



跨国聚焦

百胜拆分中国业务：“亲儿子”变加盟商不被看好

日前,世界餐饮巨头百胜餐饮集团对外宣布拟将集团分拆为两家独立的上市公司——百胜中国和百胜餐饮集团。实施拆分后,中国业务公司“百胜中国”将成为百胜餐饮集团总部在中国的连锁加盟店,向该集团支付品牌的独家使用费。

据悉,这是百胜集团近20年来最大规模的重组,而且把中国业务拆分为一个独立于全球业务的单个公司,这样的决定在全球大企业中并不多见。

中国业务下滑拖累百胜集团业绩

最令人关注的是,肯德基和必胜客在中国做业务将被新成立的百胜中国接管。

关于拆分后的两家公司的资本关系和各自的具体业务战略等,百胜餐饮集团表示,将在今年12月10日以后公布。百胜集团首席执行官克里德在声明中指出,拆分让两家独立的公司可以增加对各自商业优势的聚焦,凝聚各自的资源。

多年以来,中国市场一直是百胜业务最主要的增长点。2014年,百胜全球的营业额超过130亿美元,其中由中国市场贡献的就有69亿美元。因此,在百胜集团看来,拆分后的百胜中国有很好的投资实力和发展机遇。百胜中国没有沉重的债务负担,有财力投入到新的业务中。百胜集团表示,相信随着中产阶层的崛起,百胜中国将有机会把门店数量从目前6900家扩张至2万家以上。

但是,当“亲儿子”变成加盟商后,很多人并不看好。尤其是10月7日百胜集团公布了第三季度财报,

期内营收34.3亿美元,其中中国市场虽然终止了下滑趋势,但远低于分析师此前预计的大增9.6%,导致百胜股价在盘后交易中大幅下跌近18%。

“中国市场虽然贡献了一半业绩,但是近两年中国业绩增长疲软确实一定程度上拖累了百胜集团的业绩,之所以选择剥离中国业务,是为了提高新公司的估值和本土化程度。”中投顾问酒店餐饮行业研究员严明航对记者表示。分析师认为,此前中国事业部已经连续5个季度拖累了百胜集团的业绩,目前中国宏观经济也存在下行压力,百胜的拆分未必能让新公司获得高的估值。

肯德基、必胜客辉煌难再

对于中国消费者而言,绝大多数人可能不知道百胜集团,但是肯德基和必胜客则是家喻户晓。

尤其肯德基,曾是第一个进入中国的连锁餐饮业者,在1987年于北京开设天安门分店,位于前门的显要位置,在上世纪90年代是北京最著名的时髦餐厅之一。但是和许多跨国企业经历爆发式增长陷入瓶颈期一样,近年来肯德基的日子并不好过。

美国肯德基公司正陷入泥潭,2014年营收42亿美元,平均每店营收为96.1万美元,落后炸鸡竞争对手福来鸡与大力水手炸鸡。中国市场则是卷入一系列食品安全事件中,声誉不再。2012年11月,媒体报道了肯德基的供应商使用生长激素和抗生素使肉鸡快速成长,让肯德基经历公关危机,四处灭火。随后,2013年春季暴发的禽流感也让中国消费者渐

渐远离这家以销售炸鸡为主的餐厅。这两次重创让百胜从2013年第一季度开始,中国市场的营业利润大幅下滑41%,销售数据此后也不断下跌。尤其是2014年“福喜”事件,让快餐业元气大伤,至今都难以恢复盛况。

至于百胜旗下另一个标杆品牌必胜客,虽然还是美国连锁比萨龙头,但是其市场占有率优势正在流失,反观竞争对手达美乐、小凯撒与棒!约翰的市场占有率则正在提升,达美乐以折扣战抢食低价市场,棒!约翰则强调高品质食材抢攻高价市场,必胜客腹背受敌,在线上还正与达美乐进行线上订餐的殊死战。百胜集团承认必胜客在中国市场以外销售都平平,与肯德基一样需要全力重整脚步。

《华尔街日报》、路透社、福布斯等外媒都撰文表示,以肯德基、必胜客、麦当劳为代表的西式快餐近年步履维艰,白领客户流失惨重,还面临其他外国快餐及不断崛起的本土中式快餐的激烈竞争,经营压力增大。

旗下餐馆转给特许经营人

虽然外界对于这次拆分并不看好,但也是百胜集团深思熟虑后的决定。

早在今年5月百胜在上海举行年度投资者会议之际,亿万富翁投资者丹·洛布建议百胜餐饮集团考虑剥离中国业务,因为“百胜中国旗下餐厅很可能坐满了节俭的中国大妈。

对冲基金Corvex Management的创始人基思·梅斯特尔更认为,百胜必须剥离中国业务才能克服目前

跨国动态

中国市场成苹果公司救命稻草

走旺。

苹果手机是苹果公司生死存亡的关键,占公司63%营收比例和主要利润来源,向来都是“iPhone强则苹果公司强”。

市场一直最关心的都是,在全球智能手机市场整体放缓的背景下,iPhone是否正在逐渐达到饱和?苹果还能否持续增长?

苹果公司CEO蒂姆·库克称,苹果现有用户的升级需求潜力巨大,大概有2/3的苹果用户还没有更新到去年推出的大屏手机。

同时,苹果还称正在继续碾压竞争对手。本季度的iPhone购买用户中,大概有30%是从谷歌推出的安卓系统“叛逃而来”,库克称这创下了苹果史上最高纪录。

今年10-12月,是苹果推出新款iPhone6S后的第一个季度。苹果预期新一季度毛利润将达到39%-40%,预期营收在755亿-775亿美元。分析师预期则是39.8%毛利率和771.4亿美元营收。

中国市场依然强劲

虽然iPhone销量平平,但至少库克证明了一点,他之前对投资者苦口婆心解释的中国市场并没有让他丢脸。

苹果在中国市场销量被证明依然强劲。苹果一直认为,随着中国中产阶层队伍的壮大,消费者会有越来越多的闲钱来购买苹果产品。

中国无人机公司大疆 进军硅谷组建新研发中心

日前,中国领先的民用无人机制造商,深圳市大疆创新科技有限公司正在位于美国加州硅谷的帕洛阿尔托市建立一座新的研发中心,可容纳的工程师数量在75名以上。

大疆创新的总部设在深圳,在硅谷设立研发中心是其为利用美国的工程人才资源迈出的第一步。据公司发言人迈克尔·佩里介绍,大疆目前在美国有大约100名员工,但到目前为止,他们的主要工作一直是客户支持、营销和商业开发。大疆的工程团队目前设在中国,与其硬件厂商的联系很紧密。

佩里拒绝对上述研发中心发表评论,但他说:“硅谷汇聚了最顶尖的人才。这对我们来说真的很重要。我们的招聘工作一直面向国际。”

美国是大疆最大的市场。今年5月份,设在帕洛阿尔托市的风投公司Accel Partners为大疆提供了7500万美元资金,以助其全球扩张。大疆生产的白色“幻影”四旋翼无人机已成为这个行业的标志,从动画片《南方公园》到无人机在繁华街市(甚至是白宫草坪上)着陆的新闻报道,“幻影”可谓无处不在。

2013年底前,大疆的北美核心团队一直设在德州奥斯汀市,其中有营销人员、无人机驾驶员和摄影专家。但当年12月,该公司突然解雇了20名成员,

包括北美业务首席执行官和少数股东,包括科林·吉恩。随后,吉恩请求法院颁布禁令,不准大疆在北美收购资产或经销产品。双方在七个月后和解。

2014年2月,大疆在美国设立了第二个办事处,启动了设在洛杉矶的负责客户支持以及跟好莱坞方面接洽的中心。2014年晚些时候,大疆在加州圣马特奥市的办事处开业,主要工作是客户支持和摄影师事务。

在帕洛阿尔托市新建的研发中心有助于大疆利用硅谷在计算机视觉和软件方面的资源,与深圳的硬件开发团队相辅相成。目前大疆正在招聘的人员需要具备视频流和存储、嵌入式软件和计算机模拟等方面的技能。

佩里指出,进驻旧金山湾区后,大疆还可以跟开发者密切协作,后者可以帮助大疆建立应用软件生态系统,并为无人机找到新的使用案例。

面临的困难。

业内人士向记者透露,百胜餐饮集团董事会和管理层在独立财务顾问和法律顾问的协助下,经过过去一年就战略方向的审慎评估,一致决定分拆百胜为两家独立公司。因为,集团预计分拆后的两家独立上市公司并不会因此而产生附加的运营成本。百胜方面对外表示,百胜餐饮集团将致力给予股东创造资本回报,希望集团的财务结构和资产负债更符合特许加盟经营商同业的高杠杆水准,从而过渡为非投资级别信贷评级。

据悉,百胜希望拆分后,能够大刀阔斧进行改革,比如重塑肯德基的形象、将必胜客带人数字时代利用App下单,尤其希望将旗下越来越多的餐馆卖给特许经营人,此举有助于拉低成本和风险。

而沃伦资本的李君衡表示,虽然百胜中国曾经多次从业务低谷中走了出来,但是,百胜在中国面临的挑战大多是结构性而非一次性的。靠一些推高股票估值倍数而忽视基本面的财务手段,不太可能解决这些结构性问题。

野村证券分析师马克则认为,为重振肯德基和必胜客在美国的雄风,百胜需要减少官僚主义,这将有利于削减控制成本,同时加快决定速度,适应变化的中国市场。

根据英敏特预计,中国快餐市场销售额年均复合增长率为10.3%,到2018年将达到1.93万亿元,全球第二大经济体仍然有很多机遇,只不过,其快餐市场的格局已与百胜刚进中国时截然不同。 (亦才)

资生堂上半年净利暴跌超八成

资生堂日前公布的今年上半年财报显示,截至9月30日的前6个月,集团净利润暴跌83.8%至39.9亿日元(约3270万美元),营业利润增长36.2%至148亿日元,净销售额上涨12.6%至4118.9亿日元。

据了解,净利润下跌是因为去年同期出售法国专业护肤品牌Carita International SA及思妍丽,而营收的增长则来源于中国游客在资生堂本土市场的“爆买”。

值得注意的是,按恒定汇率计算,中国地区市场销售在集团为准备重组而主动减少分销商订单、避免分销商库存过大的影响下同比减少7.6%至629.31亿日元,占集团总销售的17.2%。中国市场疲软也导致集团国际业务的营业亏损倍增至61.21亿日元。基于中国市场的销售前景,集团轻微下调了截至12月31日的全年销售预期,从7650亿日元削减至7600亿日元。

受中国市场疲软影响,资生堂的业绩在近年承受着相当大的压力。2011年,资生堂中国区销售和盈利均出现同比下滑,中国地区全年销售额仅增长1.8%,集团营业利润同比下滑37%,亏损达147亿日元,这也是资生堂上市八年来集团净利润第一次出现亏损。到了2014财年,资生堂中国区销售额为1148亿日元,按固定汇率计算,收入下跌了4.8%,超过日本本土市场3.2%的跌幅,成为资生堂在世界各大市场中跌幅最大的区域。

业内人士认为,从今年上半年的财报来看,固定汇率下中国市场销售额出现了7.6%的下降,跌幅进一步扩大,这让资生堂今年的业绩显得不那么乐观。

(朗月)



在无人机行业,软件方面的竞争日趋激烈,软件功能也越发智能化,比如躲避障碍、自主飞行和精密的摄影控制。大疆的竞争对手3D Robotics和Parrot都已在湾区设点。商业无人机初创企业Airware、Skycatch、Matternet和DroneDeploy也都在这个地区争夺人才。

(筱芸)