分析道,一方面,智利、澳大利亚等国葡萄酒产能过剩、急需释放;另一方面,国内从业者、消费者对洋酒追捧,多种因素叠加造成了眼下红酒涌入潮。

根据海关统计数据,2015上半年,智利散装葡萄酒进口量和进口额占中国整个进口份额的68.47%和58.41%,遥遥领先。智利散装葡萄酒的均价为0.61美元/升,低于均价。2015年前4个月,澳大利亚葡萄酒进口量同比上升48%,进口额激增90%。

产业链危机

大企业丧失的是份额,小企业则关乎生死。近年来,烟台澳特卡罗葡萄酒公司董事长周葆光正面临着公司成立以来最大的困境——“去年我们亏损了50多万元,今年市场形势恐怕更为严峻。”

重创这家企业经营业绩的正是从去年开始涌入的一股来自智利、澳大利亚的洋酒。智利与澳大利亚分列全球葡萄酒出口第四、五名,两个出口大国关税减免吸引国内外企业提前布局。周葆光诉苦道,洋酒冲击已经使公司产品开始出现滞销。以前同一经销商一次提货上千箱,这两年减到几百箱,今年只有几十箱。

近年来,中国葡萄酒消费总量迅速跃升。与之形成鲜明对比的是,国产葡萄酒的产销量却不升反降。在进口葡萄酒的冲击下,2013年度中国葡萄酒产量下降了14.59%,2014年度进一步下降1.5%。

目前,中国进口葡萄酒销量增长迅猛,市场占有率已达40%。在个别地区,如进口洋酒最多的广东,进口与国产葡萄酒比例已达7:3,在上海这一数字约为1:1。

对于中国红酒产业的危局,孙健分析道,国外把整个葡萄酒产业当作农业来对待,享受着高补贴、低赋税等诸多优惠政策。在中国,却把这一产业当作工业、当作奢侈品行业,不仅没有任何补贴,反而征收重税。

根据中国酒业协会一份调研结果显示,“从我国政府对欧盟反补贴调查中了解到,欧盟仅对葡萄酒补贴项目就有二大项十五个,如:第三国市场推广、葡萄酒重建和转型、绿色收割、收获保险、投资补贴、副产品蒸馏、拔除葡萄树计划、出口补贴、农村发展基金等等。”

威龙集团董事长王海珍指出,国外酿酒葡萄规模化种植已上百年,机械化水平很高,一个人能管数百亩葡萄园,所以成本相对低;国内多数企业只有一二十年的历史,一个果农只能管几亩,人多、成本就高。企业收购葡萄一般在1.5元/斤;而国外,像澳大利亚,每公斤1.5元,差了一倍。

面对行业危机,中国酒业协会紧急上书财政部和国家税务总局,业界人士也纷纷共同呼吁,希望政府能够及时减免葡萄酒产品消费税。

中国酿酒工业协会葡萄酒协会名誉理事长刘树琪指出,关税的减免可以繁荣中国红酒市场,为消费者提供更多选择,同时倒逼中国企业转型、提升竞争力。但他强调,政府应及时调整现行政策,给予中国企业与外资巨头在同一平台公平竞争的机会。

(亦才)