

波音中国 总裁的“烦恼”

徐 昱

波音中国区总裁就像美国总统，这是一个很好做的位子，因为一切自有波音的流程和规矩；这是一个很难做的位子，因为敏感的中美贸易关系，波音要不断地在市场和政治间权衡。

在这个位子上做了8年的王建民就是在波音的公司法则和市场份额间艰难地争取更大的决策空间。

这是王建民二次退休。2002年58岁的王建民从GE中国区总裁的位置上退休还想积极进取，这是个只能做顾问的年龄，却被波音聘为中国区总裁。只有在波音才能越老越吃香，稳重是波音的最高行为法则。

当时面试王建民的国际部总裁70多岁了，看上去像在波音工作了N多年。王建民恭敬地问他“您在波音做了多少年？”

这位总裁回答：“1年！”王建民的华人面孔，对中国文化和美国商业环境的熟悉是被波音看中的最大原因。

但是，王建民在GE能拍板，在波音拍板就没那么容易了。

波音是个工程师文化的公司，万事讲究流程，每一件事都不能轻易改变。虽然中国市场在波音的战略中愈发重要，但王建民的决策空间有多大一直很难说。在波音，你不能有僭越的冲动。

王建民能做的而且做得最多的即是政府公关，而市场的腾挪空间有限。

卖飞机不是卖白菜，一定程度上，飞机是政府间平衡贸易摩擦的筹码。王建民当然深谙这一点。

王建民上任前，波音和中国没有任何合作。王在位8年，在美国对华技术输出的严格管制下，不断把许多零部件的供应权交给了中国企业，比如成飞、哈飞和沈飞等，提高中国造零配件在波音飞机上的应用比例；与航空公司及民航总局开展飞行员培训等。

在中美贸易摩擦愈加频繁的时代，为了争取中国未来激增的市场和抵御空客的进攻，波音不得不在中国寻找一种行事法则。

用“技术换市场”多少改变了波音保守的面孔，为波音争取了一个对华友好的姿态。

近年来，波音在中国的市场优势地位不断被动摇，市场份额不断被空客蚕食。

王建民在市场决策上一直被掣肘。

在卖飞机这件事上，波音的决策流程很慢很长，一线的谈判人员是没有价格决策权的。“市场导向”的空客则不同，营销手段灵活，价格好商量。这为空客争取了很多订单。

波音决意改变。没有改变规则只是把销售副总裁詹赛盟的办公室放到了北京。

王建民退休之际正是波音最被动的时期。波音空客都在拿新机型赌明天。波音未来的市场赌注787千呼万唤难出世，因为全球供应链的局部问题拖累了787的面世。尤其787机翼、主起落架等重要零部件均由日本厂商提供，如今日本大地震更加使787的面世扑朔迷离。而空客的拳头产品A380却已先行商用。

67岁的王建民的接替者马爱伦37岁，这在波音很另类。波音应该不是要走颠覆路线，未来问题不在于波音是否要寻求改变，在于能在多大程度上放权。



策划 | CEHUACI

3月22日，深圳市神舟电脑股份有限公司(以下简称神舟电脑)首发被否。一手缔造“价格屠夫”、“市场屠夫”——把PC当水果来卖之神话的神舟电脑董事长吴海军，此次未能创造传统PC企业成功跻身创业板的神话。这也是神舟电脑第三次IPO申请遭拒。2005年，神舟电脑股份公司控股股东新天下集团在香港股市申请上市未获通过；2008年，神舟冲击国内中小板亦被拒。证监会在公告中并未批露此次神舟电脑IPO未获批准的原因。记者致电神舟电脑高层，但神舟电脑多位领导均表示不方便表态，对于未来是否继续提交IPO申请，神舟电脑也未对此评价。

神舟电脑“折戟”创业板 董事长绝对控股有“风险”

本组稿件采写 林其玲 刘夏 朱益民



吴海军

A. 虚弱的高成长

欲闯关“高成长”创业板的神舟电脑，其财务数据显示，利润却并不“高增长”。

公司营业收入和息税折旧摊销前利润的实际增长情况为，2008年—2010年间，营业收入的复合增长率为9.7%，息税折旧摊销前利润复合增长只有8.8%，这与众多其他创业板、中小板上市公司动辄30%甚至翻番的强劲业绩增长形成了巨大落差。

此外，神舟电脑称其为“真正意

义上的品牌电脑制造厂商”，已经顺利跨入世界计算机研发和制造的门槛，但带动其业绩增长的引擎却并不是品牌电脑业务。上市前三年，其主营业务占比超过70%的电脑销售收入平均增速只有7.7%，而其他电脑配件销售收入年均增速却高达15.1%，也就是说，以品牌电脑商自居的神舟电脑，其业绩增长的动力主要靠电脑配件销售增长的带动。

实际上，神舟电脑销售收入只在2009年出现过较为明显的快速增

长，较2008年增长了237%，但到了2010年，电脑销售收入增速却骤降为1.56%。值得关注的是，神舟电脑占合并报表营业收入比例达80.8%的母公司，其业绩在上市前一年竟然出现了显著下滑。2010年，母公司实现营业收入37.3亿元，较上年下降了10.6%；母公司实现净利润1.7亿元，同比下降了31%。

2008年—2010年，神舟电脑母公司营业收入复合增长率只有6.2%，但母公司2010年的净利润却较2008年下降了29.7%，母公司净利润虽然在2009年有所增长，但较2008年仅增长了1.9%。

B. 发展“前景堪忧”

分析人士认为，神舟电脑不具备“两高六新”。

日前记者致电神舟电脑承销商海通证券，对方对上市失败一事未予回复。另有知情人士表示，去年神舟电脑开始筹划创业板，但被拒的结果是必然的，“因为它连最基本的‘两高六新’原则都不具备。”

“两高六新”是创业板定位的关键词。“两高”是指成长性高、科技含

量高；而“六新”则是指新经济、新服务、新农业、新材料、新能源和新商业模式。

该人士表示，神舟电脑去年毛利率只有63.1%，非常低，没有高成长性。“神舟电脑跟联想集团不同，联想为代表的这些企业，正在移动互联网方向布局，国际巨头惠普、戴尔的主营业务也早已不是PC业务。而神舟电脑的业务非常单一，就是PC硬件，

而且这次融资的用途也是PC业务。”

此外，长久以来，神舟电脑以“低价”取胜，在IT行业内，神舟电脑也是“暴利终结者”。“当年联想卖上万元的电脑时，神舟就打出4000元的价格。但现在PC价格普遍廉价，连Thinkpad都推出3000元的产品，而神舟电脑的价格仍在三四千元，价格优势不再。同等价格，消费者肯定选择品牌机。”

“从这个程度讲，神舟是自断后路。”该人士表示，“神舟今后发展前景堪忧，创业板上市几乎不可能。”

C. 董事长绝对控股有风险

此外，另有业内人士分析，神舟电脑创业板遭拒的原因还有两点。

首先，神舟电脑董事长吴海军控

有公司83.46%的股权，处于绝对控股的地位。如发行人无法有效做到股东大会、董事会、监事会和管理者之间相

互促进，相互制衡，便有可能出现大股东侵害公司及中小股东利益的行为。这是神舟电脑披露的风险之一。

其次，神舟电脑利润过度依靠出口退税政策。2008年到2010年，其获得的包括出口退税在内的税收优惠

D. “价格屠夫” 神舟电脑 曾经辉煌

提起神舟电脑的广告，许多消费者都有深刻印象。凭借着平价攻略，神舟电脑一度领跑电脑业，2001年年底月销量即突破1万台。

2002年，“四千八百八，奔4扛回家”广告首次在央视播出，引起了全国消费者的巨大反响。通过在央视高密度投放广告，神舟电脑市场份额迅速提升到3.7%，2002年销量突破20万台，销售额超过10亿元人民币，进入全国台式机销量排名前五，惊艳行业，神舟高层在多个场合表示，“神舟电脑一年就走完了其他品牌需要六年才能走过的路”。

在台式电脑上取得成功，2003年神舟电脑正式进军笔记本电脑市场。

2004年，“5980，笔记本电脑提回家”，这则央视播放的广告，让神舟笔记本再度搅动市场，第一批5000台产品不到一个月内售罄，各地出现经销商库存纷纷告罄的火爆场面。据神舟电脑人士当时透露，两个月不到，神舟天运笔记本电脑销量突破1万台。到了2005年，神舟笔记本比2004年成长三倍。单月出货量超3万台，以13.7%的市场份额仅次于IBM、联想位列第三位。神舟电脑实施低价策略，也被业内称为“价格屠夫”。

2005年，神舟电脑签约“超女”总冠军李宇春为产品形象代言人。有消息称，当年联想也有意向让李宇春代言，但神舟抢先一步。当年，神舟电脑总裁助理高翔曾表示，2006年销售额将达60亿，10年内做世界第一。然而神舟电脑的招股书显示，去年公司收入不足50亿元，与预期目标相去甚远。

分别占净利润比为92.07%、16.78%、25.12%。神舟电脑在其招股说明书中也坦承，如果税收优惠政策改变或者因公司自身原因不能再享受税收优惠政策，将对公司利润造成较大的冲击。

▶▶▶▶▶ [上接A1版]

“奇虎360”即将上市 周鸿祎身价3亿美元 祭出“猛虎下山” 圈钱“美纽交所”

业内普遍观点认为，此次360如果最终成功IPO，周鸿祎这位纵横互联网多年的“个性CEO”也算修正成果。周鸿祎在互联网领域以备受诟病的3721而得名，虽然后来3721被雅虎收购，不过周鸿祎却背上了“流氓软件之父”的恶名。而在网络安全领域，周鸿祎则一直期望洗去这一恶名。如今看来，奇虎360如成功IPO，周鸿祎的这一梦想看来就要实现。

奇虎360 财富兑现

众所周知，公司IPO往往成为“造富机器”，而这在互联网公司中尤其突出，一大批持有上市公司股份者一跃挤入富人的行列，身价不菲，这对奇虎360也不例外。

资料显示，目前奇虎董事会成员包括：奇虎董事长兼首席运营官周鸿

祎、奇虎总裁齐向东、红杉资本沈南鹏、奇虎总工程师曹曙、鼎晖创投王功权、奇虎首席财务官William Mark、财务副总裁姚珏、技术副总石晓红、高原资本Hong Chuan Thor。

以发行价计算，奇虎360目前估值约为15亿美元。奇虎360的招股书披露目前的股权结构中，周鸿祎持股32228158股，占总股份的21.50%，为第一大股东，经过IPO之后，周鸿祎持股比例稀释为18.46%，账面财富近3亿美元。

事实上，对于持有360股份的其他员工来说，这次也算是有了盼头，也有了财富兑现的过程。

虽然在记者采访时，360内部员工以现在不方便为由拒绝采访，但是从互联网公司IPO的历史来看，这些持有价值不菲互联网科技公司股份的员工在世俗的观点中，都已算是

“成功者”。

随着中国经济的高速发展，相信中国的“富人”会越来越多，千万乃至亿万富翁在普通大众中也不再那么

陌生，而对这些世俗眼中的富有者来说，如何规划、使用自己的财富以促进社会进步、赢得社会更多尊重，可能成为下一个需要思考的问题。

[相关链接]

IPO 演绎互联网诸多“造富神话”

北京时间2010年12月8日晚，视频网站优酷网与当当网这两家国内互联网公司同时在美国纽约交易所IPO。当时也瞬间让一帮人实现了多年的财富梦想。

据悉，优酷当天大涨161%，成为继百度之后5年来美国股市上市当日涨幅最高的股票，位列腾讯、百度、阿里巴巴、网易、新浪之后中国第六大互联网公司。优酷CEO古永锵通过个人和公司持股41.48%，上市后，身价达14亿美元。同时有消息进

一步称，公司其余高管身价也平均过亿，同时由于优酷网执行的是全员持股，全部500多名员工身价也都平均过百万元，可以说是一片其乐融融。

再看当当网，该公司当时的招股书显示，当当网CEO李国庆持股38.9%，担任联合总裁的俞渝持股4.9%。由于李国庆和俞渝是夫妻，两人持股总计43.8%。当当网首日涨86.94%，市值达到约23.3亿美元。而李国庆夫妇身价一跃高达10.07亿美元。

老总话道 | Laozong Huadao

送快乐

刘鹏凯/文 何兵/图



1.夏日炎炎似火烧，不要说干活了，坐着不动都是一身汗。我带着行政科长、生产部长，拿着脸盆、毛巾、仁丹、风油精、矿泉水，来到新车间慰问工人师傅们。



2.一进门立即被眼前的情景感动了：在临时铺设的铁板上，两个焊工穿着长衣长裤，手持面罩，埋着头专注地焊接着。



3.“同志们，歇一下吧，厂长来看望大家了！”生产部长扯开嗓门喊道。



4.吊车工小李本来皮肤就黑，经过这些天的辛劳，更黑得像涂了一层锅底灰。“看，你演个黑脸包公都不用化妆啦！”听我这么一说，小李的眼睛眯成了一条线。



5.一阵嬉笑连着一阵嬉笑，我一边给大家送上凉毛巾，一边叮嘱他们注意防暑降温，注意作业安全……



6.一条凉毛巾、一瓶矿泉水，实在微不足道。此时送给他们，让员工们感受的就不仅仅是清凉，而是金钱难买的劳动的快乐。(作者刘鹏凯系江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长)