

相比同行而言,阿特斯显得低调许多,但与此相对的另一个事实是,阿特斯也被业内公认为当下中国最为稳健的光伏企业。

瞿晓铤:不做“老大”做实干家

严凯

瞿晓铤是阿特斯阳光电力集团(以下简称“阿特斯”)的董事长、总裁兼 CEO。熟悉他的人习惯用诸如“稳重、实在”的词语来评价他,他自己也说自己“太安静”了。这样的形格或多或少影响到他的企业。相比同行而言,阿特斯显得低调许多,但与此相对的另一个事实是,阿特斯也被业内公认为当下中国最为稳健的光伏企业。

2014年,阿特斯销售额达到 29.6 亿美元,出货量为 3.15GW,位列天合光能和英利之后。但其营收却同比大幅增长 79.2%,净利润达到 2.39 亿美元,是中国光伏企业中盈利能力最佳的公司。

理工男低调创业

6月30日,南方梅雨天气正盛。苏州高新区一隅,阿特斯位于中国的总部大楼显得十分低调。尽管年销售额已近 200 亿人民币,但它的门脸甚至不如高新区内的一些小公司大气。

在业内,很多人也许都不知道阿特斯其实是一家总部在加拿大的外资公司,苏州的办公楼是其在中国的总部。公司的英文名叫 CanadianSolar,直译过来为“加拿大太阳能公司”,但在中国,瞿晓铤取名“阿特斯”。据说,这个名字与他之前的工作有关,他曾在一家名为 ATS 的加拿大公司工作过。

瞿晓铤祖籍苏州,1964 年生于北京,1986 年毕业于清华大学物理系,获学士学位,此后赴加拿大留学并先后获得硕士、博士学位。之后他作为博士后研究员在多伦多大学从事半导体光学设备和太阳能电池的研究。

获博士学位后,瞿晓铤进入光伏行业,加入加拿大安大略省电力公司。刚加入公司,他便参与筹建 Spheral SolarTM Technology 开发项目,并成为该项目最重要的成员,曾带领一个七人小组,建立了上述项目的试点生产线、诊断实验室和全部检测及实验工具。这是他在光伏领域研究和开发方面首次崭露头角。

1997 年,当加拿大的 ATS 公司从安大略省电力公司收购 Spheral SolarTM 后,瞿晓铤



也随之加盟 ATS 公司,并作为 ATS 公司六人管理团队的成员被派往法国 Photowatt 公司工作。

此后,瞿晓铤在 ATS 及所属的 Photowatt 光伏公司承担了多种职责,包括光伏材料采购主管,亚太地区技术副总裁和光伏战略计划及业务开发总监等职务。

但瞿晓铤并不满足。“在一个大公司里的一个小的光伏部门工作,每天写写报告,日子过得很清闲,但很没有成就感。”瞿晓铤说。

“野心”让瞿晓铤在 5 年之后辞去了工作,准备单干。

2001 年 11 月,他筹集了几十万加元的启动资金,带着先进的光伏技术和设备回国创业,在江苏常熟市建起了第一家公司——阿特斯光伏电子(常熟)有限公司。

5 年之后,阿特斯在美国的纳斯达克上市,成为国内首家在美国纳市上市的太阳能光伏企业。

不做老大做稳健者

在阿特斯之后,越来越多的光伏企业在纳

斯达克上市成功,并掀起了一波中国光伏企业海外上市潮。

事实上,在这些公司中,阿特斯并非最为突出的一个。在它的前面,还有尚德、英利、天合等业内巨头。这些公司不论在规模和知名度方面都远超阿特斯;尚德创始人施正荣、英利创始人苗连生、天合创始人高纪凡也都比瞿晓铤更加耀眼。

但瞿晓铤始终都选择低调前行。在公司逐步壮大的过程中,他给阿特斯的定位始终不变,即“不做行业老大”。在他看来,稳健比去争第一更重要。瞿晓铤回忆,当年尚德如日中天时,他瞿晓铤便在内部表示阿特斯的目的是进入行业前五,“做不到老大,做老二老三也很好。”

事实上,中国光伏行业似乎有一个“No.1”魔咒,尚德曾长期稳坐中国光伏行业的头把交椅,但后来陷入困境,最终倒闭。英利取代尚德,风光一时,但至今仍在困境中挣扎。

而相比之下,瞿晓铤带领的阿特斯却始终与老大位置保持着理性的距离,这一方面源自其近乎严苛的企业管理风格,另一方面则是他性格基因对这家公司的影响。

尽管不愿去追求 No.1,但从各项指标来看,阿特斯却正逐渐成为 No.1。今年一季度,阿特斯出货量达到 1.23GW,超过天合光能,成为行业之首。除了出货量之外,阿特斯在销售收入、净利润等财务指标上则是当之无愧的 No.1。数据显示,2014 年,阿特斯实现营业收入 29.6 亿美元,而天合光能和英利同期的营收分别为 22.9 亿美元和 20.8 亿美元;阿特斯的净利润高达 2.39 亿美元,天合光能的净利润则为 6126 万美元,英利同期则亏损 2 亿美元。

学会“取”与“舍”

与同行相比,自创立阿特斯以来,瞿晓铤给公司定的产业结构是倒三角模式,即组件最大(下游)、电池片(中游)递减、硅片(上游)再递减。

在 2009 年之前,由于作为光伏电池片原材料的多晶硅价格持续暴涨,尤其是在 2008 年,多晶硅的价格曾一度高达 500 美元/公斤,

巨大的利润空间吸引了国内光伏企业纷纷投入巨资杀入上游领域,上马多晶硅项目。

在这些企业中,英利在 2008 年成立六九硅业,赛维 LDK 则在 2007 年布局多晶硅生产;尚德虽有自建多晶硅生产线,但却与美国的供货商 MEMC 签订了长达十年的多晶硅协议,供货价为 100 美元/公斤。

在原材料的压力面前,瞿晓铤和阿特斯同样面临着诱惑。在是否跟同行一样自建硅料厂或与国外供货商签订长单协议的问题上,瞿晓铤没有选择跟风冒进。

“人只有这么多精力,总得有取舍。”瞿晓铤说。

最后的结果证明,瞿晓铤的选择是正确的。

2008 年之后,多晶硅的价格如雪崩般暴跌,短时间内从每公斤数百美元跌至四五十美元。如今,多晶硅的价格更是低至不到 20 美元/公斤。

多晶硅价格暴跌的后遗症在此后的数年中一直萦绕在英利、赛维 LDK 头上。龙头老大尚德更是因巨额长单协议而陷入困境,最终破产。相反,阿特斯却成为了众多光伏企业中包袱最轻的公司。这也为其日后成功杀入电站领域打下了基础。

2009 年底至 2010 年初,在其他光伏企业正开始陷入多晶硅暴跌的困境中时,瞿晓铤又选择了另一条不同的路,那就是进入太阳能电站开发市场。

“当时我经过思考后觉得中国的制造业企业应该走两条路,一条是走出国门,走向世界;另一个是提供整体解决方案,或叫做华为为中心制造。”瞿晓铤说。

如今,瞿晓铤正在走另外一条不同于国内其他光伏企业的道路。阿特斯正在推进一个被称为 Yield-co 项目。瞿晓铤透露,目前正在推进这个子公司在美国上市,时间表应该是今年年底或明年年初。

Yield-co 实际上是一个金融产品,它的概念是把高质量和有稳定现金流的资产从阿特斯分拆出来打包上市,通常会把现金流中 85% 的现金作为红利分给投资人。与此同时, Yield-co 随着注入的电站资产越多,规模会随之扩张,分红也就越来越多。

“华龙一号”走向东盟 中广核有望参与泰国核电建设

欧阳凯

近日,泰国能源局代表团到访中国广核集团(以下简称中广核)红沿河核电基地,双方就核燃料供应、燃料处理等话题进行了深入交流。泰国能源局常务秘书表示,希望以此为契机,为两国在核电领域合作进一步奠定基础。

中国电力网援引泰媒消息称,泰国 RATCH 电力控股集团还计划与中广核合资在中国南部建立 2000 兆瓦规模核电站,计划投资 3.25 亿美元,占核电站 10%-20% 股份。中广核也有兴趣与 RATCH 合作在泰国南部建生物质发电厂,RATCH 欲释股 20% 吸引中资。

抢滩东盟市场

较早前的 6 月,中广核与东盟能源中心签署协议,将为东盟培养核电人才。中广核在泰国、越南等国设立了办事处,推进与东盟各国在核电等能源领域的合作。

泰国、印度尼西亚等国已对中广核的自主三代核电技术“华龙一号”表示出浓厚兴

趣。泰国还计划大规模派遣工程技术人员到中国学习掌握“华龙一号”的相关技术,并已启动对“华龙一号”的独立评审,今年内有望将其作为可选技术纳入泰国发展核电的“短名单”。

实际上,在当前全球核能复苏、国际竞争日益激烈的形势下,东盟核电市场尤为引人关注。俄罗斯、日本等国已将核电出口目标瞄准东盟国家,正在积极采取行动。

据泰国国家能源政策委员会发布的报告,到 2030 年泰国电力装机达到 7069 万千瓦,其中核电装机 200 万千瓦。泰国计划在 2017 年前完成可行性研究,2020 年完成核电项目招标,2026 年建成首台核电机组。

东盟其他国家核电市场也在蓬勃发展。马来西亚将准备建造两座 100 万千瓦的核电站,并计划于 2021 年和 2022 年投运;越南提出到 2020 年建成首个 100 万千瓦装机的核反应堆,2030 年实现核电装机总量 1070 万千瓦,核电发电比例占到 10.1%。

业内人士认为,东盟计划开发核电国家的基础结构开发工作落后,存在核科学与工程人才短缺、法律体系不完善等问题,国内核电企业在开展“走出去”时,应从长远考虑,在

人才培养、核法律体系建设、监管等方面提供相应的援助,为将来的核电出口打下基础。

核电软件瓶颈待突破

值得一提的是,在南非政府即将进行 6 到 8 个核电站项目的招标工作中,招标项目金额合计高达 800 亿美元,中广核将与国家电力投资集团联手竞标。

记者了解到,此次出战南非所荐技术为 CAP1400 第三代核电技术,设计方是国家电力投资集团下属的上海核工程设计院,中广核则主要负责制定南非项目融资方案。

一位业内人士透露,这次南非出战可谓竞争激烈,几乎云集了世界核电市场的顶尖力量,包括法国、美国、韩国、俄罗斯在内核电强国将一同角逐,“尽管国家领导人力推核电,中国也有大量核电项目在建,国产三代核电技术也取得不少成功,但在国际竞标和出口经验上还不足,此次竞标的挑战性不容小觑。”

去年以来,随着国家领导人的频频出访,“核电走出去”成为重点。据国际原子能机构预计,未来 10 年,除中国外,全球约有 60 至

70 台 100 万千瓦级核电机组建设,海外核电市场空间将达万亿。

不过,面对海外市场这块巨大蛋糕,国产核电“走出去”仍有不少问题需要解决,其中最大的瓶颈来自核电软件技术。

据悉,核电软件是整个核电站运行、维护的“神经系统”,对于核电站运行安全意义重大。但长期以来,我国的核电软件开发能力未实现实质性突破,所用软件主要从美国、日本、法国等国购买,即便花了钱,也不一定能够买到需要的核电软件,特别是软件的核心参数。

在日前举办的第三届中国核能行业信息化工作交流会上,中国核动力研究设计院主任刘东坦言,缺乏自主知识产权软件已成为我国核电机组走向国门的一大瓶颈。

记者了解到,目前中核、中广核已开始发力补短板。中核集团将从 2016 年开始针对公司自主知识产权三代、四代核电以及其他新堆型的研发,解决核电设计和分析软件设计手段问题。中广核也正在编制集团“十三五”信息化规划,规划建设集团软件共享服务中心,研发核电工程智能制造系统,并在新核电项目全面运用。

人人贷董事长杨一夫:互联网金融企业“不应着急上市”

石海平

近日,中国人民银行等十部委发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》(下称“指导意见”),在业内人士看来,这是一部互联网金融的“基本大法”。而在这部“基本大法”中,“拓宽从业机构融资渠道”作为国家政策支持被明确提出,其中“鼓励符合条件的优质从业机构在主板、创业板等境内资本市场上市融资”更是引发了资本盛宴的联想。

然而,人人贷董事长杨一夫 7 月 22 日在参加中国互联网大会间隙接受新华社记者采访时表示,互联网金融企业当前“不应着急上市”。

信披尖兵

作为 2010 年就上线的 P2P 平台,人人贷在当前的互联网金融风口上称得上是“长寿公司”。正因为有了时间的验证,让杨一夫拥有了更多的自信。

“人人贷成交额 90 多亿,资产质量还是非常值得骄傲的。我们到现在为止余额已经超过 1.3 亿人民币了,余额比例大概在 2.6%

左右,这个其实不止超过行业内企业,并且比很多银行水平要高了。”

指导意见对信息披露进行了规定,要求从业机构应当对客户进行充分的信息披露,及时向投资者公布其经营活动和财务状况的相关信息,进行充分的风险提示。

之前,互联网金融由于缺乏规则及监管,发展可谓是一片野蛮生长,信息不透明问题比比皆是。在这种环境下,人人贷却在行业内率先实施了企业季度报告的发布。

2012 年 3 月 15 日,是国际消费者权益日,而也是在这天,人人贷向用户及全社会推出第一份季报,公布人人贷的业务数据及经营情况。之后每个季度按时发布,至今已有一百多份报告。这种季报模式也迅速被行业接受,如今每季披露报告已成为 P2P 平台的常规配置。

记者仔细阅读了人人贷及其他互联网金融公司的季报后发现,尽管每份报告都涵盖了如成交数据、收益数据、人口比例等,但是距离符合上市要求的财务报告要求仍有不小的距离。

杨一夫表示,互联网金融创新,短期内见不到效益,而一旦上市,投资者不一定能忍受这种的创新行为,从而反过来压制互联网金融



人人贷董事长杨一夫。

的创新。

未来机会很多

“未来个人金融服务还是多元化,数据和技术的进步会让信息不对称这件事解决起来越来越成本低、越来越简单,在越来越简单的

同时,个人金融服务的重心会从风控上一部分转移到产品和服务上,这是我们未来值得去关注的。”

在互联网金融未来的新时代,不管其他的互联网产品,还是已有的产品,都需要更加新的个人金融服务去支撑产品。杨一夫认为,“产品和服务,这是一个相辅相成,互相去促进,共同发展的关系。”

另外,任何互联网产品都会强调极致的用户体验。之所以这样,是因为信息噪音很多,用户每个人都面临着很多的选择,稍微有几次用得不够爽就不用了。“这种现象很普遍,同质化、可替代的产品很多,所以后台工作做得足够好的同时,前台也一定要做得足够好才可以。”

杨一夫强调,前面做得足够好,不仅仅是用户交互方面的改善,更多的是在不违规、风险可控的情况下,设计出符合用户习惯的产品来,从设计的层面来讲开始体现这样的理念,然后一直到操作层面实现这个理念。

“在这个领域里面还有很多的机会,现在的巨头比如支付宝,其实并不见得解决全部的需求,所以互联网金融还有很多的机会去挖掘。”杨一夫最后如是说。

春秋航空上市后 砸 8 亿元做空中电商

作为首家上市的廉价航空公司,春秋航空在登陆资本市场后迅速抛出了重磅融资计划,其中募资 8 亿元投向互联网航空建设格外吸睛。“未来,公司想引导客户网购,建立空中跨境电子商务平台,掘金国内尚未成形的目的地电子商务模式。”春秋航空相关负责人称。

此次,春秋航空的空中触网计划包括升级改造包括机上 WiFi 系统、信息管理系统及航空电子商务平台体系等。该公司表示,早在 2004 年,公司便开始探索互联网航空业务,凭借先发优势,在机票销售上最大限度减少了对于线上旅游代理的依赖,提高了春秋官网及手机移动终端的直销比例等。本次继续加码互联网的建设,将有助于在本次直销客户优势的基础上,借助机上 WiFi 入口建设,通过打造涵盖移动端、PC 端和目的地端的航空电子商务平台,提升客户忠诚度。

按照春秋航空计划,其电子商务平台建设包括航空移动客户端、空中跨境电子商务平台和航旅网站三个模块。业内分析人士认为,近期,随着航空业信息技术水平的革新以及竞争格局的变化,提供舱内延伸服务、构建航旅生态链已成为航空公司除机票收入以外的另一大竞争要点。航班运营特有的空中场景,使得航空公司拥有专享的空中入口资源和优质的客户基础。

事实上,在春秋航空之前,已有多家航企为了追逐机票以外的价值而触“电”。去年底,京东与国航在珠海航展期间展开全面战略合作,双方共同建设的“京东空中购”频道已经开门迎客。不久后,东方航空宣布,“正式成立电子商务有限公司,未来,东航将以此为平台拓展电子商务,加快向现代航空服务集成商转型”。

京东相关负责人曾表态,“空中购物”将成为一片新蓝海。不久之后,一个庞大而优质的机上电商消费群体将逐渐形成。在机上网络产业生态圈成熟后,空中购物这一新消费模式有望成为常态。

一位民航业内人士分析,“空中互联网”业务,等同于在空中创造了独特的入口资源,聚集了非常优质的高端客户群体,这样的入口可以和航企本身业务以及创新业务结合。比如,可以开展空中社交等活动。另外,也大大拓宽了机上免税品的销售,因为此前,航企只能采取飞机带多少免税品就卖多少的方式,但有了互联网,旅客可以在飞机上下单、付费,到机场取货或快递的方式购物。

针对春秋航空而言,根据 Alexa 网站流量统计显示,2014 年,该公司网站日均访问量已超过 24 万独立用户,网站注册用户超过 1200 万会员。同年,春秋航空直销客户资源已经超过 2200 万人/小时,流量及客户资源丰富,具备拓展电商业务的基础。不过,也有分析人士担忧,要实现空中上网,必须先投入一笔不小的资金对飞机进行设备改造,且就算推出“空中电商”业务,也尚无明确的盈利模式,这对于一家廉价航空公司来说具有较大风险。(肖玮)



皇马牵手天猫 开拓中国市场

近期抵达中国的西甲豪门皇家马德里队于 7 月 26 日宣布,球队将与阿里巴巴达成战略合作伙伴关系,皇家马德里海外旗舰店将正式入驻天猫国际。

皇家马德里俱乐部主席弗洛伦蒂诺携包括 C 罗在内的皇马全体队员参加了当天的新闻发布会。弗洛伦蒂诺说:“我们是世界上最好的俱乐部,我们和阿里巴巴成为战略合作伙伴,将会使皇马在中国的商业合作更进一步。”

阿里巴巴集团零售事业群总裁张建锋则表示,阿里巴巴是一个销售的平台,希望能够把皇家马德里队更多的商品传递到中国,也希望他们能和中国消费者、粉丝进行更多的互动。皇马也想借助这个机会,帮助中国更多贫困地区的青少年,享受足球的快乐。

皇家马德里队也成为继拜仁慕尼黑之后,第二家与天猫国际达成战略合作的欧洲顶级足球俱乐部。据悉,皇马将在天猫国际旗舰店开售球衣、球鞋、休闲服饰、箱包等多个品类的商品。

根据行程,皇家马德里队先后在广州和上海迎接国际米兰与 AC 米兰的挑战。(韦骅 王浩明)