

美联储公布退出QE战略大纲

为了努力改善货币政策沟通的清晰度和透明度,美联储一直在政策声明上苦下功夫。当地时间17日,美联储结束了9月份货币政策例会并发表了政策声明,还公布了退出量化宽松QE政策的战略大纲。

美联储宣布将月度资产购买规模继续削减100亿美元,从此前的250亿美元降至150亿美元,并将在10月底的货币政策例会结束资产购买计划。美联储重申,在结束资产购买计划之后,仍有必要把联邦基金利率接近于零的水平保持相当一段时间。

在后QE时代,美联储的货币政策将如何演变?美联储公布了退出量化宽松政策的战略大纲,明确将提高联邦基金利率作为货币政策正常化的第一步。随后才会考虑停止将所持到期证券本金进行再投资的计划,逐步缩减资产负债表规模。此外,在未来启动加息的过程中,美联储将主要通过调整超额准备金率来推动联邦基金利率进入目标区间,同时借助隔夜逆回购协议和其他辅助工具加强对联邦基金利率的控制。

对于结束资产购买计划之后的联邦基金利率走向,美联储在政策声明中继续使用了“相当一段时间”的字眼。对此,有华尔街机构分析认为,美联储出于谨慎没有如市场预期那样调整措辞,政策声明偏“鸽派”。不过,美联储对利率的预测却有些偏向“鹰派”,其中对2015年利率预期的中位数从1.125%上升至1.5%。与此同时,对于美联储政策声明保留“相当一段时间”的字眼,费城联储主席普罗瑟和达拉斯联储主席费希尔投票反对。

随后,美联储主席耶伦举行新闻发布会,再度向市场“耍太极”。耶伦并未对何时启动加息作出明确表态,认为加息具体时机仍然取决于美国经济形势的变化,美联储加息并不存在时间表。对于保留“相当一段时间”的字眼,耶伦拒绝提供这一用词所指具体期限的任何说明。对于有两名委员投票反对,耶伦说两票反对并不是“特别大的数字”。

到底是“鹰”还是“鸽”,金融市场似乎也分不清。在美联储公布政策声明以及耶伦发表讲话后,美股继续上涨,道指再创历史新高和收盘新高。不过,美元指数却意外暴涨至84.5,美元兑日元汇率一举突破108.5水平,创近6年以来的新高。(吴家明)

阿里暗盘价升28% 移动端物流短板待补

证券时报记者 朱凯

美国东部时间9月19日上午,阿里巴巴将在美国纽约证券交易所正式敲钟上市交易。据彭博新闻社消息,阿里巴巴此番首次公开发行(IPO)以招股价区间的上限68美元定价,将共发售约1.23亿股美国存托股票,加上马云等的股东献售在内,共计3.2亿股。

以此招股价估算,即将上市的阿里巴巴市值将超过1680亿美元。如果承销商启动超额配售“绿鞋”机制,最高有望融资250亿美元以上。

阿里巴巴上市在即,而暗盘价向来可反映IPO首日的上升空间。截至记者发稿时为止,阿里的暗盘价已有28%升幅,超87美元。

尽管时势造就了阿里巴巴这个“英雄”,但在互联网移动经济时代,阿里仍有不少短板需要补足。中国电子商务研究中心主任曹磊认为,阿里巴巴上市后,将主要面临移动互联网领域生存能力偏弱、物流软肋等的挑战。此外,关于并购企业之间关联交易的透明度不够、假货与知识产权保护等的法律风险也都需要阿里巴巴逐一解决。曹磊表示,阿里巴巴在美国上市后,将要在国际舞台上与亚马逊、eBay等国际竞争对手正面交锋,这方面阿里的体量还远远不够。

2004年初推出电商业务的京东商城,已在上半年领先阿里于美国纳斯达克上市。阿里巴巴获准在纽交所上市的电商业务资产,能否持续盈利和持续辉煌,无疑是对其未来估值的一大挑战。

移动互联网业务以及物流方面的软肋,仍将制约阿里巴巴未来的发展。对此,曹磊表示,移动电商已成为电商大佬争抢的“蛋糕”。京东、苏宁、当当网、唯品会、聚美等在移动端的发展促进了行业激烈竞争。而对于“BAT”(百度、阿里巴巴、

腾讯)三家互联网巨头来说,最重要的流量入口、整合并购和移动支付工具这三点上,阿里并没有展现出强劲的生存能力。在营收方面,百度移动营收也占到了总营收的30%,远超阿里。

这些企业已经绕到了阿里的后方,在移动端发起强有力的挑战。曹磊认为,阿里上市后,应将更多的资金加速布局及弥补自己的“短板”。在深耕现有移动端布局情况下,阿里应通过并购移动互联网企业,来加速发展并完善自身的产业链条。

同时,在物流领域阿里一直存在短板。阿里巴巴菜鸟网络的整体计划是,在5-8年内打造遍布全国的开放式、社会化物流基础设施,建立一张能日均支撑300亿网络零售额的智能骨干网络,让全中国城市的网络包裹在24小时内送货必达。

从2013年5月至今,菜鸟网络先后在北京、天津、上海、广州、杭州、武汉、郑州、重庆、成都等15个城市布点仓储中心。

中国电子商务研究中心助理分析师姚建芳表示,物流一直是阿里巴巴的一个软肋,尤其是每年“11·11”的物流爆仓,直接暴露了阿里在物流方面的不足。而单单依靠“四通一达”等民营快递,在配送时效性、服务等方面的问题也成为影响用户体验的诟病之处。

阿里此前一直对外宣称不会自建物流,但从入股星晨急便、百世物流,到投资海日顺以及与中国邮政、上海众萃物流的合作,可以看出阿里很早就开始从多方面弥补在大家电配送、县域派送以及冷链物流上的不足。尤其阿里投资建设菜鸟网络,搭建社会化物流平台,提高物流运作效率和降低物流成本。然而正在布局中的菜鸟网络,自成立起就备受争议。



IC/供图 彭春霞/制图

马云还会贯彻“股东第三”原则吗?

证券时报记者 朱凯

阿里巴巴集团董事会主席马云多次强调“客户第一、员工第二、股东第三”的理念。在此次赴美上市前的一封对全球投资者公开信中,马云再次提及这一观点。

如今,阿里巴巴集团在国际资本市场上市了,股东施予的盈利要求及压力无疑会更大。那么,一直免费的淘宝会不会收费?淘宝直通车、钻石展位等推广手段会不会加大导入,进而使竞争更为激烈?天猫旗舰店的加盟费、抽点比例会不会有所提高?相信有不少人会有这样的质疑和担忧。

在公开信中,马云首次对此作了解释——阿里巴巴只有坚持“客户第一”,为客户创造持久的价值,才能为股东创造价值。在新经济时代,没有勤奋、快乐、激情敬业和富有才华的员工,给客户创造价值就是一句空话。而没有满意的员工队伍就不可能有满意的客户,没有满意的客户更不可能有满意的股东。

虽然看起来“很文艺”,但马云这番话的确是真切灼见。上海戏剧学院副教授、信息中心主任陈永东认为,阿里巴巴是一个中介性质的平台企业,这一点与其他很多企业不同。电商平台

的特殊性在于它的客户既是买家又是卖家,任何一方不满意都会导致不可逆转的后果。只有寻求和掌握平衡,才能使双方满意,也才能去谈盈利和让股东满意。

实际上,阿里巴巴上市之后,融得更多资金,可以做更多事情,对阿里大生态裨益良多。同时,上市后财务信息更加公开透明,各方法律及信息披露等的监督,可以使企业经营业态更健康,可以帮助客户(买卖双方)获得更大知情权。这样看来,马云的“三段论”其实说的都是大白话,无论哪个企业都应是这样做,前两者十分满意了,股东就不可能不满意。

不过,阿里上市后,还应该帮助更多的中小卖家等相对弱势群体获得更好发展。非官方数据显示,阿里巴巴目前所有开网店的淘宝C2C卖家约有950万,其中300多万家的网店处于停运、倒闭或不更新状态,剩下的网店超过80%都亏损(指投入成本与销售额之比),真正赚钱的只有百分之几。

据华尔街日报英文网站近日对全球互联网企业市值的排名结果,全球Top20企业中,中国占据6席,而其中有3家都是电子商务企业,分别是排名第三的阿里巴巴、第十位的京东商城和第十二位的唯品会。其余三家中国企业是腾讯、百度和网易。

陈永东指出,这一最新排名,预示阿里巴巴上市对整个电子商务行业将会有更多正面和良性的促进。中国电子商务研究中心报告指出,阿里巴巴上市,对一起上市的企业、入股控股与全盘并购企业以及阿里部分紧密合作伙伴,未来有望借助阿里巴巴强大的资源优势获得更好发展。

假如阿里巴巴在A股上市

证券时报记者 罗峰

阿里巴巴集团将于美国时间9月19日在纽约证券交易所上市,有望成为美国乃至全球史上融资规模最大的IPO。

此事对A股震动很大。主要有这么几种声音:一是要修改法规,给未盈利的科技企业等打通A股道路;二是互联网巨头都在海外上市,中国投资者错失赚钱良机;另外,还有针对中国股市、外国股市、中国证监会及交易所的各种说法等等。

这是常见的新闻标题——“阿里巴巴如日中天 中国散户望眼兴叹”,说一位上海的大妈这样看待此问题:“中国人不能投资中国公司的股票,这真让人有点想不通。”

其实,在这场话语狂欢中,很多人都没搞清一些基本概念。第一,阿里巴巴集团是一家做中国业务的外资企业,注册地在开曼群岛。阿里巴巴的最大股东也来自海外,根据公开信息,日本的软银集团持股34.4%、美国的雅虎持股22.6%,这是一家注册在海外、由海外股东控股将要上市的外资企业。

第二,阿里巴巴不在A股上市的原因,不在于盈利问题,实际上该公司盈利能力很强,2014年第二季度财报显示,公司净利润73亿元,同比增长60%。

之所以很多人拿盈利的门槛来说事,只是自己意识中的误区,却将此当作A股制度的误区。互联网企业并非一定要盈利,但谋求上市的企业无一不想在盈利时再上市,因为这涉及卖出什么价格的问题。实现盈利的企业,当然比还处于纯粹烧钱期、看不到盈利模式曙光的企业要好,毕竟熬过了死亡泡沫期。

现在报纸、网上还有很多报道和

文章,诸如“京东不盈利 照样受美国股市追捧”等,都是选择性视角的产物。京东恰恰是在制造出“9年首次盈利”的概念后赴美上市的,上市的招股书上明白地写着2013年前三季度盈利6000万元,相比上一年同期净亏损14.24亿元,这个首次盈利是特意给资本市场亮出的一个漂亮数字。

第三,阿里巴巴不能在A股上市,最大障碍在于这是一家在海外注册、实行VIE结构(协议控制)的企业。如果要修改法规并无不可,前提是国内的投资者玩不玩转这类股票。实际上,大部分人并不熟悉复杂股权结构下的投资和维权。至于阿里巴巴这类同股不同权的合伙人架构,需不需要A股为此修改同股同权的基本规则,这一问题实际上也不为讨论话题的人们所涉及,很多人看到的不过是自己并不了解的表象。

综上所述,阿里巴巴无法在A股上市。那么,假如如很多人所愿,阿里巴巴在A股上市呢?

阿里巴巴在A股上市,放在当下市况,会是什么样子?首先是受到踊跃申购、上市大涨——打新这点毋庸置疑,实际上阿里巴巴在美国的申购也很热,为此投行还拟调高发行价。在国内,可以再调高些,很多认购新股的朋友是不管发行价的,今年上市后的新股也一律大涨。于是股市会有一个热门竞猜游戏,阿里巴巴会有多少个涨停?这是一个超级大盘股,也许涨停板的次数会少些,但估计也少不了几个涨停,刚上市的流通盘小。此时,市场必是一片掌声。

接着是高位调整,继而股价回落、市值蒸发——这是深沪所有新股的生命曲线。新股上市初期都炒得高高在上,以近期为例,新股一律连续涨停直至出现高换手率逐渐中止涨势,然后

在100%乃至更高的涨幅中展开价值回归之路,大部分还要经过数月乃至更长的跌势,才恢复正常的走势。

如果是阿里巴巴这样上市时的总市值就在1万亿元左右的超级大盘股,连续大涨一周或几周后需要调整一年、两年来消化,会是怎样的场景?此时,市场必是一片骂声!

您猜对了!上述似曾相识的场景就是中国石油。中国石油在国内投资者的掌声中于2007年11月初登陆沪市,发行价16.7元,上市首日开盘价就高达48.6元。对于这样一只超级大盘股来说,190%的涨幅是极其惊人的,不是发行定价的错误就是买者的错误,中国石油的上市给A股牛市打上了句号。后来,中国石油占上证指数25%的权重却一路下跌,背负极多骂名,而将该股推上大涨的买盘却无人注意。畸高股价与中国石油公司本身无关,不是上市公司自己炒上去的,却骂名全当,这种事在A股相当常见。

同样的,一些眼红企业海外上市的人士,可谓只见人吃肉不见人挨饿。在美国上市的互联网企业,大部分经历过跌破发行价的痛苦,早年新浪等企业甚至差点因为股价将跌破1美元而摘牌,这些痛苦无人提及。即便是现在,在一片“当当网等互联网企业为何赴美上市、抛弃A股”的声音中,有人注意到当当网股价长时间处于破发状态?当当网最新收盘价12.82美元,相比每股16美元的发行价仍然位列“破发”队伍。

阿里巴巴没在A股上市,少了背骂名的麻烦,A股因此少了一场狂炒盛宴,投资者有的难免感慨一番。选择性记忆和选择性的话语权显然是社会常态,多方博弈下这么美好的公司与市场双向自然选择,却在一场指责A股及监管层、说三道四的各路声音下被掩盖,说明一件事:事情的存在总有合理性,尽管合理性总容易被忽略。

卡尔丹顿私人定制会馆

SHENZHEN KALTENDIN CUSTOM-TAILOR HALL

隆重开业

世象革新, 民艺复兴, “私人”时代已经来临, KALTENDIN私人定制会馆应时启幕! 衣礼载道, 礼遇群英, 莅临KALTENDIN私人定制会馆, 尊享尊贵服务, 静候大驾!

开业时间: 2014年9月19日上午9时28分

会馆地址: 深圳福田香格里拉大酒店大堂二楼 服务热线: 0755 2516 1333

KALTENDIN

Made For You

详情请咨询会馆服饰顾问