

【战略重组】ZhanLuChongZu

鞍钢攀钢两年重组整合成“大鞍钢”



随着攀钢钒钛二次现金选择权顺利结束，鞍钢集团成为中国资本市场全流通后，央企中首个主要通过市场机制实现跨地区联合重组的钢铁企业。

攀钢钒钛发布的公告称，攀钢钒钛第二次现金选择权行权期内，共有15511股申报二次现金选择权，鞍钢共支付16.36亿元行权资金，攀钢钒

钛二次现金选择权顺利结束。至此，鞍钢、攀钢重组中至关重要的资本市场风险得以化解。

鞍钢集团总经理张晓刚对媒体表示，将在两年内基本实现鞍钢和攀钢资产、资源、业务的实质性整合及一体化运作。

根据重组方案，鞍钢、攀钢重组之后的“大鞍钢”将对鞍钢、攀钢原

来所属的钢铁主业和上游矿产资源进行重新梳理。

兰格钢铁研究员徐力在接受记者采访时表示，鞍钢重组面临最大的问题就是攀钢的资产质量较差，其他方面困难较小，整体来说其重组相比山钢等企业重组难度小很多。

“资产重组必然存在着置换、剥离等，不同于其他钢企的资产简单合并叠加、未调整资产结构式的重组，鞍钢和攀钢重组通过资产置换，调整资产结构达到真正融合，这是其重组的一个亮点，也是一次有益的尝试。”我的钢铁网资讯总监徐向春认为，将来，攀钢可能将致力于国内外矿产资源的开发，完成资产置换后可能成为国内最大的铁矿生产企业。

有媒体透露，2007年11月26日，鞍钢接到攀钢发来的一封紧急求助函，请鞍钢帮助解决整体上市过程中的分离交易可转债补充担保和吸并换股现金选择权第三方两个困难。随

后，鞍钢做出决定，同意为攀钢分离交易可转债提供担保和作为现金选择权第三方。

2008年我国证券市场从“牛市”转为“熊市”，鞍钢为摊薄现金选择权行权成本，不得不继续购买攀钢系股票，鞍钢也顺理成章成为攀钢系的重组方。

业内声音：

“鞍钢和攀钢都是央企，其东家都是国务院国资委，不存在央企和地方企业重组的障碍，虽然两家企业重组都存在有政府引导和支持，但其重组更多的是两家企业之间主动的、有意的联姻。”我的钢铁网徐向春表示，虽然政府也起了一定作用，但鞍钢和攀钢的重组跟其他钢企重组的最大区别在于市场化程度比较高。

(王松才)

盛大“血洗”酷6的背后

□ 宗 禾

见过裁员的，但是被冠以“血洗”名头的可能盛大系的酷6网是独一份。

在李善友(酷6网创始人)离职两个月后，盛大终于撕掉了含情脉脉的面纱,开始对酷6网的员工们下手了：5月18日上午,盛大欲让酷6主管销售的两位副总裁裁掉销售部190余名销售中的150位,遭拒绝;当日下午,副总裁被裁，由盛大指定一位接管酷6销售部，继续裁员；酷6网被辞退的员工们纷纷用类似于“愚蠢、卑鄙、冷血”等等言论来形容这场运动式的裁员行动,悲壮中透着无奈。已作为局外人的李善友发出无奈叹息:“相煎何太急”。为什么这场意料之中的风暴会来得如此激烈？为什么酷6和盛大均陷入漩涡？在酷6这场裁员的背后还隐藏着什么？

创业者难成“圈内人”

互联网分析人士洪波认为，在酷6裁员背后其实是折射出盛大“车太大，发动机太小”的问题。而另一位互联网分析人士谢文则一语中的地指出，盛大是一个人的公司，盛大CEO陈天桥基本依赖的都是老乡和同学，尽管曾经有明星创业者，但基本都难以进入最核心的圈子。

还记得那段光辉岁月，2009年6月盛大突然以斥资4620万美元收购华友世纪51%股权，接着在11月酷6几乎面临断粮的情况下，以“抄底”价格全资收购酷6。盛大曾有一个华丽篇章，众多明星创业者及经理人都齐聚在陈天桥麾下，包括酷6创始人李善友、点点网创始人许朝军、容网络创始人CEO李瑜、盛大在线副总裁边江，如今这些人背影已经远去。一名熟悉陈天桥的人士透露，盛大是陈天桥一个人的盛大。所有在盛大的职业经理人都必须在这个框里面，带着镣铐跳舞。

谢文指出，盛大历史上的收购很多，但没有一个可以长大的项目。实际上，盛大还是依靠陈天桥当时的一帮老乡和同学，新加入的血液很难进入核心层，没有实际权力，因此都呆不长。

资本催熟的严重后果

最近几日食品安全领域的催熟问题很受关注，酷6网今日之局似乎也离不开催熟二字。有观察人士认为，酷6这次纷争并不是陈天桥和李善友的理念之争造成的，而是“资本催熟”后留下的隐患。

酷6网卖身与盛大之后借壳上市，盛大对酷6网应该说抱有很强的商业信心，就是想通过酷6网在网络



盛大 CEO 陈天桥

视频领域成为强者；但是经过数年的发展，酷6网无论是流量、用户规模，还是营收等等，都还是远远不如优酷网和土豆网的，甚至在后发制人的搜狐视频都开始赚钱的时候，酷6网还在纠结于发展模式，以及梳理创业团队和控股方的关系等等。酷6网被催熟上市，但是却没有足够的实力来承担“早熟”，长期的高投入和亏损使得盛大终于失去了耐心，撕掉了温柔的面纱，铁腕裁员节约成本。

陈天桥曾公开表示：“整合本身就是盛大核心竞争力之一，我现在不干具体工作，我的工作就是干这事。”

视频网盈利模式之争

根据酷6财报显示，酷6传媒



酷6网创始人李善友

2010年亏损高达5150万美元，全年营收仅2030万美元。在酷6亏损的背后，李善友与陈天桥的分歧和摩擦一直不断。

此前，在酷6网未来发展模式上，陈天桥希望酷6网的发展方向是视频资讯新闻，而李善友则坚持走购买正版版权的影视剧的“大片模式”。互联网资深人士刘兴亮告诉记者，无论是大片模式还是视频资讯模式，在国外都有成功的案例。

但是单从盛大本身的发展战略来看，走视频资讯新闻模式更为适合盛大。在经历了2010年视频市场“上市潮”之后，今年各大视频网站的竞争再次呈现出竞争架势。除了几大传统视频网站外，门户网站也插足其中。



上汽菲亚特红岩动力总成有限公司总经理文德齐先生

□ 庄 严

作为上汽集团商用车板块关键零部件总成的重要组成部分，上汽菲亚特红岩动力总成有限公司(简称“上菲红”)在2011上海国际车展上展出了从轻型到重型的4款柴油机，体现了在依维柯技术体系支持下所拥有的产品实力。其间，该公司新任总经理文德齐先生(Mr. Christian Vendangel)也首次在公众场合亮相。借此机会，记者采访了这位新任总经理，以及该公司副总经理杨汉琳先生，通过与他们的交流和沟通，进一步了解了上汽菲亚特红岩的发展情况。

在中国制造的柴油机质量丝毫不差

虽然，为某些西方国家所诟病的

上菲红要做一站式动力解决方案专家

“中国制造”多少有些诋毁之意,但也客观地反映出中国制造业目前存在的不足之处。一款国外优良的产品被引进之后，如何在中国制造产业环境中依然能够达到与国外相同的质量水平，是许多中国制造企业所要面对的问题，同时也是中国制造企业证明自己制造能力的一个机会。上菲红用自己的行动证明了“中国制造”丝毫不差。

文德齐告诉记者:就在2011上海国际车展举行之前，刚刚有一批上菲红生产的Cursor9柴油机出口到美国市场，这就足以证明中国制造的柴油机在质量上丝毫不差。而之所以能够保证Cursor9发动机的质量，最重要的是做到了两点：一是管理好企业的生产工艺；二是管理好企业的供应商体系。

杨汉琳补充道：生产工艺属于企业内部可控范围，可以通过引进先进的生产线和加强对工人的培训，以及增加质检流程来把控质量，相对比较容易，而供应商体系的管理就比较复杂一些。目前，上汽菲亚特红岩的供应商仍以像博世这样的跨国企业为主，但是90%的零部件都在中国制造，这也说明了中国制造的质量并不差。

对于中国本土的供应商企业,文

德齐认为：中国供应商的水平参差不齐,好的与差的之间差距很大,这让上菲红在选择中国本土供应商时格外地慎重和小心。杨汉琳补充说:中国本土也不乏世界级的供应商，文德齐和杨汉琳共同表示，上菲红发动机技术整体的提升与供应商体系整体能力的提升有着密不可分的联系。

作为上菲红对中国市场的承诺，上菲红将严格执行其产品与欧洲同步的品质标准，协助供应商共同提高产品品质。

9 L 柴油机仍是商用车市场主流

前几年,9 L一直被誉为重型商用车用柴油机领域的“黄金”排量。但是近段时间，国内柴油机的排量不断上升,10 L、11 L，甚至13 L机型也开始粉墨登场。排量上升之快,简直可以媲美中国的经济增长速度。对于这种发展状况,杨汉琳认为：其实，排量首次在中国亮相的Cursor13柴油机是一个参数,就像乘用车一样,同一个型号的车辆既有3 L的排量，也有其他排量。对于一款发动机而言,排量仅仅是众多参数中的一个，不能代表产品

的整体水平。而且不同国家采用的技术路线也不尽相同，发动机所表现出来的特性也就不尽相同。他告诉记者：日本柴油机采用的是大排量、低输出功率的特性,强调产品本身的可靠性，而欧洲柴油机的技术特性并不是十分强调排量的大小，而是侧重把升功率逐渐提高，这样尽可能地减少了整个柴油机的自质量。上菲红的产品技术源头就是来自欧洲,所以，在目前中国柴油机市场,9 L排量的功率达到294 kW(400 hp)的产品只有Cursor9。当然，真正评判一辆重型商用车动力性能的好坏，并不能只看柴油机功率一项参数。还要关注发动机转矩,以及变速器 and 车桥的匹配，这些都会影响车辆最终的性能表现。

从目前市场的发展趋势来看,杨汉琳认为柴油机市场需求还主要集中在9L排量这个级别,估计市场占有率不会低于45%。不过未来随着市场变化,更大排量、更大功率的发动机所占据的市场份额会加大。正是看中这样的市场趋势，上菲红在本届上海国际车展上展出了即将引进的Cursor13发动机,而且据杨汉琳估计,该款机型将于2012年内开始在上菲红投产。上菲红也将根据市场的需求，陆续引进其他系列产品，逐步拓展并完善其产品

线。

要做一站式动力解决方案的专家

除了认为9 L柴油机是目前市场上的主力机型和看好13 L柴油机是未来市场上的潜力机型之外，杨汉琳还认为：柴油机在经济性和环保性上还有很大的提升空间。他告诉记者:目前整个社会对于环保日趋重视，新能源或是天然气作为柴油替代能源的呼声很高，但由于现阶段这些替代能源发动机在使用上还有一定的局限性，一时还很难代替传统的柴油机，柴油机在重型商用车市场的主力地位很难被动摇。

所以，国家现在非常重视柴油机的环保和经济性，排放标准不断升级，交通运输部也出台实施了燃料限值政策。这对于有着先进技术支持的上菲红来说是应一件值得非常高兴的事情。杨汉琳还表示:对于环保的不断追求固然没错，但也有很多现实的因素需要考虑，在提升柴油机环保性的同时，也必然会带来经济性的一定下降，这是已在欧洲柴油机的发展过程中得到证明的规律。不过,上菲红依然

会在产品设计上做到最优化用户经济性和国家排放标准的双重要求。

除了展出即将引进的13 L柴油机，上菲红还展出了FIC.NEF6和Cursor9等3款柴油机，从轻型到中型,再到重型,覆盖了几乎所有商用车应用领域，显然这与上菲红的发展策略相关。对此,杨汉琳告诉记者:在公司的长期发展战略中，上菲红要做一站式动力解决方案的专家，能够为不同级别的客车，或不同类型的卡车提供相应的柴油机。为了实现这一目标，除了即将引进13 L发动机之外,上菲红很有可能根据市场的需要再引进一款介于9 L和13 L之间的机型。

文德齐和杨汉琳都对自己公司的产品非常有信心。杨汉琳还告诉记者:在保证上汽集团内部商用车用柴油机的需求之外，上菲红还将积极与其他企业进行合作,不放弃每一个机会。他们同时表示,公司将以市场为导向,以技术为优势,整合全球优势资源,实现精益化生产，在保证上菲红产品品质的基础上,提供最有竞争优势的产品。通过全体员工努力，打造具有全球竞争力的中国柴油机制造企业。为行业树立:技术创新、节采用SCR后处理系统的NEF6柴油机节能环保、高性价比标杆。



安徽华源煤电 紧锣密鼓备战生产

日前,记者来到安徽华源煤电有限公司采访获悉,该公司系列产品正在北京通过国家相关部门领取准生证,为不影响企业生产,该公司技术人员,正在紧锣密鼓对设备进行调试,确保生产万无一失,并期望华源煤电旗开得胜。

本报见习记者 王淑芹 摄影报道

人类材料史上的重大突破 隔热、隔音、防火、绝缘微晶玻璃在晶牛问世

本报讯 为有效杜绝一些大城市各类火灾的频频发生,为人们创造一个安全、节能、环保的工作环境与生活环境,将众多人们进入太空的梦想变为现实,一直走在世界新材料研发前沿的中国晶牛集团经过一年的研发攻关,终于在近日研制生产出人们渴望多年的同时拥有隔热、隔音、防火、绝缘等特性的微晶玻璃。

晶牛研制成功的隔热、隔音、防火、绝缘微晶玻璃，可耐1000℃以上高温不破损，且具有极好的隔热、隔音和绝缘效果，是世界各发达国家10多年来都在追求研发的一种高科技特殊新材料。该材料的问世，不仅可对航天、航空、军事、海洋等领域的

外舱体、观察窗、太空望远镜等设备机械的性能带来巨大的提升，也将对人类高温工业、防火安全及生活家电领域带来一场前所未有的新变革。

微晶玻璃是晶牛集团自1992年开始，历时8年，耗资10亿元，依靠自己的力量于1999年5月成功攻克的世界难题。现在经过10多年的发展,生产规模由1条发展到3条,成型工艺由压延工艺发展到浮法工艺，市场领域由煤炭、电力、钢铁等行业发展到造纸再到现在的航空及家电行业,微晶设备装备了全国最大的钢厂、电厂、煤矿、造纸厂,并且微晶标准已经成为共和国的国家标准。

(牛晓)

“中集凌宇混凝土机械联合推广会”在福建召开

□ 本报记者 罗红耀
通讯员 时永奎

5月20日下午,洛阳中集凌宇与合作伙伴一汽解放汽车销售公司、洛阳佳一机电设备有限公司一起,携两台搅拌车、两台散装车来到“福地宝城”福州,在福州世纪金源大饭店金都厅隆重召开“中集凌宇混凝土机械联合推广会”，洛阳中集凌宇汽车有限公司副总经理、中集凌宇营销公司总经理胡柏林、一汽解放汽车销售公司副总经理孟祥会、洛阳佳一机电设备有限公司总经理熊永乐及福建省散装水泥协会、散装水泥办公室、福建省建筑业协会商品混凝土分会的相关领导出席会议,福建省混凝土行业客户200余人参加了会议。

会议由中集凌宇公司商务市场部推广经理常国强主持,福建省散装水泥协会秘书长余良明代表行业协会领导对中集凌宇、一汽解

来表示欢迎。一汽解放汽车销售公司、洛阳佳一机电设备有限公司对专用车底盘、搅拌站等产品做了介绍。中集凌宇副总经理胡柏林先生分别对中集集团、中集凌宇和企业所在地洛阳做了详细的介绍,与会嘉宾对洛阳美景心驰神往。

会上举行了签约仪式,中集凌宇、佳一机电与客户签订了双180搅拌站、中集凌宇搅拌车和散装水泥车,并举行了简单而隆重的交车仪式。会后,嘉宾来到酒店停车场参观样车,中集凌宇专用车以其靓丽的外观、合理的设计和专业的性能,引来了到场客户的赞赏。

晚上,主办方举办了精彩的演出和扣人心弦的抽奖,随着一等奖笔记本电脑的抽出,“中集凌宇福建混凝土机械联合推广会”圆满落幕!这是中集凌宇进入福建市场以来召开的首次盛会,对中集凌宇在福建乃至东南市场提高品牌知名度、扩大市场份额具有重要的意义!