

博通拟以 1300 亿美元收购高通 华裔大鳄四年做到全球第五

近日，博通拟以 1000 亿美元收购高通，这个消息震惊了全球科技行业。

据路透最新消息,博通建议以每股 70 美元现金加股票方式收购高通，交易总价值 1300 亿美元。截至 5 日发稿,博通股价盘前涨超 3%。

一旦这笔交易成功，不仅将会是全球半导体行业历史上体量最大的并购案，也将造就一个主导诸多芯片领域的巨头，甚至可能直接对苹果和三星这两大智能手机巨头的供应链产生冲击。

而记者注意到，这起或将颠覆半导体行业格局的天价并购计划背后，是一位极其低调的 64 岁马来西亚华裔——博通总裁兼 CEO 陈福阳。尽管目前“双通”是否能真正走到一起还尚无定论，但收购高通却很符合陈福阳多年以来“并购狂魔”的性格。

哈佛毕业名起安华高

对于半导体行业的门外汉们来说，很可能从未听过陈福阳这个名字，因为他极少接受媒体采访，也很少出现在公众视野中；他没有社交网站的公开账号，网上的相关介绍少得可怜，甚至连维基百科的词条都没有。

绝大部分时候，他的名字只会出现彭博的高管资料和博通公司的交易新闻里。但就是这样一位极其低调但却声名鹊起的大佬，近日还在白宫受到特朗普的接见，并宣布将把博通的总部从新加坡迁至硅谷的圣何塞。

陈福阳 1953 年出生在马来西亚华人聚集地檳城。1971 年,18 岁的陈福阳来到美国麻省理工学院(MIT)求学。MIT 的网页资料显示,他在 1975 年这一年同时拿到了机械工程系学士和硕士学位。随后又在哈佛大学商学院拿到了 MBA 学位。

《财富》报道称,今年年初,陈福阳和其妻子 K.LisaYang 还为 MIT 捐款 2000 万美元，建立了自闭症研究中心。

名校毕业之后的陈福阳先后进入通用汽车、百事可乐等美国传统巨头企业,担任高管职位。1983 年-1992 年,陈福阳先后在在休姆工业（马来西亚,Hume Industries Malaysia BHD）和新加坡风投基金 Pacven 投资公司任董事总经理。

而陈福阳真正迈入科技行业，是在他 1992 年离开 Pacven 投资公司、加入家用电脑



制造商 Commodore International，在那里,陈福阳担任公司副总裁，主要负责金融业务；1994 年 8 月,陈福阳加盟半导体解决方案公司 Integrated Circuit Systems Inc.(ICS),先后担任公司高级副总裁、CFO、COO、总裁兼 CEO 职位;后来 ICS 作价 17 亿美元出售给了硅谷半导体公司 Integrated Device Technology(IDT)，陈福阳也因此进入 IDT 公司,在 2005 年至 2008 年担任 IDT 董事会主席。

记者注意到，陈福阳真正在科技行业声名鹊起还是在 2006 年加入安华高(Avago Technologies Ltd)后。陈福阳凭借着出色的企业经营能力,在 2009 年成功带领安华高在纳斯达克上市。

“并购狂魔”用四年成为世界第五

不过，陈福阳真正成为全球半导体行业的知名大佬还是在过去四年——他凭借着高超的资本运作和胆量，在短短几年时间完成了数笔巨额交易，连续吞并更大的行业同行，成功将安华高打造成全球第五大半导体公司。

据《纽约时报》报道,2013 年,陈福阳主导安华高斥资 66 亿美元、溢价 41%收购硅谷圣何塞的存储芯片公司 LSI，交易在次年完成。为了这笔收购,陈福阳从银行贷款 46 亿美元，又从曾经的股东银湖资本那里获得了 10 亿美元可转债贷款。不过,完成这笔收购之后,安华高营收增长了 70%，股价从收购之前的 50 美元飙升到 100 美元。更为重要的是，安华高获得了利润颇丰的数据中心存储芯片业务，进一步扩大了自己在半导体行业的话语权，并取代了 LSI 成为标普 500 指数成分股。

《财富》和彭博社报道称,2015 年 5 月，安华高宣布斥资 370 亿美元收购加州的老牌

芯片公司博通，其中包括 170 亿美元的现金和 200 亿美元的股票。这也是半导体行业当时的最大规模收购交易。

根据东方财富博通资料显示，博通是一家建立有 50 年的半导体企业，后续随着 LSI、AVGO 和 broadcom Corporation 的加入，迅速在规模上做大。可以看得出,收购标的十分优良。此次收购完成后,按照 2016 年的营收计算,“新博通”已经是排名英特尔、三星、台积电和高通之后的全球第五大半导体公司。

为这笔交易，安华高融资了 90 亿美元。交易完成后，安华高与博通的合体公司改名为博通有限，但股票代码依然是安华高的 AVGO,博通之前的 BRCM 股票则退市。“新博通”业务横跨了智能手机、机顶盒、无线 Wi-Fi 等诸多领域的相关芯片。从收购博通至美股 11 月 3 日收盘,博通的股价已累计上涨 114.21%。

完成收购博通仅仅 10 个月后,陈福阳领导下的“新博通”又宣布斥资 59 亿美元收购网络设备公司博科通讯(Brocade Communications SystemsInc.),深耕快速成长的数据中心网络设备市场。然而,虽然现在这笔交易现在还没有完成,但“并购狂魔”陈福阳已经将枪口瞄向了移动芯片巨头高通。

记者注意到，陈福阳选择在这个时间点出手收购高通，也是抓住了今年高通的低谷期——由于智能手机芯片竞争加剧，专利授权业务屡遭重创,在中国大陆、中国台湾和韩国接连收到天价罚单，今年更是将苹果告上法庭,禁止后者在中国生产和销售苹果产品，导致被迫下调营收预期。

还需要指出的是，在博通拟收购高通的消息被媒体曝光后,高通股价迅速飙升 13%，创下了过去十年来的最大涨幅，市值也回升到了 900 亿美元以上。但彭博社报道称,如果要拿下高通这家三十多年历史的移动通讯巨头,目前博通约 1030 亿美元溢价不到 30%的报价还无法打动高通的董事会与股东。

博通很难成功收购高通的另一个原因，是高通目前有一桩并购没有完成，这同样是一大障碍。去年高通宣布斥资 470 亿美元收购车联网芯片公司 NXP,这一交易目前还在等待美国和欧洲监管部门的审核。在这一交易完成之前,博通是无法收购高通的。

(作者:蔡鼎 来源:每日经济新闻)

控股富士通 PC 联想欲重夺市场第一？



老牌 PC 厂商联想集团仍在 PC 业务上持续扩张。11 月 2 日,联想集团宣布收购日本富士通全资附属公司富士通客户端计算设备有限公司(FCCL)51%的股权,交易金额为 255 亿日元(约合 2.24 亿美元)。

富士通 PC 业务成鸡肋？

交易完成后,FCCL 将变更为合资公司，为富士通、联想和日本政策投资银行共同所有,并继续保留原公司名称。联想方面表示,通过该战略合作，联想和富士通将在日本和全球范围进一步推动个人电脑业务的增长，扩大规模和竞争力。

“成交价格并不贵”，独立 IT 分析师付亮称,从富士通的角度来看,在全球 PC 市场持续萎缩的环境下，市场留给头部玩家以外的企业的机会并不多。“投入大产出小,PC 业务对于富士通来说成了鸡肋。”

媒体报道称,伴随着移动设备普及,日本国内个人电脑市场萎缩，加上来自中国大陆和台湾厂商的挑战，富士通个人电脑部门也面临增长乏力的局面。

日经新闻援引消息人士话称，联想还有意收购富士通的手机业务，而后者今年 2 月份就剥离了手机业务，为出售做准备。

独立 IT 分析师唐欣称,富士通正在将更多精力投入到面向企业的服务。目前富士通最大营收来源是科技解决方案部门。将旗下 PC 业务与联想整合后,富士通将更多的管理资源转移到信息技术服务领域来重建其盈利能力。

联想的企图:重当 PC 老大？

在今年一季度之前,联想已经连续 15 个季度占据着全球 PC 第一的王座。

今年 4 月，根据 IDC 发布的数据,2017 年一季度,惠普全球市场份额为 21.8%,联想为 20.4%,惠普 PC 市场份额超过了联想。这是三年多来，联想首次失去了 PC 全球老大的宝座。

5 月份,联想发布了 2016/2017 财年全年业绩。联想在 2016 年扭亏为盈,但整体业绩并不乐观,集团三大业务收入都在减少。

“联想一定要快一点,一日千里的互联网时代,没有太多时间给它”,彼时,一位联想前高管告诉记者。

“联想一直处于依靠收购扩大份额”，独立 IT 分析师唐欣称，联想收购富士通 PC 业务也是为了进一步扩大其市场份额。通过把销售渠道和零部件供应商以及其他规模经济结合起来以提高成本竞争力。通过此次交易，富士通的客户支持、研发、制造能力与联想的运营能力、采购和供应链体系以及全球化的业务布局相结合。

此前联想收购 IBM，使联想得以获得入围全球 PC 知名品牌的门票，之后的整合发展,更让联想获得全球 PC 市场占有率第一。

对富士通的收购会帮助联想重返 PC 世界第一吗？联想方面表示,据 IDC 数据,截至 2017 年第三季度，联想 PC 全球市场占有率为 21.6%,加上富士通大概 4%,联想+富士通合计占有率估计 25%左右(估值),已经成为事实上的全球第一。

(杨砺)

编者按

品牌是消费者对产品及产品系列的认知程度。品牌是人们对一个企业及其产品、售后服务、文化价值的一种评价和认知,是一种信任。品牌已是一种商品综合品质的体现和代表,当人们想到某一品牌的同时总会和时尚、文化、价值联想到一起,企业在创品牌时不断地创造时尚,培育文化，随着企业的做强做大,不断从低附加值转向高附加值升级,向产品开发优势、产品质量优势、文化创新优势的高层次转变。

五粮醇品牌创立的时间并不长,但是,近年来其价值却不断创新高,不能不说这是一个奇迹。五粮醇品牌的塑造过程,非常值得业界认真思索,并吸取有益经验。

不忘初心， 五粮醇品牌价值再创新高

■ 本报记者 王剑兰

9 月 25 日,2017(第 23 届)中国品牌价值 100 强在法国巴黎正式揭晓,五粮液集团旗下品牌五粮醇以 111.58 亿元的品牌价值居榜单 41 位。

据悉，中国品牌价值研究报告始于 1994 年，是中国国内最早也是持续时间最长的关于品牌价值比较的专业研究，由睿富全球排行榜资讯集团与北京名牌资产评估有限公司共同进行。中国品牌价值研究报告以中国市场竞争性消费类行业领先品牌为跟踪研究对象，已成为海内外了解中国品牌的重要参考。

五粮醇是五粮液股份公司以“五粮”字头命名的三大重点品牌之一,自 1995 年上市,先后经历了三次大的升级换代。五粮醇为何可以连续数年入围中国品牌价值百强榜单,品牌价值持续增长?

记者走访了酒类权威人士。据介绍,五粮醇品牌持续增长的原因有三个。

其一,源自五粮液的品牌基因。五粮醇品牌一直是五粮液公司的战略核心品牌之一,长期以来备受公司重视,从早期的“1+9+8”品牌战略到当期的“1+5+N”品牌战略,五粮醇品牌都是系列酒品牌中的战略核心之一。并一直给予了“中央电视台品牌宣传、创新产品、技术支持、独立运营”等资源倾斜和大力支持。

其二,传承五粮浓香的品质保证。品质是五粮醇品牌的基础优势,从选料、酿制,调酒每一个环节都一丝不苟,精益求精,成就浓香型健康白酒。五粮醇上市 20 余年不



负众望，率先迈出品类化战略。2009 年 5 月,五粮醇品牌紧跟时代消费趋势,精心调配出更适宜现代人口感的淡雅、醇和、味

甘、尾净的酒品风味。“五粮新口感,淡雅五粮醇”,淡雅五粮醇系列成功上市,一时风靡全国，奠定了五粮醇在中国白酒行业创



新典范地位。新生代白酒消费者更注重产品品质、食品健康、互动体验。五粮醇酒传承 3000 多年的酿造技艺、依托十里酒城、

甄选上等五谷杂粮,2016 年怀着恭谦的态度匠心酿制出入口柔和、入喉顺畅、入胃温润的臻选系列。尤其是全新的 40 度酒体，满足新生代消费群体的健康饮酒新风尚。

其三，以消费者培育为核心的交互式营销方式。当优秀的产品、广阔的市场，都只是五粮醇百亿品牌价值的前置条件,作为五粮液集团主流价位产品，五粮醇更加坚定地站在消费者身边，贴合消费者的需求,将品牌精准定位于大众主流消费人群。2017 年,五粮醇开展了“醇真年味儿”、“春娇救志明一喝五粮醇 找对的人”电影主题促销活动、“铸梦计划”大学生暑期实践工程、“五粮醇杯 2017 年全国健身瑜伽公开赛”、“我敬祖国”等一系列大型主题促销活动,开启“五粮醇美好酒家”品鉴平台,开展“五粮液文化之旅”，让消费者深度参与五粮醇的营销过程中,综合营造出五粮醇“畅享美好生活”和“不止这一杯”的品牌诉求。五粮醇不忘以消费者为核心，为消费者提供健康高品质的消费体验的初心，旨在为消费者提供更好的服务。

强大的品牌基因给予有力支持，精益求精的酿造态度成就超高酒体品质，与消费者贴近的品牌推广快速打开大众市场，三位一体成就五粮醇百亿品牌价值。

据悉,2018 年将是五粮醇品牌战略转型的关键年，预计将在运营策略和品牌整合方面展开系列动作。未来五粮醇必将持续探索前行,构筑文化性质体验、创新搭建互联网营销平台、创立社群联盟经营核心圈层，逐步成为更具中国品牌价值的优秀品牌。