

地产板块景气值低 美的上市“甩包袱”?

■ 本报记者 陈青松

国内家电上市公司“千亿俱乐部”又要增加新成员了。

这名新成员便是国内家电巨擘美的。在停牌近八个月后,美的集团将通过吸并换股“美的电器”的方式实现整体上市。除之前美的电器所包含的白电业务之外,美的集团小家电、机电以及物流等资产都将注入上市公司。

然而,《中国企业报》记者发现,被美的集团称为“非常彻底的整体上市”似乎并不“彻底”。美的集团另一大产业——房地产业务并不在此次重组范围之内。

美的地产收入集团占比不高

重组完成后,美的集团将成为格力电器后国内又一家年收入将超过亿元的家电上市公司,同时也将成为A股营收规模最大的家电上市公司。

美的集团创立于1968年,是一家以家电制造业为主的大型综合性企业集团,旗下拥有美的电器、小天鹅、威灵控股等三家上市公司。拥有日电、机电和房地产、物流业务等。其中美的电器收入占集团60%以上,而未上市的小家电占约20%、机电约占3%、其他业务占比约超10%。

记者发现,相比盛名之下以电器闻名的“美的集团”,美的房地产业务给外界的印象更为生疏,似乎籍籍无名。

实际上,美的地产发展集团是美的控股下属重要成员企业。

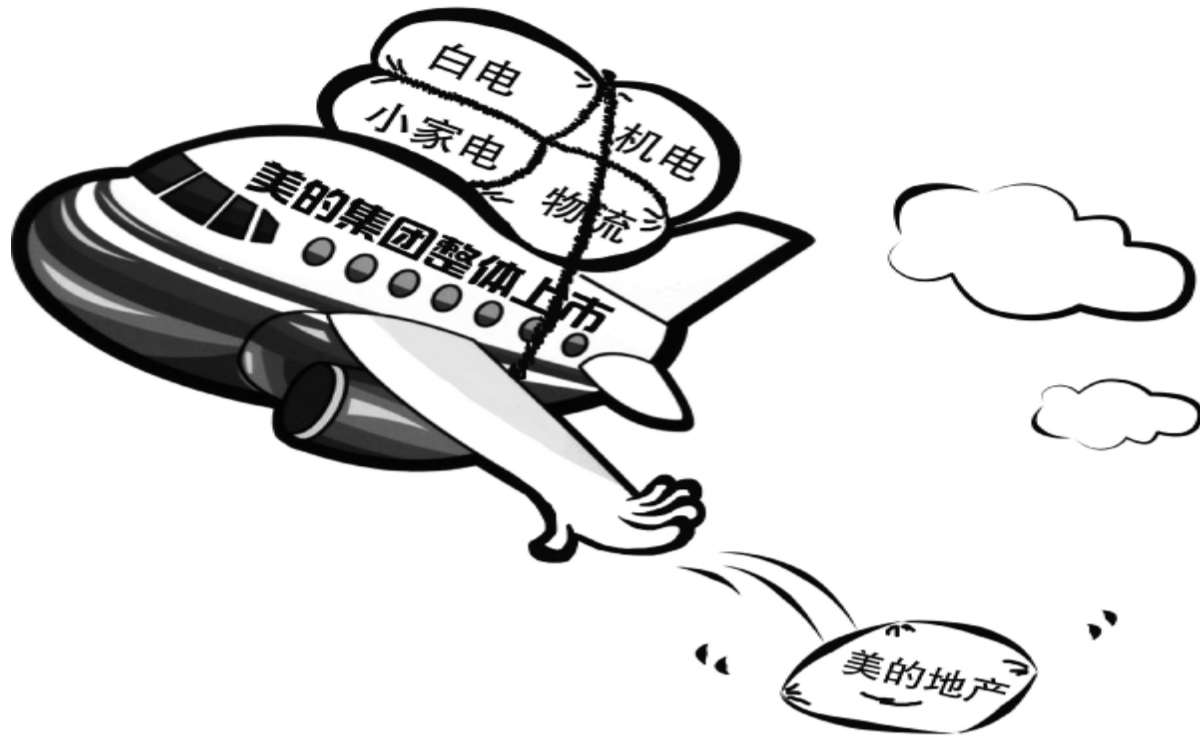
据了解,美的地产公司成立于2004年,是一家以房地产开发为主,涉足住宅、写字楼、酒店、高尔夫球会经营、物业管理、餐饮、教育、园林绿化、建筑施工等领域的综合性现代化企业。从2010年开始,美的地产开始向全国快速扩张。

不过,《中国企业报》记者比较美的相关财务数据后发现,2012年美的集团营业总收入1027亿元,其中,美的电器实现收入681亿元,此次注入上市公司的小家电、电机、物流等年收入约320亿元。

因此,从收入比例上来看,美的地产在美的集团中占的比例并不高。

地产被纳入美的控股

小家电、电机、物流等整体上市,



被美的集团称为“非常彻底的整体上市”似乎并不“彻底”。美的集团另一大产业——房地产业务并不在此次重组范围之内。

王利博制图

唯独将地产剔除在外,那么原因是什么?美的到底存在哪些方面的考量?

“美的集团整体上市,将房地产业务剔除在外,应该有以下方面的考虑。”中投顾问房地产行业研究员韩长吉向《中国企业报》记者表示,首先,从美的集团上市目的及未来经营发展策略来看,美的上市之后依然将以家电为主业,为了保障专业性、专一性,提升产业链上下游的匹配度,需要剥离次要业务;另一方面,房地产市场正处在调控的大背景下,自身上市受到多重因素的影响。

上述观点得到了美的集团的证实。

在被问到美的集团整体上市方案中为何唯独将房地产业务剔除在外时,美的电器董秘办相关人员告诉《中国企业报》记者,整体上市方案是经过美的深思熟虑的,美的今后的战略目标仍将以家电为主,目的是为了保证产业的协同、产业链上下游的衔接以及家电领域的高度专业。

按照美的集团的说法,记者获悉,此次推进美的集团整体上市,除房地产业务外,美的旗下所有制造业产业链、服务物流业全部装入一家上市公司,这样可以按照“一个美的”的概念并以“一个美的、一个体系、一个标准”为指引推进各方业务,有利于美的整体白电业务的资源和渠道协同。

一位不愿透露姓名的证券行业人士向记者分析,美的的经营战略决定了美的地产不会成为集团主业,地产自然不会纳入到上市公司。

“基于以上因素,与家电领域无关的房地产业务被置入集团控股股东‘美的控股’里。”上述董秘办人员向记者透露,其实美的地产很早就被纳入“美的控股”管理,并不由美的集团管理。

美的集团公司的母公司为美的控股有限公司,最终控制人为何享健。

《中国企业报》记者分析美的集团股权结构后发现,目前美的地产所在的“美的控股”占美的集团比例为59.85%,而整体上市后,美的集团的股权结构也将发生重大变化,美的控股占美的集团比例为34.9%。

专家:美的地产不会单独上市

被剔除在外后,美的地产将如何发展?随着其他产业板块整体登陆资本市场,唯独被“抛弃”的地产是否会选择单独上市?

美的董秘办人员告诉记者,美的整体上市后,地产发展集团会独立进行运作。

韩长吉认为,就目前来看,美的地产不会单独上市。

“上市的目的无非乎融资以及企业走向规范化、规模化,企业管理走向正规化,地产业务不是美的集团将来想要发展的主营业务,上市需要耗费一定的资金和承担风险,美的集团专注与主业是家电,没必要为次要业务耗费较大的资源和财力。当前资本对地产板块较为谨慎,上市存在诸多难题。”韩长吉说。

记者了解到,早在2008年,美的公布的2008—2010年三年规划明确指出,美的地产计划三年内实现直接上市融资。不过,却无果而终。

“美的的工作重心应该是放在小家电、机电等核心业务的整体上市上,因此没有实现地产上市计划。另一方面,与国家地产调控,资本市场对地产行业严格要求有关。”上述不愿透露姓名的证券行业人士向《中国企业报》记者分析。

专家认为,从整体来看,国内房地产企业上市放缓,资本市场对房地产企业上市也持更加谨慎的态度,地产企业上市难度加大,不少地产企业赴港上市或采取借壳上市的方式,来达到上市的目的,但是依然受到诸多限制。

“目前地产行业上市存在的困难主要是,上市时机不佳,股价容易被低估;其次,国家层面的宏观调控不放松,地产板块景气值低。”韩长吉说。

互联网金融

银行系金融商城裹足难行

■ 本报记者 郭奎涛

日前,中信银行高调推出网络金融商城,以电商的形式为用户提供柜台金融产品,这已经是继建设银行、工商银行和平安银行之外的第4家推出金融商城的商业银行了。

慧聪网CEO郭江对《中国企业报》记者表示,商业银行做互联网金融具有天然的资金优势,“在融资成本方面,银行可以做到3%,而互联网企业的小贷公司至少需要10%”,缺乏吸储资质一直是互联网企业做金融的“硬伤”。

但是,多位行业人士表示,开展互联网金融,商业银行在用户需求、市场营销等方面缺乏互联网基因,现行监管制度的限制则是急需解决的另一个问题。

商业银行逐渐渗透互联网

3月16日,中信银行网络金融商城上线运行,银行的借贷业务、现金业务、理财业务、保险业务、基金业务,甚至是开卡业务都已打包成产品上线,用户可以在网上完成从客服咨询、客户互动、产品支付到好友分享的整个过程。

艾瑞分析师王维东认为,银行的门户虽然可以很好的展示产品,但在支付等方面却没有打通;而网银虽然可以支付,但在展示、互动等方面却比较呆板,而且登陆过程繁琐,反应速度也跟电商无法相比,这种金融商城很好地将两者结合到了一起。

“与中信的网银不同,金融电子商城面向的客户更广。中信的网银针对的是银行已有的客户,而电子商城的客户则不一定是中信银行的客户。”对于这一平台的定位,中信银行零售银行部总经理杨晓表示,希望通过网络争取原本不属于中信银行的客户。

商业银行渗透互联网金融并非这两年的事。除了中信银行网络金融商城这种专门提供金融产品的平台,建行的“善融商务”等则是自建电商在销售产品的同时提供购买融资服务,中国银行等多数银行则选择接入第三方电商平台,或者提供支付结算,或者为商家提供小额贷款。

银行系电商营销手段不足

据悉,中国银行2008年就联合商家推出了针对中银信用卡的网购业务“聪明购”,类似于网上分期,由

其他商户提供商品,中国银行提供支付、商品展示平台,至今却鲜有中国银行用户知道。

“网上分期都是一些数千元的数码产品,没有必要花那么多的利息去分期付款。”在谈及聪明购在电商领域失声的原因时,中国银行一位业务人员说,银行系电商在用户需求层面把握不够准确,提供的产品和服务常常不对用户胃口。

他还表示,在聪明购的宣传推广上,“我们也做过一些推广,但是没有见到有打广告,优惠促销信息也常有,不过都是在聪明购主页里宣传的。跟电商企业铺天盖地的广告宣传和声势浩大的价格‘约战’相比,银行系电商的互联网营销手段太保守了。”

除了聪明购,相比阿里金融等互联网金融企业的平台,其它银行推出的金融电商平台也显得默默无闻。例如建行的善融商务、平安的信用卡商城,多位持卡用户均表示没有消费过,有的用户甚至根本没有听过。

监管制度束缚创新

如果说商业银行缺乏互联网基因的短板可以通过学习去弥补,传统

监管制度的束缚则不是一朝一夕甚至一年两年可以改善的。

“银监会和央行管得太严了,银行在业务创新灵活性上比较迟缓。不像互联网企业,老板说了算,想起一个新型的业务直接就可以做,即使有问题也可以在做出来的以后再逐渐完善。”上述中行人士告诉《中国企业报》记者,像支付宝前几天被曝光支付页面可以被搜索抓取,银行业务如果存在这样的漏洞,报批的时候就可能被否了。

这位银行人士还说,现行的监管制度主要针对传统柜台式银行的,像网点的设立、收支凭证等等,如今网点都是虚拟化的了,收支也不用纸张了,几乎没法监管。为了适应这种柜台式监管,银行只能将传统柜台业务搬到网上,很难跃雷池一步,如今像中信这样超前的网络金融超市也是酝酿两年了才上线的。

“这些新事物出现以后,要加快我们的学习步伐,及早的吸取经验教训,同时不断地更新规章制度和监管标准,这样就能使整个金融业保持一个健康的发展方向。”两会期间,在问及商业银行创新与传统监管制度的冲突问题时,中国人民银行行长周小川说。

产品

阳光保险高保障 交通意外险面市

近日,保险市场诞生了一款不仅保障高而且还具有返还保费功能的交通意外保险。年龄在18至50周岁之间的普通人,只需在5年或10年内每天花费几毛钱,就可以在未来长达30年的时间内享受身价过百万甚至几百万的交通意外高额保障。这款名为“阳光人寿爱随行意外保障计划”的产品,适合日常自驾车的上班族、频繁出差的商务人士或喜欢出门旅行的人群。

此前市场上的交通意外保险大多是“消费型”的,也就是说客户在保险期间万一遭遇不幸可获得相应赔付,但如果未发生意外,保险费也是不会返还的。市场上的具体保险产品也种类繁多,保障期限从1年到1年不等,保障额度从几万元到几十万元不等,保险费从几元钱到上百元不等。

随着人们的保障意识不断提高,很多人希望自身的意外保障额度能够和实际需求匹配,特别是经常出行在外的商务人士和每天奔波在路上的上班族等,对自驾车、公共交通意外保障额度的要求会更高。阳光人寿在充分调研市场需求之后,推出了“爱随行意外保障计划”这一新产品,针对自驾车、公共交通意外身故提供30倍基本保额的保障,自驾车、公共交通意外全残提供16倍基本保额的保障(主、附险基本保额一致的情况下)。这种高额的给付比例,让出行一族轻松享有“百万身价”。

该计划包括主险“阳光人寿爱随行两全保险”和附加险“阳光人寿附加爱随行意外伤害保险”。除了交通工具覆盖范围广之外,“爱随行”提供的保障责任还涵盖:意外身故、非意外身故,意外残疾、意外烧伤等一系类人身风险。此外,该款产品还可以附加配套的重大疾病保险,为客户提供“意外+重疾+医疗”一揽子的风险解决方案。

当然,“爱随行”最大的优点在于:如果客户在保险期满时仍生存,将返还主险的全部所交保费,并额外给予10%所交保费的奖励。这种满期返还的功能是它区别于以往短期意外险的最大不同。这意味着客户实际上只需要很少的支出,就可以享有几十年的高额保障。

(杨轩)

债权催收公告

中国华融资产管理股份有限公司北京市分公司享有对下列债务人及其担保人的债权,下列债务人及担保人应立即向中国华融资产管理股份有限公司北京市分公司清偿本金及根据原借款合同和中国人民银行有关规定计算的至实际清偿之日的利息(含罚息、复息)。

特此公告

地址:北京市西城区阜成门内大街293号

邮编:100034

联系电话:010-66511186

传真:010-66511257

中国华融资产管理股份有限公司北京市分公司

2013年3月31日

以下金额单位为人民币元(另有标注的除外)

序号	债务人名称	债务本金	担保人名称	担保本金
1	中国粮食贸易公司	635,878,460.00		
2	北京北银新光系统集成有限责任公司	1,130,000.00	中国通信经济开发中心	1,130,000.00
3	托普海南发展银行托管费	25,000,000.00		
4	北京市华融实业开发集团	83,300,000.00	北京市华融出租汽车公司 北京国银宾馆	66,000,000.00 17,300,000.00
5	北京市华融出租汽车公司	22,520,000.00	北京市华融实业开发集团	22,520,000.00
6	中国华融信托投资公司	5,367,047.55		
7	北京宣福房地产有限责任公司	5,090,000.00		
8	长春华融实业有限责任公司	4,300,000.00		
9	北京华融国际担保公司武汉运营部	1,000,000.00		
10	吉林省吉信晖房地产开发有限公司	1,000,000.00		
11	河北石家庄正定县西厂	500,000.00		
12	北京益康电子技术研究所	2,000,000.00		
13	海南京丰实业发展公司	4,000,000.00		
14	北京国利益康公司	2,000,000.00		
15	北京交通管理干部学院招待所	600,000.00		
16	河北冀州烟草公司	750,000.00		
17	海口中强房地产开发有限责任公司	2,000,000.00		
18	海口万绿缘贸易有限公司	250,000.00		
19	北京华融通融房地产发展中心	6,950,000.00		
20	北海融城实业有限公司	5,000,000.00		
21	吉林省中边国际经济贸易总公司	7,200,000.00		
22	北京华融国际担保公司	158,000,000.00		
23	中国工商银行服务公司	20,000,000.00		
24	广东国际信托投资(香港)有限公司	171,226,990.81		
25	北京北方车辆集团有限公司	30,000,000.00		
26	北方红旗机电有限公司	42,390,000.00	北京北方机电工业有限责任公司	20,900,000.00
27			北京北方车辆集团有限公司	21,490,000.00
28	北京金鹰置业有限责任公司	285,910,032.88(利息)		