

新时代下的老品牌:消失抑或重生

□ 罗宇凡 唐雪恋

2012年9月,被称为“中国胶卷王”的乐凯告别了彩色胶卷行业;曾家喻户晓的百年品牌“泊头火柴”彻底成为历史。而此前的4月,美国胶卷巨头柯达也正式宣布破产。市场“优胜劣汰”的残酷法则从未改变,是固步自封走向消亡还是破茧成蝶迎接新生,新时代下的老品牌们将各自拥有怎样的命运?

“你准备好了吗?”

“你准备好了吗?”这句拍照前询问拍照对象的常用语曾是乐凯胶卷的广告词,而如今,它已然成为所有老品牌在面对日新月异的技术变革和激烈的市场竞争时的共同问题。

9月4日晚,乐凯胶片发布公告称,将停止彩色胶卷的生产,清理相关资产,同时做好库存彩色胶卷销售,至此,乐凯终于对长期低迷的胶卷业务实施“安乐死”。

上世纪90年代那个曾经独扛民族自主品牌大旗,承载国人美好记忆和民族自豪,与柯达、富士等国际胶卷巨头争锋天下,曾经抑制着世界胶卷业价格狂潮的乐凯胶卷正淡出人们视线,在胶片业务早已萎缩的今天,它所留下的,只是逝去的记忆碎片。

9月6日,河北泊头火柴有限公



司最后一批设备被拍卖,标志着这家亚洲最大的火柴生产厂家彻底成为历史。

创立于1912年“泊头火柴”曾是民族工业对抗“洋火儿”的一面旗帜,但随着打火机、电子打火器具等替代品的纷至沓来以及行业内部竞争的白热化,火柴市场日渐萎缩,泊头火柴厂在上世纪末经历改制、兼并扩张,几度挣扎,终究回天无力。

而此前的4月20日,全球最大的胶卷厂商、昔日影像产品界的天之骄子美国伊士曼柯达公司正式宣布破产,正进行资产评估和拍卖。曾经“串起生活每一刻”的柯达,如今却按下了破产的快门,黯然出局。

再细数国人熟知的那些国货老品牌,多年前很多人刷牙用的是芳草、中

华,护肤用的是美加净、百雀羚,看的电视是飞跃和金星,骑的自行车是永久和凤凰……但很多老品牌,在历经沧桑后,绝大部分像流星一样陨落了,它们或被国外品牌打败,或被外资收购后束之高阁。

大变革时代下,是固步自封走向消亡还是破茧成蝶迎接新生,老品牌们,“你准备好了吗?”

“长江后浪推前浪,前浪死在沙滩上”

对许多品牌来说,在这个大变革的时代,激流勇进未必能占得先机,但稍一踟蹰,就可能遭遇灭顶之灾。柯达的破产就是生动的例证。

虽然早在1976年柯达就开发出

了数码相机技术,然而其数码变革却进行得极为缓慢,面对数字技术的冲击,柯达的迟疑将自己逼上了绝路。意识到数字化未来的柯达,却没有积极面对,而是希望通过将新技术束之高阁来确保自己的既得利益,等到柯达决定开始推动数码转型的时候,却发现已经晚了一步。

在我国,很多老品牌也面临同样的处境,在市场经济的大潮中,很多老品牌由于经营观念陈旧、机制僵化,在市场竞争中节节败退,最终“长江后浪推前浪,前浪死在沙滩上”。

品牌营销专家于斐认为,企业取得竞争优势的关键在于能否把握主动性,能否快速准确地适应市场需求。由于柯达对行业的认知度不足,对市场需求的把控不够,当需求几近于零才选择转型。柯达的结局就是技术竞技中“被动者”的后果。

对外经济贸易大学全球营销研究中心主任傅慧芬认为,品牌在人们心目中的地位是动态的,产品就是品牌的核心。老品牌要想不被湮没,就必须更新观念,不断调整自己的产品结构,不断顺应社会的需求开发新技术、新产品。

“转”出新生

柯达未能适应市场变化,而同为

胶卷巨头的富士却成功转型。在主营胶卷业务日渐衰落后,富士于2011年宣布停产多款彩色胶卷,并提出将医疗及生命科学、印刷、文件处理、光学元器件和高性能材料五大领域确定为重点发展事业。并且从2007年开始,富士将业务延伸到了化妆品等日化类。

告别了彩色胶卷行业的乐凯也正处在努力转型的过程中。为了缓解胶卷市场萎缩造成的压力,乐凯于2007年开始策划转型。2011年乐凯并入中国航天科技集团后进入新材料领域,据了解,目前国内高速列车车票基纸均由乐凯新材料公司生产,车票一面的涂层具有热敏记录功能,拥有信息保存长久性,这种产品与胶卷血脉相连。此外,近几年乐凯在新能源方面的投入也在不断增加。

今年上半年,乐凯的经营状况大幅度改善。半年报显示,公司报告期内实现主营业务收入483亿元,同比增长2567%;实现净利润888.41万元,同比增长181%。

世界胶卷三巨头柯达、富士、乐凯或破产衰落或转型成长,深刻证明了市场“优胜劣汰”的规律。而在“泊头火柴”熄灭之时,我们期待那些仍继续伴随着一代又一代人成长的老品牌能借鉴成功经验,吸取失败教训,不断创新,积极转型,永葆生机与活力。

海尔收购新西兰家电企业恐折戟

海尔借船出海的历史版图恐怕又将添一败笔。对于海尔欲出资约7亿美元进行收购的交易,新西兰家电制造企业Fisher & Paykel的独立董事建议股东予以否决。

今年9月海尔曾发出收购要约,计划以每股1.2新西兰元的价格全盘收购Fisher & Paykel。海尔目前已经持有20%的Fisher & Paykel股权。然而,Fisher & Paykel的独立董事发布联合声明称,海尔的要约“不足以反映我们对Fisher & Paykel的价值评估”。他们表示,根据独立顾问公司Grant Samuel & Associates的评估,Fisher & Paykel的潜在价值应该介于每股1.28-1.57新西兰元之间。所以该公司独立董事建议股东否决海尔的收购要约。

海尔是国内最早将触角延伸至海外市场的国内家电企业之一,早在上世纪90年代,海尔集团就把品牌推向了欧洲、日本和美国市场。除此之外,海尔还希望通过收购在国际市场增强影响力,不过这些收购多以失败告终。2004年,海尔曾与贝恩资本和黑石合作,试图收购美国第三大家电制造商美泰克,但最后败给了惠而浦。2008年,海尔还尝试收购通用电气的家电部门,不过最终因价格过高而放弃。惟一成功的一次是去年下半年,海尔集团收购了日本三洋电机的冰箱、洗衣机以及家用电器业务。

(孙聪颖)

陕西:“首席工程师”让中小企业借力“扬帆”

□ 陈晨

两年以前,从事多媒体展示技术的西安灵境科技有限公司总裁徐建荣尚不敢奢望他的事业能有今日之发展:由几十人的规模壮大到拥有260名员工,公司所属的专利从无到有,年产值今年预计超亿元……

“多亏了省里为公司输送了‘首席工程师’,我们才得以借助科技的力量。”徐建荣说。

拥有各类科研人员110万的陕西省是科技资源和人才大省,但“盛名”之下,民营经济欠发达,中小型企业

人才匮乏、科研力量不足。与此同时,许多科技成果没有实现转化,成了“躺在报告里”的成果。

为解决中小型企业科技力量的不足,2010年底,陕西省建立了中小企业首席工程师制度,每年选派高校、科研院所的100名工程技术人员到中小科技型企业挂职。“首席工程师制度是在科研人员和企业之间建立起‘一对一’、长期稳定的技术依托关系,打破人事关系‘终身制’,实现人才资源优化配置,解决企业面临的突出科技难题。”陕西省科技厅厅长奚正平说。

至此,徐建荣和吴亚峰原本平行的生活开始产生交集。2011年初,吴亚峰作为第一批“首席工程师”被选派到灵境科技有限公司。从那时起,这位信号与信息处理领域的专家每周来公司2至3次,指导解决技术问题,遇到重大科技难题时,便借助于他背后的高校资源寻求解决。

在吴亚峰的带动下,公司的科研人员从十几人增加到50多人,成立了自己的研发中心,拥有的专利从无到有,产值一年一个台阶,今年预计将超过亿元。“通过到企业挂职,我也开阔了眼界,提升了实践能力,不再

像以前一样‘闭门造车’了。”吴亚峰说。

受益于“首席工程师”制度,越来越多的陕西中小型科技企业开始借助科技这个第一生产力“扬帆出海”。统计数据显示,2011年,陕西中小科技型企业技术效益额从2010年的102亿元上升到216亿元,增长111.7%。今年上半年,陕西省中小型企业实现营业收入7830亿元,同比增长25%,成为陕西“稳增长”的重要力量。

联想集团宣布在美国新设个人电脑生产线

全球第二大个人电脑生产厂商联想集团日前在京宣布,将在美国北卡罗来纳州设立新的个人电脑生产线。联想预计此次举措将为北卡罗来纳州创造115个新的制造业就业岗位,主要生产

Think品牌笔记本电脑、台式机、平板电脑、工程工作站和服务器,以更快、更可靠地服务美国国内企业、政府和教育业客户以及广大消费者。

“联想在美国建设生产线是因为我们对美国个人电脑

市场的长期实力和我们自身在这里的增长机会充满信心。”联想集团董事长兼CEO杨元庆说,“在全球拓展的同时,我们正在深耕关键市场。我们不仅建立了本地化的市场和销售队伍,还在重点国

家建立生产基地,加大研发投入,并充分利用当地人才建立起本地竞争优势。”联想在美国新的个人电脑生产线计划

在2013年初投入运营。

据悉,美国个人电脑生

产线是联想最新的战略投资

计划,目的是在全球扩大制造能力。在过去的两年里,联想集团已经在中国、巴西和美国投资建立新工厂或合资企业,以生产个人电脑和移动互联网设备如智能手机等。

(张能)

乔布斯离开一年间 苹果“魔力”生变

□ 龚雯

10月5日,是美国苹果公司灵魂人物史蒂夫·乔布斯离开一周年的日子,回顾这一年间的苹果可谓喜忧参半。一方面公司推陈出新,给消费者带来了新iPad、iPhone5以及操作系统iOS6等,稳坐资本市场头把交椅;另一方面,在面对激烈的市场竞争之余,苹果新品带来的市场热情在渐渐“降温”。

截至2012年10月4日收盘,苹果股价报于666.80美元,自乔布斯离开后累计上涨了约75%;同时,公司市值达到6250.62亿美元,较2011年8月10日首次以3371.7亿美元登上全球市值第一宝座,上涨了85%,把电子消费品再次推向了一个前所未有的高度。较为乐观的经济学家甚至把苹果与美国经济挂钩,预计iPhone5的销售将拉动美国GDP增速0.25-0.5个百分点。

然而,与其他科技类公司不一样,苹果的成功并不完全靠管理取胜,它创造的奇迹在很多人眼中是由乔布斯一个人的创意引领和带动的。苹果上一代智能手机iPhone4S的热



销,其中不乏一些消费者是冲着乔布斯生前最后一款产品而购买。

乔布斯打造的苹果无法被复制,他的离开,也令苹果的研发和新品在这一年里饱受质疑。原本市场预计笼罩在苹果身上的光环将在3-5年内褪去,从目前来看似乎也提前了。

今年9月21日苹果在全球多个地区开售iPhone5,尽管采用铝合金外壳与玻璃镶嵌,比iPhone4S薄了18%,轻了20%,但在不少人眼中,这

一“加长版”的新品并没有让人为之振奋和非买不可的“亮点”。由现任CEO蒂姆·库克领导的苹果,也被指责进入了“微创新”时代。

尤其在上海,苹果手机的市场饱和度高到几乎被称之为“街机”,不少水货经销商告诉记者,消费者对iPhone5的追求远不如前两年对iPhone4和4S“疯狂”,以往每部1万元都挡不住“排队”的人。

不仅如此,相比乔布斯“作品”的

完美风格,iPhone5也是漏洞百出,地图中错误的地址、歪曲的马路,引发了用户不满情绪。苹果股价也从发布iPhone5当日699.90美元的最高值,缩水了331美元。

“无论是软件还是硬件都有着这样或是那样的毛病,感觉少了乔布斯的苹果总是缺点什么”,网友“蛊惑阿翔哥”说。另外,网友“Kitty爱SISU”也称:“没有乔布斯的苹果就没有了创意和惊喜,我已经投靠三星……”

易观国际的统计显示,在苹果第二大消费市场中国,苹果今年二季度的智能手机市场份额仅为5.97%,而对手韩国三星电子却达到21.31%,位居第一。

值得一提的是,三星电子10月5日发布的第三季度业绩显示,在Galaxy智能手机助阵下,销售额为52万亿韩元(约合468亿美元),营业利润为8.1万亿韩元(约合73亿美元),均创造历史新高。

业内分析认为,创新是全球IT行业共同的价值观,未来,苹果还能否继续创造辉煌,将取决于还有多少创新“魔力”的散发。

力帆集团与英国里卡多合作开发新型汽油机

力帆集团与英国里卡多公司日前再度牵手,合作开发新型汽油机。

记者从重庆市外经贸委获悉,此次力帆集团与英国里卡多公司合作开发新型汽油机EGOI直喷增压汽油机,并有望搭载在力帆全系车型上。该产品具有目前最为先进的动力系统,融合了涡轮增压中冷TCL、燃油缸内直喷GDI的发动机先进技术,且排放符合尚未强制执行的“欧六”标准及国家工信部2016年的油耗标准。

力帆此次与英国里卡多公司的合作将以合作开发的形式来掌握其核心技术,为国家汽车行业留下技术“火种”,助推汽车行业技术走向成熟。

(张琴)

产权交易额持续走高 企业迎来并购重组潮



□ 李荣

随着经济进入调整期,更多的企业在并购重组中实现资源的优化配置。来自上海联合产权交易所的最新数据显示,今年前三季度,上海产权市场完成的各类交易量及成交金额同比都有大幅增长,市场化、开放性的兼并重组功能正在强化。

据最新统计,今年1至9月,上海产权市场累计完成各类交易超过53万宗,同比增长17倍以上,各类产权成交金额同比增长1.75倍以上,企业并购交易涉及7250家企业及投资人,涉及26个省市和13个国家及地区。

交易所人士说,今年完成的企业国有产权转让交易金额同比增长62.24%,共涉及到80多家国有集团,其中国家电网公司、华润(集团)有限公司、宝钢集团、中国远洋运输(集团)总公司等国有集团的产权交易相对活跃。产权市场推动项目与投资人资源的有效对接,市场发现买主、发现价格的功能不断增强,国有竞价成交增值率达到69.65%,同比增长21.09%。

上海产权市场的统计数据反映,当前国有企业集团正从主要侧重横向、纵向并购向包括混合并购在内的多种并购形式转变,今年混合并购交易占比达到29.69%,混合并购金额同比增长108.58%,市场呈现出资源向优势行业和企业集中的态势。

国有企业通过产权市场做强做优主业的趋势更加明确。今年上海产权市场有38.11%的非国有项目被国有资本收购,包括中国石油天然气股份有限公司收购了一批民营加油站。此外,今年上海国资通过产权交易注入到国资控股的上市公司的项目涉及金额达76.42亿元,有效提升了国资证券化率,进一步优化了国资的流动机制和资本运营体制。

为强化跨区域兼并重组,长江流域产权交易共同市场的区域性交易平台功能正在发挥。今年1至9月,全国有26家交易机构在“中国产权交易报价网”发布项目信息超过1339条,有17家交易机构的总计877宗项目实现了独立竞价或联合竞价,成交金额达174.59亿元。其中,最高增值率为90.31%,最高报价次数为393轮,单个项目最多报价人数高达47人。

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