

雷士照明：两败俱伤？

■ 本报记者 许意强

回不去！回不去？连吴长江自己都给出答案。

围绕雷士照明(02222.HK)大股东吴长江重返董事会一事,最近半个月以来,以雷士照明现有供应商、经销商和部分员工组成的“保吴派”,与公司二股东软银赛富、三股东施耐德电气组建的“投资人”展开了多次交锋,迟迟没有结果。

在经历最初的“工厂停产、工人罢工、经销商罢售”后,如今,来自雷士照明全国36家运营中心的部分经销商开始组建新公司、新品牌。同时,又有雷士照明高层向媒体爆料称,“软银赛富首席合伙人、雷士照明董事长阎焱与雷士照明及关联企业有过多起‘私密交易’,并称自阎焱入主雷士照明董事会后‘凡是不给他私人好处的项目,就统统反对’”。

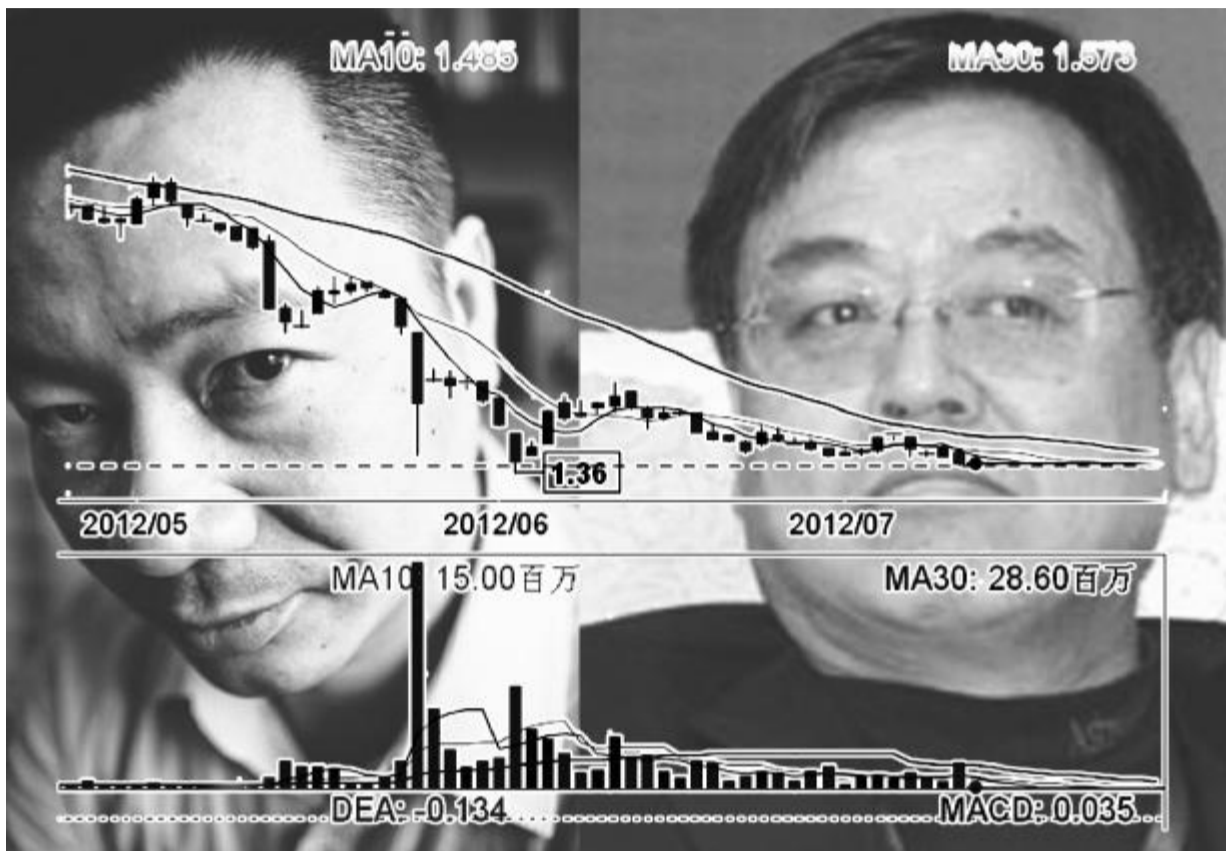
不过,雷士照明现任董事会最终以一招“拖延术”来回应。阎焱甚至公开向媒体表示,“目前雷士员工、经销商的举措,都是在给吴长江回归帮倒忙、瞎折腾”。“吴长江什么时候回来,这个不是我们、也不是吴长江定的。必须按上市公司的要求去做,严格执行董事会的决议,香港联交所的手续要做完”。

保吴派的连环招图穷匕见？

在经历长达15天的工厂罢工后,雷士照明在位于万州、重庆和惠州三地工厂开始陆续恢复生产。位于惠州的雷士照明生产工厂,一位工作人员在接受《中国企业家》记者电话询问时透露,“7月27日就生产了,28日因为一些订单要赶着交货,一些生产线还要加班的”。

目前,由雷士照明执行董事兼副总裁穆宇、副总裁兼财务总监谈彦、负责支持系统的副总裁王明华三个人组成的临时管理委员会,开始让公司恢复正常运转。有接近雷士照明的知情人士透露,“两派围绕控制权的争夺,最终不能影响到公司正常运营,目前双方已经就这一点达成共识。所以,董事会最快应该在今天(7月30日)正式授权这个临时管委会先负责公司的正常运营。等到8月10日,董事会对于吴长江能否顺利回归给出明确答案”。

就在雷士照明工厂复工的同时,由上述供应商和运营商代表组成的雷士照明运营中心联盟会对外宣布,“不会等待董事会的答复,不管吴总回不回来,都要推出新品牌、新产品”。“如果吴长江不能重回雷士,雷士36个运营中心、3000个专卖店可以一夜之间把雷士的商标撤下,换上



自7月13日发生罢工停止供货事件以来,雷士照明一直停牌至今

新商标”。

对于商家的上述行为,吴长江已明确表示,“不会参与经销商组建的新公司和新品牌,会尽我最大的努力来阻止新品牌”。

雷士照明商家组建新品牌,到底是另谋出路,还是以此次来挟董事会?这已经不再重要。日前,又有自称雷士照明高层再度向媒体爆料,“公司二股东软银赛富的员工是雷士照明两家关联公司(中山市圣地爱司照明有限公司和重庆恩林电器有限公司)的主要股东之一。但在公开文件中,只字不见赛富亚洲基金和这两家公司的关系。在涉及这两家公司的表决时,软银赛富派驻在雷士照明的代表阎焱和林和平也未见回避,这已经形成关联交易,是作为投资者软银赛富的污点”。

投资人秘密交易只是行规？

面对保吴派方面的“步步紧逼”,目前正主导雷士照明董事会的阎焱,显得从容不迫。《中国企业家》记者看到,这位在投资界有着赫赫声名的VC教父阎焱,在与媒体的沟通过程中一直颇有信心打赢这场控制权的保卫战。

面对外界担心的“雷士照明经

商倒戈,组建新品牌”一事,阎焱表现得相当淡定,“我觉得他们做品牌就是个joke(笑话)。他们能做早就做了,何必等到今天?谁都想自己创业,但创业有风险,千千万万个企业都失败了。有多少人是在马云?”

面对雷士照明高层爆出的软银赛富与雷士关联企业存在多起“私密交易”。阎焱则反驳称,“我们从不做私下交易,赛富投资任何一个企业,都要求给予董事期权,这是公司行为”。对于在恩林电器、圣地爱司持有股份,阎焱澄清道,“赛富的投资,要求覆盖这一集团所有的业务相关部分。如果我收购一个卖菜的企业,也一定要把他的菜园子一并买进来,这样才不会发生价格转移”。

上述知情人士也向《中国企业家》记者表示,“当前,阎焱之所以如此淡定,应该是看清楚了吴长江手中的底牌。在这场商业游戏规则中,作为大股东吴长江的任何举动都会直接伤害到整个公司的未来发展,最终透支的是自己利益。从某种意义上看,吴长江和阎焱都是利益一致行动人,当前的争夺只是为了在未来为自己争取更多的商业利益”。

不过,作为投资人的阎焱,在这场“雷士照明”控制权争夺战中,不仅被指“逼走创业者吴长江”,还存在

“越来越多地参与到雷士照明的具体运营过程中”,并且与第三大股东施耐德暗中联手,“以外行身份操纵整个雷士照明市场运营”,这些都让外界质疑为“手伸得太长”,超出“创业者与投资者”之间的商业规则。

在近年来的雷士照明与上述两家关联公司的交易和公告过程中,软银赛富持股一事并未被披露。同时,作为软银赛富代表在董事会涉及上述两家关联公司的表决过程中也没有主动回避。这无疑增加了社会对于阎焱投资者定位的质疑。

“两败俱伤,已经成为当前保吴派和投资人争夺到现在唯一的结果,这其实是让雷士照明的竞争对手抓住了扩大市场的好时机,捡到一个大便宜”,一位不愿具名的雷士照明高管向《中国企业家》记者表示,“无论吴总是否能够顺利重返董事会,对于公司来说,当前的问题应该是迅速解决争议,全力发展企业。”

浙江万里学院客座教授冯洪江也认为,“如果说,雷士照明的这场争夺战留给社会和市场的,除了投资者与创业者的关系如何协调和维护,还有当企业面临内部控制权争夺战时应尽量避免将内部矛盾外部化,否则将对企业的品牌、信誉、客户造成难以估量的伤害”。

石油巨头角力全产业链

纵观二连三的国企、外企石油巨头间的并购、合作,很难寻觅到中国民企建设全产业链的身影。虽然国家鼓励民企进一步扩大能源领域投资,但对于实力相对弱小的民企来说,还是力不从心。

■ 本报记者 陈玮英

最近一段时期,无论是中国的石油巨头还是国外的石油大佬,都在加紧丰满自己的羽翼。

中海油宣布,将斥资151亿美元收购加拿大尼克森(Nexen)能源公司。这成为迄今为止,中国企业实施的最大一宗海外能源收购,也是迄今为止中国企业规模最大的海外收购案。

壳牌中国集团主席林浩光日前透露,总投资达800亿元人民币的台州炼化、炼油、销售一体化项目已经由国家发改委立项,并将进行可行性研究。这是壳牌在中国首次参与炼油业务。

在业内专家看来,这些公司看重的不是“最大”、“首次”的标签,他们的做法不言而喻,就是选择在经济相对低迷期完善各自的全产业链。

从全球布局到全产业链布局

“收购尼克森是中海油开展全球化战略的重要步骤。”中投顾问能源行业研究员宛学智认为,这将对中海油拓展海外市场,增强原油能力有重要帮助。此交易最后完成还需要加拿大政府批准,有可能会涉及美国、英国、欧盟等相关国家,因此可能会持续一段时间,但不会阻碍中海油并购尼克森。

中海油董事长王宜林近日表示,中海油对外合作方式主要是两种,一种是并购,看准比较好的并购项目;第二种是发现有潜力的勘探区块,从勘探开始就与他人联手合作一个区块的勘探工作,进行全产业链的经营,这是比较好的合作方式。这种全产业链的构想已经成为

全球石油巨头对抗的基础。

据《中国企业家》记者了解,台州一体化项目由中石油母公司中石油集团持股51%,壳牌和卡塔尔石油国际分别持股24.5%。项目包括每年炼油2000万吨、年生产乙烯120万吨以及30万吨级原油码头等工程。

壳牌媒体关系部的栗陆莎告诉《中国企业家》记者,目前壳牌在中国的业务包括上游的勘探开发、生产等,下游包括润滑油、沥青等以及项目和技术部。

此前,壳牌和天津农垦集团总公司合资成立壳牌华北石油公司,主要经营壳牌燃油零售业务。15年来,该公司从仅有的几座老式油站创业起步,截至2011年底,公司的总油站数达到210座。壳牌华北石油集团董事长白智生表示,未来5年,壳牌华北石油集团要实现网络规模的进一步发展,成为该地区的成品油零售顾客首选品牌。

事实上,壳牌一直在寻求参与炼油业务的途径。据了解,2006年,壳牌曾与中海油就中海油惠州炼油项目股份有过谈判,但被中海油拒绝。2007年,壳牌与中石化及科威特合资有意在广东湛江推动中科合资炼油项目,但两年后宣布退出。去年年初,壳牌与中海油谈判参与其惠州炼化二期工程仍未达成协议。

苦苦等待了4年的台州一体化项目或将使壳牌在中国的石油产业链最终得以完整。

厦门大学中国能源经济研究中心主任林伯强接受《中国企业家》记者采访时表示,打通全产业链已经成为石油公司的必修课。但是相比较而言,中海油的走出去应该没有比较大的障碍,“而壳牌在中国则相对有一些障碍,壳牌必须是与中国企业合作

方才有可能成功。”在他看来,中海油的困难是没有国际经验,走出去存在一定风险。而壳牌的困难则是中国对外资投资方面的限制。

“贵族游戏”

即使有再大的困难,中国市场对于外企而言仍然非常具有吸引力。“中国经济每年保持6%到7%的增长,因此这些外企会不断地进来,壳牌只是开了个头。”林伯强表示。

受全球经济影响,今年上半年,国际市场原油价格呈大起大落走势,第一季度上涨较快,第二季度则大幅下跌。这为石油大佬们提供了极为有利的时机。

“最近机会比较好,一般在经济危机时,或者油价比较温和的时候,这种活动就会多起来,‘谈什么都比较好谈’。”相反,在经济形势比较好,油价比较高的时候,这种活动就会减下来。林伯强分析称,但从目前国际并购情况看,“真正有钱的还是中国公司,国外的石油公司在当前经济不景气时期经营也不是十分好。”

可是这并不包括民营油企。纵观二连三的国企、外企石油巨头间的并购、合作,却很难寻觅到中国民企建设全产业链的身影。

虽然国家鼓励民企进一步扩大能源领域投资,但对于实力相对弱小的民企来说,还是有些力不从心。

6月下旬,国家能源局下发了《关于鼓励和引导民间资本进一步进入能源领域投资的实施意见》,对民营投资范围、配套措施等进行了细化,特别是对已经进入能源领域的民营炼油厂的发展要进行规范和指导。这为民间资本投资能源领域打开了一扇实实在在的“大门”。

目前,在国家发改委立项的大型炼油项目,还没有民间资本参与。“但大型炼油项目投资规模很大,对于民间资本来说门槛过高。”石油大学工商管理学院副院长董秀成表示。

“从大的环境看,民企与外企是站在了同一起跑线上,但从实力角度看,外企更充足一些,可以上下依托,很好地打通全产业链。”林伯强坦言,但民企的实力则相对小一些,民企更多的是投资利润更鲜明的领域。“目前,中国炼油业亏损,民企是不会投资亏损业务的。”

炼油业在中国亏损已不是新鲜事,究其原因又回到了老生常谈的政府定价机制问题。与国外市场定价机制相比,如果炼油亏损,炼油厂则不会继续炼油,那么产业链将会慢慢中断。林伯强表示,“目前国内石油全产业链的现状则为:炼油产业亏损,那么企业可以从其他产业实现盈利,从而寻找平衡。”

这对民企而言要困难得多。“中国民企目前还处于相对比较急功近利的状态,不像大型外企能够比较战略性地看待问题,大多数中国民企的想法就是今天进入市场今天就要赚到钱。”林伯强如是说。

因此,对于打通石油产业链上游环节,对民企更是难上加难。一位专家向记者解释,对于中石油、中石化而言,投资一二百万元打个井,即使最后打不出油,可能损失也并不大。但对民企来说,可能意味着血本无归。除了不确定的风险之外,上游勘探开发所要求的高额资金、技术都是民企不得逾越的门槛。

“如果石油业始终处于目前价格机制状态,长此以往,那么炼油业将会慢慢萎缩。”林伯强直言不讳地讲。

比亚迪“深寒”

王传福反思说,比亚迪过去犯了一些错误,我总结出三个:网络问题、企业与媒体关系问题,最重要的一个是品质问题。

■ 本报记者 董秋彤

对于比亚迪来说,刚刚过去的这几个月确实是个“多事之秋”。继撞车燃烧事件、减薪事件之后,近日,接二连三的传闻又将其推向了舆论的漩涡——7月16日,因网上一则有关戴姆勒弃用比亚迪电池的消息传出,比亚迪A股与H股股价双双遭受重创,A股跌停,H股一度大跌近7%。其后虽然经过辟谣比亚迪股价出现小幅反弹,但一波未平,一波又起,随后传出的巴菲特在香港减持手中的比亚迪股票,令资本市场再次出现动摇。

据中国汽车工业协会发布的2012年上半年的汽车销量数据显示,这匹曾经被誉为自主品牌“黑马”的比亚迪汽车,甚至在上半年跌出了销量前十的榜单。

“由于在2010年前,比亚迪汽车的销量差不多连续5年以100%的比例增长,这让公司对产品品质的重视程度降低。”比亚迪汽车股份有限公司总裁王传福近日接受媒体记者采访时说,“比亚迪过去犯了一些错误,我总结出三个:网络问题、企业与媒体关系问题,最重要的一个是品质问题。”

业内人士分析,作为一家在电动车方面最有实力、最有可能扭转中国汽车在世界汽车格局中不利地位的自主品牌厂家,比亚迪在经历了高速发展和快速扩张的一段时期后,它已经碰到了自己的瓶颈。

自2009年以来,比亚迪公司业绩一直持续下滑:2009—2011年,比亚迪的净利润分别为37.94亿元、25.23亿元和13.85亿元,后两年分别同比下降了33.48%和45.13%。而据比亚迪此前发布的今年一季度财报显示,截止到2012年3月31日,比亚迪在前3个月共实现净利润2700万元人民币,远低于上年同期的2.667亿元人民币,第一季度净利润较去年同期下滑达90%。值得注意的是,比亚迪的汽车业务仍处于亏损状态,同时,如果扣除节能补贴、汽车研究补助等相关政府补贴,比亚迪一季度的整体利润也是亏损。

汽车专家贾新光认为,在经历了去年的销量下滑之后,比亚迪原本打算依靠它的电动车战略来一个弯道超车。但却正好碰到中国的节能和新能源扶持方向发生了变化,从此前的不补贴混合动力汽车,转向补贴混合动力汽车,这给比亚迪电动车的推广和销售带来很大的竞争,局面逐渐转向不利。

但是,真正拖累比亚迪业绩的还是汽车业务,眼下,汽车业务在比亚迪总体业务中所占的比重已经达到47.8%。实际上,自2010年以后比亚迪汽车业务就在持续下滑,而2012年比亚迪更是受到整个汽车市场不景气的拖累,汽车业务更加持续低迷。

“今年一季度,比亚迪的总体营业收入是增长的(117亿元,同比增长0.2%),但净利润却出现下滑,比亚迪一季度的业绩表现实际上呈现出的一种‘逆向亏损’的态势。”一位汽车分析师认为,这也意味着,比亚迪在短期内很难实现业绩的改观。“虽然自主品牌整体业绩都存在明显下滑趋势,但比亚迪净利润的大幅下滑还是显得有些扎眼。”

也正由于此,比亚迪的资金压力越来越大。业内人士分析称,如果不尽快调整企业战略,缓解业绩下滑,比亚迪的境况将变得更加艰难。实际上,此前也有业内专家建议比亚迪应该改变一下投资结构,压缩在新能源车方面的投入,但目前,在今年第一季度利润大幅缩水的情况下,比亚迪方面始终未就是否会改变投资结构而做出任何表态。

中投顾问新能源行业研究员萧迅认为,比亚迪目前所面临的境况是其自成立以来最严重的困境,要想顺利度过,则应积极转变思路。“首先需要夯实资金回收较快的传统汽车业务,大力扩张热点车型的市场占有率。”他说,“比亚迪S6、F0、G6等畅销车型在同类产品中都有较高性价比,比亚迪在这些车型的宣传力度方面应继续加大,力求以点带面地帮助比亚迪尽快走出困境。”

“我希望比亚迪明年(2013年)开始腾飞,不需要增长50%—60%,增长5%—10%就可以了。”王传福对媒体说。

移动互联网再造智能机

(上接第九版)

据悉,最先从移动互联网中受益的手机厂商是诺基亚,其塞班系统可以下载一些小应用,例如游戏和阅读器,迅速吸引了大量只能使用短信和电话的传统手机用户,帮助诺基亚在2003—2005年一举打垮了国产手机厂商如波导等。

“智能手机主要是看到技术和市场的成熟,技术方面包括硬件和软件,软件主要是指第三方软件APP应用,可以说,智能手机90%以上的功能都是通过应用来实现的,没有大量优秀的应用供用户选择,智能手机也就不叫智能手机了。”唐黎说。

作为智能手机的内容支撑,移动互联网内容的变化直接决定了智能手机的主要功能。如今,一种可以看到的变化是,办公软件如金山WPS手机版、网易邮箱手机版、百度商务搜索等正在成为必不可少的应用,而且这些应用的用户数量还在以惊人的速度增加。

如果说智能手机的诞生主要用于游戏等娱乐,移动互联网商务应用的发展无疑正在重塑用户的这一消费习惯,进而带动了智能手机从休闲娱乐到商务办公方向的转变。的确,移动办公正在成为现实,云计算、移动化正在重构企业业务的运营管理模式。

在市场的推动下,开发者越来越多地侧重于商务应用,推动了智能手机商务化的发展,反过来又进一步刺激了商务应用的开发市场,传统互联网巨头自然不会坐视。网易、金山、百度等纷纷发力移动商务就是实证。

目前,网易邮箱手机版几乎预装了大多数的硬件厂商的智能手机,金山WPS手机版和金山快盘手机版已经基本实现了整合,百度也已经在手机上实现商务推广、移动营销。

随着我国成为全球最大的智能手机消费大国,国内移动互联网也步入了黄金发展期,通过智能手机上网的用户不断增多。易观国际的分析报告指出,2012年中国移动互联网用户数将有可能突破6亿,超过互联网用户数量。

这不仅是移动互联网的春天,也是智能手机的春天。