

经营典范 | JingyingDianfan

三星 LG 市场重心移向中国

携 3D 技术“隔空过招”中国市场

纵横捭阖、拉帮结派、针锋相对。这就是三星与 LG 两大韩国电子巨头目前在华竞争的最好概括。无论是液晶面板、3D 电视还是在智能手机领域,两家企业都是一副你死我活的架势,还陆续拉入了中国企业做“盟军”,明显将争夺重心移至中国。

3D 市场隔空过招

韩国电子巨头 LG 日前对外宣布,将全面停产主动快门式 3D 电视,以后所有的 3D 产品将采用不闪式 3D 技术。“‘不闪的’才是健康的。”LG 如是说。

自 3D 电视面世以来,按照显示技术的不同,彩电企业分为两大阵营——主动快门式和偏光式。“偏光、偏光”,这个名字就容易让人产生偏见,所以向来擅长为产品包装的 LG 给它取了个新名字——“不闪式”。虽然在年初的 CES 国际消费电子展上, LG 刚刚展示过采用主动快门式技术的 3D 产品,但 LG 副总裁李廷汉此次表示,经过研发和比较,不闪式 3D 电视更加具有优势。

一直以来,两大 3D 门派针锋相对,互指对方技术不入流。从目前来看,双方仍僵持不下,哪类产品会成为未来 3D 主流也尚未可知。LG 的豪赌之举像一颗重磅炸弹,在业内炸开了花。

业内人士普遍认为, LG 果断停产主动快门式 3D 电视是将矛头指向同为韩系厂商的三星电子。就在此前一天,由三星在京召开的“FULLHD 全



▲三星手机

高清 3D 合作伙伴论坛”上,三星力推主动快门式 3D 电视,并大胆放言,主动快门技术才是呈现全高清 3D 画面的惟一技术。而 LG 决绝地放弃这一技术,仿佛在向三星和主动快门阵营的企业宣战。

在华拉拢中国“盟军”

三星和 LG 的 3D 之争还拉入了中国盟军。不久前,三星联合松下、索尼、海尔、夏普、长虹等彩电厂商成立了中国 3D 电视推广联盟。联盟的成员全部采用快门式 3D 技术。而 LG 也不孤单,目前销售最好的两家中国本土彩电企业创维和海信都与 LG 同一战线。创维已经全面采用偏光式 3D 技术,而海信也逐步加大偏光式 3D 产品的比例。

一位业内资深人士在微博中提到,韩系企业对垒叫板,日系企业袖手旁观,中国企业被动跟随,3D 的格局就这样形成了。

与此同时,在被视为掌握着彩电业命脉的面板领域,三星与 LG 也在华动作频频。10 天前,三星如愿入股 TCL 集团旗下的高世代液晶面板线项目,并与 TCL、苏州工业园区等签署合同,共同成立苏州三星电子液晶显示科技有限公司,从事 7.5 代线 TFT-LCD 面板的生产与销售。三星与 TCL 抱团,而 LG 却和创维成为“死党”。去年, LG 位于广州的高世代面板项目就拉入创维做股东。

帕勒咨询机构资深董事罗清启

对于这一局面评价说,这是一场面板巨头之间争夺战略合作伙伴的战争,如今已经形成了三星-TCL 联盟与 LG-创维联盟对抗的格局。对于三星面板来说,抓住 TCL 仅仅是其控制中国面板市场的第一步,其更大的野心在于通过液晶电视从 2D 向 3D 的技术升级,成为中国电视面板最大的供应商。而 LG 想法同出一辙,其争取中国厂商的法宝则是成本更低的不闪式 3D 液晶面板。

这不是一场内战

在终端产品上,三星和 LG 争战的硝烟也丝毫没有减退。4 月 7 日,这两家企业不约而同地选择同一天在华发布其全系列智能手机产品和全新的平板电脑产品,并纷纷高举“智能”旗号,展开了在中国市场正面 PK 的架势。

韩国两大巨头火拼,看似一场“相煎何太急”的内战。然而业内人士却普遍认为,这次韩系厂商的中国之战值得国内企业警惕。

三星、LG 高世代面板项目落地,并捆绑本土家电品牌,是他们寻找避风港、转嫁未来运营与竞争压力的策略需要。他们借力中国品牌资源,构筑和培育自己上游产品的出货渠道,不仅能打压对手,还能借机削弱中国彩电企业的竞争合力。而不论三星与 LG 谁最终能占据更多市场,受益最大的都不会是中国企业。

罗清启认为,中国市场已成影响全球彩电业格局的最关键市场。谁能

拥有中国市场,谁就最有希望在下一发展周期内成为市场的主导。

(孙联颖)

——【相关链接】——

LG
2010 年 12 月: LG 在华高世代线项目引入创维做股东
2011 年 1 月 20 日: LG 社长权映寿公开表示,快门式 3D 电视将会退出市场
2011 年 4 月 23 日: LG 宣布全面停止生产快门式 3D,彻底与三星的快门式阵营划清界限
SAMSUNG
2011 年 1 月 30 日: 三星联合松下、索尼、海尔、夏普、长虹成立中国 3D 电视推广联盟
2011 年 4 月 21 日: 三星宣布入股 TCL 高世代液晶面板项目
2011 年 4 月 22 日: 三星在京召开论坛,指出主动快门技术是呈现全高清 3D 画面的惟一技术
2011 年 4 月 7 日: 三星、LG 同日在京发布其全系列智能手机产品和全新的平板电脑产品

金算盘获首批通过会计核算软件数据接口认证证书

日前,《财经信息技术 会计核算软件数据接口》(GB/ T 24589-2010)国家标准实施推进成果新闻发布会在北京国家会议中心召开。此次活动由审计署、国家标准化管理委员会联合主办,全国审计信息化标准化技术委员会承办。会议通报了《财经信息技术 会计核算软件数据接口》系列国家标准的实施推进成果,并向首批通过 GB/ T 24589 认证的金算盘、用友、金蝶、浪潮、新中大、甲骨文(中国)、思爱普(SAP 北京)7 家企业颁发证书。

由审计署组织起草的国家标准《财经信息技术 会计核算软件数据接口》(GB/T 24589-2010)已于 2010 年 6 月 30 日经国家标准化管理委员会批准发布,并于 2010 年 12 月 1 日起在全国范围内实施。该标准是全国审计信息化标准化技术委员会成立以来组织制订的第一批标准,在继承 2004 年发布的《信息技术 会计核算软件数据接口》标准的基础上,依据新版《企业会计准则》进行了技术更新,扩展了标准适用范围,内容进行了体系化完善,并对市场主流软件产品开展了标准符合性认证。

金算盘助理总裁、北京分公司总经理陆斌先生在成果发布会上讲到,金算盘公司一定积极参与并响应新标准。公司目前所有在售的 eERP 软件中,均嵌入了新的会计核算软件数据接口。这充分保证了使用单位及企业能够便捷支持《财经信息技术 会计核算软件数据接口》(GB/ T 24589-2010)标准。陆斌先生承诺,金算盘公司也将积极响应并参与到审计署、国家标准委、审计标委下一步的“企业管理供应链的数据接口标准化”的工作中去。

近年来,会计核算软件产品认证工作已经取得了初步成果。标准制订和出台是电子政务发展过程中典型的成功示范,必将有力保障我国电子政务沿着更加健康有序的轨道发展,为相关企业乃至整个产业的发展提供更广阔的市场和商机。相信,今后会有更多的软件产品通过认证进行合格评定,以保证软件产品的质量,确保软件产品符合国家标准的要求。(周荣)

临涣煤矿一季度原煤生产再创新高

淮北矿业临涣煤矿摆正安全和生产的关系,克服地质构造复杂、瓦斯较大不利因素,突出抓好安全高效生产,一季度原煤产量再创新高。

一季度,临涣煤矿采场条件相对较差,三个主力生产工作面分别存在不同程度的地质构造,加之开采深度的增加,矿井瓦斯涌出量较

大,导致个别工作面被迫限产,甚至停产,严重制约矿井产量和经济效益的提高。对此,这个矿加强三个综采工作面的管理,协调各生产采区生产时间,细化分解目标任务,合理组织生产,最大限度地发挥西部两个工作面的生产能力。针对瓦斯较大的采区和综采工作面,从防突的

技术管理、现场管理等方面进行改进和调整,对二下、东十一采区瓦斯泵站“双三专”及设备进行全面改造,使瓦斯抽放泵的电机功率由原来的 90KW 提升至 160KW,提高了瓦斯抽放能力,确保工作面安全回采。针对工作面收作搬家频繁的问题,该矿实施了工作面拆除、安装

“双线”作业法,加快了工作面拆除、安装速度,为工作面生产接替赢得了时间。一季度矿井原煤生产突破了 70 万吨。为解决生产接替紧张问题,这个矿以“综掘保综采”,大力发展综掘机械化,提高单进水平,围绕生产接替突出问题组织会战,一季度完成进尺 4722 米。(郁宏田)

苏宁与国美:千亿背后的“光环与危机”

再过两个月, Fortune 杂志应该会发布 2011 年世界 500 强企业排行榜。苏宁电器、国美电器极有可能首度现身其中。

中国连锁经营协会 3 月公布的“中国连锁百强”报告显示,2010 年,苏宁电器(包括非上市部分)营收达 1562 亿元,国美电器(包括非上市部分)以 1549 亿元紧随其后。而 2010 年 Fortune 500 强中的第 400 名营收才 217.58 亿美元。

狂飙突进的千亿梦

张近东、黄光裕对这目标渴望已久。2005 年 3 月,黄光裕在上海放话,2008 年国美电器将进入世界 500 强。同年 6 月,张近东同样喊出,2010 年,公司将进世界 500 强。

2009 年 1 月,张近东在上海曾对媒体强调,2010 年进 500 强的目标没变,步伐还可能加快。2010 年年中榜单中没有它们的名字。国美有些食言,苏宁处于关口。不过,晚进似乎无伤它们成长的力道。

3C 连锁双雄朝千亿规模的冲击可用“狂飙突进”一词形容。中国连锁经营协会数据显示,两人喊话的 2005 年,国美电器全年营收仅

4984 亿元,那时它主要盘踞北京;苏宁电器当年营收仅 3972 亿元,是南京的连锁“地头蛇”。等于说,5 年过去,苏宁电器营收成长 38.32 倍,国美成长 30 倍。

2002 年,苏宁电器营收大约 20 亿元。上海苏宁电器副总经理朱家桂回忆称,那时自己觉得已经很大,而现在上海中山公园旗舰店,年营收已超过 12 亿元。

国美、苏宁的连锁化进程,也是中国零售业壮大的典型途径。它带有标准、可复制的特征,其中隐含的类金融生存模式,更是充分发挥出强烈的规模化效应。从 2002 年开始,仿佛就在一夜间,无数的家电连锁卖场遍布了中国的城市与乡镇。而国美、苏宁则最为疯狂,它们创造平均过一天超过一个新店的纪录。其中 3 年,成长幅度甚至超过 100%。

千亿下的危机防范

不过,奇特的是,这两年来,尽管苏宁与国美也强调规模,并在前不久公布了有史以来最高的年度开店目标,再度回到平均每天开一新店的局面,但它们的话语间似乎不再像过去那样热衷于谈论规模,对于进入 500 强的目标,在传媒面前更是极少提起。

张近东本人对规模化带来边际效益变动有所警觉。2008 年 9 月,他说,家电连锁企业要做大无非两条路,一是跑马圈地,二是终端销售笑脸相迎。



“现在地都快圈完了,销售人员也都是笑脸,这种方式已经远远不够了。”张近东说,苏宁开始“内向”,将更多注意力投到后台与单店效益上。过去 4 年,苏宁重金购买物业,大建物流基地,巨资上马信息系统,快速融合海外竞争对手商业模式,开始从过去水平式的扩张走向纵深运营。此外,它还涉入电子商务市场。

国美的扩张中带有外延性特征,一系列并购让它获得规模化的同时,也带来整合与运营风险。如果抛开收购的永乐、大中与三联等区域霸主,国美实质性的运营似乎已被更多依靠内生性成长的苏宁超越。

被视为与陈晓路线相反的大股东黄光裕,事实上在国美的内讧、张大中上任之后,并没有大幅扭转陈晓过去的策略。国美 2011 年六大经营发展策略依然分别为:迅速加大网络覆盖,深耕二级市场,继续增强商品经营能力,大力提升同店增长,快速发展电子商务,加强技术设施服务。这与 5 年前黄光裕主要依靠规模扩张与低价趋势获得成长已有很大差异。

在这种趋势下,过去被视为寄生式类金融模式的苏宁与国美,管理与运营模式开始出现许多创新举动,过去几年,它们在组织架构、大区管理、总部职能网格化方面也已非过去相比。(王如晨)

小肥羊与百胜 尚未达成收购协议

原本打算最近复牌的香港上市企业小肥羊,日前发布公告称,将继续停牌,并有待刊发一项“收购及合并”公告。“目前与百胜就收购事情仅属于初步阶段,并且不确定最终将会做出任何收购建议。”小肥羊相关负责人近日表示,尚未与百胜达成任何收购协议。

收购尚不确定

小肥羊近日表示,会就此事的讨论进度按月发表进一步公告,直至公告做出收购建议之确定意向或决定不会进行收购建议为止。

小肥羊 4 月 26 日晚间发布公告称,肯德基、必胜客母公司百胜餐饮集团已与董事会就现金收购全部已发行股份进行了接洽,如收购完成,百胜将全面控股小肥羊,董事长张钢及几位创始人在收购后将持有少量股份。据媒体称该收购涉及 45 亿港元。

4 月 29 日,小肥羊曾就与百胜的收购事宜发布澄清公告称,并没有与百胜餐饮就任何收购建议、尤其是价格及架构达成任何协议,亦不知悉任何人士已就该等收购建议达成协议。

小肥羊高层或继续套现

对于这次的收购,百胜方面昨日表示,百胜目前尚未正式向小肥羊提交收购要约,双方仅处于初步接洽阶段,收购能否获批取决于监管部门的批准,目前还不清楚未来的情况。

2009 年 3 月,百胜中国旗下的投资公司以 49 亿港元入股,换得小肥羊 20% 股份。经过不断增持,目前百胜已持有小肥羊约 27% 的股份。

2010 年 5 月,张钢等多名董事出售 4460.49 万股小肥羊的股份,共从中套现约 1.88 亿港元。据业界分析,小肥羊高层或将继续套现。

今年 3 月,小肥羊公布的 2010 年全年年报显示,公司收入 19.3 亿元,同比增长 22.7%。但毛利率较去年同期下降 2.7 个百分点至 55.8%。

【分析】商务部审批或将决定成败

尽管小肥羊、百胜双方都称目前此并购并无实质性进展,但社会对此的关注度还是很高。

需要注意的是,收购能否达成除了要看双方的具体谈判外,还取决于我国监管部门的批准。有业内人士分析指出,此事件属于外资企业私有化内地民族企业案例,商务部或再出面干预。众所周知的 2008 年可口可乐收购汇源果汁,最终就因商务部的干预而以失败告终。

【声音】

“百胜持续本土化”

“可以看到,肯德基这几年在大幅的进行本土化战略,也开始卖米饭、卖豆浆油条等。”营销专家李志超分析称,“此次并购对于百胜来讲,未来产品线将会更多,不仅将更好地适应中国市场发展,同时小肥羊在国外有分店,这对百胜开拓国际市场也有利。”

李志超表示,百胜很清楚中国市场的巨大容量,而若要做大中国市场,单靠肯德基品牌已不能巩固其市场地位。

公开资料显示,截至今年 3 月底,百胜在中国大陆已开出超过 3200 家肯德基,超过 500 家必胜客、100 余家必胜宅急送和 20 家东方既白餐厅。小肥羊截至去年底在全国拥有 400 家门店。(李