

世纪牛股裹足不前 怪兽饮料有点烦

□本报记者 陈晓刚

谁是21世纪以来美国股市最强的牛股？有人猜测是流媒体巨头奈飞，或是智能手机制造巨头苹果。从2000年1月1日到2019年4月18日，在最具广泛意义的标准普尔500指数成分股中，奈飞以30018.81%的涨幅名列第二，苹果则上涨5451.93%，名列第七。

在这份榜单中名列第一的是怪兽饮料公司(Monster Beverage Corp.)。本世纪以来，该股已上涨61340%。如果不是3月以来怪兽饮料股价回吐近两成，这一“世纪纪录”还会更加耀眼。4月18日，该股收于55.2美元。

怪兽饮料主打能量饮料(Energy Drink)，经过改变饮料中天然营养素成分和比例，达到调节机体功能的目的。原本怪兽饮料在这个领域顺风顺水，但在其他巨头陆续推出能量饮料产品后，市场担心怪兽饮料的领先地位将遭遇挑战，这只世纪牛股近期裹足不前。

怪兽的魔爪

4月18日，纽约时代广场。怪兽饮料推介其新款能量饮料REIGN Total Body Fuel，该饮料含有天然咖啡因、支链氨基酸(BCAA)和电解质，不含糖、人造香料或色素，非常适合在锻炼前后为消费者提供能量，并有六种口味可以选择。多位知名演艺界人士担当REIGN品牌大使，与拥趸展开互动，现场气氛十分火爆。

怪兽饮料本名汉森饮料，上世纪90年代一直以销售果汁和苏打饮料为主，主要受众是女性和儿童。本世纪初，汉森饮料开始进军能量饮料，推出怪兽品牌的饮料产品，旨在吸引年轻男性作为核心消费群体，并着力打造“大胆、前卫和酷”的品牌形象。

推出怪兽饮料之前，该公司仅是一家收入不到1亿美元、利润仅数百万美元、市值不到5000万美元的袖珍公司。在怪兽饮料出炉后，短时间内就取得了极大的成功，汉森饮料的收入、利润、股价、市值“扶摇直上九万里”。2012年，汉森饮料正式更名为怪兽饮料。

在怪兽饮料成功转型的过程中，消费者对其“魔爪”型LOGO记忆深刻。市场营销专家称，魔爪LOGO与品牌名怪兽保持一致，给消费者带来强悍、危险却又不失神秘的感觉。该LOGO并没有打造具象的“怪兽”形象，而是巧



IC图片

妙通过设计三道爪印，引发消费者对怪兽的无限想象，一定程度上强化了消费者对品牌的好奇心。

在营销策略上，怪兽饮料主要通过赞助极限运动和运动明星的方式，对运动受众进行定向宣传，同时雇佣品牌大使在音乐会和运动赛事露面，并派发免费的试饮品。比如高尔夫传奇巨星“老虎”伍兹一直是怪兽饮料赞助的对象，近日他时隔14年再次赢得美国大师赛，着实令怪兽饮料高层兴奋不已，怪兽饮料的股价也因此受到提振。

与可口可乐的恩怨

欧洲出身的红牛是能量饮料的始作俑者，上世纪90年代末，红牛把能量饮料打入美国市场。能量饮料最初只能算偏门品种，一般在大学校园运动和一些专业运动赛事露面。但进入21世纪以来，美国的能量饮料市场出现爆发式增长，曾长期保持两位数增速，目前在软饮料行业销售额中的占比已提升至10%左右。

对消费者来说，传统碳酸饮料的吸引力在不断下降，消费者越来越注重健康，希望减少糖分

摄入。由于能量饮料往往含少量咖啡因，可以提神，同时与碳酸饮料口感类似，比较适合体育运动。在推崇运动文化的美国社会，能量饮料无疑成为消费者的新宠。

主打碳酸饮料的行业巨头可口可乐一直对能量饮料市场虎视眈眈。2015年第二季度，可口可乐收购怪兽饮料1.02亿股，约占后者总股份的近17%，成为怪兽饮料的最大股东。当年，可口可乐还提出“全饮料”发展战略，决心进军非碳酸饮料以分散业务风险。一年后，可口可乐再度增持股份，目前占怪兽饮料总股份的18.8%。

在2015年的收购及合作协议中，双方规定可口可乐拥有怪兽饮料在不同地区的市场分销权，但可口可乐不能推出与怪兽饮料直接竞争的能量饮料来抢夺市场，除非是直接隶属于可口可乐产品家族下的产品。

2018年下半年，可口可乐宣布2019年上半年将在欧洲市场推出其能量饮料——“可口可乐能量”(Coca-Cola Energy)和“可口可乐能量不含糖”(Coca-Cola Energy No Sugar)。可口可乐认为，新饮料是其可乐家族的成员，且饮料卖点和目标消费者都与怪兽饮料不

同，因此不会影响怪兽饮料的消费群，但怪兽饮料持反对意见，还为此申请行业仲裁，目前尚无进展，但怪兽饮料的股价却受到波及，自2018年1月底创出历史新高后一直陷入区间盘整，多次上行却无功而返。

华尔街人士认为，数年来业界一直猜测可口可乐会把怪兽饮料完全收购纳入旗下，这种猜测是怪兽股价走高的重要动力，但目前看来这种可能性已越来越小。

市场竞争愈演愈烈

对能量饮料市场虎视眈眈的巨头不只可口可乐。近期美国市场出现一款名为“Solimo”的能量饮料，这个品牌的拥有者正是亚马逊旗下的零售商。零售商开发自有品牌，进军食品饮料领域，正在成为普遍趋势。“Solimo”近日推出的Solimo Red Energy Drink和Solimo Silver Energy Drink，均受到消费者的追捧。

美国私营公司Vital Pharma推出的能量饮料Bang最近增长势头惊人，老牌巨头红牛的业绩也咄咄逼人，更令外界对怪兽饮料的前景担忧。

根据渠道供应商IRI提供的数据，3月份怪兽饮料在能量饮料类别中的市场份额为35.4%，比去年同期下降3.5%，红牛的份额下降不到一个百分点，为38.2%，Vital Pharma的份额已从略高于1%跃升至8.3%。

美国富国证券分析师认为，能量饮料行业的竞争压力大增，Bang可能会成为怪兽饮料“真正的威胁”，另外红牛自2017年以来首次冲顶也值得注意。“最新的行业数据放大了我们对怪兽饮料受到竞争威胁的担忧”，该机构已下调了怪兽饮料的目标价，花旗、摩根士丹利等也陆续将怪兽饮料从关注名单中剔除，理由是“潜在上升空间有限”。

3月4日，怪兽饮料股价在创出年内新高65.02美元后开始大幅调整，4月3日股价一度跌至52.59美元。更令多方投资者担忧的是，近期怪兽饮料的空头势力大增。彭博数据显示，截至3月底，做空怪兽饮料的股数达1208万股，规模创下2016年8月中旬以来新高，占该公司流通股数量的3%左右。

尽管“世纪涨幅”惊人，且甩开第二名很远，但可以预见的是，怪兽饮料的静好岁月已一去不复返，烦心的日子短时间内不会结束。

■ 海外观察

城市化不息 经济发展不止

□金映政

近期国家发改委要求放宽城市落户限制的消息引发海内外舆论的密切关注。在中国经济增速放缓的当下，放宽落户限制、加速城市发展，可令中国经济获得持续的增长动能。从全球城市化发展经验来看，只要城市化进程不停滞，较高速的经济增长就不会停止。

在经济学界，关于究竟是经济增长带动城市化，还是城市化带动经济增长，仍存在争议。但这种“是鸡生蛋还是蛋生鸡”的问题并不碍结论：城市化和经济增长存在着显著的相关关系。

无论是英美等老牌发达国家，还是日本等后起的亚洲经济体，在经济高速增长过程中，无一例外都伴随着城市化率的快速提升。

例如，目前美国超过八成人口居住在仅占全国总面积3%的城市中，而半个世纪前美国城市人口的比例是70%，一个世纪前仅约45%。日本在1960年城市化率为63.3%，1975年升至75.9%。

世界银行的城市化研究报告发现：几乎所有达到中等收入水平的国家，城市化率均超过50%；所有高收入国家的城市化率均超过70%。

诺贝尔经济学奖得主、美国著名经济学家迈克尔·斯宾塞曾写道：“结构性变化”是经济快速增长的关键推动力，而城市化就是和工业化、科技进步类似的“结构性变化”。

他进一步解释说，城市化之所以被视为经济增长的“结构性变化”，原因主要有两方面。

其一，城市和农村的劳动生产率存在巨大落差。世行报告认为，城市制造业或服务业从业人员的劳动生产率是农业等传统产业从业人员的3到5倍。因此，当人们从低劳动生产率的农村来到高劳动生产率的城市，就提高了整个国家的人均劳动生产率水平，这必然促进经济增长。

其二，城市的劳动生产率提升更快，且城市越大劳动生产率的提升速度就越快。在大城市，效率来自人群的汇聚；人群越聚集，“知识溢出”效应就越明显，知识传播就更快，创意更容易诞生；同时，人群的密度越大，基础设施的单位成本就越低，经济的规模效应就越大。

哈佛大学经济学教授爱德华·格莱泽在《城市的胜利》一书中写道：从纽约曼哈顿第41街到第59街的一英里距离内，雇员人数达60万，超过新罕布什尔州或缅因州；人均薪酬10万美元，每年的薪酬收入超过俄勒冈或内华达州。

格莱泽说之所以能承受城市带来的更高人力和土地成本，唯一理由是城市能带来足以抵消这些成本的生产效率优势。”

那么，中国的城市化还有多少潜力可待开发呢？据中国国家统计局今年初发布的《2018年国民经济和社会发展统计公报》，截至2018年末，中国大陆常住人口城镇化率为59.58%，比上年末提高1.06个百分点；户籍人口城镇化率为43.37%，比上年末提高1.02个百分点。

从横向比较来看，中国目前的真实城市化率(户籍人口城镇化率)尚低于100年前的美国和50年前的日本，增长空间依然巨大。按照世界银行标准，中国成为高收入国家时，如果城市化率达到70%，那么意味着未来至少还有2亿多人口进城。

2亿多人进城，这意味着劳动生产率的快速提高，意味着消费市场的快速扩容，意味着经济增长潜力的巨大释放。因此，中国城市化的潜力可以被视为经济增长潜力的某种“战略储备”。只要城市化率还没有达到70%以上，中国经济的较高速增长就不太可能停止。

不过，值得担心的是，城市化并不总是受到欢迎。斯宾塞援引联合国的调查说，全球绝大多数的政策制定者都在抵制城市化而非欢迎城市化。这主要是因为城市化会带来一系列的“副作用”：交通拥堵、环境污染、街头犯罪、贫富分化、疾病扩散、房价高企……

城市化就如同催化剂，在带来高速增长的同时，也激化了社会和政治矛盾。这使得人们对城市化存在矛盾情绪：欢迎城市化带来的经济福利，抵触城市化带来的社会和政治难题。且这种矛盾情绪往往容易转化为“权宜”的政策选择：在经济高速发展期抵制城市化，以控制城市化带来的问题；在经济下行期则鼓励城市化，期待用城市化来刺激经济发展。

不过，城市化是经济规律使然，不管人们是否愿意，城市化都在向前发展。即便是那些城市化率已经超过70%的发达经济体，人口也依然缓慢地向大城市流动。日本总务省的统计显示，2018年日本总人口减少了42.7万人，47个都道府县中有40个人口都在减少，但东京人口却依然在增加。

城市化的问题只能在城市化进程中去解决。电灯、抽水马桶、地铁、摩天大楼、污水处理系统……几乎所有人类社会的伟大发明都发端于城市，他们中的很多也都是为解决大城市病而诞生的。而每一种发明又都极大提高了城市的效率，从而令今天的城市可以容纳更多人口。

■ 金融城传真

英国零售业变化折射大百货困境

□本报记者 张家伟 伦敦报道

随着英国冬季阴冷多雨的天气逐渐被阳光明媚的蓝天取代，消费者逛街的动力似乎更大了——高街上的商铺客流明显多起来。不过，当地的大百货公司似乎还在经历寒冬，销售数据令人失望，最大的连锁百货Debenhams也因经营不善濒临破产，多家门店面临关闭。

英国国家统计办公室(ONS)发布的最新数据显示，英国3月份零售业销售额同比增长6.7%，是自2016年10月以来的最高月增长。该机构直白地解释说，相比去年同期的恶劣天气，今年3月的天气变得更加温和，这有助于提振销售。

但如果仔细分析分类数据会发现，英国高街(即各类商家集中的地段)并不是每一家店都享受到风和日丽的好处。大百货是零售商铺分类中唯一销售同比下跌的群体，尽管跌幅只有0.3%。Debenhams的境遇似乎印证了这一点。这家全英最大的百货连锁在本土拥有160多家门店，雇佣约2.5万人。由于经营业绩每况愈下最终只能被债权人接管，高管离职，接下来关闭门店以及裁员更是不

可避免。而早前另一家大百货House of Fraser同样因经营问题而不得不出售给其他公司。

相比之下，食品商铺的境遇要好很多。数据显示，这类商铺的销售额同比增幅达3.3%。ONS零售业销售额方面的主管安·墨菲说，食品商铺3月份销售数据明显好于2月份。

此外，服装、鞋履专卖店的情况也远好于百货公司，月销售额同比增幅达7.1%。其中英国知名的体育用品连锁店JD Sports的业绩非常突出。截至今年2月2日，这家公司的年度税前利润上升15.4%达3亿多英镑，收入更是攀升49.2%至47亿英镑。

近几年，面对亚马逊等线上巨头的冲击，英国高街(即各类商家集中的地段)一直在谋变。大百货并不是坐以待毙，它们中大部分如今都在尝试线上线下销售，在保留实体店的同时也推广自家的购物网站，高街不断上升的租金、人力成本让这些老店转型起来很难赶上掌握大把网络流量、成本控制更好的互联网电商巨头。

普华永道近期发布的行业报告显示，英国前500个人流聚集的高街上，2018年

有3372家店铺开业，但关闭的数量却达5833家，也就是说去年已有2461家店铺净流失。

平均下来，每天只有9家商铺开业，这个数字几乎只是5年前的一半；而每天关闭的商铺数量达16家，这个数字虽然与2017年持平，但普华永道称闭店与开店的差额已达10年来最高的高水平。

普华永道消费者市场专家莉萨·胡克说，2018年对英国零售业者来说是动荡的一年，不少知名商家都被迫关闭门店，“我们能够看到高街上的人流下降趋势在加速，商家持续受到网络购物、成本上升以及消费者花钱更谨慎等因素影响。”

胡克说，从时尚到金融类别，由于新技术发展以及消费者越来越接受移动互联网和电子商务，新进的商家往往通过线上服务就能获得一定的市场份额，无需受制于高街开店带来的成本和风险。因此“高街的未来将是更加多元化的空间，不再简单依赖零售业商铺。”

这也难怪如今不少健身俱乐部，甚至共享办公空间都越来越多地出现在英国高街上，人们的消费习惯改变正在重塑这个国家历史悠久的零售业核心地段。

全球5G竞赛愈演愈烈

□本报记者 周璐璐

北京时间4月17日凌晨，苹果和高通联合发表声明称，双方已经达成协议，放弃在全球范围内的所有法律诉讼。至此为期17个月的高通苹果专利纠纷案落下帷幕。

市场曾预计这次审判将持续到5月份，此次双方的握手言和，让市场颇感意外。分析人士指出，苹果高通所达成的协议中有一项值得注意，即“多年期限的芯片组供应协议”，这项协议意味着苹果未来的iPhone将选用高通的5G方案，从而使苹果5G版iPhone的推出早于预期。

而据CNBC报道，就在四天之前的北京

时间4月13日，美国总统特朗普同美国联邦通信委员会(FCC)在白宫宣布，美国将加速部署5G无线网络。特朗普甚至宣称“5G竞争是美国必须赢的竞赛。”

特朗普还表态称，美国不应该将其5G网络国有化，私营企业也应该加速部署5G网络。目前美国运营商AT&T(美国电话电报公司)和Verizon(威瑞森)已经全力投入到5G网络的建设中，但目前为止仅有Verizon定制的一款摩托罗拉手机能够支持5G网络。

亚洲方面，当地时间4月3日晚11点，韩国电信运用SK电信和KT同时宣布开通5G手机网络服务，这比原定开通日期提前了两天。韩国5G网络的首批用户是韩国六位社会知名人士，韩国普通手机用户自4月5日起可以开始连接5G服务，这也是最初计划的发布日期。

分析人士称，韩国电信运营商煞费苦心地拉名人迅速注册使用，且赶在晚上11点开通服务，就是为了击败大洋彼岸的对手——美国Verizon。据悉，Verizon原本预

计在4月11日推出5G网络服务，虽然后来提前“抢跑”，北京时间4月4日在芝加哥和明尼阿波利斯的部分地区推出5G无线网络服务，但依然比韩国晚一个小时，未抢到头筹。

在美韩“明争暗斗”的同时，中国也在加快5G商用部署。中国信息通信研究院在近日发布的《通信企业5G标准必要专利声明最新排名》中指出，截至2018年12月28日，全球范围内5G专利声明数量超过10000家企业有华为、Nokia、LG、Ericsson、Samsung、Qualcomm和中兴，其中华为以1970件5G声明专利排名第一。

欧洲方面，华尔街日报之前发表文章指出，受严监管和投资不确定性等因素的影响，5G在欧洲的发展明显滞后于亚洲和美国。据欧盟委员会估计，在欧洲大陆推广5G和全光纤基础设施的成本为5000亿欧元，如此庞大的成本令投资回报打上一个问号。但目前欧洲对发展5G网络的立场也在发生改变。据欧盟委员会官网4月3日消息，欧盟计划为10个成员国的25个大型基础设施项目投入40亿欧元。

全球5G部署如火如荼，华泰证券认为，全球5G竞速或进入白热化阶段，抢占5G商用先机对于提升全球通信产业话语权将起到重要作用。