

涉嫌协同涨价 “四通一达”等快递被监管点名

据浙江省市场监督管理局网站信息,11月6日,浙江省市场监管局召开全省快递行业涉嫌垄断告诫会(下称“告诫会”),通报了圆通、中通等快递企业存在协同涨价、限定交易等涉嫌垄断违法行为。记者了解到,广州部分快递网点在“双十一”期间会对月结客户或大件货物涨价,但对个体消费者影响不大。

■新快报记者 郑栩彤

近日,中通快递率先发布快递费涨价通知,圆通速递随后跟涨。告诫会上指出,今年以来尤其是“双十一”促销前夕,杭州、温州、嘉兴、金华等多地反映当地部分快递企业联合进行较大幅度提价,且对涨价前已经签订合同的商家予以单方毁约,商户想更换合作方时部分快递企业滥用市场支配地位拒绝交易。

通报显示,涉嫌垄断的行为主要是快递企业涉嫌协同涨价,如圆通、中通、申通、百世汇通、韵达(即“四通一达”)等快递企业由原来的首重 2.6 元/公斤上涨至 4 元/公斤,续重由 1—2 元/公斤上涨至 4 元/公斤。

记者从中通、圆通、韵达等多家主

流快递公司的广州网点了解到,“双十一”期间多数快递网点不会对个体消费者进行涨价,但部分快递网点会临时限重以降低配送成本。中通部分网点对月结客户的 20—30 公斤大件加价。中通部分网点将根据月结客户的发货量涨价 0.5 元—2 元/件,由于各方知悉旺季涨价,其与客户的合同未签满全年。

中通、圆通等快递公司曾向新快报记者表示,“双十一”旺季快递费涨价是由于物流成本上涨,为提升服务质量而采取的措施。但记者查询我国《反垄断法》发现,第十五条规定经营者能够证明所达成的协议属于“为提高产品质量、降低成本、增进效率,同

一产品规格、标准或者实行专业化分工的”,便不适用于第十三、十四条规定的垄断协议,同时还应证明“达成的协议不会严重限制相关市场的竞争,并且能使消费者分享由此产生的利益”。

有分析认为,“双十一”快递费涨价与成本上涨关系不大,真实目的在于缓解爆仓压力、改善盈利能力,但快递公司不应片面强调成本上涨而掩盖收入上涨。圆通速递与申通快递企业代表在会上表态称,将加强自律、规范经营。



■廖木兴/制图

京沪高铁 IPO 最快下周上会 有望创下 IPO 最快速度

新快报讯 记者涂波报道 离正式申报 A 股上市仅仅过去两周,最新消息显示,京沪高铁项目最快有望于下周末之前实现上会审核。如果上会顺利,京沪高铁有望打破日前邮储银行 IPO 创下的“神速”了,同时刷新近十年来 IPO 项目从申报到反馈完成的时间纪录。

证监会披露的京沪高铁招股说明书显示,中国铁投持有公司 49.76% 的股份,为控股股东,国铁集团为公司实控人。本次公开发行股票不超过 75.57

亿股,占发行后总股本的比例不超过 15%,所募集的资金在扣除发行费用后拟全部用于收购京福安徽公司 65.0759% 股权,收购对价为 500 亿元,收购对价与募集资金的差额通过自筹资金解决。公司今年 1—9 月营业收入 250 亿元,归属于母公司股东的净利润 95.2 亿元。

据报道,除预期较快的发行速度,京沪高铁项目也创下了多项资本市场 IPO 项目的罕见之举。其一,其发行规模为其股本总规模的 15%,突破了当下

多数项目不超过 10% 的天花板;其二,其募投的项目公司本身仍然处于亏损状态,而这在 IPO 募投项目中也几乎尚无先例。

在此之前,IPO 审核的最快纪录由去年上市的富士康保持。去年 2 月份,富士康在绿色通道政策支持下,快速走完 IPO 审核程序,从上报材料到过会仅仅用了 36 天,合 20 个工作日。

这一募资规模在 A 股历史将仅次于中国建筑、中国石油,排在第三位,并成为超过 10 年以来最大的 IPO 项目。

广电计量今日上市

新快报讯 记者涂波报道 广州广电计量检测股份有限公司(简称:广电计量,股票代码:002967)今日在深圳证券交易所敲钟上市,成为广州无线电集团有限公司旗下第三家 A 股上市企业。

据广电计量发布的首次公开发行股票上市公告书显示,其发行数量为 8267 万股,全部为公开发行新股,不进行老股转让,发行价格为 7.43 元/股。2019 年 1—9 月,该公司实现营业收入 9.97 亿元,同比增长 31.99%;营业利润 6819.68 万元,同比增长 34.50%;利润总额 6879.24 万元,同比增长 27.35%。预计今年年报业绩净利润 1.46 亿元左右,增长幅度为 19.84% 左右。

公司营业收入、利润持续增长,主要是因为其作为全国性、综合性第三方检测机构的竞争优势增强;报告期内公司加快了实验室网络布局及服务能力提升;强化战略性行业大客户的开发的经营策略效果显现以及公司市场影响力及综合影响力逐步增强等。

广电计量是原广州无线电厂(国营第七五〇厂,现广州无线电集团)的内部实验室,自 2002 年改制成立公司以来,经过十多年的艰苦创业和改革创新,从老牌国有企业的内部实验室发展为行业知名的国有第三方计量检测机构,营业收入从当初不足 300 万元发展到目前超过 12 亿元,连续十多年保持年均复合增长率 40% 以上的增长,员工规模从成立之初的 9 人壮大到现在的 4000 多人,服务范围从广州起步拓展至全国范围,成为了国有检验检测机构改革的成功典范。

近日,广电计量网上中签结果公布,中签号码共 148806 个。

格力电器斥资 1 亿元成立电商公司 董明珠亲自挂帅出任法人

新快报讯 记者陈学东 实习生刘泳彤报道 以强势经销商体系而著称的格力电器终于要发力电商了。格力电器 11 月 5 日以注册资本 1 亿元成立格力电子商务有限公司,格力电器董事长兼总裁董明珠出任法定代表人。有分析认为,鉴于格力稳定的价格体系、庞大的线下经销商和专卖店体系是其销售规模稳步增长的关键,今后加快电商发展之后,如何平衡线上、线下渠道的价格与利益,对格力来说仍然是不小的挑战。

成立电商公司欲补渠道短板

工商资料显示,11 月 5 日格力电子商务有限公司成立,注册资本为 1 亿元人民币,由格力电器 100% 持股。格力电商的法人为董明珠,格力电商管理部部长李鹏任公司总经理,格力电器总裁助理胡文丰任公司董事,格力电器会计机构负责人廖建雄任公司监事。

稍早前 10 月 30 日,格力电器发布公司章程修订案,多元化再加码。修订后格力电器的经营范围增加了厨房用具、炊具、新能源发电产品、节能产品、

电工仪表、能源信息集成管理系统。同时,经营范围删除了“电子商务:电子商务的规划和实施,提供电商平台网络开发和维护。经营电信业务及增值电信业务,信息传输、软件和信息技术服务”,当时一度引发外界猜测。

拥有庞大线下经销商体系的格力,在电商渠道的表现一直较为薄弱。去年,格力电器提出了 2023 年实现 6000 亿元销售规模的目标。在这样目标的压力下,格力电器这两年一直在加速推进多元化及电商渠道布局。

格力空调在线上遭到了美的、奥克斯、志高、海信等品牌的夹击,战况绝对可以用惨烈来形容。尤其是在如奥克斯、小米等价格优势明显且擅长做电商营销的品牌面前,格力更是无奈。

数据显示,今年一季度空调线上市场零售额,格力仅排在第三位,占比 16.3%。而格力与奥克斯的矛盾最终也在今年 618 前爆发,格力电器实名举报奥克斯空调存在能效虚标等问题,引起行业内外轩然大波。

平衡线上线下渠道利益冲突成关键

格力的天花板不仅存在于对空调业

务的过分依赖上,同时还体现在销售渠道上对经销商的过度依赖。在此之前,格力一直与经销商深度捆绑,在格力电器前十大股东中,代表格力经销商利益的河北京海担保目前占股 8.91%,位列第三。多年来,格力通过这种股权绑定的方式建立了一套独特的渠道体系,直接带动了格力空调销量的快速增长。

但随着电商的崛起,过去的优势突然变成改革的负担,出于保证经销商利润的需要,格力这几年来在电商的布局上总显得“束手束脚”。在格力成立电商公司后,如何平衡线上渠道与庞大线下经销商的利益,将考验董明珠的智慧。

“以腾讯系、京东系与高瓴的关系,前两者未来都可以成为格力变革的力量。”光大证券家电行业首席分析师金星在接受采访时表示,高瓴可以引入这些力量帮助格力电器进行改革。“格力电器最缺的其实是对未来零售市场的变化以及 90 后、00 后消费者的变化的把握,而这背后需要大量思维的转变和渠道工具的转变。”