2013年8月3日 星期六
责编:杜高孝 Email:cfqbwz@163.com
版式:吉学莉
做中国企业的思想者 企业家日报 ENTREPRENEURS' DAILY

银行基金拥抱互联网 合作就是双赢

朋友还是敌人？招商银行副行长丁伟用了“伟大”一词来形容互联网金融中的领军者阿里巴巴，因为它已经把人们的生活习惯完全颠覆了。这也是让金融街动容的原因：谁也不可否认互联网就是未来的发展趋势。

不过，稍作镇定的银行家们发现，其实互联网金融公司在金融上只能算是蚍蜉，他们想要与银行业抗衡似乎如同以卵击石。交通银行副行长兼首席信息官侯维栋此前就表态，虽然互联网金融势如破竹，但传统银行并不惧怕。

互联网金融与传统金融业的冲撞远没有结束。但一些传统金融机构已经开始意识到，除了对抗，合作或许将是更好的选择，没有必要非得“你死我活”。

传统金融业应对冲击各有侧重。有的各自为战，模仿着建立起自己的商务平台，为商户发放贷款;有的则更愿意与这些互联网企业合作，各取所长。

故事一

银行主动找上门来了

近日，好贷网创始人李明顺迎来了两名来自银行的贵客，而他们商谈的焦点，则是两家如何展开合作。银行主动找上门来，这在创业初期，是李明顺想都不敢想的事。

“当初与金融机构谈合作，都是我们自己上门去推销，遭白眼的经历并不是少数。”李明顺曾是一个IT男，他曾参与创建的Discuz系统，如今已经成为社区论坛最广泛的使用系统。不过，现在他已摇身变成了互联网金融人士。

他创建的好贷网就像是个贷款超市，将资金需求端和供给端都放在网络平台上。在这个平台上，有贷款需求的借款人将信息填好后提交，好贷网只会核实此人的确有信贷需求，并给出建议的贷款方案。之后，这些贷款人的信息会出现在贷款机构端的页面中。

“传统拓展客户的方法主要是靠打电话，一般来讲，3000到5000个电话才能成交1个客户，每天一个人也就只能打200到300个电话。但真正需要贷款的人却始终没有途径得到贷款。”李明顺认为，信息不对称正是他赚钱的机会。如今，与好贷网合作的金融机构，不仅包括线上的P2P公司、民间的小贷公司，也包括传统的银行业。

据李明顺介绍，现在经常会出现银行与P2P公司或是小贷公司争抢同一个客户，银行给出更低的利率，而其他贷款机构则给出更短的资金到账时间，至于最后的竞争结果，就看贷款人更看重时间还是利率了。

“我可以说是互联网金融与传统金融角逐的旁观者。”李明顺说，现在他还经常能够接到一年前他拜访过的银行业务员的电话，这些曾经的拒绝者如今却主动寻求合作，而主动找上门来寻求合作的，银行占到四成以上。

一位股份制银行支行行长向记者坦言，现在互联网金融虽然从实质上并没有抢占银行什么业务，但来势汹汹的架势已经让银行不得不思考如何应对。与互联网公司合作，也是银行重要的抗衡途径。正如招商银行原行长马蔚华所言，要想应对网络化金融带给传统银行的冲击，应对之策就是以合作为防守，必须进行银行网络融合的合作，即业务网络化。

故事二

1元起售的“普惠金融”

“我现在会对任何一个像我一样的网购狂，推荐使用支付宝的余额宝。”孙莹晒着自己余额宝中挣得的钱，得意地对记者说。在她的余额宝账户中，8000元如今已经挣到了8.23元的收益，每天都有至少1元的进账，让这个从没理过财的“网购狂”喜出望外。

孙莹介绍说，她的工资卡中常年备有1万元，用作她平时网购支付所用。她使用余额宝之前，还算过一笔账，如果5000元存活期，一年只有19.25元利息，如果存一年定期则可获得165元左右的利息。余额宝的收益率每天都变，但至少也不低于一年定期的收益。

孙莹决定尝试。她在7月1日往余额宝里放入了5000元，到7月4日时就已经有近1元的收益。这让孙莹尝到了理财的甜头，且随时能消费的特性也让她觉得十分方便。于是在7月8日，她又转入3000元，此后，她的8000元每天都能产生1元左右的利息。

数据显示，6月17日上线的余额宝仅仅用了18天，就拥有了250万用户、60亿的规模，而现在余额宝每天还在以数亿元的资金量流入。

据余额宝开发团队的相关人士介绍，双方在最初合作时也存在许多差异，起征点就是最好的例证。一般基金起征点多在100元或1000元，但对于从没理财过的人来说，这样的门槛有点儿高，可能会将一些有顾虑的人挡在门外。

能不能1元起售？这样的想法在基金界绝无先例。但是标榜一个不做同质化产品的阿里金融就将提议摆在面前。而基金公司认为，1元起虽然从操作上并无难度，但客户直观的收入却几乎看不出来，这也会影响使用者对产品的信心。

“我们的对象就是那些没有专业理财能力的人，1元起售在他们心理上更容易接受。”上述人士表示，经过反复的沟通，最终基金公司采纳了1元建议，但在余额宝页面上也清晰标明，100份基金才能明显地看到收益。

余额宝开发团队的相关人士向记者介绍，其实余额宝只是做了“普惠金融”，目标群体就是那些几乎没有理财经验却又喜欢网购的年轻一族。不过，这股传统基金公司与互联网金融磨合碰撞出的威力，却足以令传统银行家们颤抖。正如民生加银基金管理有限公司总经理俞岱曦所言，再不拥抱互联网金融，就会被淘汰。

故事三

想去淘宝开店的基金

“金融是最需要互联网化的行业，只有信息和数据，不需要物流，是最应当互联网化的产品。天弘基金余额宝的推出，恰好给基金公司在金融互联网的发展上开了一个好头。”天弘基金副总经理周晓明说。

于是，在余额宝之后，“现金宝”、“活期宝”、“华强宝”等一批碎片化的理财产品纷纷浮出水面，新兴的互联网金融开始一点点蚕食原本属于银行的领地。而且，更多的基金公司还在积极推动去淘宝开店的计划。

6月25日，泰达宏利基金管理有限公司申报的一款“搅局”专属产品——泰达宏利淘利债券型基金，顺利获得了证监会批准。如今，泰达宏利正在为其在淘宝网上开设官方旗舰店招兵买马。

“目前，证监会正在对淘宝基金销售平台进行审核，一旦批准，基金公司便可以‘入淘’了。”泰达宏利基金相关负责人兴奋地告诉记者，证监会批准后，他们一定会成为第一批去淘宝开店的基金公司。

在此之前，所有的基金公司都曾在自己的官网上努力地营销着。如今，用支付宝进行官网支付的基金公司大约有44家，这其中，近一半基金公司正在和淘宝接触讨论淘宝开店卖基金事宜。

而记者从淘宝理财频道看到，目前，实名设立淘宝店铺的基金公司有富国、大成、广发、兴业全球、博时、鹏华、天弘、中海、景顺长城及长城基金，同时还有5家基金公司的注册卖家为基金公司，如国投瑞银、万家、华宝兴业及南方基金等。

不过，在政策没有放开之前，基金公司现在只能是开设自己的淘宝店铺，还无法真正交易旗下公司的产品。同时，一家负责推电商业务的基金公司人士表示，除系统问题外，还有一些问题困扰基金公司，例如淘宝卖基金的运作模式及寻找适合淘宝客户的产品等。

对多数基金公司来说，积极推进淘宝开店已经成为今年基金公司电商部门的重要工作。“尤其在支付宝和天弘基金合作后，基金公司着实感受到互联网金融的力量，淘宝庞大的客户群体也使基金公司想去分一杯羹。”上海一家大型基金公司内部人士透露。

（姜樊 王洁）

先锋人物

朱新礼用职业经理人去家族化 企业可以当猪卖

据经济之声报道，继马云、史玉柱后，今年又一位企业家宣布退居幕后。汇源果汁创始人朱新礼日前宣布辞任公司总裁，但保留执行董事及主席职务。至于接班人，朱新礼没有在家人里挑选，他起用职业经理人，李锦记酱料集团的前行政总裁苏盈福成为汇源新的掌舵人。

汇源四年来始终原地踏步

61岁的朱新礼今年曾说，目前中国人每天人均消费果汁还不到1升，市场空间还很大，他希望能看到这个数字变成2升，甚至5升。在大家猜测朱新礼要如何带领汇源冲击更多市场份额的时候，他居然宣布退休。对于朱新礼突然离任总裁，汇源果汁并未多作解释，他们只是在公告中对朱新礼的“无价贡献”表示感谢。记者拨打了朱新礼的手机，但已经转到了秘书台，而总裁办、投资者关系部的领导们也都在开会。

朱新礼1992年创立了汇源，他从欧洲引进水果加工设备，开始生产并销售果汁。据权威调查机构AC尼尔森数据显示，在中国市场，汇源100%果汁占据了纯果汁一半的市场份额，中高浓度果汁占据45 %的市场份额，是中国果汁行业的老大。不过老大也有烦恼，2008年9月可口可乐计划以24亿美元收购汇源果汁，但未能获得监管部门批准，此后汇源的业绩几乎停滞不前。食品饮料行业营销战略专家徐雄俊说，在凉茶、鲜果乐这类的饮料市场份额增长的同时，汇源四年来始终在原地踏步。

徐雄俊：营业额基本上没有什么增长，大概在三四十亿在徘徊。这两年它也做了很多工作，想把果汁进一步扩大，广告量投入比较加大。央视的广告投入还有推出冰糖葫芦汁，广告打的很猛，做了很大很多的营销动作，也是想把品牌拔到一个高度。但是总的来说，它现在是一种什么问题呢?终端也没有人怎么去管理，没有像可口可乐或者加多宝、王老吉、娃哈哈这些企业很勤快。上面有灰尘的话马上会有人把灰尘擦掉，瓶子终端饮料摆放有问题，马上会有人重新摆放整齐一点，这些它都没有。

此次起用职业经理人，不难看出，朱新礼希望职业经理人为企业注入一丝活力，弥补现在管理上的漏洞。他的继任者苏盈福今年54岁，曾在金宝汤、卡夫、吉百利、李锦记等快销品企业担任高管。

上市企业去家族化管理

朱新礼的胞兄、女儿、女婿都在汇源果汁任职，为什么接班人不在家族成员中选呢?在这一点上朱新礼倒是很明确，在今年早些时候接受采访时，他明确了不内定的原则。

朱新礼：我就从来没有想过让我的儿子或者女儿去接班，这个企业就是社会的，我的儿子根本不在企业，我的女儿也不参与企业的管理工作，她就是偶尔像原来在市场部也好，现在在投资部也好，就是她自己有兴趣做什么样的事，她认为做这样的事对自己对家庭对个人有一种愉悦感，有一种成就感，那她就去选择，我不会去刻意或者说要求她必须接我这个班。说实在的这里面也有私心，这个私心就是说，你在这个位置上领导着这么一个几万人企业的时候，它的发展、它的维护管理、生存是非常非常有压力的，甚至它得有巨大的心理承受能力和它的领导能力以及吃苦能力和学习能力。

朱新礼的儿子朱胜华兴趣在高尔夫球，只在汇源工作一年就去打球了，他还拿过全国业余高尔夫希望赛的季军；女儿倒是在汇源担任副总裁，女婿在综合项目部担任总经理。食品饮料行业营销战略专家徐雄俊说，尽管已经上市，但汇源仍是家族式经营，这次起用职业经理人也是为了去家族化。

徐雄俊：女儿女婿在里面都是核心高端，都是股东，家族企业管理会出现一些争权夺利为了利益纠纷争斗，使得整个企业管理比较混乱，效率比较低下，整个企业管理在行业内认为是市场的诟病。现在是引入一种高级职业经理人，那他的家族从他开始可能退出幕后，鼓励也是解决整个家族成员参与管理引起整个企业效率很低下的问题。

事实上，自从2008年可口可乐收购案失败后，有关朱新礼要卖掉汇源的传闻就不曾间断过。就在上个月，汇源将上海公司以3亿元出售给统一集团，截至去年底，汇源果汁总负债约40亿元，此举被认为是套现还钱，但也有人认为只是整体出售的前奏。食品饮料行业营销战略专家徐雄俊赞同第二种观点。

徐雄俊：汇源老板在几年前说过一句话，要把企业当儿子养，并且既能当儿一样，也可以把它当猪一样。所以在几年前就想把汇源果汁卖给可口可乐，因为国家的工商部门觉得，如果卖了它不利于中国民族品牌的发展，而且会形成可口可乐对中国果汁的垄断，这个就没实现。但是后来汇源果汁还是没有死心，据说在去年到今年开始相传，内部消息汇源果汁第一个想卖给广药集团，或者又想卖给加多宝，加多宝集团已经对它很青睐了，本来想收购，但这个事又因为加多宝官司缠身，一大堆事又搁下了，但内部消息透露说汇源果汁还是想把它卖出去。

（中广网）

LED投资过热 企业电商渠道突围

曾经被寄予厚望的国内LED照明产业正面临着一场大考。狂热的LED潮已经降温，如何打开民用市场的需求俨然已成为企业不得不面对的问题。

今年6月在广州举行的国际照明展，展览面积比上届扩大了5000平方米，但参展企业数却从一年前的2600家减少到2400家，与此同时，品牌展区的企业面积增加了15%。

该展会创办人、广东光亚照明研究院院长潘文波敏锐地察觉到了这几个数字变化背后的深意。“LED产业现在品牌越来越集中，洗牌正在进行。简单地讲就是大的恒大，小的愈小、甚至消亡”，潘文波从事LED产业多年，其创办的广州国际照明展亦是行业最大规模的展览，被称为LED发展的“晴雨表。”

LED照明一度被视为前景无限的朝阳行业。在过去几年间，大大小小的企业前仆后继进入其中掘金。然而，产能盲目扩充带来的后遗症正日益凸显：终端价格一路下滑，产业上下游出现严重供给过剩、产品技术水平参差不齐。

结构性产能过剩

高行业预期、低进入门槛、诱人的潜在市场、以及国家政策的扶持——以上几点被认为是促使LED产业迅速走热的主要原因。

近期国家六部委联合编制的《半导体照明节能产业规划》更是为此勾勒出一幅令人向往的蓝图。这份规划提出，未来LED照明节能产业产值年均增长30%左右，2015年达到4500亿元，仅照明应用产品将占去1800亿元，市场占有率更是有望提升到20%以上。

然而，在美好憧憬的另一面，则是残酷的现实。翻阅上市LED公司2012年年报，可以看到几乎绝大多数企业业绩出现严重下滑。

处于产业链上游华灿光电、德豪润达2012年净利润分别下滑了29.93%、57.14%；LED晶体材料提供商福晶科技净利润下滑了36.50%；LED发光材料企业科恒股份下滑了80.62%；LED封装企业鸿利光电、国星光电净利润分别下滑了35.27%、67.36%。“现在的问题是上游产能挤压严重，下游市场迟迟没打开，企业间竞争太过激烈。”广东一家LED公司负责人在接受采访时称。

潘文波也感慨道，如今LED大热的背后是过热的投资，他认为，一直以来，LED企业收入多依赖于政府工程项目，而政府订单又多集中在上市公司手上。此外，来自政府的财政补贴也让LED企业一直处于“喂养”状态之中。

以LED芯片龙头企业三安光电为例。三安光电从2010到2012，获得的政府补贴金额分别是3.28亿元、8.05亿元、2.53亿元，分别占到当年净利润的40.5%、86%和60.4%。换言之，其约一半业绩贡献来自于政府补贴。

此类案例在LED上市企业中比比皆是。这亦间接导致了一大批事实上缺乏技术储备与市场渠道的企业投身LED行业并大肆扩张。

“LED产业在短时间内得到了飞速发展，LED企业的数量也在短时间内激增，但是小企业多，有品牌成规模的企业少。同时，上游企业多，下游企业少，结构不均衡。”潘文波称。

前述广东一家LED公司负责人亦认为，目前LED市场终端需求事实上并没有下降，而是出现了一种“结构性产能过剩”。比如，上游芯片生产超过了中下游的实际需求；再比如在高端照明领域，国内厂家并没有分到太多的市场份额，中低端市场则又一团混战，互打价格战。

无论如何，洗牌已经开始。仅上游芯片厂商在2012年就有约20多家企业被迫退出市场。此前的80多家LED芯片企业目前只剩下50多个。

“其实LED并没有那么美好，对于那些规模品牌都不具有优势的小企业来说，LED产业未来的前景很可能个灾难，是个痛苦，是个死亡。”潘文波称。

电商突围

“2013年会是LED行业非常关键的一年。”今年4月底在广东举行的一次行业内部研讨会上，这一观点几乎得到与会企业负责人不约而同的认同。

深圳市瑞丰光电子股份有限公司董事长龚伟斌就认为，目前尽管LED行业供给量和需求量都开始出现回暖势头，但是无论是中游企业还是下游企业，“如果还不发力的话，很可能就会错失最后机会。”

今年3月中旬，深圳市突然废除了《关于印发深圳市LED产业发展规划（2009-2015年)的通知》，并且没有公布任何解释和理由。坊间对此的说法之一是，政府担心LED产业目前出现的产能过剩的情况，有意进行“冷却”。

在这一严峻背景下，如何开拓民用市场将变得至关重要。这意味着企业不得不开始一场复杂且全方位的变革，改变将涉及产品的全生命流程。

“拿一个球泡灯举例。对于一个生产企业，如果是做给消费者，你怎么来备货，要做什么样品质的东西，这和你做项目时的要求完全可能是不同的。因为产品的性质不一样了，研发、原材料储备完全都不一样，包括你的经营模式、经销商的结构都会不一样。”广州光为照明科技有限公司总经理陈伟如此解释称。

这其中，尤其终端渠道建设非常关键，这亦是LED产品和传统照明相比一个明显的短板。传统照明的渠道建设大多已经非常成熟，所以即便没有LED产品所拥有的环保、节能、长寿命等优势，其长久的市场渠道积累让它始终保持占有市场的一席之地。

事实上，LED渠道方面变革的帷幕已经拉启。从2012年开始，行业内不少LED企业就开始纷纷筹谋自建渠道，尝试将产品直接“兜售”给消费者。而电商渠道更是由于模式较新、前期投入费用相对较低等优势大受LED企业欢迎。

深圳市洲明科技股份有限公司正在做一些类似的尝试。其在2013年年初将自己的产品搬上了淘宝的天猫旗舰店，开始试水电商销售。

洲明品牌部总监梅志敏透露，其天猫店自今年1月4日上线以来，1月份销量达到7万元，2月份达到9万元，而3月份更是飙升到30多万元。他称，接下来洲明在京东和苏宁易购等平台的网店也会陆续上线。“线上的充足流量有利于帮助我们反哺自身线下渠道，进一步打开民用市场。”梅志敏称。

（李娟）