

腾讯、阿里巴巴纷纷跨越4000亿美元门槛

科技巨头公司屡屡刷新最高市值

最近中国首富的桂冠屡屡易主,随着所在公司的市值不断新高,马化腾与马云也在中国首富的宝座上轮番上座。就当吃瓜群众们正在讨论腾讯与阿里巴巴成为亚洲市值第一公司时,这两家公司近日则已经一前一后跨越4000亿美元市值的门槛。这一轮全球科技股的上涨,不光是中国,全球的科技巨头如苹果、亚马逊等,市值也是屡创新高,使得过去常年居于市值榜首的传统行业的霸主们黯然失色。

青年报见习记者 洪伟

腾讯和阿里巴巴两者市值差距微乎其微

就当在纽约证券交易所上市的阿里巴巴,市值在当地时间8月7日首次超过了4000亿美元后,在香港上市的腾讯市值也突破了4000亿美元,腾讯昨日收盘价为330.2港元,市值为31362亿港元,以昨日美元兑港币汇率7.8148计算,市值为4013亿美元,超过了阿里巴巴的市值3983亿美元。腾讯控股与阿里巴巴的股价的一上一下,也使得马化腾再次超越王健林、马云等暂居中国首富。

市场对于腾讯与阿里巴巴的股价不断看好的原因,则是由于这两家公司在过去数年的净利润增长等呈现了超高两位数的增长。阿里巴巴去年总收入达到1582.73亿元人民币,同比增长56%,净利润为578.71亿元人民币;2016年腾讯全年收入为人民币1519.38亿元,比去年同期增长48%,年度盈利为人民币414.47亿元。

不光是中国企业,美国的高科技企业在今年的市值也是屡

创新高,截至昨日,苹果市值为8346亿美元,谷歌市值为6482亿美元,微软市值为5624亿美元,亚马逊市值为4731亿美元,FACEBOOK市值为4972.86亿美元,而以往长期霸占市值榜前列的金融、能源、零售等传统行业企业已被甩在了后面,伯克希尔哈撒韦市值为4390亿美元,埃克森美孚市值为3328亿美元,富国银行市值为2675亿美元,沃尔玛市值为2507亿美元,可口可乐市值为1946亿美元。

市场普遍看好高科技企业

虽然高科技企业的市值已经全面超越了传统企业,可是在近日发布的财富世界500强企业榜单中,位居前十的仍然大多数为传统企业,依次为沃尔玛、国家电网公司、中国石油化工集团、中国石油天然气集团、丰田汽车公司、大众公司、荷兰皇家壳牌石油公司、伯克希尔哈撒韦公司、苹果公司、埃克森美孚。除了苹果公司外,其余的都是传统的能源、零售、汽车制造与金融行业。

为什么两个榜单会有如此大的差异呢?主要是因为市场对于公司的估值主要在于对于将来的展望,而财富500强企业的排名主要依据则是公司的营业收入,例如沃尔玛目前仍然是世界零售额最高的零售企业,去年零售额为4858亿美元,但市值则只有2507亿美元,远低于同样是零售行业的新型高科技

企业亚马逊和阿里巴巴。以腾讯和阿里巴巴的过去5年的业绩为例,阿里巴巴收入同比增速分别为72%、52%、45%、33%、56%;腾讯收入同比增速则分别为54%、38%、31%、30%、48%。阿里巴巴年均收入增速约为51%,腾讯年均收入增速约为40%。这种超高两位数的增速,远超传统企业个位数的收入增长。

而在传统的霸主能源、金融领域,由于2008年的全球金融危机,使得全球的银行、保险等金融企业普遍遭受重创,至今未能恢复元气。而近两年的石油等能源价格的下跌,使得传统的石油巨头们普遍陷入亏损的泥潭,自然市场不会看好此类企业。

而市场的另一面,则是对高科技新贵们的普遍看好。就连从前坚决不投资高科技企业

的股神巴菲特也在近年转投高科技的怀抱,除了几年前投资的IBM外,去年直到今年上半年,其还投资了全球市值第一的苹果公司,并称苹果公司将是全球第一家市值超过万亿美元的公司。

虽然高科技企业充满了光环,但是他们依然处于全球商业变革的浪尖之上,时刻都有被后浪打下来的危险,除却黑莓、戴尔等由于业绩问题已经退市的企业,一些老牌的科技企业的市值也已经落后了,例如,英特尔市值目前仅为1720亿美元,而高科技企业的常青树IBM的市值也仅为1732.4亿美元。

从这些高科技、传统企业的市值座次的不断变换中,我们可以发现时代在变、技术在变,企业唯一不变的核心竞争力则是迎接变化,不断满足消费者的需求。

70余家高负债企业达成超1万亿元市场化债转股协议

青年报记者 吴缙超

本报讯 发改委昨天称,降低企业杠杆率工作取得初步成效,在市场化债转股方面,各类实施机构与钢铁、煤炭、化工、装备制造等行业中具有发展前景的70余家高负债企业积极协商谈判达成市场化债转股协议,协议金额超过1万亿元。下一步,将重点做好国有企业降低企业杠杆率工作,积极探索僵尸企业债务有效处置方式以及推动市场化债转股,使债转股成为降低企业杠杆率的一件利器,并以债转股为契机推动企业尤其是国有企业改革改组改制,促进企业

实现股权多元化和治理结构的进一步完善。

据悉,在兼并重组和企业依法破产方面,共推动4组9家中央企业的重组事项,今年1-5月,上市公司兼并重组交易金额为7107.5亿元,交易数量3086件;对国有企业中的“僵尸企业”进行了认真梳理并积极开展处置和治理工作;通过企业依法破产促进僵尸企业出清的能力持续提升,自去年以来,全国新设立破产审判庭90家,破产受理和审结案件数量也不断增加,仅今年上半年就达近3000件和2000件。在完善现代企业制度方面,着力通过国

有企业混合所有制改革建立企业杠杆自我约束的机制,截至目前共有19家企业正在推进混合所有制改革,效果正在显现。

发改委指出,企业杠杆率已开始下降,根据国际清算银行(BIS)最新数据,我国2016年末非金融企业杠杆率为166.3%,连续两个季度环比下降或持平,这是我国非金融企业杠杆率连续19个季度上升后首次改变上升趋势。而截至今年6月末,我国规模以上工业企业资产负债率55.9%,同比下降0.8个百分点,企业资产负债率过高的问题在逐步缓解。

■关注

消费群体趋于年轻化
中国金饰市场起“新风”

“今年是我本命年,给自己网购了一条足金项链,吊坠样子是只破壳而出的小鸡,特别可爱。”北京白领周女士是个80后,爱网购、会打扮。她说,现在黄金首饰做工更精致、设计更时尚,佩戴黄金饰品并不土气,而且消费、投资两不误,自己身边不少朋友也有类似想法。

黄金首饰受到“新新人类”青睐,对正处于较低景气区间的金饰行业是好消息。受宏观经济疲软、黄金价格波动等因素影响,2013年国际金饰需求创峰值后,消费者情绪持续回落,2016年全球黄金饰品产量下降19%至1989吨,是10年来的最低点。在此背景下,中国黄金饰品市场的消费量出现了连续下滑。

世界黄金协会日前公布数据,今年二季度,我国金饰需求同比下降5%至137.7吨,为近年来黄金首饰需求最低的季度。“尽管需求仍在回落,但降幅已明显放缓。”世界黄金协会中国区董事总经理王立新说。

他表示,时代在变,中国消费者的口味也在变化,尤其伴随消费群体年轻化,纯度略低的金饰,由于可塑性强、能承载更多更复杂的工艺,受欢迎程度提升。对传统足金首饰需求持续淡化的背后,是年轻一代消费者希望依托黄金饰品表达个性,这种趋势将引领金饰行业的新走向。

另外一个变化体现在购买

据新华社电

中国电商企业尝试
布局线下重塑零售业

8日上午,在浙江杭州的亚朵·网易严选酒店,来自北京的王先生通过扫码,在网站下单购买了前一晚“试用”的荞麦枕头。

“体验之后觉得满意才上网购买,所用即所购,是一种新的网购体验。”王先生说。

事实上,像这样融合线上线下的购物模式,在我国已不是新鲜事。阿里巴巴集团收购了多个线下零售渠道,在银泰百货杭州下沙工厂店,“淘品牌”商品全年保持与天猫商城实时同款同价,每个商品都自带二维码,线下扫码线上付款;成都凯德广场的一家买手型商店,通过对周边5公里的人群的网购大数据分析,确定了业态配比……

业内人士认为,互联网迅速发展下,电商平台单纯依靠流量增长的红利期已经过去,目前线上平台的市场格局基本确定,未来须运用数据提高线下购买和配送效率。

渠道。尽管“触网”相对滞后,但通过各大品牌的大规模投入,最近两年我国通过电子商务渠道进行的黄金珠宝首饰销售持续活跃,不少像周女士这样的年轻消费者已经接受甚至习惯了在网上而非门店购买黄金饰品。

业内普遍认为,新的消费群体,不断变化的消费品位、消费习惯和消费方式,对中国黄金饰品行业构成挑战,也带来机遇。

为了在激烈的竞争中脱颖而出,零售商和制造商正在应势而动。中国黄金集团黄金珠宝有限公司相关负责人告诉记者,为满足新需求,他们更注重产品设计与工艺创新,着重培育“珍如金”等高端品牌,时尚感突出的产品受到了年轻消费族群的欢迎,平均消费单价1500元至3500元的小克重产品销售增长明显。

传统上每年四季度是黄金饰品的消费旺季,届时中国金饰需求几年来持续下滑趋势能否止住?

黄金行业的权威年度出版物《全球黄金年鉴2017》预测,今年将是中国黄金饰品市场的探底之年。网易贵金属高级策略分析师刘思源则更乐观些。他认为,如果国内黄金饰品行业能够加快转型,有效满足主要消费群体的新需求,金饰市场可能即将筑底回升。

据新华社电

“新零售意味着整个体验发生变化,以大数据为基础的人、货、场的关系发生重构。”阿里巴巴集团CEO张勇如此形容新零售经济体:它像商场又不是传统商场,像购物中心又不是传统购物中心,它是一个消费社区,又是一个吃喝玩乐的中心,又是一个新的社区、社群,真正达到消费多场景。

网易严选方面表示,在新零售中,物品的功能、消费者对物品功能的印象和情感等都可以成为消费对象。

“融合线上线下的新零售是中国电商的‘新战场’。新零售环境中,可以观察到的趋势是,营销触点、资讯来源、渠道都在急速增加。”尼尔森中国区总经理韦劲表示,零售业线上线下全渠道发展是大势所趋,中国电商企业正在加速拥抱实体经济,而消费者则将被赋予前所未有的选择权。

据新华社电