



品牌技术跨越澳矿收购壁垒

【事件】

淡水河谷欲在青岛港建矿石分销中心

□杨烨

为了更好地向中国销售矿石，淡水河谷开始着手弥补自己在海运费上的劣势。

除了加紧建造自己的船队和与中国钢厂签订长期租船协议外，青岛港集团高层对外透露，正在建设的三个40万吨的矿石码头是定向给淡水河谷装卸矿石使用，此外，淡水河谷多次考察希望和港区合作，并有意在董家口区建立分销中心。

据了解，青岛港在董家口港区将建设三个40万吨矿石码头，第一个矿石码头已经开工，明年底将建成，这个码头就是定向给淡水河谷运矿石专用的。

根据《青岛港董家口港区总体规划》，董家口港区规划泊位112个，比胶州湾老港区和前湾港区泊位总和多21个，港口吞吐量将达3.7亿吨。其中青岛港集团将在董家口建设4个40万吨级的码头，业务涉及铁矿石、原油、煤矿和杂货等4大类。

“菲利克斯公司收购完成之后将退市。明年3月千万吨露天矿投产，将与澳思达煤矿整合成澳煤澳洲公司一起打包上市。上市后预计30%—40%的流通股就能还回三分之二左右银行贷款。澳煤澳洲公司的产量将达到1500万—1800万吨，我们不动用‘家’里一分钱，就能够控制这样一个特大型矿业集团，也算是一个资本运作的成功案例。”

此次收购对于兖州煤业来说，不仅获得了海外的优质煤炭资源，而且可以解决后备资源不足的问题，支撑企业长期、稳定、健康发展。截至2008年12月31日，澳煤本部已探明及推定储量合计约18.66亿吨。收购完成后，兖州煤业在澳大利亚控制煤炭资源量将达15亿吨，接近公司本部储量。王信说：“我们不动用本部的资金，通过资本运营就可在澳洲几乎再建一个新的兖州煤业。这样就可以把兖州煤业打造成一个国际化的品牌公司。”

记者了解到，澳煤澳洲公司上市时间不会晚于2012年底。“上市一方面有利于实现资产的增值；同时也可偿还境外收购贷款，缓解财务方面的压力，并为澳煤澳洲公司的后续发展提供强有力的支持。”

中国企业海外并购范本

“澳煤成功收购菲利克斯公司，将为中国企业海外收购提供一个成功的范本。”对于中资企业海外收购行为，李位民特意建言：“打铁要自身硬，收购海外公司自己要拥有过硬的核心技术；要抓住危机的有利时机，讲究策略，实施低成本扩张；要本着互惠共赢的原则，低调处理不张扬，不能让对方产生抢占资源的防范、警惕心理。”

收购菲利克斯公司给兖矿带来新的发展机遇，未来几年内兖矿将在澳洲再建一个新的兖州煤业，但也带来了新的挑战。菲利克斯公司主要资产和业务集中在澳大利亚，与澳煤在法律法规、会计税收制度、商业惯例、工会制度、企业文化等经营管理环境方面存在差异。澳煤收购后，在生产、销售、人力资源、管理等方面的整合到位需要一定时间，因此存在着无法在短期内完成业务整合或业务整合效果不佳的风险。

对于这些挑战，澳煤将采取积极稳妥的方式接管菲利克斯公司。收购后将遵守当地劳工聘用、劳工安全等相关法规，保持现有的管理制度不动、中层干部不动、现有员工不动，使公司平滑过渡，保持稳定发展态势。

近190亿元未从“家”拿一分

澳煤此次收购菲利克斯公司交易额高达33.33亿美元，约189.5亿元人民币，但澳煤却未动用“家”里一分钱。截至9月30日，澳煤账面现金高达102亿美元。王信介绍：“此次收购主要通过内外贷方式进行融资。在澳洲，由中国银行牵头融资，融资利率低于国内的存款利率。‘家’里的百亿元存在银行里，用于国内搞发展。”

“网货”大潮商机无限

“2007年申通涉足淘宝业务，第一个从淘宝拿到的单子是每天4万件，现在已经达到每天60多万件。”申通快递有限公司首席执行官奚春阳为业务的增长感到满意。网货业务的急剧增长，带动了物流业的快速发展。

山东应弄潮网货时代

“网货西进带给我们的启示就是，在二三线市场的市场竞争中，网络正显现出越来越强竞争力。”阿里巴巴集团诚信通山东区域经理宋丙芝说，在网货大潮涌来之际，作为二线市场的山东更应该重视产品的品牌化打造和建设，弄潮网货时代。

山东省是继粤、浙、江、沪、京一线城市外网购最为活跃的省份，2009年上半年山东网购总额突破100亿，其中仅淘宝网交易额逼近50亿元人民币，已经接近2008年全年山东网购总额的61%。淘宝网提倡的“7天无理由退换货”等规则率先列入《山东省消费者权益保护条例》，成为法定的网络购物保护措施。不仅如此，山东网商也不断挤进全国十大网商行列。在电子商务领域的B2B、B2C和C2C中，山东网商数量在持续增长，阿里巴巴山东诚信通会员企业30000多家；淘宝网注册会员超过1000万；支付宝用户数位居第五，尤其在2008年，山东的支付宝用户增长达到了250%以上，增长率位居全国第四。

“山东人重情讲义，符合网货时代阿里巴巴倡导诚信基础。山东的经济发展与文化相得益彰，必然能顺应网货时代的崛起。”宋丙芝说，她对山东网货发展的前景十分看好。



正在建设中的菲利克斯公司露天煤矿

后被迫关闭。兖矿人主重建后，该矿被新南威尔士州评为煤矿“安全最好矿”，2008年赢利达1亿美元。

兖州煤业技术力量雄厚，是我国向国外输出开采技术和国外专利最多的企业。2000年12月，兖矿与澳大利亚联邦科学院签署《综采放顶煤开采技术在澳大利亚应用的预可行性研究合作项目协议》，2002年4月双方又签署《煤层自燃早期预报和控制技术研究协议》。兖矿自主研发的相关开采设备向德国企业进行技术转让，是我国首次向发达国家输出先进的采矿技术。近年来，兖矿有14项技术进行了有偿转让，转让收入3.26亿元。

□本报记者 吕光社 通讯员 孟庆哲

跨障碍取胜于品牌技术

由于澳洲民众对中资企业收购澳洲资源公司普遍持怀疑态度，给政府带来很大的压力，造成中铝、中国有色等中资企业赴澳收购被集体延期。而兖矿为何率先突破集体延期收购壁垒、拔得头筹？记者采访了兖州煤业股份有限公司总经理李位民，他兴奋地告诉记者：“成功收购澳矿首要的一点是取胜于自有的核心品牌技术——世界领先的综采放顶煤开采技术，该技术特别适用于中厚煤层开采，并已在澳大利亚获得专利权，在澳思达煤矿得到成功应用。”

菲利克斯公司是澳洲一家主要从事煤炭开采和勘探的上市公司。截至2008年底，探明及推定储量5亿多吨，有4个运营中的煤矿、2个开发中的煤矿以及4个煤炭勘探项目。

但来势凶猛的金融危机让菲利克斯公司高层忧心忡忡。该公司有关负责人介绍，“金融危机时，澳大利亚煤炭价格大幅下滑，最高跌幅达68.7%；菲利克斯股票从23澳元一下子降到了7澳元，再加上澳元急剧贬值，公司资产严重缩水。”

2008年7月，菲利克斯公司决定整体出售，在金融危机肆虐下应者了无几人。

“他们希望自己养的这样一个‘漂亮姑娘’一定要嫁给一个‘如意郎君’。买家要有强大的技术优势和实力，能够带领公司成功跨越关键发展期。”兖州煤业股份有限公司董事长王信介绍说：“去年10月9日，金融危机最严峻的时候，我们去菲利克斯公司考察时，他们表示出售首选兖矿。因为在金融危机之前，他们曾到澳思达煤矿考察，很欣赏我们的综采放顶煤技术，想跟我们合作。澳洲的煤层比较厚，利用综采放顶煤技术可将回采率由30%多提高到85%，不仅效率高，效益好，而且采煤安全。”

不仅菲利克斯公司相中了兖矿这位“帅小伙”，而且澳洲政府，包括反对党、社会各界对兖矿的技术也非常认可。今年8月，在达沃斯领袖论坛期间，澳大利亚总理陆克文会见了王信，并称赞“综采放顶煤技术是适用于澳洲的最好的采煤技术。”

陆克文说的并不为过。这一技术曾让澳大利亚南田煤矿(后更名为澳思达煤矿)起死回生。兖矿入主之前，该矿曾因自燃火灾，九易其主，最

12月20日，由阿里巴巴主办的第三届网货交易会在成都闭幕，为期3天的交易会吸引了超过10万人、500家中小企业参与。在一年之内举办三次网货大会，致使网货概念迅速崛起。有关机构预测，网货呈现三大趋势：网货品牌化；主流品牌网销化；主流消费网购化。中国正在迈进一个真正的“网货”时代，而其间蕴含的商机尚未引起山东制造商的足够重视。

□本报实习生 刘相华

网货将成未来消费主流

12月18日，第三届网货交易大会在成都隆重开幕。来自淘宝网的5万多卖家将与参展商进行对接洽谈，直接从厂家以最低的价格拿货。

以创新闻名遐迩的阿里巴巴集团董事局主席马云，在这次大会上，把网货作为重要概念又一次推到了世人的面前，并重申“网货将和中国制造一样，未来10年都将是世界的主流。”

据权威机构报告显示，中国网民总数已达3.38亿，超过了美国总人口数，居世界首位。截止2009年，网购人群已经占到了网民总数的43%，毫无疑问，网购人群已经接近于主流人群。

在10年的发展过程中，网货的种类已经从最初的图书影像出版物和家用产品，发展到服装、食品保健品、手机、电脑和充值卡等产品，甚至还可以在网买钻石、汽车、房子等高档奢侈品。2009年7月，世界著名高档珠宝首饰佐卡伊钻石以单笔价格72万元的生意，创造了淘宝网单笔成交金额非常高的一笔交易，被众多媒体争相

报道。

电子商务在改变社会商业模式的过程中继续创造着奇迹，另一方面也继续震撼着传统商业企业敏感的神经，许多世界知名的品牌产品纷纷触网，联想、戴尔、海尔、惠普、优衣库、杰克琼斯等上万名品牌陆续登陆淘宝网。在淘宝商城11月11日销售中，风靡全球的男装品牌杰克琼斯一天就卖出了500多万元的衣服，创造了商业史上的奇迹。

2009年，是网货的大发展年，就像一波波的浪潮不断涌来，正如阿里巴巴CEO卫哲所说，“目前网货呈现出3大发展趋势，网货品牌化；主流品牌网销化；主流消费网购化”。

网货演绎新商业模式

阿里巴巴本年度网交会原本只想召开两届，但是12月18日，阿里巴巴跳过上海，跨过中部，舍弃北京，从杭州老家一脚把球“吊”到遥远的西部，成都从“计划外”变为“计划内”，转变背后是成都市看到了阿里巴巴的商业模式对传统商业活动的革命性效果。

“网货的大量出现，改变了传统商业的销售、生产、设计和流通，并引领商业变得更快、更短，与此同时，它的社会经济效益也凸现出来。”马云说。

“网络麻豆”(网络模特)成为很多年轻人平时兼职和网上创业的首选。今年读大二的李佳晨是地道“网络麻豆”，短短三个月的时间，她的薪酬就从最初的100元/小时翻了几番。现在，李佳晨片约不断，每周都要利用课余时间去拍摄两三次。

博弈：农贩 VS 农民

农民之间关系模式等诸多思考。

近日，记者走访了文登市张家产镇口子村。

参贩垄断全镇西洋参

记者了解到，在西洋参早期落户威海的时候，文登市的种植面积大约只有50亩，张家产镇口子李村是“第一个吃螃蟹”的村庄。

1992年，村里的12亩西洋参丰收了。谁都知道西洋参是好东西，可当时信息闭塞，市场行情不明，销路成了难题。

就在这时，广东的参贩子“卢先生”来到村里，以每公斤240元的“高价”收购西洋参。一算账，村里的12亩西洋参毛收入110万元，消息传出，不仅是当地农民，整个文登市都沸腾了。从此，张家产镇众多农民纷纷开始种植西洋参，而捷足先登的卢先生也几乎包销了镇上全部的西洋参。

“当年也多亏了卢先生，我们种植的西洋参才能销得出去。有了销路，农民种植的积极性才会更高。但是，随着西洋参产量的增加，卢先生开始挑挑拣拣，对一些品相不好的参开始压价。鲜参收获后，最多能存放半个月，卢先生不收，参农几年的辛劳就要泡汤，很多参农含泪将鲜参以极低的价格卖给卢先生。”虽然已时隔十多年，口子李村支部书记王文智回忆起当时的情景，对卢先生仍是爱恨交加。

参与博览会引来经销商

全村的西洋参销售都控制在卢先生手中，农民没有任何讨价还价的余地。如何才能打破这一局面，让农民的辛劳付出有个好收成？王文智一直在思考整个问题。

1995年春天，全国范围内的西洋参博览会在上海召开。得到这个消息后，王文智决定“闯”上博览会，了解一下全国的西洋参到底是个啥行情。在会上王文智算是“开了窍”：广东是国内西洋参最大的集散地，卢先生在张家产收购的西洋参，运到广东就能卖到每公斤1000元以上，而初步加工的干参，每公斤的价格在3000—4000元。这几年，着实让卢先生赚发了。

“来开会的是全国各地的西洋参经销商和生产厂家的老板，人家在台上讲，我就在台下等着，等人家讲完走下来，我就上去递名片，介绍我们的西洋参。”

当年秋天，国内20多位经销商来到了张家产镇，彻底打破了卢先生一家独大的局面。为了购得优质西洋参，各位经销商之间展开了竞争，张家产的西洋参一下从买方市场转变为卖方市场。

办加工厂增加谈判砝码

然而，好景不长。销售火爆极大刺激了当地农民种植西洋参的积极性，种植面积急速增

长。由于技术和管理跟不上，西洋参的亩产和质量有下滑趋势。而众多经销商之间通过竞争和优胜劣汰，两三个经销商重新垄断了张家产的西洋参销售。随着种植户数的增多、总产量的增加，经销商大眼瞅准了西洋参收获季节集中、参农急于出手的心理，又在不断压低收购价格。

面对参贩子新的垄断，口子李村成立了西洋参协会，一方面加强技术服务，对参农进行统一培训，提高西洋参亩产和质量。

另一方面，号召参农杜绝恶性竞争、相互压价等行为，抱起团来与经销商扛价。王文智带领一班人摸索出了西洋参初加工技术，通过自治的烘干机，可将鲜参就地烘干，干参保存周期可达一年，在与经销商的价格谈判中又占得了先机。

同时，鲜参烘干又成为一个新兴的行业。目前，张家产镇附近出现了30多个西洋参烘干加工点，成为乡村能人新的致富途径，也解决了七八百名农村剩余劳动力。

“农贩‘角力’近20年，最终农民只挣了个辛苦钱，还是经销商获利最大。”

“引进深加工企业，将地产生西洋参直接加工成胶囊、口服液、中药等最终产品，才能把流失在流通环节的利润夺回来。目前，镇上将引进西洋参深加工企业作为当前工作的重中之重。深加工企业落户后，‘农贩之争’也许才能真正落幕。”张家产镇党委书记王炳刚告诉记者。

“祥光”进军期货市场

□记者 王兆锋 通讯员 位成哲

近日，上海期货交易所发布公告称，阳谷祥光铜业有限公司生产的“祥光”牌高纯阴极铜已获准注册。自公告发布之日起，“祥光”牌高纯阴极铜可以用于该所阴极铜标准合约的履约交割。

此次注册成功，祥光铜业可充分利用期货市场公开、公平的市场机制，拓宽流通领域，提升企业品牌，实现套期保值，规避价格波动风险，为主营业务赢得更广阔的发展空间。

同时也为在伦敦期货交易所注册，推进公司国际化发展进程，打下良好的基础。

□本报记者 彭辉 通讯员 王海政 宫照建

文登市张家产镇种植西洋参的历史长达近三十年，如今已成为我国三大西洋参种植基地之一。西洋参实现规模种植近20年来，参农与西洋参经销商(俗称参贩子)既相互依存又互相争夺利益，“农贩之争”引发了人们探索农业经济人与