

亚视股权争夺战开打 王征 入主亚视遭遇“拦路虎”

□ 宗 和

香港电视圈近期风起云涌。亚洲电视台的准掌门人王征怀着“将亚视打造成亚洲 CNN”的雄心壮志(本报 3 月 15 日 A3 版曾作报道),在积极投身亚视活动的同时,也面临着对其最终成功入股亚视的最大威胁。

3 月 16 日,亚洲电视股权争夺的法律诉讼开庭。亚洲电视有限公司制作行政及公关副总裁叶家宝向媒体证实,亚洲电视股东蔡衍明入禀高等法院,指控亚视大股东查懋声等人违反诚信案件将于下月 8 日或 9 日正式开审。香港高等法院颁布临时禁制令,禁止香港亚洲电视的股权交易,直到下月股权案件开审为止。由于计划以 60 亿港元入股亚洲电视的内地商人王征正是这批可换股债的买家,因此蔡衍明阻止债券兑换为股票,将间接阻止王征入股。

案件下月正式开审

据传票影印件显示,亚视第二大股东蔡衍明 3 月 4 日入禀高等法院,控告亚视主要股东查懋声、查懋德及其法律顾问 Peter George Brown 和亚视大股东 Antenna Investment

Ltd, 指被告违反董事诚信, 未履行 2009 年 1 月 23 日和 4 月 7 日达成的, 由蔡衍明分两步、并最终获得亚视控股权的协议。蔡衍明指亚视去年发行可换股债券,刻意摊薄其股份。他要求法院禁止亚视发行兑换股低于 247 港元的可换股债券, 以及禁止行使该批可换股债券。

专审商业纠纷诉讼的高法院官鲍晏明 16 日要求蔡方先向法院支付 2500 万港元保证金,以保障在临时禁制令期间查懋声一方可能出现的损失。案件则将于 4 月 8 日或 4 月 9 日正式开审。

上述传票影印件显示, 这项临时禁制令将会限制亚视可换股债券相关股权的转让,包括行使可换股债券。至于是否涉及与第三者的股权转让,禁制令内并未提及。

查懋声望与蔡衍明和解

蔡衍明表示,查懋声一直表示会让他占亚视大多数股权, 但自去年初入股亚视后, 一直没有兑现, 亚视的“话事权”一直归于查家。而蔡氏已向亚视注资 1.5 亿元, 但其他股东却没有出资。去年,他曾提出按年利率 30% 贷款予亚视解决财务困境, 但遭当时主

席张永霖反对,指其他股东不同意。蔡氏又称, 查懋声去年在没有知会蔡氏的情况下, 以低价发行一批可换股债券, 最终导致蔡氏股权被摊薄。

查懋声回应蔡衍明的指责。他表示出现股权争拗各方都有责任, 他希望能与蔡衍明和解, 尽快解决亚视的风波。同时, 他也公开表明自己之所以选择找新的投资则王征加盟亚视, 是因为自己资金不够, 不能再投资亚视。他希望蔡衍明了解他的出发点, 大家一同合力照顾亚视。查懋声又指: “力不到不为财”, 由于自己有太多其他工作, 无法全心全意经营亚视, 加上不够资金运用, 故不能再投资亚视, 所以找来新投资者王征, 查懋声表明会尽力协助王征, 有别人打扰亦会尽力开解。

王征:做梦也想尽快把身份扶正

在高院有可能颁布禁制令的情况下, 3 月 15 日以特别嘉宾身份在香港亚视总部出席宣传活动的内地地产商、荣丰控股董事长王征, 一反上周四(3 月 11 日)与内地五大企业(中国人寿、招商银行、中国海外集团、北京银行和粤海控股集团) 签订战略合作协议的高调态势, 谨慎表示: “为了亚视,

哪怕将来只有 1% 的股份, 我对这份义工生涯也觉得值得。”

王征的“忘年交”、中建总公司总经理孙文杰透露, 王征将用 20 亿港元入股亚视。而据香港媒体报道, 王征已从查懋声手上, 以少于 1 亿港元的代价, 购入一批可换股债券; 之后王征会陆续从查懋声及其他股东手上转让获得股份及可换股债券, 并最终成为持有亚视 52% 股权的大股东。查懋声则在财政上给予支持, 查持有的面值 2 亿港元的可换股债券及股东贷款投资, 承诺到 2014 年才套现。

上述报道若属实, 如果香港高等

新闻链接

亚视声音

亚视发言人日前向记者透露, 王征之前已参观过亚视总部两次, 现在他的身份尴尬, 但亚视已为他准备好办公室。有报道称王征是近代上海第一豪门盛氏家族第四代成员, 王征周一向记者承认, 已委派 4 位姓盛的亲戚进入亚视董事会, 并指一直与蔡衍明保持沟通, “但现在不是拍连续剧, 没必要交代具体内容。”

至于蔡衍明申请禁制令是否会



法院通过并颁发禁制令, 王征与查懋声的股权交易将出现明显阻力。第一次以亚视“义工”身份到访亚视大埔工业区总部的王征周一承认: “我做梦也想尽快把身份扶正, 可是交易还没完成, 例如报批手续, 希望尽快会有时间表。”

影响王征入主亚视, 亚视发言人 16 日回应媒体称: “对股东股权争议不做评论, 亚视所有股东都谨守岗位、努力工作。”王征周一还向媒体表示, 将亚视打造成亚洲 CNN 是长期的目标, 中期目标是成为“代表香港良心的电视台”, 而目前的首要任务是, 在内地开设一个全国性的普通话频道。

王征在入主亚视前, 曾担任香港新世界集团主席, 是香港著名的地产大亨。他入主亚视后, 曾公开表示, 亚视是香港的一面旗帜, 他要将亚视打造成“代表香港良心的电视台”。王征还曾向媒体表示, 亚视是香港的一面旗帜, 他要将亚视打造成“代表香港良心的电视台”。

产品供应链整合

名品世家巧妙地实现了上下游供应链延展性及合理性的有机结合, 在名品世家, 既有高达上万元, 由罗伯特·帕克打分 95 分以上的高端酒, 也有价廉物美但也是有代表性的进口酒。名品世家所推崇的是公信力和推介力, 这些酒都是国内外知名品鉴专家团历时半年经过 3 轮以上的严格筛选才入围的。此外, 名品世家为了提供给消费者性价比更好的酒, 副总裁甘茂盛亲自着手规划运作期酒项目, 是在葡萄酒行业中最前卫、最新的做法。

令人称快的是, 名品世家的“镇店之宝”华夏五千年皇家系列、新开发的品字系及最新引进的法国皇家系列产品, 均已成为消费者非常欢迎并认可的主力产品, 这彰显了自主品牌强大的市场号召力。

名品世家拥有全国近 350 家连锁店, 规模优势非常明显, 每天都有许多进口酒商登门拜访或发函报价, 庞大的规模效应形成了名品世家对上下游极强的议价能力。凭借独到的品牌公信力和产品推介力, 名品世家摘得了勃艮第许多名庄酒在中国大陆市场的独家经营权。据悉, 由于勃艮第的许多顶级名庄年均出品不足 9000 瓶, 庄主还要根据买酒人的品位涵养及投资理念等进行精心筛选志趣相投的合作伙伴, 不对味的人就算花高价也不见得能买到酒。

名品世家提供了一个快速创造渠道服务价值的模式, 致力于传播与经营全世界知名酒庄文化及顶级佳酿。在风生水起的中国的葡萄酒市场格局和城镇化进程中, 名品世家的正全速前行, 引领着“服务品牌”新时代!

风生水起 名品世家引领“服务品牌”新时代



图为名品世家执行董事、总裁金伟(左)和法国名庄酒协会副主席在交流(右)。

□ Jerry Cai 李岩 本报记者 于 丹

“中国经济已由产品经济时代转向产业经济与金融经济相结合的时代, 由单纯的卖产品时代转为塑造服务品牌并创市值做价值的时代。模型决定输赢, 这要求企业转变观念跟上时代, 名品世家正提供了一个快速创造渠道服务价值的模式, 致力于传播与经营全世界知名酒庄文化及顶级佳酿, 依托强大的品牌公信力和推介力, 树立服务品牌高地。名品世家到目前为止已近 350 家, 每天以一家以上的速度在推进。中国的三线市场在未来的 15 年当中, 是非常宝贵的城市产业, 也是最活跃的经济产业。中国的葡萄酒市场格局和城镇化进程孕育并呼唤着服务品牌时代的到来……”

——金伟 名品世家(北京)酒业连锁有限公司执行董事、总裁

中国葡萄酒 市场新格局呼唤服务品牌

虎年伊始, 中国葡萄酒各界人士正热衷于点评酒圈新格局新动向, 规模、产值和市场份额等焦点依旧备受关注。对此, 深谙葡萄酒经营之道的名品世家总裁金伟自然有着独到的视角和观点, 他认为, 在中国未来相当时间里, 葡萄酒的服务品牌的重要性要强于产品品牌。原本中国人民只要记住了张裕、长城、王朝三个品牌就行了, 可近年来, 几乎全世界的酒都进入了

中国, 酒品牌不下万种。一时之间, 江湖风起云涌。金伟认为, 无数产品品牌近乎惨烈的纷争导致了消费者的困惑与彷徨, 于是大家只能记住服务品牌, 记住了一个个“最熟悉的陌生人”。毋庸置疑的是, 只有服务品牌才能建立公信力和推介力来带动产品的销售, 才能让消费者挺起腰杆随心品鉴, 摆脱那种“似曾相识”、“似懂非懂”的尴尬。可见, 葡萄酒品牌要想脱颖而出光有产品是远远不够的。作为国内最专业的葡萄酒连锁品牌之一的名品世家正异军突起, 凭借强大的公信力和推介力开辟了葡萄酒发展新蓝海, 生动地诠释了服务品牌的无穷魅力。这也寓意着“一个服务品牌时代的到来, 一个消费者最贴心最值得信赖的葡萄酒信使正姗姗来迟。后危机时代的中国葡萄酒市场格局正酝酿着一次根本性的改变, 服务品牌势必将成为这一轮新变革的领航者和翘楚, 缔造一个又一个的酒业新神话。”

中国的城镇化 更需要服务品牌

提及中国的城镇化进程, 总裁金伟饶有兴致地评论一番, 他总津津乐道于名品世家所驾驭的城镇主力战场。他说, 中央经济工作会议明确指出要以扩大内需特别是增加居民消费需求为重点, 以稳步推进城镇化为依托, 优化产业结构, 努力使经济结构调整取得明显进展。金伟指出, 城镇化进程提供了葡萄酒市场的全新机遇, 大家

正用中国人惯有的包容迎接全世界不同风情的美酒。金伟强调, 国人本来对进口酒就比较陌生, 突然要全部认知全世界的酒绝对眼花缭乱, 更谈不上专业品鉴和选择了, 自然就需要有公信力的服务品牌来为他们服务。金伟认为, 国内葡萄酒高端客户正在逐步成长和成熟, 除高品质的产品之外, 个性化服务与文化附加值现在已成为促使目标客户购买的关键因素。名品世家作为专业服务品牌有责任有义务引导广大消费者在世界各国琳琅满目的葡萄酒中, 找寻适合自己的美酒。

名品世家 缔造服务品牌新航标

名品世家针对国际与中国葡萄酒新的市场格局, 针对中国的经济发展现状, 颠覆式地提出了“买点重于卖点”的品牌消费理念。现在中国葡萄酒市场鱼龙混杂, 唯一能够分辨葡萄酒好坏的是那些国际公认的标准。所以, 名品世家不是简单地以自我为中心想卖什么就卖什么, 而是一个按照国际标准来推介的专业服务品牌, 只向消费者推荐他们所合适的酒。名品世家旗帜鲜明, 不同于国美模型, 不是单纯提供无数产品做成货品超市, 更多的是引领消费, 以专业的知识、专业的服务和强大的推介力, 帮助消费者走进五彩缤纷的葡萄酒世界, 让追求品位的中国人理解葡萄酒, 从而选择最适合的产品。名品世家审时度势, 将世界上最好的酒和最专业的葡萄酒知识带

给国人, 这也是作为企业公民的一项社会人生价值, 这也是总裁金伟和公司领导反复提及和强调的。

时下, 名品世家已顺利完成了品牌供应链的整合, 跃升为中国最专业的葡萄酒渠道服务商之一, 其精心绘制的 9 个国家知名酒庄进口酒和 1 个本土自主品牌华夏五千年(即 U9+1 产品格局)的红酒新版图已新鲜出炉。丰富而聚焦的产品阵容蔚为壮观, 新老世界酒倾情联姻, 高低度数酒相得益彰。

勃艮第酒独领风骚

名品世家独家经营的被誉为“葡萄酒之王”的法国勃艮第酒曾让无数人顶礼膜拜, 勃艮第不仅是法国最为古老且重要的葡萄酒产区, 同时更是全世界红葡萄酒产地中最为常见的主要发源地。

品世家精心甄选了勃艮第排名前 50 位且均由世界头号评酒大师罗伯特·帕克打过分的高端酒, 由罗伯特·帕克深刻影响着全球葡萄酒的市场, 他独一无二的红酒打分标准几乎成为一款新酒能否畅销的命运指挥棒。难能可贵的是, 名品世家代理的产品均为稀世珍酿, 本次 2010 年上海世博会法国馆入选的 43 款勃艮地葡萄酒, 其中名品世家代理的有 16 款, 名品世家为消费者精心挑选着一道道法式红酒“大餐”。显然, 勃艮第酒完全可以媲美美国人所熟知的拉斐和卡斯特酒。同时入围名品世家的其他国家的酒, 均是选自经典的产区代表性的品种, 或者是罗伯特·帕克打过分, 入编《世界百大珍稀葡萄酒鉴赏》等极品。法国的拉菲特酒庄(Chateau Lafite Rothschild)、拉图酒庄(Chateau Latour)等也都是金伟时常挂在嘴边如数家珍的知名酒庄, 每个酒庄都有着耐人寻味的传奇故事, 就像金伟时常挂在嘴边的那句口头禅: 打开一瓶葡萄酒, 就像打开一本书。

总裁金伟曾多次笑言, “中国消费者 5 年之后知道勃艮第, 是因为名品

“拍卖名人时间”受热捧 史玉柱 “3 小时”叫价 3.6 万

□ 张黎明

如果能够和巨人网络董事长史玉柱聊 3 个小时的天, 你愿意为此付出多少钱的代价? 日前, 一场“名人时间拍卖”的活动在“优米网”上开锣。网站创办者、央视制片人王利芬表示, 这很像是中国版的“巴菲特慈善午餐拍卖”。“用这 3 小时的时间, 你可以跟史玉柱聊创业, 也可以请他帮你的忙。”王利芬说, 拍卖的收入目前考虑投向公益事业。

王利芬 17 日宣布辞职创办网站, 开始其制播分离的互联网实验。这个视频网站定位于知识群体, 主要推出创新和创业类的名人视频和直播节目, 但更受人关注的是“拍卖名人时间”栏目。

首先参与拍卖的是和史玉柱对话的 3 个小时, 竞拍时间是 3 月 15 日至 6 月 15 日。相关网页上写满对史玉柱的介绍: “尽管他备受争议, 却不折不扣地成为营销史上的神话、商业史上的奇迹”。

17 日上午, “史玉柱 3 小时”的竞价已突破 1 万元。截至当晚 10 点, 拍卖价格达到 36 万元。。

王利芬表示, “拍卖名人时间”的创意来源于股神巴菲特拍卖午餐时间。王利芬说: “我们刚刚开始尝试, 会多看看网友更关心哪个热门人物, 以便确认每次参与拍卖的名人”。至于拍卖所得, 投入公益事业是最好的选择。

记者了解到, 参与该“名人时间拍卖”需要注意诸多细节。初次参与

拍卖者需要填写个人资料, 工作人员会对这些资料进行核实。当叫价超过 5 万元时, 竞拍者需要缴纳 5000 元的保证金, 以避免恶意叫价或成交不买的情况。如果未中标, 保证金将退还, 而一旦中标, 保证金将直接抵做拍卖费用, 如果出价过高, 工作人员还会再次进行核实。

王利芬表示, 拍卖结束以后, 在征得当事人同意的情况下, 会及时公布这 3 小时他们聊了什么。

► 日记 | Riji

要善于决策

□ 周济谱

作为一个成熟的领导干部, 光凭敢于决策还不够, 还必须善于决策。何谓善于决策? 就是在决策过程中, 能够根据客观实际情况的发展变化, 坚持因时制宜、因事制宜的原则, 在错综复杂的矛盾群体中, 把握住问题的本质和主流, 进而提出“出乎意料而又合乎情理”的解决之道。也就是说, 你的决策在众多决策中应该是最优的, 是最符合实际和具有可操作性的。在善于决策方面, 邓小平可谓是一代宗师。在 20 世纪 80 年代中期, 中英两国就香港回归问题进行了多次磋商, 由于双方观点、立场存有较大差异, 谈判进展得十分缓慢, 几乎陷入了“山穷水尽”的地步。在这个关键时刻, 邓小平发表重要讲话, 一方面表明中国政府要坚决对香港行使主权的鲜明立场, 另一方面提出用“一国两制”的办法解决香港问题。这个“一国两制”的主张为解决香港问题指明了方向, 成为双方公认的解决香港问题的基本原则, 促成了香港问题的圆满解决。从这一点来看, 我们不仅十分敬佩邓小平高瞻远瞩的政治家韬略和胆识, 而且也为一代伟人敢于决策、善于决策的高超领导艺术所折服。

制定国家的大政方针是这样, 进行企业的经营管理决策也是这样。如果企业领导多谋善断, 企业无疑会获得许多重要的发展机遇, 甚至从此取得长足发展; 如果企业领导不善于决策, 优柔寡断, 肯定会坐失机遇, 在市场竞争中处于不利地位。以华夏证券原有办公大楼的置换变卖决策为例, 当时我们如果把现有的办公大楼进行变现处理, 只能按低于成本价出售, 可能要亏损 7500 万元。后来, 我们把盘活现有办公大楼和出售原办公大楼结合起来统一考虑, 对原办公大楼以变现方式处理, 对历史遗留项目以盘活方式利用, 这样, 既出售了原有办公大楼, 又盘活了现有资产, 并改善了总公司的办公条件, 同时改变了公司对外形象, 可谓“一举多得”。

在现实生活中, 决策正确与否对事业发展至关重要。错误的决策对事业成功、企业发展所产生的危害往往是致命的。前几年证券市场上国有股减持方案的决策就是一个十分典型的例子。大家都知道, 国有股减持是国企改革中迟早要解决的问题, 也是关系到证券市场持续稳定发展的大问题。应当说对国有股实行减持, 这个决策本身并没有错, 但为什么具体方案一经推出, 就对证券市场产生那么强烈的震动, 最终使得管理层不得不叫停呢? 问题就在于这个方案的推出, 没有充分考虑到市场的认同程度, 没有考虑到投资者的承受能力, 也没有考虑到相关的配套政策, 也就是说这个决策在具体方案还没有完全成熟时就推出来, 缺乏可操作性。这就是虽然做到了“敢于决策”, 但却没有做到善于决策的一个典型例子。所以, 其结果必然事与愿违, 导致这个方案流产。此举不仅对管理层教训很深, 而且对中国股市的打击也是沉重的, 其留下的后遗症需要更长的时间和更大的代价去逐步解决。

从以上列举的大量事实中, 我们可以清楚地看到, 决策问题对于各级领导来讲, 具有何等重大的意义!

(作者系华夏证券公司董事长兼党委书记)

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

**一天一粒防流感
一天两粒治感冒**

请遵医嘱服用
不可滥用和滥用

**海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销**