

# 电商大战退潮 京东脉冲回落苏美缩小差距



一位顾客在苏宁电器的比价处查询网上报价

CFP/供图

证券时报记者 向南

在口水战逐渐透观众热情之后,电商大战的热度已迅速减弱。从百度用户关注度指数看,京东、苏宁易购、国美电器网上商城的关注度均有不小下挫,但苏宁易购、国美电器网上商城和京东之间的差距正在缩小。

百度指数显示,苏宁易购的关注度指数从8月13日的10万增至15日的138万,增幅达到12.8倍;京东商城同期从42万增加到208万,增长3.95倍;国美电器网上商城则从2.78万增加到36.85万,增长12.26倍。

8月15日过后,各家百度指数均有大幅下挫。19日,苏宁易购下降到21.21万,京东商城下降到48.89万,国美电器网上商城则下降到9.32万。也就是说,苏宁易购和国美电器网上商城19日的百度指数相比13日的均有大幅上升,而京东商城则上升幅度不大。

对比可发现,京东商城的百度指数优势正在减小。13日,京东商城百度指数是苏宁易购的4.2倍,15日则相当于1.51倍,19日相当于2.31倍。

电商业内人士将百度指数当作销售晴雨表。今年上半年,京东商城的百度指数是苏宁易购的4倍,其销售额也是苏宁易购的4倍。

从访问量上看,京东商城的优势也在削弱。记者查询了Alexa网站,以周平均数计算,访问京东商城的日均IP为3258万,而苏宁易购为

1290万,前者相当于后者的2.53倍,这也与19日京东商城百度指数与苏宁易购比值接近。而以近3个月的平均数计算,访问京东商城的日均IP为2841万,相当于苏宁易购相同指标的5.37倍。

苏宁电器董事长张近东昨日表示,在三周年庆典促销中,实现了最高日销售近3亿元的业绩。按照计划,苏宁易购希望10月提前完成全月日均销售过亿的目标,12月实现最高日销售5亿元。

一资深券商研究员表示,电商大战雷声大雨点小,捕风捉影的信息太多,降价程度难以评估,许多从事电器生产的上市公司并没有降价,现在看来都是渠道在降价,只有过半个月后,才能评估对行业造成的影响。她同时认为,家用电器耐用消费品,此阶段销售大幅上升是以未来一段时间的销量下降为代价,而且如果降价产品没有那么多,消费热度很快就会减下来”。

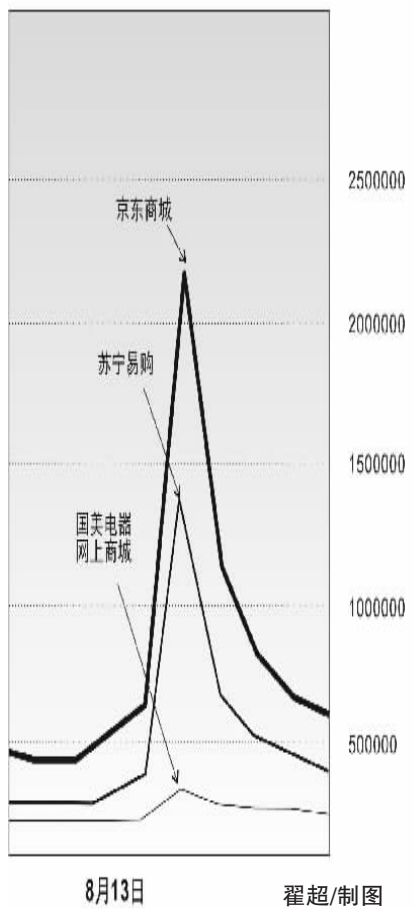
对于京东商城CEO刘强东发起的价格战,国美和苏宁迎战迅速,两家公司不但号称要比京东商城价格便宜,且都号称实行线上线下同价,如果线下和京东同价,将动摇京东价格优势的根基。

电商线上的业务竞争只是开了一个头。昨日,苏宁电器董事长张近东表示,苏宁易购将推出员工持股等一系列员工激励制度。人力资本比货币资本更重要。”他说。

## 京东苏美用户关注度指数

2012-08-13至今

用户关注度



8月13日 翟超/制图

# 万科将考虑B股转H股可行性

## B股折价率排名靠前十公司

名称	B股折价率(%)	B股价格(HKDUSD)	A股价格
ST中纺B	76.93	0.24	6.66
ST中纺B	76.84	0.34	9.43
*ST中华B	76.22	0.86	2.96
ST联华B	71.83	0.45	10.05
*ST二纺B	71.34	0.33	7.33
永生B股	70.89	0.86	18.80
沪普天B	70.18	0.48	10.26
中路B股	69.67	0.61	12.85
鼎立B股	69.58	0.66	13.71
氯碱B股	69.50	0.43	8.99
金山B股	68.07	0.42	8.31
上工B股	66.56	0.39	7.46
大江B股	66.42	0.27	5.01
上柴B股	66.01	0.57	10.70
双钱B股	65.80	0.47	8.63
深华安B	64.23	2.78	6.36
ST中冠B	64.16	2.40	5.48
*ST盛润B	62.71	3.29	7.22
*ST轻骑B	61.97	0.29	4.86
沙隆达B	61.63	2.94	6.27
深南电B	61.25	2.05	4.33
开开B股	60.30	0.77	12.36
海欣B股	59.71	0.42	6.57
ST东海B	59.47	1.55	3.13
苏常柴B	59.36	2.88	5.80
宝石B	59.22	5.69	11.42
丹科B股	58.83	0.79	12.18
深赛格B	57.34	2.20	4.22
深特力B	57.29	3.22	6.17
方大B	57.09	2.05	3.91

数据来源:Wind

见习记者 冯尧

中集集团宣布试水B股转换H股后,身处窘境的B股群体似乎觅得了一条可行的复苏路径。昨日,万科A(000002)董事会秘书谭华杰对证券时报记者表示,寻求融资出路一直为万科所关注,虽然目前没有明确意向,但万科会考虑B股转换H股的可行性。

对于中集集团开启的B股破冰之旅,谭华杰称,这无疑为所有B股上市公司开拓了一条新路。他同时表示,对于A股与B股差价较高的公司,B股转H股价值更大。目前,沪深两市共有108家B股公司。国金证券分析师罗立波分析称,从B股公司自身的业务实力、大股东的资金实力等方面考虑,中集集团B股转H股的案例,不具备广泛的示范效用。他认为,目前B股板块中能够效仿的可能只有万科B(000002)。

谭华杰亦表示:尽管对于房地产公司而言,H股市场的融资价值并没有想象中高,但反观B股市场,B

股转H股还是可以做的。”

近年来,由于楼市调控,房企在资本市场的融资遭遇壁垒,万科更多依靠信托来募集资金。

与此同时,反映房企融资成本的资本化利息费用在不断增加。半年报显示,万科今年上半年借款利息支出高达26亿元,同比上升40%,超过其净利润50亿元的一半,其借款利息资本化率更是由2011年的8.6%上升到9.2%,凸显出万科今年融资成本呈上升趋势。因此,尽管万科目前手握470亿元现金,资金链较为充裕,但若要保持稳健扩张的步伐,新的融资平台依旧对其有着较大吸引力。

今年5月,万科收购南联地产控股(01036.HK)73.19%的股份,此举当时就被市场解读为万科向香港上市迈进的第一步。

然而,南联地产控本身是上市公司,据联交所相关规定,上市公司收购完成后的两年不得有重大资产重组,这意味着,两年后南联地产才可作为万科在港的融资平台来使用。而如果此番中集集团B股转H股成功,万科融资的选择无疑会更多。

# 山西汾酒大举增持销售公司股权

根据去年数据,可为公司增加1亿元利润

证券时报记者 向南 马晨雨

山西汾酒(600809)决定增资并收购山西杏花村汾酒销售有限责任公司30%股权,收购完成后,公司合计持有汾酒销售公司90%股权。以汾酒销售公司去年3.6亿元的净利润计算,此举可增加山西汾酒1亿元的净利润。

据公告,山西汾酒与汾酒集团签订协议,由山西汾酒出资3123万元、汾酒集团出资347万元,合计向汾酒销售公司增资3470万元,使其股本(注册资本)增至8000万元,然后,山西汾酒向汾酒集团收购其所持有的汾酒销售公司30%股权,交易价格为7103万元。收购完成后,山西汾酒将持有汾酒销售公

司90%股权。

汾酒销售公司去年表现出色,其营业收入为40.5亿元,几乎和山西汾酒去年的营业收入(44.88亿元)相差无几,实现净利润为3.6亿元,利润丰厚。在白酒类公司中,不少上市公司母公司控制销售公司,这也造成投资者怀疑该类公司存在利润外流、人为调节利润等情况。

山西汾酒同时公布了半年报,公司上半年实现销售收入38亿元,同比增加32%,实现净利润7.87亿元,同比增加19.47%,实现每股收益0.91元。二季度销售收入实现16亿元,较去年同期增长56.65%。

近年来,山西汾酒在大力推进市场营销的同时,也在积极寻求营销模式的改变。公司现已由原来粗放式的

大经销商制转变为精耕细作式分区域、分步骤、分品种的新渠道营销划分模式。在终端不断导入精细化分销,提高终端掌控力,不断扩大市场占有率。

内控方面,山西汾酒采取由汾酒销售公司和竹叶青销售公司双运作的方式,进一步提高营销组织的市场反应速度。针对窜货问题,公司通过省内省外同品类两种度数分割,防止省外低价销售的产品窜入省内,同时派驻检查组进行市场跟踪,加强价格管控力度。

此外,为加强盈利能力,山西汾酒不断进行产品结构的调整,主动压缩低端产品产销量,加大中档产品的营销推广,开发和推广高端产品,形成了以国藏汾酒、青花系列、20年汾酒、老白汾酒为中高端品牌的架构。

# 物联网陷同质化危机 价格战恐成常态



2012第四届中国(深圳)国际物联网技术与应用博览会现场

张珈/摄

证券时报记者 张珈

京东商城挑起的这场在电商之间火速蔓延之时,有着“战略新兴产业”光环的物联网行业,频繁的价格战早已屡见不鲜,毫无创新、产品同质化已成为阻碍物联网发展最根本的原因。

## 同质化竞争严重

记者日前来到2012第四届中国(深圳)国际物联网技术与应用博览会的展厅入口,工作人员拿着手持读写器对准记者参观证上的条形码轻轻一扫,验证程序立马完成。这便是最常见的物联网身份识别应用。

几年前说到物联网,很多人都不知道这三个字怎么写,现在物联网的应用已经遍地开花。在江苏赛联信息产业研究院院长祁晓璐看来,“雾里看花物联网、云里雾里云计算”已经呈现出“腾云驾雾”的发展势头。

国务院日前批复无锡打造具有全球影响力的传感网创新示范区的消息更是令业界雀跃,相关上市公司在二级市场也走出一波新行情。

尽管政策支持不断输血,行业欣欣向荣,但物联网行业存在的隐忧也值得关注。在此次博览会上,记者注意到一个特别的现象。无论是海外龙头、A股上市公司,还是默默无闻的小公司,展示的产品都惊人地相似:大都是五花八门的智能卡、各式各样的电子标签和读写器,甚至包括了花花绿绿的门禁卡,稍稍新颖一些的也只有安卓系统的工业级条码射频识别(RFID)手持机。

在展会现场,不少参展商甚至直言不讳地告诉记者,这些电子标签、读写器入门门槛不高,门禁卡之类的毛利率甚至不到10%。

## 价格战常态化

2008年金融危机爆发之时,物联网成为众人瞩目的机会。4年之后,大到智慧地球、小到智能家居,物联网应用如雨后春笋般涌现,这个朝阳行业开始面临同质化竞争的成长烦恼。

在同质化竞争的产业中,掀起价格战不足为奇。上海电子标签与物联网产学研联盟秘书长王东介绍:“一枚超高频射频识别标签市场价已经从1块钱降到了4毛钱,我估计很快要降低到两毛钱。”目前,RFID电子标签的天线主要采用金属材料,他预计一旦更低成本的石墨烯天线广泛应用,RFID系统成本还将进一步降低。

科陆电子(002121)工作人员向记者介绍,目前公司重点推广的安卓系统的工业级条码RFID手机售价在1万元以上,主要应用在电力等领域。但这种手持识别机的前身——二维码手持识别机则没有这么高的身价。

记者了解到,二维码手持识别机原本按照农业部溯源系统的定价是3000多元,后在竞争压力下降到千元左右,部分公司在这个项目上举步维艰。

远望谷(002161)董事长徐玉锁告诉记者,目前通用领域的竞争太激烈,行业竞争压力较大,最后可能会形成无序竞争,导致赔本赚吆喝。

目前物联网产业的应用和框架都呈现出碎片化的特征,缺乏统一的概念和方法,同时存在严重的行业和地方壁垒,因此出现了大量互不兼容的产品、解决方案及大批重复建设的示范工程,导致大量能源、资源的浪费;行业内的尝试很多只是封闭的内部尝试,应用商很难介入,因此最终也很难推动物联网产业的规模化发展。”中国电子学会物联网专委会副主任委员、无锡智慧星际科技有限公司CEO马建对此忧心忡忡。

# 隆鑫通用大股东 接盘丰华股份

证券时报记者 向南

去意已决的丰华股份(600615)大股东沿海地产投资(中国)有限公司,再次谋划将其所持丰华股份股权转让。

接手方为隆鑫控股有限公司,该公司是新上市的隆鑫通用(603766)控股股东,控股隆鑫通用50.92%股权。如果收购完成,隆鑫控股实际控制人涂建华将拥有两家上市公司。

因重大事项昨日停牌的丰华股份今日公告,公司接到沿海地产和股东上海久昌实业有限公司通知,8月20日,沿海地产和久昌实业在重庆分别与隆鑫控股签订了《股份转让协议》,沿海地产同意向隆鑫控股转让其持有的丰华股份3770万股,占丰华股份总股本20.05%,转让价格为每股12元。

隆鑫控股以2800万元作为履约保证金,久昌实业决定向隆鑫控股转让丰华股份813.73万股,占丰华股份总股本的4.32%,转让价格同样为每股12元。

上述股份转让完成后,隆鑫控股将持有丰华股份4583.73万股,合计持有其总股本的24.37%,为控股股东。隆鑫控股收购上述股权将花费5.5亿元。目前,沿海地产持有丰华股份3971.95万股,占总股本21.13%。

资料显示,隆鑫控股注册地为九龙坡区石坪桥横街5号,法定代表人为涂明海,注册资本为10亿元,其中隆鑫集团出资9.8亿元,涂建华出资2000万元。该公司主营业务为向工业、房地产、高科技项目进行投资及投资咨询、管理。

截至2011年12月31日,隆鑫控股总资产82.33亿元,净资产25.95亿元,2011年实现收入70亿元,净利润2.25亿元。

今年上半年,丰华股份仅实现1709.88万元销售收入,公司预计唯一一家有房产销售的全资子公司将完成清盘工作,如下半年仍没有新的房产项目注入,公司将面临主营业务项目缺失的情况。

隆鑫控股涉及工业制造、房地产开发、金融服务、建筑钢结构、镁合金新材料和矿业领域。

据分析,目前,隆鑫控股的工业制造资产主要放在隆鑫通用,而房地产资产目前无法上市,隆鑫控股接手丰华股份如果不是倒手谋利,只能向其注入金融服务、建筑钢结构、镁合金新材料或矿业资产,而矿业资产目前无疑最具想象力。