统一叫卖今麦郎股权 接盘者身份成谜

本报记者 **陈青松**

在食品安全频频吸引公众眼球的当下,食品资本市场再传重磅新闻。

近日,统一企业中国(香港:00220)发布公告称,公司正与多名潜在买家(均为独立于本公司及其关联人士之第三方)进行磋商,建议出售公司两家全资附属公司所持今麦郎饮品股份有限公司合共47.83%权益。

王利博制图

出售股权原因

业内分析称,统一企业之所以选择出售今麦郎的股权,一个重要原因是与今麦郎结盟多年后,今麦郎对统一企业的贡献远未实现当初20%市场份额的目标,未给统一带来预期的收益。

中投顾问食品行业研究员梁铭宣在接受《中国企业报》记者采访时表示,"当初统一与今麦郎合作主要是为了利用其二三线渠道扩张饮品业务,然而,由于饮料行业竞争激烈,康师傅、娃哈哈等品牌优势明显,统一与其差距依然存在;另一方面是因为两者联盟之后基本是单独运营,两者的合作效应并没有凸显。"

来自AC尼尔森的数据显示,国内茶饮料市场康师傅、统一、娃哈哈、可口可乐分列前四位;果汁市场前五位分别是可口可乐、统一、康师傅、娃哈哈、汇源。

欧瑞咨询公司的最新数据也显示,在软饮料市场,今麦郎占有率一直在0.1%—0.2%之间徘徊,远低于主要竞争对手。

中国食品商务研究院研究员朱丹蓬还表示,在利润方面,结盟没有给统一带来太多的盈利,今麦郎反而给统一带来了不小的市场风险,如此看来收益和风险不成比例,今麦郎可能对统一有一定的拖累。

梁铭宣认为,统一出售今麦郎股权有两点考虑:其一,今麦郎涉足饮料行业多年,其销售量排名却在行业十名之后,对统一的业绩贡献有限;其二,统一自身的饮品业务表现好于今麦郎,其竞争力也强于今麦郎,因此,统一出售今麦郎股权有获取资金扩大自身业务的考虑。

这一点似乎从统一的表态中看出端倪。

统一企业相关人士在接受《中国企业报》记者采访时表示,此次出售所持今麦郎饮品股份有限公司合共47.83%权益,"旨在改善本公司之资产利用效率。"

对此,有券商分析师指出,早在2004年,统一就以参股形式与其他企业建立合资公司,实现与康师傅抗衡。但经过多年的发展检验,证明这种模式并不太成功。而随着台湾地区放宽台企在大陆投资的限制以及统一在大陆逐步站稳脚跟,统一开始剥离掉合资业务,集中力量发展自有产品,专注本公司业务。然而,专注本公司扩张急需大量资金,剥离合资公司资产或为自身业务发展筹措资金。

此外,有国内饮料业人士告诉《中国企业报》记者,近年来,我国饮料行业增幅明显放缓,整体销售情况不容乐观,未来利润必将下滑。而目前合资企业今麦郎饮品净利润增幅高达100%以上,此时出售股权,或许能够卖个不错的价格。

资料显示,今麦郎饮品股份有限公司成立于2006年,由今麦郎投资有限公司与统一企业(中国)投资有限公司共同出资设立,主营矿物质水、茶饮料、果汁等系列饮品。双方各占50%的股权。

记者从相关渠道了解到,根据目前今麦郎的销售额,47.83%股权售卖的价格肯定不会低于20亿元。

多家业内巨头无意接盘

六年前,刚成立的今麦郎饮品高调宣布,饮品要实现10亿的销售额,并在三年内拿下茶饮料20%市场份额。

六年后,20%的目标已然成为水中月镜中花。

统一公告称,就今麦郎饮品47.83%的股权出售事宜,正在与多家潜在买家进行洽谈。

据今麦郎饮品有限公司总经理和成安介绍,对于本次统一出售所持股权的买家双方达成的共识是:选择食品饮料行业内的战略投资伙伴。

不过,统一最大竞争对手之一康师傅在接受记者采访时表示,康师傅无意接盘。而娃哈哈、可口可乐、雀巢等公司在接受《中国企业报》记者采访时也给予了否认。

对此,有业内人士表示,今麦郎也不排除购买部分股权的可能性。

有消息称,统一售卖今麦郎股份的消息一直秘而不宣,外界一直被蒙在鼓里。此次公告出售股权显得非常突然。如果统一真的同多名潜在买家进行磋商,消息早已甚嚣尘上。因此,统一此举可能是借机抬高售卖价格。

对此,统一方面并没有给出明确答复。统一同时表示,公司尚未就建议出售事项订立任何具法律约束力的正式协议。出售事项一旦落实,公司将根据相关规则进行披露。

互联网金融

第三方支付掘金 B2B

本报记者 **郭奎涛**

随着第三方支付市场逐渐饱和,未来预期增速不容乐观。有分析称,到2015年,第三方支付的市场份额极有可能从目前的超过100%下降到20%左右。这一趋势让不少支付企业开始寻找新的盈利点。在B2C零售市场被支付宝、财付通牢牢盘踞的情况下,汇付天下、快钱等启动了进军B2B商用领域的战略。

不同于B2C的B2B

记者了解到,支付企业在B2C、C2C两个领域异常活跃,在B2B领域却被"打入冷宫"。艾瑞咨询数据显示,2011年,中国中小企业B2B电商在线交易规模仅占交易规模总量的5.1%。

"国内很多大额交易的电子商务网站,还仅停留在披露信息这种黄页功能上,核心的下单、签约、支付等环节仍然通过线下或传统银行渠道,尤其是国内的众多大宗商品交易类网站,很难称得上是真正意义上的'在线交易平台'。"一位来自B2B企业的人士说。

中国支付网主编刘刚分析认为,相比于传统的B2C和C2C交易,B2B交易对第三方支付提出了更加多元化的要求,对交易安全、平台处理能力的要求也更为严苛,第三方支付产品的成熟度、支付过程中平台系统服务完善度和企业自身的接受度都要契合。

"依赖于B2C发展起来的第三方支付,最大的优势即是方便、快捷。然而,企业之间的财务行为更加看重票据、流程,要求支付企业的产品必须深度契合企业的账务流程。"为中小企业提供IC元器件线上交易的科通芯城财务负责人告诉记者。

与网银企业版斗法

不容忽视的问题是,支付企业进军B2B商用领域的时候,中国各大商业银行的企业版网上银行早已在企业市场耕耘了多年。

艾瑞咨询日前发布的《2011年中国网上银行年度监测报告》显示,2011年,中国网上银行交易规模达到701.1万亿元,其中,企业网银贡献八成以上份额。以中国银行为例,该行当年企业网银客户数突破108万户,比上年末增长158.86%。

"网上银行在企业客户的优势是显而易见的,包括海量的企业客户资源,传统的企业客户很容易就能转到线上;而且银行在服务企业上有百年的历史,对企业的账务活动非常熟悉,这些都是第三方支付不可比拟的。"一位中国银行的人士说。

对此,一位第三方支付企业人士认为,在互联网领域摸爬滚打多年的支付企业在市场需求分析方面经验丰富,同时可以利用跨行、信息化和技术领先的优势,针对企业客户在福利管理、差旅管理、资金归集等尚未被开发的需求提供定制服务。

依托国企优势 打造建筑业高端市场

——记北京建工集团海南分公司总经理冯晓杰

冯晓杰总经理(右前一)视察施工现场

从2007年接手海南著名的烂尾楼——明光国际开始,北京建工集团华南地区的负责人、海南分公司总经理冯晓杰,带领着他的团队一群北京人,着力开拓运作整个华南区市场,特别是探索海南地区的自主经营模式,短短四年内迅速将海南地区的经营额及产值拉升至集团所有区域分公司指标三甲之列,并不断领导创造出结构优质奖、建筑优质奖的优秀业绩,先后于2010、2011年度荣获北京市优秀项目经理和全国优秀项目经理称号。如今,再回首,冯晓杰依然感慨万千:"取得这样的成果是北京建工铁军的拼搏精神的胜利,更是挑战一个企业管理者的资源整合配置能力、专业技能和智慧的过程。"

创业:从闯市场到创市场

冯晓杰和他的团队依然记得2007年进入海南市场的惨烈。

2007年,海口的房价已经降到最低点,冯晓杰的团队接手了一个棘手的总包管理工程——海口著名的明光国际,这是当时有名的烂尾楼,很多建筑同行都绕行了,因为按当时的房价,这个项目怎么做都是明显的只赔不赚。

"这个项目我们最后赚的很少,当初的合同总额只有150万。"冯晓杰坦承。

"其他同行都不敢做的项目,你们怎么会做到盈利呢?"许多人对此不解。

这里面有一个奥秘——重新出深化设计图,这是冯晓杰及其团队与其他建筑同行不同的地方。

毕业于清华大学电力工程研究生专业的冯晓杰曾经有过3年国外建筑施工的工作经验,在那里,冯晓杰深深体会了工程深化设计、精细化管理理念。回到国内企业,他发现了一个最大问题,大部分工程是设计院出图,但只是大致设计图,不可能照顾到施工的每一个细节。

于是,他的每一个项目都会重新出深化设计图,这种深化设计图功能很强,在冯晓杰担任首博机电设备安装总负责人时就让北京建工吃到了甜头——通过深化设计,合理调配机电设备,一个本无利润的项目,竟然获得了节能利润,最终结算时,在对业主总体让利了12个点的基础上,其创造的经济效益和社会效益让各方都很满意。

通过强化深化设计,细化管理,糅合各种有效资源,精心组织施工,在海南的第一个项目让北京建工闯进了市场,创出了品牌。

然而,如何站稳市场?冯晓杰明白,接下来将面临的是更激烈的市场拼杀。竞争最惨烈的当属中信泰富的海南万宁喜来登酒店项目,对此,冯晓杰记忆犹新。

当时是区域市场跟踪到这一项目正在招标,同时竞标的是实力雄厚的六家大国企,而招标的业主觉得刚进入海南市场的北京建工在海南并没有团队,甚至连集团总部兄弟部门对于此项目也没有信心,以致来投标的团队只带了一台电脑,连备用的电脑都没有再带一台。

然而,冯晓杰却看好了拿下此项目后所带来的市场机遇。谁也没想到,一个在海南地区默默无闻的北京建工正野心勃勃地志在必得。

冯晓杰意识到,必须全面了解业主信息,然而,他和他的团队没有想到的是,连现场勘察都很难进行。由于当地已经完成拆迁,去现场的路已经很难走,加上不认识路,他们是经过了无数走错路的经历后,终于在晚上10点多到达现场,连夜进行了投标测算。回来后,又找了一家咨询公司,加上临时买的三台电脑,一天一夜没睡,做出的标书顺利通过了4轮投标,然而到最后一轮,招标方又临时将一个标分成两个标,这样,所有预算都要重新打开,此时,由于水土不服,不适应海岛气候,冯晓杰已经开始发烧,然而,他依然没有放弃。

"应该说,我们中这个标也有幸运的成分。"冯晓杰笑言:"当时,周五答完标,周六接到通知,说你们回去等消息吧。但我们没有回去,而是去了海鲜大排档吃饭庆祝。这时突然接到招标方电话,说最后只剩下我们和另一家了,但我们的标高出350万,问我们还能不能调整一下方案。现在想来,如果我当时在飞机上或者电话打不通,那我们就不可能拿到这个海南市场决定性的大单了。"

2008年5月,冯晓杰领导的北京建工海南团队终于拿下了打开海南市场的决定性大单——海南万宁神州半岛喜来登酒店总包工程。

管理:整合资源配置加专业能力

虽然有充分的思想准备,但令冯晓杰和他的团队依然措手不及的是,这个海南市场决定性的大项目是如此的"时运不济"。

2008年5月12日,汶川地震举国哀痛,全国所有临时板房全部支援灾区依然告急,任何板房生产厂家都不可能为施工工地供货,但当时业主提出要求:最后竞标的两家施工企业,谁的施工现场办公板房能够于6月1日搭起来就签约,不然,就无法签约。

合格的管理者不仅要有专业技术能力,资源整合配置能力更加重要,这也是考验管理者智慧的关键时刻。

冯晓杰第一个与业主立了军令状。不到一周,北京建工的现场指挥房在工地上全部建起,而竞争对手整整晚了半个月。

问到冯晓杰是如何做到的,他笑而不语。

原来,当时在海南的另一个项目——财富海湾酒店现场有两栋,冯晓杰当即安排拆了一栋调过来,另外的是从广东深圳公司调过来。

专业的知识、严谨的态度、拼搏的精神、智慧的管理能力,冯晓杰认为,这是管理者不可或缺的因素。

从一个机电专业技术人员到一个管理者,冯晓杰走过的路是很艰难的,从管理技术人员到管理劳务人员,需要跨越的不只是专业。

2012年春节,冯晓杰是在北京办公室度过的,当时,海南项目的包工头带人把他关在办公室,要求他结账付款,但此项目因为甲方一直拖欠不结算,他根本没有资金给包工头结算,于是才有了这一幕发生。

从技术管理者到企业管理者转型,如何控制好成本也是必修课。冯晓杰如今也能坦然面对刚来海南时所面临的种种危机了,因为是外地企业,建设材料在当地采购必须现款结算,而结算标准又与北京不一致,这一切,都又一次考验了一个管理者资源调配能力和智慧。

管理就是管人。如何管好人、用好人,也是一个技术管理者转型必须面对的难题。几年来,冯晓杰的团队调了又调,有的在北京很优秀的人才,到了海南却不适应,只好自然淘汰,他同时大胆引进本地人才,逐渐实现人才本地化,并在全公司推行了全面规范化管理。

转型:稳固打造高端建筑市场

从打入海南到站稳市场,再到成为业内交好口碑的企业,目前,从海南岛最北端的海口到最南端的三亚湾,乃至中线的万宁,北京建工海南分公司的项目已经全面覆盖海南全岛,从2010年到目前,已经完成项目额13亿元,到今年年底有望达到20亿元。

随着北京建工海南公司在海南的品牌影响力越来越大,公司在做大做强的路上,冯晓杰开始了转型之路。

有了2012年春节三角债危机的经历,冯晓杰痛下决心,公司要做高端的建工企业,不但要保证工程质量的高端,更要保证扩大市场的同时选择优质的甲方,对于资金链可能会出现问题的活儿、甲方合同条款不对等的项目均选择放弃。

由于喜来登酒店项目的良好合作基础,中信泰富已经成为北京建工海南分公司的长期合作伙伴,三亚城投公司是另一个优质客户。

冯晓杰同时还担任广东分公司、福建分公司总经理,目前,厦门市场二期工程11万平方米的项目、5.7亿标的额的深圳保障性住宅项目、8亿元的珠海横琴保税区红酒交易中心等项目都正在建设中,而俨然,北京建工"封疆大吏"的冯晓杰及其团队依然雄心勃勃。据冯晓杰透露,在全面打开了厦门、深圳市场后,他们目前又在跟踪昆明市场,希望把北京建工高端建筑水准带入到这一新的市场。 (苏民)