

谁也没想到小小的电子书市场如今竟然会如此火爆,尤其是汉王科技登陆中小板并成功创出百元高价后,更是引发了追捧。继不久前盛大旗下盛大文学发布电子书战略后,近日搜索引擎巨头——百度也表示要切入电子书市场——

电子书 市场“钱景”诱惑李彦宏

□ 钟 荷

谁也没想到小小的电子书市场如今竟然会如此火爆,尤其是汉王科技登陆中小板并成功创出百元高价后,更是引发了追捧!继盛大旗下盛大文学发布电子书战略后,搜索引擎巨头百度也表示要切入电子书市场,而且要组建电子书独立公司、引入风投,并计划未来独立上市。看来,这一次百度创始人兼CEO 李彦宏也禁不起电子书的诱惑了。

汉王的电子书“诱惑”

电子书的出现时间并不长,其鼻祖是美国以网上销售图书闻名的电子商务巨头亚马逊公司。2007 年 11 月,亚马逊公司开发出一种名为“Kindle”的无线电子书阅读器并在线销售。没想到的是,这一产品随后在美国掀起热潮并取得成功,此后苹果公司也盯上了这块市场,在其 iPhone(手机上网)手机与新推出的 iPad 平板电脑上对电子书给予了很大的业务支持。

有消息称,目前谷歌、索尼、富士通、华硕、明基等巨头都开始涉足进入电子书市场,而在中国内地市场,汉王科技更是借电子书产品一举成名,其不仅成为此产品的国内领军企业,更是借这一产品成功登陆 A 股中小企业板。看来,此次李彦宏也禁不住电子书市场的巨大诱惑。

资料显示, 汉王科技 2010 年 3 月 3 日登陆深交所中小企业板,其发行价为 41.9 元,对应市盈率为 68.69 倍,首日收盘价 82.11 元,涨幅达到 95.97%。3 月 12 日,即上市后的第 8 个交易日,其股价一度最高冲至 113.70 元。

汉王科技业绩数据显示, 其 2009 年销售收入达到了 5.71 亿元,而其主打产品电子书就达 3.9 亿元, 占 2009 年收入的 68%。

汉王科技成功的示范效应以及电子书市场的发展潜力吸引了各企业对这一市场的极大关注,有消息称,深圳许多之前做山寨上网本的企业已经开始转型电子书产品,而且电子书已经成功超越上网本成为深圳山寨厂的主要产品。



“目前电子书市场还处在一个刚起步的状态,各个厂家的产品还没有表现出很大的差异化。”常涛如此评价目前的国内电子书市场。

“这块市场未来的需求会很大,这在国外已经有了很成熟的发展。”对于电子书的未来发展常涛如此表示,“国内发展还需要电子书厂家、版权商、电子出版商等共同探讨和摸索,如何有效地增加产品的品类,如何方便地让用户获取有效的阅读信息是关键所在。”

李彦宏“跟风”

就在不到一周前, 市场有消息称, 百度正在酝酿涉足电子书市场,而且计划复制其刚成立的视频公司——奇艺网的模式, 组建电子书独立公司、引入风投,并计划未来独立上市。而任旭阳近期已经频繁会晤图书业高管,正在为新公司寻找 CEO。

几乎就在百度传出进入电子书市场的同时,国内网游巨头陈天桥率领的“盛大军团”正式宣布进入电子书市场。3 月 10 日, 盛大文学召开电子书战略发布会,发布“一人一书”计划,盛大文学将向电子书厂商开放版权内容,组建图书分销资源,并向电子书厂商提供盛大自主研发的软硬件解决方案,最终的目标是将盛大文学打造为中国亚马逊。

百度与盛大在电子书上不约而同的举动,使得电子书市场更引起了各界

对其的关注。

“百度强于搜索和输入法,这点对于电子书有一定的作用,不过没有独立的操作系统,没有专业的读书应用软件和文字处理软件,这会是一个比较大的问题。”常涛分析称。

百度方面透露, 会利用用户群、信息检索、海量处理等优势,搭建一个内容丰富的电子书阅读平台。

“入局”难题

对于李彦宏此番进军电子书市场,易观国际分析认为, 尽管百度在搜索业务积累的庞大用户数是其进入电子书市场的明显竞争优势,但是百度在电子书领域发展的核心优势几近空白,必然受困于内容与终端, 发展前景不容乐观。

易观国际分析师张亚男认为, 内容资源是电子书市场竞争力的核心竞争力, 百度数字版权内容资源尚未积累与构建,成为其发展电子书的最大短板。目前,随着数字出版的快速发展,部分掌握版权内容资源的厂商纷纷跳出原有产业链,通过终端定制、平台运营等方式构建以内容提供商为主导的产业链,尽量缓解受制于运营商的局面。

张亚男表示, 百度此时入局,纵使可以快速的构建内容平台,但是摆在其面前的首要难题就是如何有效的整合版权内容资源。此外, 百度需要注意一点,即使可以如谷歌的数字图书馆一样快速的网罗大量免费内容,但是在数字版权保护越来越引起国家监管部门重视的情况下,这种做法如履薄冰。

业内认为, 基于在内容与终端资源上的空白, 在电子书领域尚属新人的百度,应在数字版权内容的获取与整合方面,与中小内容提供商合作;在终端定制应后行于内容资源整合与内容平台构建的情况下, 百度前期可以考虑作为服务提供商与缺少内容资源的终端厂商合作。

日前, 新闻出版总署数据也显示: 2009 年中国出版业总产值突破 1 万亿元, 增长 20%。其中图书销售增长 20%,而数字出版产业总产值超 750 亿元,同比增长 42%,发展速度远远超过

了传统出版业的增长水平。

链接

国产电子书面临五大挑战

目前, 国产电子书风头正劲,在市场上取得了不错的成绩。不过,在蓬勃发展背后, 国产电子书还面临着新的挑战。国产电子书能否在未来保持快速增长的态势, 要取决于在这些挑战面前, 国产电子书厂商能拿出什么对策。

挑战 1: 内容标准和平台亟待建立“我想看的书找不到!”

目前, 电子出版尚没有统一的格式标准, 导致即使同一款产品内置的文件格式都难以统一; 同时, 电子出版物版权分散, 用户获得需要的内容资源十分困难。

挑战 2: 价格较国外产品没有优势“电子书好贵!”

目前, 相对国外产品, 国内产品价格并不低, 部分产品反而更加昂贵。这主要是由于生产规模相对较小造成。同时, 电子书价格与人均购买力的比值差距更大。

挑战 3 : 工业设计较国外产品仍有差距

“艾利和的电子书真漂亮!” 相对来说, 国内产品在工业设计方面, 包括操控按键、外观和产品精细度方面都需要向国外产品学习。

挑战 4: 显示质量凸显供应链话语权危机

“还是没有纸书看着好。” Kindle 等产品普遍采用最新的第四代 E-ink 技术, 而国内一些产品在对比度、 显示精度方面较之有一定差距, 能否拿到最优质的屏幕, 能否在品质控制方面拥有和上游供应商谈判的实力是提升显示质量的根本。

挑战 5: 长久保持功能优势的压力较大

“听说国外也要出手写了。”

目前, 国内产品集成功能较多, 较国外产品优势更加显著。不过, 这方面的技术壁垒并不难被打破。进一步提升技术优势也是国内厂商要肩负的重任。

再任董事长 宋曙光重掌太平人寿



链接:

宋曙光简介

宋曙光, 1961 年生, 吉林大学经济学硕士。1985 年 8 月至 1993 年 9 月, 任国家计划委员会一般事务、政策、法律及政策研究等部门副处长; 1993 年 10 月至 1998 年 10 月任中国人民保险公司处长、部门副总经理; 1998 年 11 月至 2000 年 4 月任中国保监会财务会计部主管; 2002 年担任中国保险(集团)有限公司[香港中国保险(集团)有限公司]常务董事、助理总经理、副总经理等职; 2004 年 11 月担任中保国际执行董事、太平人寿董事长; 同时担任太平养老与太平资产董事。2008 年 8 月任中国保险(控股)有限公司[香港中国保险(集团)有限公司]总经理、党委副书记。

□ 邓雄鹰

3 月 22 日, 原太平人寿董事长何志光正式获得保监会批复, 接替孙兵成为新华人寿总经理, 同时, 太平人寿也将迎来新的舵手——现任太平控股副董事长及执行董事宋曙光将再度担任太平人寿董事长。一场震动业界的人事变动终于落下帷幕。

据了解, 宋曙光重返太平人寿, 已经过中国太平控股有限公司董事会批准, 只待中国保险监督管理委员会批准。

3 月 19 日, 中国保监会批复了太平人寿保险有限公司变更注册资本的请求, 同意太平人寿增资 14 亿元至 37.3 亿元人民币, 为太平人寿复业来最大的一次增资, 增资幅度达到 60.09%。

2010 年初的太平人寿颇不太平。

新华人寿原总裁孙兵请辞的消息沸沸扬扬之时, 时任太平人寿前董事长的何志光传出拟赴任新华人寿, 成为震动业界的又一枚重磅炸弹。

坊间同时传言, 2009 年 4 月始担任太平人寿总经理、与何志光共事多年、同样系出平安的郑荣禄也可能追随何志光至新华人寿。

一时间太平人寿传言多多, 人心不稳。而此时太平人寿最需要的就是“稳”字当头。

最终, 郑荣禄留了下来。太平保险集团留住郑荣禄, 一是看重他的学识和才干, 二是由于同时失去董事长和总经理两位高管, 无疑会给太平人寿带来很大打击。一位太平人寿内部人士告诉记者, 郑为人十分低调, 虽然确定留任太平人寿, 但其并未对公众“辟谣”, 仅在

全系统大会上公开表示不会离开太平人寿, 以稳定人心。

郑荣禄的压阵, 使得太平人寿能略微轻松。而宋曙光回任太平人寿董事长, 则更有利于整个管理层, 乃至太平人寿的稳定。

事实上, 2004 年 11 月至 2008 年 11 月的 4 年间, 何志光担任太平人寿总经理期间, 宋曙光就曾担任太平人寿董事长。而且, 和何志光一样, 宋曙光也有超过 20 年的保险从业经历, 此前在国家计委、中国人民保险(集团)公司、中国保监会等工作, 后任中保控股副董事长及执行董事。

据中国太平保险控股有限公司 3 月 12 日发布的公告称, 宋曙光在太平人寿担任董事长期间, 参与太平人寿策划及营运事宜, 并与太平人寿之管理团队建立了紧密的合作关系。董事会相信其能凭“超卓的能力丰富的经验确保董事长职务能够顺利交接及继续带领太平人寿取得成功”。

何志光的离去和新任董事长的到来, 太平人寿会否改朝换代? 一位曾在太平人寿供职过的资深人士分析, 不太可能大幅变化。

首先, 作为中国太平保险集团的子公司, 太平人寿本身非股份公司, 目前无法直接上市, 战略方针均是围绕母公司服务, 事实上, 不论掌舵者何人, 都不太可能跳出这个大框架。该人士分析, 这也许是生性“闲不下来”的何志光毅然离开的原因之一。

而新华人寿自康典空降和孙兵离任之后, 显然有意在资本市场上有所作为, 对何志光的吸引力更大。

其次, 宋曙光曾担任太平人寿董事

长, 加上其本来就是太保控股的副董事长, 对于太平人寿的既定战略和路线非常熟悉, 不太可能突然改变。

其三, 主管经营的郑荣禄已经在任近一年, 其留任为太平人寿的稳步发展提供了支持。

太平人寿方面的发言人也否认了何志光的离任与公司既定战略之间的联系, 并表示, 太平人寿的发展与中保国际对其定位一致, 不会因为人事变化而改变。太平人寿方面表示, 复业以来, 太平人寿始终以价值为导向, 坚持内涵式发展, 积极探索可盈利的持续增长模式。

2006 年中保国际公布的年报显示, 其旗下的太平人寿在开业 5 年来首次实现盈利, 去年实现净利润 3.13 亿港元, 这也是中保集团当年扭亏为盈的重要原因, 此后太平人寿一直保持盈利。

协办单位:

海南亚洲
制药有限公司

董事长: **楼金**
 总经理:

地址:
海口市国际商业大厦12层
 电话: **0898-66775933**
 传真: **0898-66700763**



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 ⑨4

鞋王的轮胎大业(下)

□ 赵晏彪

1999 年前后, 各地兴起一股高科技风潮。当时, 双星股票上市, 募集到大笔资金, 汪海要为双星寻求新的经济增长点, 他决定避开当时最热门的高科技产业, 寻找潜在的商机。

什么是商机? 发现一个市场的潜力就找到了商机。当汪海从中国汽车业迅速发展的态势预见轮胎行业将展现美好前景时, 这个巨大的商机撞击着他二次创业的心怀。机会是最易转瞬即逝的东西, 为了知己知彼, 汪海专门走访了中国橡胶工业协会。橡胶工业协会的鞠理事长见他专门来探讨轮胎的生产经营前景, 心里已经明白了大半。他与汪海是老相识, 非常了解他的性格与经营风格。鞠理事长对汪海说:“中国轮胎行业与世界轮胎业相比, 起步

日记 | Riji

中国人该向阿凡达学点什么

□ 徐曙光

美国好莱坞电影《阿凡达》的热风卷到了中国, 给寒冷的天气带来了一股暖流。当我们在为《阿凡达》天马行空般的想像力叹为观止、狂欢惊叫的时候, 不知道有没有想过, 我们该向《阿凡达》学点什么呢?

我给出的答案是: 想像力! 作为一部科幻型的电影, 其中一个最重要的考核标准就是想像力, 而《阿凡达》则将人的想像力发挥到了极致。我突然想起了一个很沉重的数字, 教育进展国际评估组织曾经的一个调查显示, 中国孩子的创造力在所有参加调查的国家中排名倒数第五, 其中想像力的得分最低。由此看来, 我国孩子的想像力着实让人担忧, 是时候采取一些措施来提供孩子的想像力了!

想像力是创造力的源泉。人类的每一个进步、每一项创造的诞生, 与其说是技术上的进步, 不如说是想像力的胜利! 离开了想像力, 我们无法想像人类的未来会变成什么样子, 唯一可以肯定的就是无异于其他动物! 很多伟人、成功人士用他们成功的事实告诉我们, 成功靠的是创造性的想像力、勤奋努力、合作态度和对事业敢于献身的精神, 其中想像力被放到了首位。

有这么一个测验: 给出一个图形“O”问大家这是什么, 绝大部分大学生、中学生和相当一部分小学生都说是阿拉伯数字“零”或英文字母“O”, 然而幼儿园的小朋友们的答案则是丰富多彩: “表”、“围棋”、“面色”、“肚脐”……让我们惊叹于孩子们想像力的同时也发出了疑问, 为什么随着年纪的增长孩子们的想像力却在降低呢? 到底是谁偷走了孩子的想像力? 事实上, 我们的想像力原本都是“圆”的, 我们原本能跑得越来越快越来越快的想像力, 随着年龄的增长, 被灌输了各种各样的条条杠杠、约定俗成的“知识”和各种“人为的束缚与疏忽”, 思维被“格

较晚, 与近年来中国汽车工业的崛起更不相匹配, 尤其是轿车工业及高速公路建设的加快, 将带动轮胎的大量需求。你汪海一向善于突发奇想, 不会从给人做鞋想到了给汽车做鞋了吧?” 汪海会心地哈哈一笑: “老鞠, 你说对了, 我就是要给汽车做鞋!”

说起汪海的轮胎情结, 要追溯到他青春年少的时候。他走出校门时首先到轮胎厂实习, 几乎是一见衷情地喜欢上了轮胎行业, 可以说轮胎成了他的“初恋”。后来误入“鞋”门“鞋”道, 才将初恋之梦搁浅了。几十年后重续前缘, 汪海仿佛又回到了朝气蓬勃的青春时代, 胸中充满一腔腾腾上升的热乎劲。

(下期刊登: “‘县太爷’抢公章(上)”)

式化”, 想像力变成了“方”形, 这样我们想继续前进也就困难了, 打破常规思维的能力慢慢减弱, 久而久之, 想像力就可能消失殆尽。

我常说, 如果我们的教育是属于急功近利型的, 那么很难培养知识全面、有想像力、创造力的人才, 教育势必前功尽弃。一直以来, 我们只在乎孩子们卷面上的分数, 总是希望这个红色的阿拉伯数字能提高提高再提高, 却常常忽视了对孩子想像力的培养。对孩子们的“奇思妙想”、“异想天开”总觉得不可思议, 甚至动不动就给他扣一个“胡闹”的帽子, 把孩子们的想像力扼杀在萌芽状态。另外, 我们做什么看什么都似乎该有个标准答案, 然而孩童时期的他们却正是最具想像力的时候, 若是满脑子都装上一个的标准答案, 孩子们又怎能任其发挥丰富多彩的想像力和创新精神呢? 正是这些所谓的“标准答案”成了孩子们想像力的第一杀手, 道貌岸然地扼杀了孩子们的想像力。

当看到孩子把太阳画成绿色时, 不要立马给否定掉, 问他为什么要这样画。当他给出类似“绿色的太阳让人感觉更凉爽”、“绿色的太阳能让人更健康”的充满想像力的理由时, 要给予表扬和鼓励。我们平时多给孩子保留、创造一些想像的空间, 这样才不会让他对原本兴致盎然的话题顿感乏味。善于引导孩子的想像力, 放开手脚让孩子们展开想像的翅膀, 他们才能飞得越高越远。

其实我们并不缺少像《阿凡达》这样富有想像力的“种子”, 只是很缺乏可以让想像力的“种子”长成参天大树的环境和土壤。在格林豪泰酒店, 我们也总是想方设法去创建一个让员工不断激发想像力、创造力的企业环境。希望《阿凡达》非凡的想像力, 能给我们一些启发, 而不是看了以后只觉得好看, 当问到为什么好看的时候, 却说不出为什么。

(作者系格林豪泰管理集团董事长)