

□ 本报综合报道



◎ 徐家汇

徐家汇造就作家“股神” 余秋雨持股引发“争议”

徐家汇商城2月23日完成申购,当年出资240余万元购入股份的知名学者余秋雨,身家增至8298.24万元。由此,该公司第十大股东作家余秋雨成为身家过亿元的文化富豪。据悉,徐家汇并非余秋雨的唯一一笔大投资。2004年,上海九久读书人文化实业有限公司以及其旗下的“99网

事件 | SHIJIAN

徐家汇完成申购 余秋雨“变身”股神

上书城”正式开张,余秋雨以不下100万元资金加盟。2000年成立于清华大学的网络出版商——中文在线,作为国内首个由著名作家以作品方式入股网站,余秋

雨也是股东。从知名作家到“股神”,余秋雨在华丽地跨越这中间的鸿沟时,也引来尖锐的质疑。



回应 | HUIYING

余秋雨谈入股徐家汇始末

余秋雨在回忆录《我等不到了》中写道,当年他做入股的决定是因为在30多年前,该商场一位“长得像观音菩萨”的女职员曾

让他用仅有的3元钱买了一套棉衣,使他在冰天雪地中活了下来。

徐家汇董事长21个字答网友

在2月22日下午“徐家汇”的网上路演上,网友“泡泡”向徐

家汇董事长高云颂发问:“2001年,徐家汇的第十大股东余秋雨是在什么样的情况下、如何获得股权转让的?”高云颂的回答是:“2001年通过受让职工持股会股权取得的。谢谢!”“泡泡”接着问:

“包括余秋雨在内,为什么会出现5个自然人股东完全没有在公司任职的情况?他们是创投出身吗?”高云颂答:“公司股东都是根据法律法规的规定程序取得股权,合法持有。”

策划词 | CEHUACI

不断创造神话的中国股市再次出现奇迹。徐家汇IPO让余秋雨身家过亿,但对只能高价接棒的股民,名人效应,就像一朵朵带刺的玫瑰。在A股市场掀起一波波的造富运动的同时,各个圈子里的名人也终于按捺不住骚动的心,频频现身上市公司股东行列。由此引发的各种质疑也是一波未平一波又起。

点评 | DIANPING

名人效应 如带刺玫瑰

在余秋雨之前,名人成为上市公司原始股东的已不乏先例,由此引发的质疑也一直不断。对这些质疑,有关部门不能坐视不管,于是着手调查。不管问题是否真的存在,一质疑,一调查,股价波动,给企业带来莫名的烦恼。名人效应真的犹如带刺的玫瑰,企业还是慎用为妙。

在徐家汇刚过会时,知名财经评论员叶檀就率先质疑:既不是高管也非职工,余秋雨的投资资格何在?位于如此核心商圈的徐家汇,当时怎么就迫不及待需要引入余秋雨的区区200多万元?在最近的评论中,叶檀认为,像余秋雨这样零成本甚至负成本获得暴利的“奇迹”,是资本市场财富分配不公的缩影。由于徐家汇是国有企业身份,人们在质疑余秋雨等自然人股东的资质之余,甚至怀疑国有资产的流失。接下来,不知道还会有什么事情发生。

连载 | Lian Zai 13

国美之战——公司股东博弈的中国启示

□ 韦桂华 著

国美旧部:内心负重,处境尴尬

8月4日,黄光裕发函要求撤销陈晓执行董事及董事局主席、孙一丁执行董事职务,公开“杀鸡儆猴”,提醒旧部注意立场。黄光裕没有提议罢免刚刚出任国美电器总裁职务的王俊洲,以及副总裁魏秋立等人的执行董事职务,而且要求保留孙一丁行政副总裁职务。

8月6日上午10时,北京国美电器总部鹏润大厦18层的大会议室里,坐满了财务、物流、门店运营、行政等各个部门的总监,墙上的液晶屏幕,显示的是上海、广东、天津等全国各个分部总监的实时视频,与会者是100余名高管。

端坐荧屏之前的,除了受到“弹劾”的陈晓和孙一丁,总裁王俊洲携其他多位副总裁也出现在会场。会议由总裁兼执行董事王俊洲主持,在“坚决支持董事会起诉黄光裕”的表态后,执行董事副总裁魏秋立宣读了致全体员工的公开信,表明高层支持董事会的态度。

令人意外的一幕是,通过随意点名的方式,部分高管被要求在镜头前明确表态“是否支持董事局”,这让黄光裕旧部非常难堪。

这些追随黄光裕创业并一直冲锋陷阵的核心管理层,夹在旧主与新主之间,情何以堪?一方是大股东和创始人,一方是财务投资者贝恩资本支持的董事局主席,没有半点自我决定力量的管理层,霎然被卷入这场无解的纠葛中,对国美和股东的伤害无疑都是最大的。

他们,究竟应该站在哪一边?

8月8日,被黄光裕提议撤销“执行董事”职务的国美电器副总裁孙一丁接受媒体采访时表示,“虽然这次我是动议中的当事人,但这不是我个人的事情,而是公司的事情,我现在不方便发表言论。”

8月12日,国美电器副总裁孙一丁、李俊涛、牟贵先、何阳青及代理首席财务官方巍等5名高管集体亮相,接受媒体采访,就黄光裕与国美董事会之间的相关问题进行了回应。孙一丁表示,经营团队现在所做的一切,都是为了企业发展,“我们只做正确的事情,如果看不到企业未来的发展,留下就没有必要了。”牟贵先也表达了类似观点。

外界惊呼:国美黄光裕旧部全面倒戈。而实际情况并不完全如此,国美执行董事伍建华是黄光裕独资拥有的Shinning Crown的法人代表;副总裁李俊涛出席媒体见面会,一再强调职业经理人要做好本职工作,不要留下骂名,没有表态支持与反对;即便是王俊涛、魏秋立、孙一丁、牟贵先等,也只是赞同国美董事会起诉黄光裕,没有表达与陈晓共进退,只能看成当公司利益与大股东利益发生冲突时,他们会坚持公司利益第一位的原则。

但这已经大大出乎狱中黄光裕所料。次日,黄光裕家族代言人发表恩威并施的心理喊话,一方面表示能够理解国美高管所说的一些言不由衷的话,另一方面也威胁指出若董事局同意增发将提起诉讼。

尴尬与难堪,笼罩着国美。

(待续)

【上接 A1 版】

搏击长空

——东航云南分公司 2010 年发展纪实



◎新起点上的新征程

行方式,东航云南分公司加大昆明—上海、昆明—北京两条“精品快线”的航班密度,每日达21个班次,同时开辟快线专用值机柜。地面服务人员开展“倾听世博之美”特色活动,在旅客候机时详细介绍世博航空馆的外形、建造主题等内容,让旅客感受优质增值服务。此外,专项开展“主动问候一声,距离拉近一截”服务质量提升活动,大力倡导服务人员增强主动服务意识。

推行品牌服务,蕴含东航云南人的诚信信。

金杯银杯不如顾客的口碑,东航云南分公司高度重视顾客的意见和建议。2010年,共组织开展了3次大范围的顾客满意度调查工作,这不仅帮助公司从宏观上掌握服务质量整体态势,在微观上发现问题和不足,更为重要的是传递公司高度重视旅客意见,视旅客需求为第一要务的声音和理念。

规范化和个性化的结合才能促进服务质量上台阶。为此,东航云南分公司结合实际增加了《旅客中转服务程序》、《一小时客舱服务程序》、《航空服务小贴士》等标准化服务程序。在此基础上,满足不同顾客需求推行个性化服务,货运出港营业厅增加了空白托运书,小小改变给货主提供极大便利;售票中心设立顾客等待休息区、集团客户及金银卡会员服务专柜,体现对旅客的人文关怀和差异化服务。

南下西进,梦想照进现实

应对当下的市场竞争需要使用正确的战术,谋求未来的发展则需要符合自身资源特点的战略指引。“风物长宜放眼量”,透过东航云南分公司频频

出手的市场动作,一条应对未来竞争、实现持续发展的脉络逐渐清晰起来。

从2010年的3月28日开始,东航云南分公司精心培育的三条东北航线(昆明—郑州—沈阳,昆明—济南—哈尔滨,昆明—济南—长春)改变以往的直飞,转而把旅客集中到上海以后,由总部的飞机进行客流分散。此举的重要意义在于把有限的运力集中到自己的根据地,缩回手指增强拳头力量,同时又依靠大东航的枢纽网络优势更加方便快捷地运送旅客。从国际航线布局来看,2010年2月东航云南分公司就已经恢复了昆明—版纳—曼谷国际航线,航班换季以后昆明至东南亚方向的曼谷、万象、仰光、金边航线已实现每天1班,昆明至曼德勒甚至达到每天2班的频次;南亚方向,昆明至加尔各答每天1班,昆明至达卡也达到了每天1班的频次;东亚方向,昆明至大阪航线每天1班。如此广的辐射范围加上密集的航班频次,东航云南分公司在南亚、东南亚地区的航线布局上占据了绝对的优势。省内航线上,东航云南分公司每天从昆明往返西双版纳的航班已经达到了13班,昆明往返丽江10班,昆明往返芒市5班,昆明往返腾冲即将达7班,达到了快线和和准快线的标准,在应对市场竞争时手中握有主动权。

近二十年来,东航云南分公司囤积主要兵力围绕昆明中心,在国内,省内,东南亚、南亚地区苦心经营,航线网络日益成熟,运营基础日趋稳固,目前占有云南航空市场近一半的份额。但面对越来越激烈的市场竞争,尤其是在昆明新机场启用后市场容量将大幅提升,如何在竞争中站稳脚跟,继续



◎亲切温馨的地面服务

领跑市场成为一个必须认真思考的战略性问题。

欲寻求新的增长点就必须谋求突破,参与到更为激烈和广阔的国际市场竞争中,藉此提升国际化运营水平,为未来发展提早谋篇布局。经过多方考察,恰逢云南省全力推进桥头堡建设战略和“走出去”发展战略的大好时机,向西进发成为双方共识,中东方向的迪拜成为不二之选,昆明—迪拜航线成为东航云南分公司发展近二十年来的首条中远程航线,也为云南打开国际视野搭起了空中快速通道。基于同样的考虑和机遇,昆明—科伦坡—马累航线顺利启航。

“与高手较量是提升自我的最有效方式”,东航云南分公司在寻求增强未来竞争力之道时选择了勇气和胆识,主动走上高水平竞技的舞台与“狼”共舞,在竞争中汲取先进经验,力促自身的安全管理、运行模式、服务理念、服务质量等方方面面向国际化水平靠拢,为未来的更远航程锤炼翅膀。从世界之窗看到的风景当然更富内涵,当东航云南分公司的飞行机组整齐地走在迪拜国际机场,与世界各地的机组人员擦肩而过的刹那,已然发现自己站到了世界航空市场的舞台上。

改革大略兴未来

2010年的7月28日,注定是东航云南分公司改革发展历程上一个值得纪念的日子。

18年前的7月28日,东航云南分公司的前身——云南航空公司正式成立。18年后的同一天,因时而动的东航云南分公司又一次站到了改革发展的重要时间节点上——以东航云南分公司为主体,由东航股份有限公司

与云南省国资委共同投资组建的合资公司揭牌仪式举行,标志着合资公司进入实质性筹建阶段。

受特殊的地理条件限制,航空给云南带来经济和文化建设的“乘数效应”尤为明显,丽江、西双版纳等一大批原本远在高原腹地的小镇渐渐通过飞机进入人们的视野,并因此刷新了产业结构,迅速成长为蜚声国际的旅游胜地。

新世纪的第一个五年,云南迎来了前所未有的大机遇——“桥头堡”战略实施使云南迅速成为中国面向西南开放的前沿。“航空先行,打通南下西进的空中通道,建设中国面向东南亚、南亚的区域性航空枢纽”的重大任务恰逢其时地落在东航云南分公司的肩上。

大机遇孕育大发展。东航云南分公司审时度势,踏上了区域枢纽网络型航空公司的发展道路。在政企合作形势向好的大背景下,东航云南分公司在现有航线的基础上,进一步完善国际航班、国内干线和区域支线网络,积极支持昆明西南门户枢纽机场建设和云南航空强省建设;同时,全力配合地方政府完成抢险救灾和涉及国计民生重大任务的运输保障工作,展现负责任的现代企业形象。

——【记者手记】——

目前,合资公司筹建取得了实质性进展。东航与云南省已经签署了《出资协议书》和《公司章程》,完成了《公司设立登记书》、《验资报告》、《公司股东会、董事会、监事会决议》等相关资料的准备工作。合资公司正式运营所需要的经营许可和运行合格审定相关手续正在进行当中。

蓄之既久,发之必速。韬光养晦的东航云南分公司将以崭新的面貌迎接西部开发黄金十年,成为云南省“桥头堡”建设的急先锋和主力军。