

南北车合并落定 反垄断风险攀升

■ 本报记者 宋笛

沸沸扬扬的南北车合并一事,在经历了一个月的时间、双方公司的两次停牌和无数的外界猜想后,终于尘埃落定。

而对于轨交行业而言,南北车合并的影响才刚刚开始,在经历了14年的分立和由此带来的快速发展、技术进步以及重复建厂、海外市场相互竞争等众多现象后,境内外的相关主体将要开始重新适应这一个巨体量轨交装备制造商给行业带来的可能的影响。

下属公司 受影响情况复杂

整个合并依然在南车和北车两家公司股份公司的层面进行,而股份公司之上的南车集团和北车集团在此次合并中并未过度涉及。

在合并完成后,南车集团和下属公司与北车集团和下属公司在合并后的公司也依然分别持有28.91%和27.01%的股份,双方股份合计超过50%,合并后的公司实际控制人依然是国务院国资委。

而对于南北车的下属公司而言,这次合并所能产生的影响较为复杂。

“两公司合并后,原本各自的设备制造、研发中心等等机构会进行整合,当年为争单子而在一些城市建造的的车辆厂其实有些本身已经严重产能过剩了,重复建设的产能怎么处理暂时只是有意向性的决定,还没有特别具体的消息。”一位相关人士告诉《中国企业报》记者。

相对而言,南车旗下的两家上市公司在此次的合并中受到的影响会更深一些。

在南北车的合并预案中,专门提到了“境内外的反垄断审批”将给此次合并带来的政策风险,基于此,南北车已经向相关部门提交了反垄断审查的相关材料。

据南车方面的消息,南车旗下间接持股的时代新材、时代电气两家上市公司与北车及其旗下的相关公司分别在空气弹簧、轨道车辆用橡胶金属件等领域以及传动控制系统、网络控制系统等领域存在同业竞争。

在未来的五年中,为规避同业竞争,南北车合并成立后的新公司可能会通过资产重组和业务整合等多种形式解决与时代新材之间存在的业务冲突;同时承诺给予时代电气优先购买权,以便打包出售相关业务板块,实现新的整合。

地方政府 议价能力将削弱

相较于南北车合并所带来的及时的话题效应,这一合并对于国内轨交市场的影响,仍需要更多的时间得以充分的体现。

上文所述相关人士告诉记者,此次的南北车合并主要考量的是基于中国铁路出海,而同时,合并也解决了南北车在国内市场的一些竞争问题。

“在国内的轨交装备市场,是绝对的买方市场,特别是在城轨领域,地方政府有绝对的发言权,所以要拿下一个项目,就得跟政府在别的利益

方面进行让步,比如说建厂。”该人士表示。

而由此导致的一个重要问题就是原有的南北车势力划分逐步瓦解,特别是在地铁、城轨市场,由于以城市为单位的零散下游代替了原有的铁总所扮演的唯一下游企业,原有居中分配的色彩逐步淡去,随之而来的是南北车在各地市场的激烈竞争。

在日前南北车下属的分厂建设已经逐步实现南北渗透,在诸如青岛、天津、成都等多个城市,既有南车直属或相关的制造厂,也有北车直属或相关的制造厂。

2011年,南北车相继进入成都市场,并分别成立了南车成都产业基地和成都长客新筑轨道交通装备有限公司,在随后的三年中,南车获得了成都1、2号线的相关业务合同,而北车则成为了成都3、4号线301辆地铁的制造商。

“国内轨道交通车辆装备市场很早就有人提出需要整饬,因为真是到了不得不改变的程度。”该人士对于这一现象表示。

在他看来,合并后国内装备制造市场出现的一些竞争问题可以得到缓解,而相对的,政府的议价能力也会被削弱,可能会造成地方政府在进

行城轨、地铁项目建设时,财政压力的加大。

国内重复建厂 问题或缓解

在合并方案公布后,有关于此讨论最多的依然是合并后对于中国高铁出海的影响。

中国北车和南车在德国咨询公司德国 SCIVerkehr2014 年年中发布的2013年轨交装备制造企业排行中分列第一名和第二名。根据知名经济学家宋清辉的计算,南北车的累计合计销售收入几乎等于庞巴迪、西门子、阿尔斯通、GE、川崎五家知名公司累计销售收入之和。

合并后的新企业无论从资产总额还是已拥有的体量而言,都是全球首屈一指的轨交装备制造制造商。

原有的由于分立状况所造成的一些南北车在海外市场相互竞争的状况也会随着合并而得到消减,而在竞争消减的同时,合并也将给新公司带来更多的技术选择。

“南北车由于吸收和消化的技术源不同,因此在高铁方面,南北车代表了两个差异较大的技术系统,合并可以给海外客户提供更多的技术选择。”上述相关人士告诉记者。

而在合并带来内部竞争的消减和更多技术选择的同时,遭遇反垄断的风险也随着南北车的合并进一步增加。

在南北车的合并预案中,专门提到了“境内外的反垄断审批”将给此次合并带来的政策风险,基于此,南北车已经向相关部门提交了反垄断审查的相关材料。

宋清辉也认为,合并之后市场份额更大,无疑将遭遇国际竞争对手的狙击,触及反垄断红线。

义乌综改试验区探访：小商品王国的新烦恼

(上接第三版)他认为,这个行业其实只要几十家企业就可以了,产值依然可以超过现在,企业整体质量会更高,竞争力也会更强。

知名经济学家宋清辉告诉记者,义乌外贸主要还是以传统产业为主,而随着劳动力成本的上升,原来的低成本优势正在或者正逐渐的消逝。在当前国际经济环境低迷的情况下,很多企业正处于微利甚至负利层面。改变这一现状唯有加强创新,一方面要促进贸易与科技、产业的融合;另一方面要加强企业品牌建设和品质的提升,提高产品的附加值,提升外贸出口的新竞争优势。同时,要加快跨境电子商务的创新发展。

试水电子商务

创新驱动,义乌把目光投向了电子商务。

2014年11月19日,世界互联网大会开幕当天,国务院总理李克强来到了“中国网店第一村”——义乌青岩刘村,作为其考察浙江经济第一站。李克强总理在讲话中把电子商务等新业态比作中国发展的“新发动机”,表示将通过商事制度改革等简政放权举措,推动“大众创业、万众创新”的新格局。

青岩刘村原有1486名村民,现在容纳了8000多人,聚集了15000余名从事网络销售及相关产业的工作人员,2800多家注册网店每天向世界各地卖出超过3000件各类商品,2013年网上成交额达8亿元,2014年预计将超过20亿元。

事实上,借助义乌作为全球最大的小商品集散中心和采购基地以及20多万家日用品生产企业的180多万种商品,义乌跨境网络销售正风生水起。

义乌市电子商务工作领导小组办公室综合科副科长骆旭锋告诉《中国企业报》记者,从2011年以来,义乌全市电子商务交易额分别达到347亿元、520亿元和856亿元。2014年1—9月份,全市电子商务实现交易额714亿元,同比增长35%。其中外贸零售交易额97亿元,同比增长56%;外贸B2B交易额207亿元,同比增长15%。跨境快递日均出货30万票,同比增长45%。

义乌市电子商务工作领导小组办公室相关人员对记者表示,下一步,义乌将全力推进跨境电子商务工作,一方面推动义乌跨境电子商务试点工作,推进海外仓储建设,规划布局国际邮件、快件处理中心,设立国际邮件互换局和呼唤站;另一方面建立数据信息平台,实现主体之间的标准化信息共享,利用大数据分析和处理平台沉淀信息,发布小商品跨境电子商务指数。

推广服务及价格

套餐包

- (1)《中国企业报》纸质版 周一刊,单彩、新闻纸,逢周二出版,全年共48期,每期32版。
- (2)《中国企业报》电子版 逢周二随《中国企业报》纸质版同步更新。
- (3)《中国企业报》新闻客户端(掌上通) 周一至周五每日更新,每日不少于10条信息或不少于5000字。
- (4)套餐包不单独订阅,打包价288元/份,即288元即可获得一份《中国企业报》纸质版、一份《中国企业报》电子版、一枚《中国企业报》新闻客户端(掌上通)。

《中国企业报》单印张推广服务

切实做好经营客户的报纸定向传播、推广服务,满足经营客户需求,促进有效发行。

《中国企业报》企业信息数据库

以内容价值产品为主,集成分行业或区域《中国企业报》刊载过的企业信息,为企业和客户提供信息数据支持。年价1200元/份。

推广服务及订阅

套餐包

- (1)《中国企业报》纸质版 实行自主发行,即物流渠道+地方机构投递或委托第三方投递。报纸在北京印刷,通过物流渠道分发到各区域,由地方机构投递或委托当地发行公司投递。
- (2)《中国企业报》电子版 订户登录《中国企业报》电子版网页,在线阅读。
- (3)《中国企业报》新闻客户端(掌上通) 订户下载安装《中国企业报》新闻客户端(掌上通),在线阅读。

《中国企业报》企业信息数据库

用户登录《中国企业报》企业信息数据库网页,输入用户名和密码登录系统(即获得阅读检索权限),在线阅读检索并提供适量下载。



《中国企业报》是一家主要以企业和企业家为报道对象的中央级报纸,《中国企业报》股份有限公司是率先经非时政类报纸出版单位改制后组建的传媒文化公司(集团),经过三年多的发展,已突破了单一平面媒体经营模式,按照媒体生态业态演进、传媒价值链逻辑、市场及客户新需求等,创新构建了“一专三全”的业务架构(即:为企业和企业家提供专业的综合资讯服务,全媒体、全产业链(价值)链、全球化视野),报网媒体平台、新兴业务、新技术应用等快速融合,形成了独特的“新闻公信力→用户影响力→(大)数据支持→针对性创意→(行业)制高点活动→多维化服务”的商业模式,引入新技术思维和专业化平台,打造了企业传媒(大)数据、舆情(数据)监测分析、企业咨询等新型服务业务,整体业务初步实现了转型升级,业绩连年上升,新闻影响力度、品牌内涵价值逐步提高,成为财经传媒业改革创新“试验田”,未来创新发展的空间巨大。

中国企业报 China Enterprise News

2015年发行推广服务

- 套餐包 即《中国企业报》纸质版 +《中国企业报》电子版(在线阅读) +《中国企业报》新闻客户端(掌上通)
- 《中国企业报》(单印张)推广服务
- 《中国企业报》企业信息数据库



中国企业报发行部: 010-68701057 68735752