

泛亞國際抓緊城市綠化機遇

上行公司

香港文匯報訊(記者羅紫韻)近年來,在內地現代城市的規劃與建設中,城市規劃部門及社會各界已認識到景觀建設的重要性,同時亦重視城市綠化、生態環境的改善,泛亞環境國際控股有限公司也順應潮流,抓緊市場的發展需要。該公司執行董事兼主席劉興達預計,景觀設計服務行業的總收入將由今年的約381億元,大幅增至2018年的約612億元,這為景觀設計服務供應商帶來契機。「我們已

作好充分準備,憑着自身的行業知名度、豐富的經驗及強大的執行能力,抓住內地及香港景觀設計服務需求的迅速增長所帶來的新機遇!」他堅定地說。

泛亞國際為內地及香港知名的景觀設計服務供應商,目前向超過600名客戶提供一系景觀設計服務。劉興達認為,隨着內地出台針對綠色環保的政策,中國快速發展的城鎮化進程、住宅地產項目供應的持續增長、政府對公共基礎設施的發展計劃,他相信景觀設計服務行業的總收入收大幅增長,這無疑為景觀設計服務供應商帶來無限商機。

為進一步捕捉市場發展趨勢,公司也將加快發展步伐,並計劃本月25日在港交所主板掛牌上市,集資所得將分別用於撥付集團有關擴大服務範圍的計劃資本支出,以及用於支付內地成立新區域辦公室的計劃支出。至於未來會否擴展業務至海外地區,劉興達表示,從目前來看,海外項目風險相對較高,而公司對內地環境比較熟悉,故業務仍主要集中於內地市場,但不代表不會考慮海外項目。該公司行政總裁陳奕仁進一步補充說,現時公司於內地的市場佔有率只有0.6%,未來的增長空間相當龐大。

對於近期內地房地產行業走勢欠佳會否拖累公司表現,陳奕仁表示,該公司過去亦曾面對過樓市的低潮,明白內地房地產遇冷期間,開發商反而更加注重新房地產

項目的景觀設計,他們會更傾向於推出更多優質豪華房地產項目,以刺激銷售。為吸引更多潛在買家,房地產開發商會將重點放在更高標準的景觀設計上,更多地關注藝術方面以提升房地產項目的整體質量,從而提升其銷售價值;同時,園林設計所需的費用亦相對較室內設計為低。「更可況,自『十八大』後,內地出台了更多針對綠色環保的政策,着力推廣生態文明,提倡建設美麗中國,這均利好我們公司以至整個行業的發展。」

但劉興達也承認,行業所面對的挑戰無疑較以往大。他稱,園境師主要為公私營建設項目提供可持續發展方案,減低建設對自然環境的破壞,近年樹木問題愈受關注令園境師的角色變得多元化,設計、實地審視工作流程是否符合要求以外,還需兼顧更多樹木測量、風險評估的工作。然而,泛亞國際的項目團隊具備內地、香港及海外機構頒發的專業資質,以及在景觀設計服務方面具備豐富的行業經驗,使之可以時刻掌握市場動向及滿足不同的客戶需求。

此外,該公司在內地一線及二線城市設立分支機構及聯絡辦事處將強化其品牌知名度,並有助於公司把握中國不斷湧現的商機。據了解,該公司擬通過在青島、重慶、南昌、南寧及海南設立5間分支機構,擴大其於中國其他地區的辦公基地,以鞏固公司在內地景觀設計服務供應商的地位。



泛亞國際將致力鞏固中國及香港的市場地位及份額

點金

過去十年自由,未來十年創富行。融資投資開公司,黃金基金人民幣。兩地攜手贏明天,上行創富必實現。

創富行

瀚華金控拓小貸服務助力微企

內地最大信用擔保公司以及第三大小微貸款公司瀚華金控股份有限公司於昨日(6月19日)正式在港交所主板掛牌上市。瀚華金控於2004年起在國內提供信用擔保服務,並從2008年起為中小微企業提供小微貸款服務。該業務板塊在融資服務行業發展迅速,客戶需求非常強大。信用擔保業務及中小企業貸款業務快速增長,令集團淨手續費、利息收入以及利潤錄得穩健增長。

瀚華金控提供的信用擔保業務包括融資與非融資兩類,融資擔保則細分為銀行融資擔保和非銀行融資擔保。據介紹,瀚華金控通過盡調及風控機制,釐定信譽良好的中小企業並充當其擔保人,為其提供融資擔保,分擔中小企業與銀行或其他金融機構之間的信用風險,促進雙方融資安排。

經過十年的發展,瀚華金控的股本已從最初的1億元(人民幣,下同)增長至今天的34.3億元,淨資產達到50億元。截至今年3月31日,瀚華金控的信用擔保業務已經覆蓋包括重慶、四川、遼寧、北京、上海、廣東等19個省份,其小貸業務覆蓋9個省級行政區,小微貸款客戶總數由2011年約4,800名增加至2013年的13,800名。

與此同時,瀚華金控的擔保額也有2012年底的146.86億元,增加至2013年12月31日地213億元,增幅達到45%,今年3月31日更上升至214.82億元。集團的貸款餘額也從2012年底的20.45億元攀升至今年3月31日的近52億元。

在中小企業貸款業務方面,集團以便捷方式提供簡單快捷的小微貸款服務,透過小微貸款網點向小微企業、個人工商戶及個人提供無抵押貸款,並因應風險評估及回報要求,處理介乎5萬元至300萬元的人民幣小微貸款,同時也會提供委託貸款以滿足中小企業獲取短期融資的需要,資金主要介乎50萬元至3,000萬元。

市場需求強勁 政策導向支持

當下,內地約1000家中小企業以及近4000家小微企業、個體工商戶總共貢獻了50%以上GDP,60%以上進出口額。但從這些中小微企業所獲得的社會資源來看卻嚴重不足,特別是融資需求方面,缺口巨

大。由於小微企業自身先天不足,資產規模小,組織架構若,資金需求短平快,成熟的金融機構很難滿足他們的需求。

據瀚華金控創始人及董事長張國祥介紹,瀚華金控擁有全國性的融資擔保和小額貸款綜合性金融服務網絡。2013年底,集團已經與65家位於內地的商業銀行訂立合作安排,包括國有及地方商業銀行、政策性銀行及農村銀行,已經同意向集團擔保的貸款人提供共超過人民幣380億元的信貸額度。

另外,中央對小微企業扶持的力度亦值得留意。國務院總理李克強於今年3月26日考察瀚華在瀋陽的小貸業務,聽取公司情況介紹後,稱讚瀚華小貸「小微貸款服務小微企業,兩小和諧疊加,就能做出大業事。」有關評價充分肯定小微貸款服務對中國經濟發展的貢獻,而近期中央的政策導向亦是向小微企業傾斜,有利瀚華所身處的行業長遠發展。



瀚華金控擁有全國性的融資擔保和小額貸款綜合性金融服務網絡

有別於大型商業銀行「以資產為基礎」的貸款模式,瀚華憑借其自主開發的信貸評估系統,專注提供「以信用為基礎」的融資方案。瀚華亦因而能夠服務一些難向銀行貸款的中小企業客戶群,憑藉着行業的稀缺性,成為其未來高速增長的引擎。張國祥表示:「我們擁有有效的信用評估系統,主力重點研究全面客戶盡職審查及多層信用批核上,以釐定個別客戶的信用限額,以減少集團業務所承受的風險及取得最大回報。一般而言,我們透過高度分散並遍佈全國的客戶基礎,提供可控制的交易規模以及到期期限相對較短的擔保及貸款組合,將集團的信用集中度減至最低。」

中型銀行借力網絡金融

行業報告

內地互聯網金融迅速崛起,對傳統金融及銀行業帶來挑戰,亦推動了行業的改革與轉型。光大證券日前發表研究報告認為,商業銀行借力於互聯網平台,導入客戶及資料,以低成本地開展小微信貸業務,找到新的業務增長點,實現轉型發展,前景值得看好。

報告指出,互聯網金融納入監管,步入正軌。中國銀行業適逢行業轉型,借鑑吸收互聯網金融,推出了一些互聯網相關業務,覆蓋中低端客戶群體,並以此作為應對行業轉型的措施。如同以往的資訊技術變革,互聯網金融浪潮為銀行提供了轉型的模式。

互聯網金融主要面向長尾市場,即銀行長期忽視的低端客戶群體,通過互聯網自行資訊生產和傳遞,為海量客戶提供低成本服務,通過大數據,實現資金融通及其他金融服務。由於資訊生產不可能徹底由互聯網完成,傳統金融中介依然會為資金融通從事資訊生產服務,因此傳統金融中介不可能完全被互聯網金融取代。

在行業轉型的挑戰下,銀行業大中型信貸客戶流失,銀行客戶開始下沉。而互聯網金融為銀行提供了可行的思維和模式,即借助互聯網和大資料技術,為大量低客戶提供服務。除大型銀行擁有大數據外,其他中小型銀行並不具備這一條件,因此會選擇與互聯網平台企業合作。

中信銀行是採取這一戰略的典型例子,該行先後與銀聯商務、騰訊、阿里巴巴、我愛我家、龐大汽貨等平台類企業開展合作,拓展小微貸款業務。預計其他中小型銀行也會跟進,並看好這一趨勢的前景。

銀行設法進入長尾市場,能夠找到新的業務空間,但總體規模與現有信貸業務相比,仍然較小。因此,報告認為,現階段將長尾市場視為藍海可能過於樂觀。當然,這是一種靜態的分析,而從動態看情況會更樂觀一些。即如果經濟市場化水平繼續提高,則全國小微企業數量、經濟貢獻將提高,屆時銀行業務也會有更多的業務空間。

光大證券對這一長尾市場的深度做一個簡略的估測。第一個角度,是根據全國電子商務交易的規模,2013年為10萬億元,再結合批發零售類企業的貸款銷售率經驗資料(約為10倍),估計電子商務領域潛在的貸款業務空間約為1萬億元。另一角度,則用全國小微企業資料,全國「信貸/GDP」為126%,而「小微信貸/小微GDP」為39%,如果隨着市場化改革,該比例將有所提升,提供新的小微信貸業務空間。光大證券看好銀行業在此次資訊技術變革中的表現。這一進程需在銀行業行業轉型的背景下考察,互聯網金融提供了一種思路和模式,推動銀行業拓展小微業務。

國美電器全方位線上線下融合

早着先機

國美電器控股有限公司日前於香港召開新聞發佈會。會上,首席財務官方巍表示,在今年初推出「O2M全管道零售商」戰略指引下,以低成本高效率供應鏈為驅動力,一季度銷售增長8%。他指出,開拓電子商貿市場是國美未來的發展戰略及動力之一,國美亦有信心以未來業績作驗證。他預測,電商毛利率全年佔比有望由去年的5%升至10%。

近年,內地電商節日價格戰日趨白熱化,作為國內最大的家電零售連鎖運營商,國美近日稱將豪斥32億元對抗競爭對手京東,拉開新一輪價格戰序幕。在這一重大舉動的背後,國美的支撐力量是低成本高效率供應鏈的驅動力以及在此基礎上提出的「O2M全管道零售商」策略的成功實施。

方巍表示,高毛利低價策略一直是國美持續領先同業的核心競爭力。國美通過包銷、定制、買斷形成獨家差異化的ODM產品,成功為投資者創造利潤,同時為消費者提供低價優惠,在價格上較競爭對手佔優。方巍舉例說:「比如,一部市場價為1400元的彩電,透過高毛利低價的策略,國美可以把價格降至1200元的同時仍然保持15%的毛利率」。

而全方位線上線下業務融合亦將此低價優惠從線下共用至線上。因此,對於內地市場即將到來的「六一八」的電商價格戰,方巍表示,「更多的只是一個策略,與競爭對手所謂的價格戰,國美很有底氣」。

打造可盈利性電商

內地電子商貿眾多,但盈利模式仍在摸索階段,國美亦是。方巍表示,國美想要通過採購、庫存、物流、IT等全面整合,打造一個可盈利性的電商模式。通過兩年改造,國美現已基本完成線上線下整合,實現產品庫存及物流等資源共用,產品、價格以及會員積分均達到統一。他續指,與較為成熟的歐美市場不同,在中國,線上線下並不是對抗的市場,而是融合的市場。國美全新的「O2M全管道零售商」策略使大小門店以及國美在線共用

同一庫存,線下可買到的商品線上亦可以買到,門店的客戶也可通過營業員手中的iPad訂購線上的產品。實現線上線下交叉銷售,可盈利性模式基礎全部完成。一季度數據顯示,交易額同比提升40%,而網上每日客流量同比提升約45%,這亦表明「國美電商現在已經進入到雙邊增長的進程,既能給門店帶來銷路,門店也能給電商帶來銷路」。

此外,強大開放型物流體系亦是國美線上線下領先業內的驅動力之一。國美現已在176個城市實現「一日三達,精準送貨,送裝同步」的服務承諾,且物流成本僅為0.8%,優於主要競爭對手京東的「半日達」。而「精準送貨」及「送裝同步」更是業內少有。

方巍表示,自身線上運營發展將是集團未來發展的主要動力之一,亦對集團電子商務有信心。「我們相信,未來集團將緊握移動互聯網時代的發展機遇,切實為消費者提供全方位、最高標準的服務水準,最終成為中國最大最專業的O2M全管道零售商,為股東和消費者創造更高價值。」



方巍(中)表示,開拓電子商貿市場是國美未來的發展戰略及動力之一。