

阿里巴巴宣布赴美IPO

业界预计融资额有望达到180亿美元

阿里巴巴集团昨日通过官方微博宣布,已经启动公司的上市事宜,上市地择定美国。阿里同时表示,“未来条件允许,我们将积极参与回归国内资本市场。”青睞港交所却未获绿灯“尽管更青睐香港上市,但马云已经等不及了”。DCCI互联网研究院院长刘兴亮告诉记者。

现代快报记者 温婷 刘元媛
综合凤凰财经



东方IC供图

融资额有望刷新互联网公司上市纪录

值得注意的是,就在一天前,新浪微博向美国证券交易委员会提交了IPO申请文件,计划筹集最多5亿美元。去年4月,阿里巴巴5.86亿美元战略入股新浪微博,获得其18%的股份。根据双方协议,新浪微博一旦上市,阿里的持股比例由18%继续

续增到30%。刘兴亮告诉记者,本以为阿里会借新浪微博上市试探一下美股市场的反应,没想到阿里自己的动作会这么快。

据报道,阿里巴巴集团计划于4月份在美国提交IPO申请。业界预计,阿里IPO融资额有望达到180亿

美元,很可能超越Facebook的160亿美元规模而创下互联网公司上市纪录。值得注意的是,阿里巴巴上市资产并不包括支付宝在内的阿里小微金融集团。按照阿里巴巴多位高管的说法,其金融业务倾向于单独IPO。

消息称六家投行承接阿里IPO

消息人士透露,瑞士信贷、德意志银行、高盛、JP摩根、摩根士丹利以及花旗银行等6家投行有可能参与阿里巴巴IPO工作。

据悉,因为阿里巴巴的市场地位以及预计可能产生的融资规模,阿里将会选择多家投行来进行合

作。消息人士证实,瑞士信贷、德意志银行、高盛、JP摩根、摩根士丹利以及花旗银行6家成功入围。

外界预计,阿里巴巴上市后市值为800亿至1000亿美元。消息人士说,阿里巴巴的上市将有望为上述投行带来超过数亿美元的丰厚

报酬。根据彭博社的报道,10名分析师的平均预期,阿里巴巴估值为1530亿美元,市销率为23倍。相比之下,亚马逊1720亿美元的市值对应2013年的市销率仅为2.3倍,e-Bay 730亿美元的市值对应2013年的市销率约为4.6倍。

影视并购热

多家公司“跨界”收购影视资产

上周五,熊猫烟花公布重大资产重组详情,收购华海时代全部股权,后者评估价值约为5.5亿元,增值率高达815.97%,受此利好消息,公司股票复牌后报收涨停。而在此前,餐饮企业湘鄂情短短几天连续收购两家影视公司,高调进军影视业。事实上,从去年年底开始,多家与影视业不搭界的上市公司都瞄准了影视这块“蛋糕”。北京旅游、掌趣科技、禾盛新材都曾对影视公司进行收购。

熊猫烟花、湘鄂情原有主业不断萎缩,而传统行业又持续低迷不振,转向炙手可热的影视业,寻求新的利益增长点的似乎是公司无奈之举。相比之下,北京旅游、掌趣科技等公司或是整合上市公司产业链上下游关系,协同发展原有业务的资本布局。现代快报记者 滕飞

“空军”做多

黄金ETF反手做多 国际金价开年翻身

黄金在今年一季度演绎了非常漂亮的翻身行情,背景是国际黄金投资机构的增仓。

数据显示,截至3月14日,黄金ETF持仓量为816.59吨,较去年年末的798.22吨,持仓量增加18吨,增幅2.5%。相比之下,2013年黄金ETF在一、二、三、四季度持仓变化为分别减少176吨、402吨、121吨和180吨。

“空军”做多,使黄金价格获得有力支持。去年12月31日,国际金价触及本轮价格调整以来最低点1182美

元/盎司后,不断创出新高,3月14日收盘价至1381美元,涨幅16.84%。

瑞银集团表示,投资者对中国经济状况的担忧,同时俄罗斯与西方国家之间持续紧张的情势是助涨黄金作为保值资产对抗尾部风险的主要因素。黄金或将缓慢而井然有序地一路向上。

不过,一味看多黄金或存风险。国际金价趋势主要由美元,即美国经济形势决定,而自2013年以来美国经济数据向好趋势非常明确。

现代快报记者 阮晓琴

开市数据

本周限售解禁规模明显回落 沪深两市共计6.6亿限售股进入流通

进入3月份以来,限售解禁规模连续两周攀升,不过从本周开始明显回落。根据同花顺数据并结合上市公司公告,本周(3月17日至21日)沪深两市共计6.6亿限售股进入流通,以最近收盘价计算,解禁市值仅为115.22亿元。而据记者结合公司公告统计,上周的解禁数量达19.62亿股,折合解禁市值300.26亿元,本周解禁数量和解禁市值分别大幅下降66.36%和61.63%。

与历史水平相比,本周个股解

禁规模也处于低值。从解禁个股所属板块看,沪市主板解禁规模稍偏多,共有2.8亿限售股进入流通,以最近收盘价计算,解禁市值约合44.47亿元,占本周全部解禁市值的38.6%。中小板和创业板的解禁数量则分别为1.71亿股和2.1亿股,以最近收盘价计算,解禁市值分别为34.34亿元和36.41亿元,分别占本周全部解禁市值的29.8%和31.6%。

现代快报记者 曾雯璐

苏宁高管“变身”快递员 进社区宣传“新消法”

上周六,《新版消费者权益保护法》全国范围内开始实施,关于“网购7天无理由退换货”的规定格外显眼,针对此项规定,苏宁将无理由退换货延迟到15天,苏宁易购及苏宁各实体店将“双线”执行这一规定。

为了让消费者对《新版消费者权益保护法》有更好的了解,苏宁多位高管也在315消费者权益保护日当天“变身”快递员,为消费者投递所购商品的同时,还担当起“新消法”的义务宣传员,践行苏宁“用户体验为王”的服务理念。

现代快报记者 刘德杰



苏宁高管集合进社区宣传“新消法”

用户体验为王

2014年是苏宁的战略执行年,苏宁董事长张近东在提出的“三效法则”中指出“用户体验讲效果”并强调“体验为王”。3月15日早上8点30分,在苏宁新街口EXPO超级店,苏宁高管和基层的快递员一起对当天要配送的商品进行分区整理后,记者跟随苏宁云商开放平台事业部总经理郭良开始了他一天的“投递”工作。第一件需要投递的商品是住在明瓦廊某小区的蒋女士购买的化妆品和洗护用品。

在蒋女士老公签收完毕后,郭良耐心对“新消法”中的相关规定向他做了解读,比如以后到苏宁购物,不管是苏宁易购还是苏宁门店,除了可以享受正常的“三包”服务外,还可以享受“15日无理由退换货的权益”。郭良坦言,以前与终端打交道的大多以供应商为主,此次与基层快递员一起投递商品,是了解用户需求与体验的一个很好的机会。第一单就碰到顾客不在家,比如代收、拆装验货等问题在之前的培训中是不可能遇到的,只有深入一线才能真正了解投递中出现的问题,了解用户的需求。

苏宁产品真“恩正”

家住朝天宫小区的王大妈在苏宁易购买了一台电热水壶,说起刚刚施行的“新消法”,王大妈告诉记者,自己在报纸上已经看到,尤其是苏宁将“7天无理由退换货延长到15天”,真是为消费者着想。当记者告诉她送货的是苏宁的高管的时候,王大妈表示真是没有想到,自己是苏宁的老顾客了,现在网购便捷了,虽不会上网,但也经常让孩子帮忙在苏宁易购上买东西,苏宁的商品真“恩正”。

郭良告诉记者,“至真至诚 阳光服务”已成为苏宁的优质品牌,此次做出线上线下“15日无理由退换货”的服务承诺,一方面由于苏宁以3C和大家电零售为主;另一方面既有线上渠道苏宁易购,又有线下实体店,并从2013年6月起开始实施线上线下同商品、同价格、同服务,此次苏宁也将“15日无理由退换货”扩展到线下实体店。在记者跟随郭良采访的大半天时间中,他为三十多名消费者完成了商品的投递,还特别向消费者强调新消法中尊重消费者的“后悔权”的规定,让消费者对自己的权益有更深入的了解。

打造315消费服务月品牌

记者了解到,每周都为自己安排一个终端的计划已成为苏宁各高管的例行任务,“去基层,走一线”也成为他们每周的工作重点内容。

除了高管进社区送快递,苏宁在今年315期间也推出了一系列价格低、力度大的促销活动,依托苏宁优质的服务品牌线上线下联动,将其打造成为苏宁强有力的促销品牌。

今年315国际消费者权益日期间,苏宁不仅将“新消法”的执行落到实处,还全方位落实和开展家电价格促销和服务保障,以确保维护消费者的权益。此次服务下社区还与各大媒体联合开展了一系列的公益活动,比如为孤寡老人等弱势群体开展的老旧电器“排雷”活动,将苏宁温暖服务送进千家万户。

此外,苏宁还全面落实新消法关于网购七天无理由退换货条例要求,并在原有基础上进一步加码,推出15天无理由退换货。也就是说,消费者在苏宁门店及苏宁易购购买的商品自实际收货日期起15天内,均可按照国家新消法规定进行执行。