

【特别报道 Special】

新美航即将亮相 美航空业迎三巨头交锋时代

■ 本报记者 王莹

美国航空和全美航空近日发表联合声明,宣布在两公司完成合并后,新的美国航空集团将在纳斯达克上市,而此次合并将会产生全球最大的航空公司。

然而业内人士表示,新美国航空的出现很难改变现有的竞争格局,在达美航空与联合航空实力不断增强的情况下,三巨头将迎来更为惨烈的市场竞争。

美航全美合并 获美司法部放行

“美国航空有强大的枢纽,但运营能力较弱,在一些竞争激烈的航线上不断亏损;而全美航空运营能力良好,但没有强大的枢纽。美国航空有48个全美航空不提供服务的目的,而全美航空有64个美国航空不提供服务的目的;合并能够形成更加完善的航线网络。”银河证券研究部交运行业首席分析师李军在接受《中国企业家》记者采访时表示,“而他们不会选择与捷蓝航空等小型运营商合并,因为其成本结构和航线网络均不能形成优势互补。”

据了解,美国航空与全美航空于今年2月宣布合并。而就在8月,因担忧两家公司联手会形成市场垄断,美国司法部长与得克萨斯州、亚利桑那州等地的司法负责人向位于首都华盛顿的联邦地区法院提起诉讼。

美国司法部认为,这两家公司合并后将在美国市场形成垄断地位,因合并将导致美国最大的3家航空公司控制美国航空客运市场80%以上的份额。

民航业分析人士林智杰则认为,美国航空和全美航空最大的五个枢纽并不重叠,合并后不会使主

要枢纽机场的份额成倍增长,在两公司运营的共900条航线中,仅12条是共飞航线,共飞航线年收入仅20亿美元,在两公司业务占比很低。

11月12日,美国司法部称,已就全美航空与美国航空合并事宜与两家公司达成协议。不过,美国航空公司和全美航空公司合并案还需通过华盛顿联邦地区法院的许可。

将形成三足鼎立格局

美国民航业在近两年行业整合过程中,集中度大大提高,已经形成巨型航空公司主导美国航空业的竞争格局。近日,美国四大航空公司(合并前)相继发布业绩统计数据。

据了解,美国航空实现扭亏为盈,全美航空的主要航线运营情况良好,美联航当季销售额同比增长3.2%,达美航空国内航线的客运收入同比增长了11%。

“2008年美国达美航空公司并购美国西北航空,2010年美联航与大陆航空合并,加上这次并购重组,美国航空业将形成新美航、达美和美联航“三足鼎立”的竞争格局。而这三大航空公司将占据美国国内市场份额70%左右,将和其他的低成本航空包

括西南航空和捷蓝航空一起,参与市场竞争。”李军表示。

而相较于国内市场,国际市场的竞争对新美航而言有着更大的挑战。

根据赫布斯特的数据显示,达美和美联航在国际航线运营方面占有极大的优势,2012年控制了71%的国际运力,相比较之下全美航空和美国航空所占的比例总和仅为29%。

“不同于国内航线,国际航线有航权上的要求,并且航权交易是单边协议,而航权又是对等的,第三方很难打破。新美航与其他两个公司差距很大,要赶上还需要一定的时间。”李军称。

争相发力中国市场

美国航企近年来都加大拓展中国市场。

目前美联航在亚太区域的网络正在不断扩大,每周航班达到320个,其中,大中华区域开通的中美直



美航和全美合并之后,美国航空业将形成新美航、达美和美联航“三足鼎立”的竞争格局。
王利博制图

达航班每周81个。明年3月美联航还将新开通每日一班的台北—旧金山航线。此外,目前该公司还在商谈有关夏季包机航班服务计划,希望以此进一步推动在华业务增长。

而达美航空刚刚开通了往返于西雅图和上海的直航新航线,继续加码中美航空市场。与之相比,美国航空在中国市场略显弱势。自2006年首次进入中国市场以来,美国航空仅运营有3条中国航线,分别是北京—芝加哥、上海—洛杉矶和上海—芝加哥航线。

“中美航线现在被认为是世界上最盈利的航线,一条中美航线的盈利将为一家美国航空公司带来2亿至2.5亿美元的盈利,抵得上三条美国国内航线的盈利,抵七条大西洋航线的盈利。”中国民航大学航空经济研究所所长李晓津称。

看到中国市场巨大的发展机遇,美国航空于10月17日宣布,申请开通中国上海浦东国际机场飞往美国航空最大枢纽达拉斯/沃斯堡国际机场的直航航线。若获得政府批准,新航线将于2014年夏天开通。

明治再次下注中国 抛“本土化”战略拼市场

■ 本报记者 赵玲玲

在高调退出中国市场一个月后,日本明治奶粉再一次高调地宣布将携市售型低温牛奶、酸奶等新品征战中国高端液态奶市场,并且定下了2020年度销售额达到7亿元的目标,而这使其成为首个大规模进入中国冷鲜奶市场的外资乳业品牌。

《中国企业家》记者了解到,此次明治乳业推出的低温牛奶和酸奶新品并非从日本进口,而是由苏州工厂生产,其奶源主要来自河北,上市后或使用其他地区的奶源。此次推出的低温牛奶及酸奶新品将于四天后(12月1日)在华东地区的上海、苏州、杭州和宁波开始上市,为此明治已经筹备了将近三年。

明治的“回马枪”

对于明治的“良苦用心”,有网友调侃道:我就说明治怎么会舍得放弃

中国乳业市场这块“大蛋糕”呢,原来所谓的出走只是“虚晃一枪”,是在为自己的下一轮“回马枪”做宣传呢。

明治乳业市场部的朱春莹表示:“明治奶粉事业和液态奶事业是两个不同的事业,奶粉是完全进口的,低温牛奶、酸奶在苏州设有工厂,并在国内生产销售。低温牛奶、酸奶在3年前就开始着手准备,考察牧场和工厂地址,最终将工厂定在苏州。”

中投顾问食品行业研究员向健军在接受《中国企业家》记者采访时表示,明治奶粉主动退出中国市场并不意味着明治这一品牌彻底放弃中国市场,其只是在根据中国乳制品市场情况作出的战略调整。婴幼儿奶粉领域竞争激烈,所以明治奶粉主动退出。在低温牛奶和酸奶领域,较少有外资品牌涉足,随着消费升级国人对低温牛奶和酸奶的消费也在增长,所以明治进行了产品调整,以降低自身

所处环境的竞争程度。

但中国企业研究院首席研究员李锦认为,明治并不是吃“螃蟹”的第一人。“目前的中国液态奶市场上,外资品牌的身影并不稀少,品种也十分齐全。来自美国、德国、法国、新西兰、澳大利亚等地的‘洋牛奶’,早已进入了国内消费者的视野,明治要想抢夺市场份额还是要花费一番功夫的。”

国产品牌成明治最大挑战

对明治而言,除却“外患”,还有“近忧”。而后者对其而言或更具挑战性。

向健军指出,明治乳业以低温牛奶和酸奶进入中国市场,最大的挑战和竞争实际上是来自于国产品牌。

事实上,随着生活水平的提高与消费观念的转变,人们对安全、健康以及高品质乳制品的需求也越来越大。在此背景下,国产乳业品牌可谓近水楼台先得月。自伊利与蒙牛在

2006年分别推出金典牛奶与特仑苏牛奶后,国内的中高端液态奶市场需求就一发不可收拾。国内酸奶市场销量正在以每年15%的增速增长,国产品牌占据着90%以上的市场份额。

据业内人士透露,明治液态奶其实早在几年前就已经进入到中国,但是由于运输成本等原因,价格较高。而明治此番进军中国液态奶行业决定在国内建厂,使用国内奶源,但明治乳业的价格会比国产品牌高出30%,所以明治乳业的优势并不是十分明显。

李锦表示,由于国内乳企与外资品牌的夹击之下,明治的品牌优势和溢价能力并不十分明显。加之低温液态奶对冷链技术和运输储存都有很高的要求,明治要长久地克服从奶源地到工厂的远距离运输问题较为困难。

“未来在市场争夺战中,明治乳业需要发挥产品创新包括口味创新等优势,并且要辅之以积极正确的营销策略。”向健军建议。

【世界观 Review】

内外同步开放是中国 决胜全球的重要推力

■ 时飞

党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中指出:“适应经济全球化新形势,必须推动对内对外开放相互促进、引进来和走出去更好结合,促进国际国内要素有序自由流动、资源高效配置、市场深度融合,加快培育参与和引领国际经济合作竞争新优势,以开放促改革。”这意味着中国的改革开放政策已经发展到了一个全新的阶段:内外开放的同步进行和制度化吸纳境内境外的经济要素,在全球经济一体化高度发展的语境中,在信息技术将地球改造为扁平的地球村的技术背景下,在平等化、共时性的基础上重构中国的对内对外开放政策,打造自由、平等和充分竞争的市场制度,将是中国新一轮参与全球化竞争的重要推力。

一如所知,始于1978年的改革开放政策,在着力于激发国内经济生长和增长要素的同时,由于面临巨大的现代经济建设所需要的资金投入,对外开放的做法之国家化也就被提上了议事日程,并成为催生中国在过去30多年的时间里经济高速发展的重要助推器。但无论在对内改革还是在对外开放方面,宥于“摸着石头过河”的谨小慎微心态和纠结于通过经济成效来获取政治认同和合法性的做法的明显功利色彩,对内改革和对外开放均呈现出极大的制度缺陷。就国内改革而言,生产要素的流动性往往面临着来自行政垄断和地方保护主义的限制,在这一背景的长期运作中,中国经济在赢得高速发展的同时,也催生了市场秩序的无序化和泡沫化。实体经济并未因为经济的快速发展而成为国民经济的中坚力量,相反,在资产泡沫化的肆意喧嚣中被进一步虚置化,从而致使中国经济结构配置不合理的问题进一步凸显,而相应的经济风险也进一步抬升。与此同时,由于对外开放这一政策在提出伊始,其目的并非着眼于中国经济应当融入到全球竞争体系中去,而仅仅是为了解决中国自身的经济建设和发展所存在的资金不足的暂时性问题,因此,在有效的制度化建构方面存在着明显的以政策代替法律安排的倾向。功利取向的对外开放政策致使我们一方面不遗余力地赋予外资经济以超国民待遇,在国内经济秩序中获享种种超国民待遇,导致本就基础薄弱的本国民营经济在重大经济竞争中处于明显劣势地位;另一方面又对外资经济处处设限,在其本应进入的重要经济领域设置进入壁垒,导致这些领域存在着国有经济一家独大的局面,久而久之,一些重要的涉及国计民生的经济领域成为国有经济一家独大的所谓自然垄断局面,妨害了市场竞争的充分、自由、高效、安全,也相应地降低了中国经济在世界经济竞争中的竞争力。这一点,只要看中国的经济总量和中国总体国家竞争力在全世界的排名之强烈反差,即可明了其中原委。

不仅如此,差异化的市场机制设置,导致了中国在内对外开放中出现明显的时空倒置:在本应融入全球经济竞争的历史洪流面前,中国却出现了经济民族主义的回潮;本应无差别执行的反垄断法,却成了经济民族主义者挥洒的大棒,在砸向在中国赢得了经济竞争优势的外资经济的时候,加剧了中国国有经济的高度垄断化。

当下时代由于技术变迁所引致的全球经济前所未有的紧密关联,意味着一国在参与全球竞争的过程中,首先需要着力打造的是本国市场的充分自由竞争,确保各项市场要素仅仅是基于市场需求本身而按照符合市场规律的方式在一国境内自由流动;参与市场运作的主体应当获享充分的经济自由权以自由、高效地参与市场运作;横亘在国内基于地区差异而存在的经济要素流动的壁垒的被拆除和国内经济的高度一体化;表征为市场准入机制、市场运行的行为监管法律体系和经济纠纷的多维解决途径的法律安排;确立市场参与主体的基本角色和明确政府作为公平竞争秩序的建设者、维护者和仲裁者的角色分离机制;市场参与主体的均质化和平等化建构,而不是基于市场主体的身份属性的区分性或歧视性安排。而这些正是建立完全自由充分的市场秩序,进而打通国内经济格局并强化中国在全球竞争体系中所应有的竞争力所必须的。

【一周 A week】

上周

>>11月19日,总部设在巴黎的经济合作与发展组织在最新一期经济展望报告中,将世界经济2013年和2014年增长预期分别从今年5月底的3.1%和4%下调至2.7%和3.6%。

>>11月20日,日本财务省公布的初步统计数据表明,日本10月份贸易逆差为10906亿日元(约合人民币663亿元),为连续16个月出现贸易逆差,且创同月史上最高纪录。

本周

>>11月27日,英国公布第三季度国内生产总值修正值;美国公布10月份耐用订单数据、上周首次申请失业救济人数、上周原油库存数据。

>>11月29日,韩国公布10月份工业产出数据,日本公布11月份制造业采购经理人指数、10月份消费价格指数、10月份失业率、10月份工业产出数据。