

桑乐金收购德国合作伙伴 境外收购成皖企“掘金”海外最重要的投资方式 皖企频频上演“异国恋”

春节刚过,中国民企三一重工26亿元闪电收购德国“大象”的消息颇受人关注,成为继吉利汽车收购沃尔沃之后的又一海外并购大事。在安徽,皖企海外并购的步伐也在加快。就在刚刚过去的1月18日,上市皖企桑乐金发布公告,公司拟通过境外并购的方式取得德国Saunalux公司100%股权,交易价格仍在谈判之中。

而来自省发改委利用外资和境外投资处的最新统计数据也显示,境外收购成为皖企境外投资最重要的投资方式,占2011年新批境外投资项目的60%以上。

星级记者 宛月琴

桑乐金收购德国合作伙伴

“这段时间,几乎每周都有外国企业主动上门洽谈,寻求合作”,昨日,合肥一大型企业内部人士向记者这样透露,这样的情形以往并不常见,与2008年金融危机时十分相似。

实际上,不少皖企都感受到了来自海外的主动“求爱”。和三一重工的“喜结良缘”一样,位于合肥的安徽桑乐金股份有限公司也谈起了一场“异国恋”。1月18日晚,桑乐金发布公告称,为进一步提高在桑拿行业的独特

优势,公司拟通过境外并购的方式取得德国Saunalux公司的100%股权。桑乐金表示,此次交易尚处于谈判阶段,尚未签署相关协议。

公开资料显示,德国SaunaLux公司成立于1968年,主要业务为制造和销售高端传统桑拿房以及远红外桑拿房,是桑乐金早期在德国合作伙伴之一。有分析人士认为,本次收购有助于桑乐金完善品牌结构和渠道建设,提升综合竞争力。

皖企频频上演“异国恋”

记者注意到,近两年来,安徽企业收购外国公司的例子屡见不鲜。

早在2010年8月,就有这样一桩收购案:收购方安徽金财高新技术工程有限公司是合肥一家本土企业,主要从事计算机软硬件开发销售等业务,被收购对象是澳大利亚一家全球知名会计软件供应商——MYOB集团的在华业务。

而记者从省政府发展研究中心了

解到,在这些皖企的海外并购中,铜陵有色的海外收购投资规模最大。2010年6月,铜陵有色“拉上”中铁建一起成立了中铁建铜冠投资有限公司,收购加拿大科里安特资源公司96.9%的股份,这是迄今为止我省最大的境外并购项目。

省政府发展研究中心的研究显示,这一个项目,抵上了过去10年安徽省对外投资的总和。

境外收购成最重要投资方式

“掘金”海外成了很多皖企共同的梦想。就在过去的2011年,包括奇瑞巴西建厂在内,皖企不断加快境外投资步伐。

来自省发改委利用外资和境外投资处的最新统计数据也显示,皖企境外投资范围涉及建筑、矿产资源开发、农业合作开发、建设生产基地和营销网络等多个领域,其中矿产资源开发仍是我省境外投资热点。而除了传统的直接到

境外投资办厂、资源开发外,境外收购成为最重要的投资方式,2011年新批项目中境外收购项目占60%以上。

清科研究中心并购分析师徐卫卿则预测,2012年中企海外并购将持续火热,能源及矿产依旧是最主要的领域,高科技、清洁技术企业及行业知名公司也将成为并购目标。在海外并购活动区域分布中,欧美市场的比重将显著提升。

中企海外扩展需学习新规则

显然,海外并购可能并非想象中的一帆风顺,“走出去”的路上可能会遭遇各种各样的坎坷。安徽工业大学经济学院青年学者武洪玲在谈到我国企业海外并购的困境时就认为,我国企业海外并购面临资金不足、人才匮乏、市场发育不良、法制不健全等诸多制约因素。在武洪玲看来,必须积极引进并培养专门人才,拓宽海外融资渠道,加强对并购目标的调查研究等,以加快进行企业海外并购的战略

升级。

“目前,中国企业若要成功进军海外,必须在几个关键领域有所进展,比如:调研并详尽了解目标市场、听取专业建议、文化换位准备、交流能力、内部架构改组、明确的营销和品牌战略、利用媒体的能力等,中国公司的海外扩展需要学习一整套新规则。”在中国境外投资风险峰会上,英国Longtail(长尾)出版集团总裁詹姆斯·皮耶斯对中国企业建议。

省城一摄影机构因团购“折翼” 此前曾有一影楼被“团倒”

“因团购利薄,耗时耗力,圣菲宣布破产”,这一份“破产公告”宣告了圣菲摄影工作室的终结。记者昨日获悉,这家一度小有名气的摄影工作室已关门歇业。而就在不久前,另一家菲比摄影工作室也声称因团购跌入谷底。人们关心的是,它们为何接连成为团购的“牺牲品”?

星级记者 宛月琴

圣菲破产都是团购“惹的祸”

“因团购利薄,耗时耗力,圣菲宣布破产。现在是收尾工作期间,所有客户年内取片,若是小问题请给予理解,年后本店将关门”。这份署有法人潘某某签名的破产公告,日期显示为2012年1月9日。

位于合肥胜利路与凤阳路交口温莎国际广场的圣菲摄影工作室,一度小有名气,还曾是59届世界小姐安徽赛区官方全程摄影机构。昨日,记者在多家团购网站

上,均看到了圣菲摄影曾经的“身影”。

圣菲摄影工作室的负责人表示,自从合肥兴起团购以来,各大小团购网站的销售人员都找上门要求合作。

“起初我对这一新颖的营销方式比较好奇,也很乐意跟团购网站合作,但到后来参加团购的活动越来越多,利润空间却愈来愈小,再加上员工的工作量加大、客怨不断,工作室便越来越难以为继了”。

省城连现商家被团购“团倒”

实际上,这不是省城第一家摄影机构成为团购的“牺牲品”,早在去年12月中旬,菲比摄影“人去楼空”的消息就让不少参与团购者郁闷(本报2011年12月13日06版曾报道)。

那时,记者发现,“菲比摄影”长江中路店已改换门庭,成了一家咖啡店,铁门上悬挂的指示牌显示,该店已搬迁至位于南七的店面。随后记者来到南七,但找到的却是卷闸门紧锁的“菲比

摄影”。

而在2010年10月,一家位于市府广场附近的心之语休闲西餐厅也因团购“折翼”。经过调查,记者发现这家西餐厅此前与一家全国性团购网站合作,为积攒人气,将原价78元的套餐以3.2折的超低价25元进行团购,总共有1602人参与了团购,而如此低价的团购的确让商家一时门庭若市,但不久就传来该店停业的消息。

商家如何“运用”团购模式

记者注意到,一些商家也从团购的盛宴中“尝到”不小的甜头。那么,商家究竟如何看待甚至运用好团购模式呢?

昨日,在合肥一知名论坛上,针对圣菲摄影的“黯然离场”,同样从事摄影业的“阿羽视觉”表示,“商家可以理解,还是要走品质化线路”。MEMO视觉则认为“口碑时代,企业要真心为

客户着想才是发展的硬道理!”网友“明明仔”表达出的观点基本类似:消费者固然重视价格,但品质是更加重视的,性价比高才是大家真正想要的东西。

中国三星经济研究院的一份报告则建议,商家应当尽量区分团购产品和其他产品的差别,减小团购渠道对已有营销渠道的冲击。团购应当吸引潜在用户群中尚未体验过商品的用户进行尝试,并将其转为忠诚用户。

