

五国企撑场 亚视内地化

倾囊而出 王征入主亚视雄心勃勃

已购入亚视可换股债券的上海地产富豪王征,有望成为拥有 53 年历史的亚洲电视的第七代掌门人。

3 月 11 日,全国政协委员、荣丰控股董事长王征携手内地 5 家著名国企召开新闻发布会,宣布入主亚视后的未来发展大计。发布会上,中国人寿、招商银行、中国海外集团、北京银行、粤海控股集团五家内地企业,与香港亚洲电视签订了战略合作协议。

声言要将亚视打造成“亚洲 CNN”的内地商人王征表示,希望争取在上半年入主亚视,但有关程序有待香港广管局审批。

王征倾囊而出

王征表示,上述五家国企不会入股亚视,但会在业务、广告投放、技术支持和资本运作等方面与其建立合作。

中国人寿董事长杨超称,计划透过亚视的广告推广公司在亚洲的形象,宣传公司保险产品、技术及服务,对未来会否入股则不作评论。招商银行行长马蔚华表示,亚视是香港重要传媒,招行将视亚视作为公司在香港的宣传平台,但并未透露广告费的金额,只表示要视乎产品服务而定。马蔚华表示,由于内地企业不能投资亚视,所以选择从其他方面合作。

然而值得注意的是,亚视与上述 5 家企业的协议有效期为一年,且自王征入主之后方能生效。

王征本人为此收购也将押出不小筹码。据中国海外集团董事长孙文杰在发布会上透露,王征拟以 60 亿元身家全部投向亚视,假若收购成型,中国建筑亦有意将其内地地产事业照单全收。

孙文杰表示,王征此前深感在内地单做房地产没有出路,数年即在寻找新的出路,一度与自己探讨过收购澳洲地产和矿业公司,但经过几个月调查后,最终选择放弃。随后其曾有意以 40 亿价格收购香港另外一家免费电视台 TVB,另外 20 亿身



人物内存:

王征, 深交所上市公司荣丰控股董事长,全国政协委员。曾出任香港多家房地产公司的高层, 持有香港身份证。1992 年, 上海发展高架路, 王征根据上海市“实物批租政策”, 以上海市南京路黄金地段一块接近 9 万平方米土地, 赚取 1.7 亿元人民币, 自此扬名于上海房地产业。有分析人士据此认为, 王征有港人身份, 而且熟悉内地市场, 对亚视未来发展有帮助, 是呼声最高的潜在投资者。而 2009 年中, 王征曾在查懋声带领下, 到亚视大埔厂房参观。继香港亚洲电视大股东查懋声确认有意卖盘之后, 潜在收购方一直是各界关注的焦点。港媒 2010 年 2 月 2 日报道, 内地地产商荣丰控股董事长王征除计划买下查氏家族、凤凰卫视主席刘长乐及亚洲电视台非执行董事陈永棋持有的亚视股权外, 亦拟向中信集团提出收购其所持股份。

家仍用于房地产市场的经营。然而此番针对亚视的收购“将把另外 20 亿也加上”。

亚视内地化

对于王征来说,他面对的是长期亏损

的亚视。

对亚视今后发展,王征表示:“假如我做亚视,我肯定要开拓些新的领域,如澳门发现看 ATV 的人很多,但 ATV 对澳门的关注不够;ATV 在珠三角深耕的不够;此外,每一个香港卫视都有一个普通话频道,可亚视还没有。”

目前, 亚视内地色彩越来越浓厚,并成为最早获准在内地落地的香港地面电视台,在珠三角地区落地。

目前, 香港本地的免费电视市场中, 无线电视约占 80% 的收视。香港亚洲电视大股东查懋声此前指出, 香港只有 700 万人口, 其免费电视市场正在萎缩, 而附近的广东省则拥有近 1 亿使用广东话的观众, 亚视在内地的收益已高过香港。

近年, 内地不少电视台愿意向亚视拨出部分广告收益, 亚视也正向内地相关部门争取, 在转播亚视节目时得到一半的广告时段, 未来计划在内地设立广告公司开展业务。

蔡查之争

王征能否最终控股亚视, 仍存在不确定因素, 而其本人在发布会上亦坦承, 对亚视的入主程序仍未完成。

阻力之一来自亚视内部。尽管王征高调主持发布会, 但关于其最终购入多少股权及出价, 目前外界均不清楚。一种说法是, 王征计划从目前的亚视大股东查懋声等人手中买下 52% 的亚视股权, 但也有说法是王征最后将持有 37.6% 的亚视经济权益, 投票权超过 61%。而查懋声引入王征, 这一举动引起另一大股东旺旺集团董事长蔡衍明抗议, 他已入禀香港高等法院, 控告查懋声违反董事诚信, 以低于协议价格发行可换股票据, 摊薄他的亚视股权, 违反股东协议。而其本人 11 日亦未现身发布会。

虽身处京港两地, 亚洲电视两大股东——查懋声和蔡衍明为了亚视股权的安排, 连日来战火不断。亚视大股东查懋

声表示, 与王征相处几个月以来, 认为对方是很实干的人, 并认同他的理念和路向, 也敬佩对方希望将亚视带上国际平台的决心, 并表示要做“第一对中国有利、第二对香港有利、第三对亚视有利的事情”。

阻力之二来自香港社会。王征以浓厚的内地背景对亚视“掌门”志在必得, 在香港引起不少争议。不少港人担忧, 这或将令亚视未来节目独立性不保。尽管王征强调, 这次入股的资金均来自他本人, 自己入股亚视纯粹是商业决定, 没有内地或香港的官员跟他接触过。香港立法会信息科技委员会副主席李永达仍担心, 内地企业会透过财务工具, 直接或间接影响亚视的节目或新闻报道。

欲打造“亚洲 CNN”

王征 11 日表示, 他会在 3 月 15 日到亚视上班, 而计划入股的股权会超过 50%。王征强调, 入股亚视后不会裁员, 更会公开挖角、增聘人手, 希望尽力办好亚视, 令亚视“反败为胜”。

“现在满脑子都是亚视, 放在荣丰地产和亚视上的精力将各占一半。”王征表示, 要将亚视打造成“亚洲的 CNN”, 希望将亚视的收视率发展成和香港无线电视不相上下。他解释, “亚洲的 CNN”不是亚洲的一个有 CNN 地位的电视台, 而是让全世界想看亚洲东西的人都会每天看的电视台。这与他近日说过的“如果我接手亚视, 我要召集英雄, 收复失地”的雄心壮志, 并无二致。

王征说, 入股亚视后的第一件工作将是制定中长期规划, 开拓亚视新的盈利点。

之前的 3 月 9 日, 王征曾表示, 入股亚视后将“以新闻报道为利器, 组建并亲自带领新闻‘敢死队’到伊朗、朝鲜、缅甸等地区采访。我以后的任务, 就是抓大方向、大趋势, 兼任敢死队队长。”

(本报综合)

张近东 两会“放炮”惹“麻烦”

东商城副总裁徐雷表示, 未来消费者需求多样, 一种流通方式不可能满足需求, 实体店与网上商城等流通渠道明显互补。

七天电器直销网 CEO 左英杰认为, 电子商务企业盈利并非问题, 只是目前“规模高于利润”。未来 5 年, 一定会出现成批的盈利的电子商务企业, 而未来 10 年, 网购与实体店在零售领域将各占半壁江山。

著名 IT 业观察人士赵福军表示, 张近东为网购下定这论“太早”。网购人群正持续扩大, 未来不但会成为一种基础性应用, 还将成为一种生活方式。由于本土网购产业链正逐渐成熟, 这将为网购带来新动力。他甚至表示, 张近东的言论, 或许“在为苏宁易购未来可能潜在的经营不善埋下一个辩解的伏笔”。

而另有一位网络营销策划人士直接声称, 张近东不懂电子商务, 已经“out”了。此前, “第二城”创始人、IT 资深渠道人士李易就直白表示, “伟大的张近东不懂电子商务”, 因为他以为花 300 万元建个网, 就算很先进了。

张近东说错了什么?

张近东到底怎么了? 他是在随意发出观点吗?

看上去他没有说什么错话。因为, 截至目前, 整个网购市场的交易规模仅仅只有社会消费品零售总额的不到 2%; 而截至目前, 全国网民数量虽近 4 亿, 但网购用户(B2C+C2C)仅 1 亿左右, 而中国总人口在 13 亿以上, 显然从规模上看, 它确实也并非“主流”。

赵福军表示, 从电子商务在零售销售中扮演的角色来看, 一个成功的网购行为仍旧摆脱不了物流配送、仓储、支付等环节的支撑, 仍扮演平台、媒介或工具角色, 缺乏线下零售卖场或直营店的品牌影响力。此外, 目前, 网购短期内赢利压力很大, 除当去年宣布赢利外, 其余基本都在亏损。

而且, 即便竞争对手, 也在“帮衬”着他的观点。国美电器一位高层人士对媒体表示, 全国电器市场总容量大约 8500 亿

元, 而根据去年全年网购产生的销售额, 仅为几百亿元, 大约仅占 1%, 称其为“非主流”也没什么错。此前, 国美电器发言人何阳青曾强调, 电子商务平台是国美电器的补充与辅助。

咨询公司 GFK 的数据显示, 2009 年, 中国家电网购全年销售额超过 400 亿元, 预计今年翻倍到 800 亿元。

美、日本、韩等电子商务发达市场数据与 GDP 的比例, 应能证明现阶段网购的地位。如日本网购总额只占 GDP3%~5%, 美国为 7% 到 10%, 韩国较高, 达 20% 以上。如果细分到家电, 比例更低。

而一直强调电子商务平台价值的百思买, 2009 年的线上交易额大约为总销售额的 1/50。国美上述高管表示, 而就中国市场来说, 目前还是初期演进阶段, 未来 3 年, 或许能看出在线业务稳定的占比。

相关链接: 看, 一个电子商务实用主义者!

那么张近东上述言论的目的是什么呢? 最直观的印象, 他似乎在为苏宁实体业务的扩张奠定基调。

在说完“主流”、“非主流”之后, 他立刻谈到, 2010 年, 公司将新开 543 家门店, 其中 200 家覆盖一、二级市场, 300 家覆盖乡镇, 并详细地谈到布局思路。这是苏宁近年来最疯狂的一次开店计划。

他也谈到苏宁易购, 却只言片语。而且, 他再度强调, 10 多年前面临虚拟和实体选择时, 经过深入考察, 他最终选择了做实体店。

这些故事, 苏宁总裁孙为民、副总裁金明都讲过。说是 1999 年苏宁“二次创业”时, 有国内咨询公司建议它发展互联网, 在居民小区摆电脑, 派驻网络人员。“几位咨询公司专家给我们洗脑, 讲了很多东西。”金明说, 但张近东觉得“不靠谱”, 因为不管业务怎么做, 老百姓还是要买东西, 必须“能赚出真金白银”。

金明透露, 张近东当时认为, B2C 还缺少四大条件: 一是没“路”。网络覆盖、网络带宽不够; 二是没“车”。大部分家庭没

电脑, 2007 年才达临界点; 三是“飙车的人太少”, 网购习惯没形成; 四是缺乏“交通规则”。截至目前, 市场也非常混乱、真假买假、不开票。

过去 10 年, 张近东确实将精力花在了实体网络布局上。截至目前, 已在全国拥有 1000 多家连锁店、100 多家物流中心、300 多个中转点, 3000 个售后服务网点, 同时投资几亿元上马了信息系统。金明说, 回头看, 张近东的决定“非常正确”。

10 年来, 张近东对电子商务的观点并没多大变化, 他是一个实用主义者。他至今认为, 电子商务是满足消费者个性需要的平台, 不能“过于夸大”, 不要用“先进”来形容它, 更不能由此否定传统渠道, 把“本质丢掉”。

但苏宁为何前不久又紧急上马易购呢? 金明强调, 张近东并不漠视互联网, 公司也不敢“高枕无忧”。他透露, 1999 年、2000 年, 曾连续拜访 8848、新浪网。新浪网首个电器商城, 就是苏宁承办的, 但苏宁自己在这上面没做什么业务。不过 2000 年时, 也曾被一家咨询公司渲染得上火了, 充满激情地注册过“中国电器网”, 之后不了了之。

孙为民去年谈过这段旧事。他用“想了 10 年”、“四次升级”概括了这 10 年脉络, 其中伴随着苏宁巨资上马信息系统的过程。

金明透露, 直到去年初, 公司与 IBM 达成合作, 才正式为 B2C 立项。他说, 张近东其实一直带领大家分析。而目前, 四大瓶颈已不再是瓶颈, 苏宁在物流、信息系统等后台建设上已做好准备。

说张近东对电子商务“冷漠”、“不懂”可能有点过。2008 年全国两会, 他的提案是《规范网络经营环境大力发展电子商务》。这次两会, 他也提到, 物流是企业触网面临的最大门槛之一, 建议政府大力扶持现代物流, 帮助企业尽快开展电子商务。在他看来, 目前一些网上商城, 更像一个网站, 不能称之为“优势”, 不应该把苏宁和它们相提并论。

此前他还曾表示, 如果只用一个网站页面就能构建起核心竞争力, “那么大伙都可以建立一个苏宁电器”。



中华人民共和国六十年发展的亲历者、见证者、贡献者汪海

共和国骄子——汪海和他的中国双星 69

树起行业坐标(上)

□ 赵晏彪 2004 年尼日利亚温州鞋被列入“禁止进口商品名单”。

早在上世纪 90 年代, 汪海就意识到国际鞋业市场的竞争更加激烈, 以耐克为代表的世界名牌加快了新产品, 推出速度, 阿迪达斯也不断调整营销策略, 来势凶猛地抢占中国市场, 这预示着中国一批制鞋企业将在新一轮技术革命中淘汰。

与此同时, 我国鞋业市场竞争的激烈程度也大大加剧, 南方小厂一窝风地扩资增容, 总需求量相对过剩。加之原材料大涨价, 各企业竞相操起“价格”这个武器, 加快推出低端产品, 争取更大市场份额。这种“价格战”, 使国产鞋在国际市场上成为“低档鞋”的代名词, 也使得行业平均利润大幅下降。这种混乱的局面必然鱼目混珠, 导致一败俱伤的可怕结果, 于是汪海说, 作为一代鞋王, 汪海向同行们呼吁道:

“价格战, 最终会被文明的社会和理智的政府所淘汰, 中国鞋业必须进攻高端产品领域, 向更高的目标挺进。”汪海虽然多次借助媒体阐述自己的观点, 但是当时在价格战中鏖战得精疲力竭的同行们, 并没有把这种观点当一回事, 而事实上, 情况比汪海所料想的还要严重。2001 年 8 月至 2002 年 1 月在俄罗斯发生了几次扣鞋事件。2003 年冬罗马刮起了烧鞋风波。

同年 2 月俄罗斯内务部出动大量警力查抄莫斯科“艾米拉”大市场的温州鞋, 损失约 3000 万美元。最为轰动的是 2004 年 9 月发生在西班牙的火烧温州鞋事件。9 月 17 日, 在西班牙东部小城埃尔切的中国鞋城, 大约有 400 名不明身份的西班牙人聚集街头, 烧毁了一辆载有温州鞋集装箱的卡车和一个温州鞋商的仓库, 造成约 800 万元人民币的经济损失。然而, 埃尔切的大火虽然熄灭了, 事情却远远没有结束。人们心中充满了疑惑: 为什么又是温州鞋? 人们不禁想问, 近几年来在国际市场上攻城拔寨又屡陷困境的温州鞋究竟怎么了? 究竟怎么了? 正如汪海几年前所预言的, 中国的低档鞋扰乱了市场秩序, 影响了当地的生产和消费, 必然遭到民众和政府的抵抗。

(下期刊登“树起行业坐标(中)”)

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 总经理: 楼金

地址: 海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763

高效节能 HWV 旋风磨

中德粉体工程技术的结晶——高效节能 HWV 旋风磨, 由国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司和国际著名粉体设备技术开发商德国霍伯尔工程公司联合开发成功, 已通过省级新产品鉴定, 认定为浙江省高新技术产品。整机及其耐磨装置已获国家专利。

专家认为 HWV 旋风磨原理先进, 拥有独特的不拆机可调间隙功能, 粉碎区产生的强烈涡流有着惊人的粉碎效果和干燥效果。在不拆机的情况下即可调节被粉碎物料的粒度和产量; 转子采用高硬度高强度材料; 设备处理风量, 物料的分散效果好; 这在国内尚属首创。该机的开发成功, 解决了热敏性、纤维性物料在常温下的超微粉碎同时进行干燥操作、表面改性的难题, 其

主要性能指标处于国内领先, 国际先进水平; 可替代进口, 而价格只要进口设备的八分之一。该机不但适合一般物料的超微粉碎, 而且还特别适用于连干干燥操作、表面改性在内的超微粉碎。可广泛适用于化工、染料、塑料、非金属矿、医药、饲料、食品等行业不同物料的超微粉碎, 是一种适合无机物、有机物粉碎的通用超微粉碎机, 尤其对聚乙烯醇、PVC、PE、纤维性物料等几乎所有热敏性物料和球形物料(如金属镁等)均能进行超微粉碎。是目前性能好、效率高、噪声低的环保节能型理想微粉设备。

咨询热线: (0575) 83105888 83100888 83185888 83183618
网址: www.zjfgli.net
邮箱: fengli@zjfgli.cn

□ 王如晨

张近东很少放“炮”。但这几天, 他在两会上不经意放出的几句话, 却让他遇到了“麻烦”。

他说, 虽然 21 世纪是网络时代、信息时代, 但是, 互联网只是一个工具、一个资讯平台, 不能作为商业流通的根本。

他认为, 流通行业一定要有“附加值”。但网上商城多数商品按产品成本价销售, 无法提供附加值, 不符合商业发展规律。

这番言论立刻引来“围攻”。

张近东已经“out”了?

人们看到, 张近东 2010 年的提案并非不是电子商务话题, 选在两会期间发表上述言论, 显然不会这么随意, 人们觉得他有什么目的。

但据记者多年观察, 这番并无新意的言论, 再度透露出: 张近东是一个电子商务实用主义者。

当天, 多家 3C 类电子商务企业甚至部分公众人士对他的观点作出了回击。京