

“去年 9 月，汉能刚刚度过了 20 岁生日。20 年来，汉能只做了一件事儿，就是清洁能源；今后 20 年，汉能还是要做这件事儿。”李河君专注新能源，早已成了代言人。

中国新首富李河君豪赌新能源：变化总让我们惊喜

新年伊始，中国迎来又一位新首富，汉能集团董事长李河君在以 2015 年 1 月 17 日为止日期计算的《2015 星河湾胡润全球富豪榜》中，个人财富达 1600 亿元人民币，成功“登顶”。

相比王健林、马云，李河君并不为普通民众所熟悉，即使在近些年重点布局的太阳能光伏领域，也有很多同行对其提出的理念和运作方式并不赞同。但这些都无碍资本市场对李河君的热情，自 2014 年初以来，汉能薄膜发电股票市值大涨 3 倍多，并在李河君发布移动能源战略后继续攀升。

专注清洁能源

过去的 20 年里，李河君凭借运营水电站积累了大量财富，并在 2013 年以 664.9 亿元跻身福布斯中国富豪榜第四位，但让李河君跃升富豪榜首的却是 2009 年才开始进入的太阳能光伏事业。

由于李河君占有汉能集团旗下上市公司汉能薄膜发电超过 90% 的股份，随着该公司股价一路上涨，其个人资产大幅增加，凭借上市资产以及汉能集团水电站等未上市资产，最终成为国内新首富。

而截至 2 月 5 日，汉能薄膜发电盘中股价一度达到 4.24 元，是汉能薄膜发电 5 年来最高价，李河君个人财富相比此前胡润富豪榜统计的数字，又上涨了不少。

首富赚钱干什么，是市场最关心的话题。

在汉能集团传给《华夏时报》记者的资料中，李河君表示，如果有一笔闲置资金，“无论是 500 万，还是 5000 万，我都会选择投入到清洁能源领域，尤其是太阳能薄膜发电行业”。

布局太阳能光伏领域是在 2009 年，当年李河君不仅高调进入光伏行业，更放出“未来十年薄膜技术必将取代多晶硅光伏电池”的豪言。

之后，李河君在薄膜发电领域频频出



手，从 2012 年至今，汉能相继并购了德国 Solibro 和美国 MiaSolé、Global Solar Energy、Alta Devices 4 家公司，成为规模、技术皆全球第一的太阳能薄膜发电企业。

但不可回避的问题是，与 2009 年相比，目前薄膜发电的市场份额不仅没有上涨，反而有所下降。最新数据显示，目前薄膜发电的市场覆盖率不到 10%，而晶硅发电的市场份额超过 90%。

英利集团首席技术官宋登元博士此前表示，“2009 年的时候，晶硅价格高昂，薄膜电池与晶硅电池份额约为 16% 和 83%，但此后晶硅电池回归本身价值，从 400 美元回归到 50 美元、30 美元、20 美元，5 年的时间，薄膜在市场上的份额越来越小，晶硅越来越多。”

虽然整体市场份额有所下降，但李河君却对薄膜发电信心满满，并开拓了独特的市场空间。他表示，“汉能已经实现了薄膜发电的大规模产业化，在四川、广东、海南等地投资建设薄膜发电产业研发制造基地，总产能已达到 3GW；目前，汉能正在大力发展下游太阳能产业领域，包括薄膜发电建筑一体化

(BIPV)、柔性屋顶、电子产品、通用产品、特种产品等领域，开展了与英国宜家、特斯拉、阿斯顿·马丁、国际汽联电动方程式等一系列重大合作项目。”

未来的惊喜

在李河君的薄膜发电战略中，已开展的合作还只能算是“小动作”，更大的战略构想是李河君提出的基于薄膜发电技术的“移动能源战略”。

李河君认为，薄膜发电技术将改变电网集中供电的传统方式，由于具备薄膜化、柔性化特点，薄膜电池可以“裁剪”成各种尺寸，在更大范围内适用，例如移动 3C 产品、可穿戴设备，以及特种装备、太阳能无人机、卫星等高科技领域。

“电子产品的可开发市场规模，到 2020 年累计将达到 37GW；而太阳能电动汽车市场预计到 2020 年累计将达到 46GW。”李河君对移动能源战略信心满满，并表示，汉能将与国内外顶级汽车设计机构合作开发太阳能全动力汽车，在今年 10 月推出 3-5 款

太阳能全动力汽车。

目前，李河君在汉能设立了 8 个核心事业部，包括汽车应用事业部、商用无人机事业部、特种产品事业部、电子产品事业部、通用产品事业部等。

除此之外，李河君还表示，“汉能正在青海海东、河北曹妃甸、山东淄博等地建设和改建 7 个铜铟镓硒制造基地，新产能今年起将陆续释放。”

业内普遍认为，李河君正在铺就的薄膜移动能源梦想，很大程度来自成本降低的需求。

在与晶硅争夺市场的数年中，薄膜电池在不断提升转化率，最高的转化率如汉能砷化镓(GaAs)单结产品转换效率可达 28.8%，双结产品的转换效率达到 30.8%，而晶硅电池的转化率目前达到 23%。一位不愿具名的业内人士表示，“转化率上，薄膜技术并不亚于晶硅，但晶硅的成本却大大低于薄膜技术，这是晶硅能够占据市场的最关键因素。”

降低成本就必须借助规模，业内普遍认为光伏规模每扩大一倍，成本能够降低 20% 左右。

为扩大规模，李河君必须另寻蹊径，“要实现新能源的替代，必须实现大众化的普及和应用，仅仅着眼于目前还需要补贴的地面电站是不够的。”

即使是曾经与汉能就晶硅与薄膜发展有过争论的保利协鑫也没有否定这种观点，此前担任保利协鑫执行总裁的舒祥曾表示，薄膜技术也有提升，随着要解决的转换效率和使用寿命有了它的应用市场，在局部的特定市场上，薄膜技术还有一定的优势。

李河君的移动能源梦不仅与我国战略性新兴产业息息相关，清洁高效的能源也是人们追求的生活目标，只是这一切还都需要时间和市场的考验。正如李河君所说：“我们往往高估了一到两年的变化，而低估了五到十年的变化；一到两年的变化总让我们失望，五到十年的变化总让我们惊喜。”

(赵普)

尹家绪打造“新兵器”：“集团的春天”在战略性新兴产业



器集团子公司)将设立合资公司，以推动基于北斗和格洛纳斯的全球导航服务，并为双方共同推动北斗和格洛纳斯全球导航服务寻求政府支持。

我国的北斗导航系统已经积累了多年经验。国务院发布的《国家卫星导航产业中长期发展规划》强调，至 2020 年，该产业的总产值要达到 4000 亿元。兵器集团依托自身优势向北斗领域的延伸突破，无疑是为了抢占产业发展的先机。

然而，在尹家绪看来，集团现在更需要产品的创新、结构的创新及观念的创新，仅仅在北斗导航领域取得新突破是远远不够的。

“我们虽然处在一个特殊行业，但不要以为互联网离我们很远，不要以为互联网和我们没有关系，也许下一个受到冲击的就是军工企业。”尹家绪认为，在互联网充斥的当下，没有一个传统行业可以避免互联网的冲击，身处传统制造业的军工企业可能也需要互联网思维。

对此，尹家绪在年度会议上也提出，“要坚持围绕产业链部署创新链，围绕创新链部署资源链，在创新驱动上狠下功夫，发现和培育新的经济增长点。”

民品和石油矿产资源受重视

尹家绪在年度会议上指出，集团民品能力调整有序推进，而民品经营和战略资源开发稳中有为。集团汽车零部件、铜材、民爆器材、增压器、钻杆钻铤、人造金刚石、工业泵、甲纤、硝化棉酯片等重点民品实现了增长。

记者注意到，以汽车零部件和塑料管道等民品业务为主的凌云股份在 2014 年实现了较快增长，截至当年 9 月底，凌云股份营业收入和净利润分别为 47 亿元和 1.15 亿元，分别同比增长 18.77% 和 36.33%。此外，

凌云股份还在 2014 年底募资 12 亿元，继续强化这两个主营业务。

集团下属的北化股份是全球最大的硝化棉制造商和销售商。北化股份公告显示，2015 年公司硝化棉产量预计再创新高。根据知情人士介绍，北化股份硝化棉国内外市场占有率已经处于较高水平，行业发展已接近天花板，北化股份目前正在积极践行“国际化、高端化”经营战略，外贸占比逐渐上升，正在转向为一个外向型企业。

如果仅从上市公司层面来讲，华锦股份是兵器集团下最大的一个上市平台。“华锦股份 2014 年营收会达到三四百亿元。”一位华锦股份人士告诉记者，按此计算，华锦股份的营收应占兵器集团的近十分之一。此外，兵器集团正在推进华锦集团的装置升级改造，将炼油能力由现有的 600 万吨/年提升至 1000 万吨/年，乙烯产能由 49 万吨/年提升至 65 万吨/年。

在兵器集团年度会议中还特别提出了石油矿产战略资源开发。据了解，兵器集团石油板块主要由振华石油运作，后者的油气项目主要集中在海外。同时，振华石油为华锦集团下属炼厂供应原油，是兵器集团石化产业链的重要一环。矿产资源方面，据一位华锦股份工作人员介绍，兵器集团已将一处位于内蒙古的煤矿转让给华锦股份，准备以此为基础生产煤化工产品。

“无禁区”改革任重道远

2014 年 7 月，兵器集团提出，要大力推进法律和政策框架下的“无禁区”改革，涉及军品科研管理体制、总部精简审批事项改革等。

记者注意到，根据官方通报，此次年度会议并未提及“无禁区”改革。对此，一位兵器集团旗下上市公司人士告诉记者，“无禁

区改革说的是在制度、框架内的改革，但是这个最重要的前提没有说清楚，前提是什么，鼓励什么都比较模糊。”

如果说 2014 年军工行业的重大事件，一定绕不开成飞集成的重组失败。在上述人士的理解中，成飞集成从发布重组预案就被市场广泛看好，其实际控制人中航工业本身也在军工资产证券化方面走在各军工集团前列，但无奈最终遭遇“黑天鹅”。“成飞集成重组失败对后面军工央企的运作产生一些影响，虽然不一定是负面的影响，但是可以看出，监管的态度上有一些调整 and 变化。”上述人士告诉记者。

尹家绪在年度会议上强调，要坚持军民深度融合。但是记者从多家上市公司人士处了解到，目前军民融合的进展尚未落实到上市公司的层面，而这些人也大多表示，对集团顶层的设计并不清楚。“虽然有这一思路，也在朝这方面努力，但是融合的内容及方式还没有到拿出来讨论的地步。”其中一位人士告诉记者。

“无禁区”改革提出后，不少行业分析人士认为，兵器集团会以现有的业务板块为依托，将防务等资产注入上市公司或实现相关板块的整体上市，但是近半年来却鲜见类似重组。在一位观察人士看来，军工企业的改革更多需要更高层面的政策导向，“虽然进行了这些运作，但是仍旧没有说清楚要做什么。”

(刘灿邦)

如家拟推“如家精选”发力中高端

日前，如家酒店集团（以下简称“如家”）携旗下中高端连锁酒店品牌“和颐酒店”和即将上市的“如家精选酒店”参加上海双年展。如家 CEO 孙坚表示，在消费升级的促使下，酒店行业在重新布局、升级换代。中档酒店肯定要发展，但市场有限，五年之内或将达到充分竞争的阶段，因此提高品质、赢得顾客，才是如家打造中高端品牌的根本。据悉，如家旗下现有五个酒店品牌：和颐酒店、如家精选酒店（即将上市）、如家酒店、莫泰酒店和云上四季酒店，覆盖高中低档酒店品牌。

在华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱看来，如家此番升级现有品牌“和颐”，发布全新品牌“如家精选”的举动，有利于其进行旗下品牌梳理。酒店的地段和物业品质直接决定房价的制定，在 2014 年国内中高端酒店平均房价和平均出租率双下降的背景之下，如家接下来如何应对市场变化仍面临不小挑战。

(陈杰 张欣)



新年微信攻防战：仅仅只是开始

日渐流行的微信正在遭遇成长的烦恼，进入新年不久，腾讯、阿里及其他企业围绕微信就发生多起热点新闻，在吸引公众眼球的同时，也直观显示了微信攻防战的动态场景，而这一切对微信来说，或许才只是一个开始。

微信和支付宝近日展开的红包大战吸引了业内外关注。2 月 2 日，支付宝钱包推出红包功能，并增加了微信分享入口，意图切入此前微信独享的红包市场。但在支付宝红包推出几小时后，微信就屏蔽了支付宝的分享接口。支付宝在随后的声明中并未明确指出微信这一做法是否妥当，而微信方面也未正面回应屏蔽支付宝红包的原因，只是在一份声明中称，为了保护用户权益，将对违规的第三方平台行为逐步整治。两大 IT 巨头顾左右而言他的背后，凸显的是潜流下的暗战。

除了红包大战之外，微信近期也被传出屏蔽了虾米音乐、天天动听及网易云音乐。网易云音乐在一份声明中称，“不怪微信，无惧告别，不吝祝福”，隐晦地表达了对微信屏蔽行为的不满。

不过，微信方面强调，红包大战与屏蔽一些音乐应用的原因并不相同。腾讯公关相关负责人表示：“支付宝一上来就直接对准朋友圈，这挑战了我们的底线，因为连微信红包都得恪守不进朋友圈的原则。其实我们也希望对等开放，但对于阿里来说，支付是一个底线，不愿意拱手让人进来。我们同样把支付放在很重要的位置。”

实际上，腾讯与阿里之间互相屏蔽进行攻防战并非初次发生。资料显示，2013 年阿里巴巴关闭了微信跳转到淘宝商品和店铺的通道，2014 年微信屏蔽了快的打车的分享链接。

这位负责人同时表示，此次涉及屏蔽的音乐应用，主要与音乐版权有关。他表示，“音乐人如果认为其作品在微信上分享时涉及侵权，那么没理由我们置之不理。如果我们不处理，在追债时会成为被告。”

上述多起事件的发生，或许并非偶然。作为月活跃用户已达 4.68 亿的微信来说，其潜在的市场价值日渐凸显。对于腾讯来说，需要打好微信的保卫战，对阿里等竞争对手来说，切割对方的收益并遏制对手正日益重要。而对另外一些成长中的企业来说，如果能借微信的势提速发展，则会事半功倍，唯一的问题只在于微信能允许这类搭车行为的程度。“后续我们会加强一些机制，让大家明白微信平台的规则。”微信相关负责人表示。

作为此次微信攻防战的主战场，红包大战集中展示了腾讯与阿里的战略意图，即在支付领域获得更大主动权。“支付宝对我们的功能研究得太透了，不得不佩服，这次正是专门找准我们的底线来的。”腾讯公司一位内部人士说。不过，与此前滴滴打车与快的打车这种代理人战争不同的是，此次两大巨头虽是直面交手，但在处理方式上都保持了较强的灵活性。阿里通过投石问路，尝试了切入微信堡垒的可能路径，而腾讯则提高了警觉，并用快速的反应封堵了可能的漏洞，双方可以说各有所得。

“在巨大的商业利益面前，双方都不敢掉以轻心。”中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平认为，支付宝拥有强大的支付影响力，但缺乏微信这样的社交属性。因此它此前希望借助来往这一平台能与微信形成抗衡。这一构想一旦获得成功，则来往加上支付宝的组合，将形成覆盖从电子商务到社交的强大能量。但此前来往在与微信的较量中落在下风，因此它需要寻找一个新的社交平台。如果支付宝通过微信接入了社交关系，那么对腾讯的支付系产品将带来巨大威胁，因此腾讯的强烈反击是必然的。从商业角度看，双方的做法都没有问题。但对腾讯来说，实施屏蔽策略之后，消费者会否流失，则要交给市场去检验。

上述多起纠纷，或许只是新的一年中一系列微信攻防战的序幕。在微信嵌入的功能及服务越来越多的背景下，树大招风的效应或会更加显著。同时微信向支付等领域进行扩张，也必然会触及竞争对手的利益。在这一背景下，围绕微信进行的进攻与防御，或将呈现更加频繁和持续的特点。

(周文林)