

客大欺店 企大欺国

高盛靠“控制”谋取财富

■ 丁是钉

由于前执行董事格雷格·史密斯于3月14日公开在《纽约时报》发表辞职信,强烈抨击了美国高盛集团“有毒的、破坏性的”文化,导致高盛股价当日下跌3.4%,市值一天跌掉21.5亿美元,并且把高盛推上了全球商界的道德法庭。

在全球舆论对于高盛品质问题口诛笔伐式的批判中,不断有负面的消息被暴露出来。如果把这些看似孤立的现象串联起来,对高盛的商业模式进行剖析,我们不难发现:高盛从本质上就是一家靠“控制”赢利的金融公司。这种由金融霸权主义主导的商业模式才是“高盛危机”的根源。

高盛的霸权“控制”

高盛的“控制”是一个战略性的布局,这使得其“控制”已经无所不在,并且成为其获得绝对竞争优势的核心竞争力。

对于公权的控制是其“控制”体系的首要环节。除了在各国政府中培养“亲高盛”势力外,高盛集团还直接向多国政府部门以及全球性金融组织“输入”高官。

俄罗斯“索里特”咨询公司分析师科拉留克分析称,高盛通常被称为“世界影子政府”,美国及世界组织许多高级领导人都来自这一公司,可以说是一个帝国。

比如,曾经在高盛担任高管的保尔森和盖特纳先后当上了美国财长,还有一位当上了意大利央行行长,被美国政府委派监管7000亿美元不良资产救助计划的卡什卡里,也曾经在高盛任职。同时,高盛集团还广泛吸收多国政商高层,欧洲央行的首席顾问就被该公司招募,世界银行行长佐利克是高盛的常务董事。

高盛在推动解除金融管制过程中的角色尤为引人注目,前高盛主席鲁宾在克林顿政府担任财长期间,推动废除了“大萧条”时期制定的“格拉斯-斯蒂格尔法案”,推倒了银行与高风险业务之间的“防火墙”。场外衍生品因此在不受监管的地方任意生长,这些复杂金融工具的其中一些促成了2008年的金融危机。

英国《独立报》曾经刊文表示,高盛在推动“高盛公司项目”紧紧拥抱政府,不断创造人、观念和钱之间的深刻联系,这样一来,根本分不清哪里是公共利益,哪里是高盛利益。

对于市场的控制是其“控制”体系的常规武器。有关高盛控制市场谋取利益例子比比皆是,因为这是高盛最常用的获得手段。

2008年1月,高盛集团财务官萨拉·史密斯在2007年10月30日写给美国证券交易委员会(SEC)的一封信公之于众。信中透露,该集团提前预见到2007年次级抵押贷款市场的熊市并大量做空。

2010年4月,美国证交会对高盛集团提起民事诉讼,指控其在2007年出售金融衍生品时,涉嫌存在重大信息虚报和遗漏以及误导性陈述,特别是隐瞒了与投资者有直接利益冲突的知名对冲基金投资组合的有关事实,导致投资者在不知情的情况下



CNS 供图

在中国市场的运作过程中,高盛利用其强大实力和国际地位,及其所谓的国际认可的研发能力,在中国翻手为云覆手为雨,大肆赚取“黑心钱”。当他们伺机进入一个行业时,就大肆唱衰该行业,使其价格走向低位,然后,趁低价买入。当其达到其盈利目标,伺机出货时,就大肆唱多,然后,大肆卖出。中国的矿业、食品业、金融业、房地产业、航空业、石油业等都遭遇过高盛使出的手段。

购买正在被该对冲基金卖空的产品,给投资者造成高达逾10亿美元的损失。

对意识的控制是其“控制”体系的最高形式。通过对市场的控制和操纵,高盛让大宗商品的“实际走势”和其判断保持高度一致,把自己塑造成一个神奇的“市场预言家”的形象,并让客户对高盛形成“崇拜式”的信任,由此控制客户的决策意志,让客户的决策跟随高盛的“判断”走。

以油价为例,2007年,高盛发表

报告,称原油要涨到200美元一桶,在国际油价于2008年7月创下每桶147.27美元的历史纪录之前,走势几乎与高盛推出的报告一致。这使得高盛的预言成为了石油价格的风向标,并让市场对高盛的判断充满了信任。

在这样一种情形的推动下,当时中国拼命购买了价格为147美元一桶的原油。为了增加相关中国公司的信任,高盛还与一些中国公司设下“对赌协议”。然而,高盛自己却悄悄抛售原油。到了当年年底,油价降到34美元一桶。

对于人才的控制是其“控制”体系的增长因素。由于高盛能够通过其“控制”模式获得远远高于市场平均水平的利益,所以高盛可以为人才开出更高的价格,以其有“诱惑力”的薪酬和福利待遇把更多的人才“绑架”到自己的战车上,以此“消灭”对高盛构成威胁的潜在对抗智力。

以此次“辞职信门”的主角高盛前执行董事史密斯为例,他曾为全球两大对冲基金、美国五大资产经理以及中东和亚洲的三个最具影响力的主权财富基金担任过咨询顾问,其客户拥有的总资产基础超过了1万亿美元。如果在其他公司,这应当算是一个厉害的角色,但在高盛,和他同级别别有1.2万人。

在高薪招揽人才的同时,高盛利用其薪酬激励机制的设计,让人才在不知不觉中被高盛的文化所同化,成为高盛“控制”体系的一部分。

对于客户的控制是其“控制”体系的利益保障。高盛对客户控制可以用欺诈来形容。有专家指出,在控制客户的过程中,高盛的做法与赌场中诱骗客户上钩的手法毫无二致。比如,他们会找一个客户让他来做期货,说很赚钱。客户不懂,他们第一笔会让你赚钱100多万元;第二单就会给你做局,然后和你做对手盘,让你一亏就是几个亿。所谓的“客户利益至上”,对于他们而言,只是蒙骗客户的障眼法。

我们那么多货怎么办!既然说早就停产了,怎么进货的时候还给我的是老国标的呢?”

生产企业雾里看花

正如店老板们所质疑的那样,为什么2010年6月1日就明令停产的产品至今仍在源源不断地往全国各地发货?南方某插座企业生产部负责人表示,虽然知道有生产禁令,但没有不允许销售的规定,因此新国标的颁布几乎没什么作用,企业犯不着费钱费力推广新国标插座。企业为了自身的利益犯不上增加任何成本,相关部门制定的政策能否过多的考虑消费者的利益,对这样有安全隐患的产品断然禁售呢?

更值得人深思的是,在记者电话采访几家已停产禁销老国标插座的企业负责人时,他们均提到,虽然企业积极响应、落实新国标政策,但由于缺乏明确的老国标禁售令,消费者和渠道商都不清楚新国标插座的推行,这也让生产企业也陷入了迷茫的境地。

对于如何杜绝旧标准插座横行于市的情况,有业内人士指出,还需从两个方面进行管控,一个是生产环节,各

霸权下的“豪夺”

2010年3月,希腊债务危机初现端倪。媒体披露称,高盛集团在从事希腊政府财务顾问时帮助后者掩盖债务,并为希腊政府推荐“饮鸩止渴”的融资方式,从中获得巨额回报。另外,高盛集团一方面让希腊政府在债务危机中愈陷愈深,在收取希腊政府巨额债券承销收入的同时,通过衍生品交易从希腊政府的困境中获利。

在中国市场的运作过程中,高盛利用其强大实力和国际地位,及其所谓的国际认可的研发能力,在中国翻手为云覆手为雨,大肆赚取“黑心钱”。当他们伺机进入一个行业时,就大肆唱衰该行业,使其价格走向低位,然后,趁低价买入。当其达到其盈利目标,伺机出货时,就大肆唱多,然后,大肆卖出。中国的矿业、食品业、金融业、房地产业、航空业、石油业等都遭遇过高盛使出的手段。

在中国国有银行2004年改制的时候,高盛相继发表报告,诋毁中国的国有银行,称中国银行业的不良贷款比率接近40%,中国四大国有银行技术上已经破产。但背后高盛却以极其便宜的價格收购了中国银行上市的股权,仅在工商银行上市,高盛就通过入股该行四年获利近120亿美元。

其实,高盛的金融霸权主义作为已经不再是秘密。2010年4月,美国证券交易委员会也就是SEC甚至对高盛集团及其副总裁托尔雷提出证券欺诈民事诉讼,但从最终的结果看,也是仅仅以5.53亿美元的罚款便达成了和解,让奥巴马试图发起的这场“华尔街革命”最终半途而废。

事实上,高盛通过对于“控制”能力的经营,使其已经到“大到不能倒”的地步。其强大金融控制力,已经远远超出了金融领域的范畴,形成了一个跨越国界的强大金融帝国,令其可以无视别人的利益。

大厂商应该尽快淘汰旧产品;而对于销售商也不能只顾眼前利益支持万能插座的销售。而对于新国标能否顺利执行,国家工商部门及各地负责单位都应该给予大力支持,插座虽小,但关乎消费者的人身与财产安全,应当加以特别重视。

插座行业的新国标在制定过程中,由于旧国标插座面临生产的停止,这部分损失最终由谁来买单,是政府还是生产企业,还是最后由广大消费者自己进行消化?类似的情况是否还会在其它行业中出现。当然,给产品一个缓冲期是可以理解的,问题是这种产品在使用过程中有可能会因使用不当出现各种各样的事故,造成人身与财产损失,权衡利弊,在生命的天平上消费者可以有多长的缓冲期?

在2012年“消费与安全”的主题年里,在插座新国标这一问题上政府应当采取有效举措,促进行业经济良性发展、推动社会和谐进步,真正把“消费与安全”的主题贯彻到底。

据悉,插座行业也正在新国标的强制执行下,一步步走向优胜劣汰的整合趋势,相信在不久的将来,插座市场将形成规范化、标准化的全新格局。

星辰急便死于“急便”

业内人士指出,“云快递”虽然从表面上看是细分后的一个概念,但却由于太新而缺少具体实施的细则以及成熟经验。所有以此概念而建立的企业只能是摸着石头过河。而在发展过程中,只要稍有不谨慎甚至是企业家的意气用事就会走错道路。而走错的道路轻的还可以调整,重的就会倒掉。很不幸,星辰急便属于后者。

■ 本报记者 郝帅

2012年3月,号称创建“云快递”的星晨急便并没有因为搭上最流行高科技“云”概念就给企业带来好运,运营三年便告倒闭,引发市场一时唏嘘。

云快递,即通过一个便民消费和服务的商业交易平台,做类似线下商业的物流配送服务平台,用这个平台来实践所有电子商务的物流功能。

按理,“云快递”相对于传统快递服务是有优势的。电子商务与快递服务的结合是一个相互促进、共赢发展的过程,电子商务不仅带动了快递业的快速增长,而且有利于快递提升服务质量,加大产业结构调整力度,加快向现代服务业转型;同时,优质的快递服务也是推动电子商务新型模式发展的关键环节和重要基础。

但星辰急便创建的“云”快递似乎没有带来业务的稳定发展。

星晨急便老板陈平在业界可谓的明星,他创立的宅急送因家族内部矛盾,于2008年另立门户创建星晨急便。2010年,星晨急便被阿里巴巴相中,先后获得7000万元注资。当时,星晨急便被外界认为“未来前景光明”。2011年10月,北京星晨急便和深圳鑫飞鸿快递有限公司正式合并,商号为“星晨急便·鑫飞鸿”。

在国内众多的民营快递企业中,成立3年的星晨急便规模不算小。公司官网资料显示,2011年营业额7.5亿元,拥有转运及分拨中心150多个,网点数量3800多个,员工28100名。

因为目前中国快递业的增长主要被网购推动,星晨急便也最想走“小单电商”物流路线,获得阿里巴巴注资等于有了淘宝这棵“大树”的荫庇。

然而,星辰急便在运行三年就倒下了。是“云快递”在理论上就存在的问题,还是企业在经营过程中的决策和执行出现了偏差,抑或是有什么更深层次以及更加复杂的原因?

业内人士指出,“云快递”虽然从表面上看是细分后的一个概念,但却由于太新而缺少具体实施的细则以及成熟经验。所有以此概念而建立的企业只能是摸着石头过河。而在发展过程中,只要稍有不谨慎甚至是企业家的意气用事就会走错道路。而走错的道路轻的还可以调整,重的就会倒掉。很不幸,星辰急便属于后者。

但一个星辰急便的倒下并不能完全归结于“云快递”的概念本身。

实际上,星辰急便盲目扩张给企业埋下了隐患。

过去两年,民营快递被频频注资,除了阿里巴巴注资星晨急便外,海航集团旗下大新华物流投资天天快递,百世物流收购汇通快递70%股权等。不过,资金解决不了造血能力差的问题,一旦公司发展遇到坎,后续资金又跟不上,就会导致资金链断裂。星晨急便与鑫飞鸿合并,两家公司都是身带快递业顽疾,合并后老问题就更大了。本来就亏损的星晨急便摊子大了,负担也重了,终于倒地不支。

近年来,有不少快递企业倒在盲目扩张上。2010年深圳东道快递公司倒闭,2011年杭州时空速递有限公司关门,海外快递巨头德国邮政因水土不服退出中国市场等等。

星辰急便掌门人陈平是国内快递业鼻祖类人物。但仔细研究他的历程就会发现,在面对企业发展上,陈平一直比较激进。

业内人士认为,当时陈平的方向正确,但由于团队并没有跟上,独自在前的陈平成了“光杆司令”。在如战场的市场,特别是竞争已经到硝烟弥漫的快递业市场来说,失败是不言而喻的。

对于此次星辰急便的剧变,陈平则表示,“这次也是含恨,这次恨自己,恨自己太贪大求全。”

而2011年10月与星辰急便合作的鑫飞鸿,虽然表面上看是强强联合,但事实上却又是一次失败。与鑫飞鸿的合作,甚至被业内称为“压倒星辰急便的最后一根稻草”。

当时,成立已逾两年的星晨急便在两次尝试中资金损失严重,更严重的是,还不知道生存空间在哪里。

这时,陈平看上了代理代收业务。在超市、便利店、宾馆设立代理代收快递点,然后由公司快速收货、分拣,鑫飞鸿正是这样一家精细化公司,陈平希望在鑫飞鸿平台的基础上开设代理代收点。

于是,陈平在没有董事会支持的背景下孤注一掷,以个人名义与鑫飞鸿签下协议,并帮鑫飞鸿偿债。但这一收购尚未成功,绷紧的资金链就使得千里之堤溃于蚁穴。

在星晨急便发生剧变后不久鑫飞鸿便“改嫁他人”,显然,其与星辰急便的合作属于“拉郎配”,并不忠贞。

发展严重缺乏后续资金投入也是星辰急便的“致命伤”。

业内人士分析指出,建设全国性的物流网络需要巨大的资金支持,缺乏持续融资是导致“星晨之变”的重要原因之一。

据了解,从2009年3月企业创立至今,星晨急便共计注入资金1.2亿元左右,这其中还包括阿里巴巴近40%的股份。显然,这对于一个布局全国网络的快递企业来说是远远不够的。尤其是星晨急便并购鑫飞鸿并未达到再次融资的目的,反而使自己陷入危机。长期的亏损和风投资金的缺口最终导致其资金链断裂,临近全面崩溃。

另外,星辰急便的加盟模式也被业界所诟病。

据腾讯财经对目前国内快递业存在的直营、加盟和代理三种模式的调查显示,有超过86.64%的人不认可加盟模式具有行业竞争力。星晨急便的陨落也许成为推倒快递行业加盟模式的多米诺,但同时也将开启我国快递业发展模式新的探索之路。

快递业作为服务业的重要组成部分,它影响的已不仅仅是人们的日常生活,还直接关系到社会的稳定。星晨急便的倒闭无疑给整个行业的发展蒙上了一层阴云。

插座新国标为何成“摆设”

■ 本报记者 李文新

选择有品质保证的插座产品,是保障消费者用电安全至关重要的一步,但插座转换器新国标颁布逾2年,市场上却依旧随处可见不合格的老国标产品。

近年来,因劣质万用孔插座导致的安全事故频频发生,尤其是在夏季用电高峰,劣质万用孔插座很容易导致火灾,给消费者的用电安全带来了很大的威胁。

据公安部一组数据显示,在我国近10年累计发生的火灾事故中,由于电源插座、开关短路等原因引发的火灾位居各类火灾原因之首。

记者了解到,目前市场上主流的插座为一万用孔插座,而万用孔插座如果在生产和质检过程中没有专业、严格的品质控制,则极易埋下安全隐患。

实施容易监管难

旧国标的插座为一孔多用,俗称“万用插座”。而今,新国标已经实施快2年了,《中国企业报》记者在北京走

访却发现各个超市及商家仍在销售。

由于老国标插座存在安全隐患,“国标委”在组织大批电器行业的专家进行多次实验、反复斟酌后才决定重新修订插座国家标准。

北京市工商局相关负责人表示,目前还没有接到任何上级给予的老国标插座不允许销售的通知,也就是说老国标插座仍在市场上流通,因此不能强制商家下架该产品。如果实施,在监管方面还存在很多困难。

记者日前走访了几家五金店,绝大部分来购买插座的消费者并不清楚插座换了新国标,更不清楚新国标比老国标插座好在哪里,就连五金店老板们也表示对这个新规定毫不知情。

在北京一些各大超市、家电卖场发现,市场上大万用插座并未绝迹,多个品牌和型号的插座仍在销售。很多市民和售货员更是不知道新国标插座和大万用插座的区别。

在记者向受访顾客和五金店老板们解释了新老国标的区别、告知老国标插座有极大的安全隐患后,受访顾客不仅表示出震惊,更纷纷决定将更换使用新国标插座。不过店老板们则认为说:“一旦不卖老国标插座了,