

世说新语

Shi shuo xin yu

中国资本 进入西方不易



“中国对外投资增速很快,但是对外投资的资金仅相当于美国的1/10,且60%集中在亚洲,进入西方世界还是步履艰难。”

——香港永隆银行董事长、招商银行原行长兼首席执行官马蔚华认为,中国还处在走出去国际化的初期。在产业结构上,中国对外投资倾向于资源、制造业、贸易、工业等,很少进入技术层次比较高的领域。

互联网正在 变革金融业

“未来,互联网会成为大部分人选择金融产品的第一站。”

——融360创始人兼CEO叶大清近日接受媒体采访时表示,互联网已经改变了很多产业,现在,它正在变革金融业,我们不能错过这个机会。

房地产新常态



“房地产市场在不停变化,用昨天的话倒过来就是‘昨天你让我高攀不起,今天我对你爱搭不理’,现在客户就是这样对待我的。”

——万通集团董事长席伟在近日举行的“中国经济新常态下的企业机遇”论坛上表示,市场变化带来的最大变化,就是企业的行为、判断、战略路径都要变化。

并购的机遇

“并购的机会是前所未有的,而且难以以相信的趋势、速度在发展。”

——远东控股集团董事局主席蒋锡培近日表示,尽管现在对经济增长有一定的担忧,但机会仍然很多,如摆在企业家面前的互联网、物联网机会,以及未来生物医疗健康产业、城镇化机会等。当前人们衡量成功的标准已经发生了变化,我们不一定非要当老板,让别人并购说明你也有价值。

价格不再是 华为倚重的竞争力

“价格不再是华为业务倚重的竞争力,华为希望通过颠覆性的解决方案,给公司带来品牌溢价。”

——华为常务董事、战略Marketing总裁徐文伟在日前举行的2014华为云计算大会上接受媒体采访时表示,经过几年的摸索和调整之后,华为业务发展方向已基本明确,除了坚决执行“被集成”策略、聚焦重点项目,还要“做品牌”。



以投资沃土孕育更多阿里

北京时间19日23时53分,孕育于15年前的草根公司阿里,在美国纽交所创下了令全球投资者震撼的阿里传奇。

阿里传奇深深根植于当代中国这方创业兴业的沃土。巨大的网民基数是堆砌这方沃土的丰富土壤;亿万中国人收入持续增长所迸发的消费和服务新需求,不断为这方沃土施肥浇灌;国家果断调整经济结构、提升产业层级的一系列扶持政策,以及政府力促“产网”融合、“服网”融合、“金网”融合的一整套有为举措,是滋润这方沃土的雨露阳光;新生代高学历、高智商、眼界开阔、思维敏捷、不矩常规、具有远大志向和抱负的创业者,是扎根这方沃土的勤勉耕耘群体。是当代中国致力于实现中国梦的天时、地利、人和,铸就了现实的阿里传奇,并将继续铸就更多更耀眼的阿里传奇。

新世纪以降,发端于美国阿波罗计划的互联网科技开始走向世界。2005年全球网民达到10亿人,当年上市中文字互联网公司百度,上市首日收盘市值是40亿美元,而谷歌的同期市值已超过千亿美元。2014年全球网民突破30亿大关,阿里在美上市首日的市值一举冲破2314亿美元,由阿里打头,在全球排名前20的互联网公司中,中国占据7席,美国占据10席。

数据的变化不在于数据本身,它是中美引领全球互联网革命潮头,彼此市场影响力和号召力开始向中国倾斜的客观信号。趋势何所指?简单讲就是中美各自所拥有的互联网服务对象和潜在对象,以及服务市场占有率和服务内容整合创新能力。以中方的领头雁阿里为例,仅其旗下的淘宝和天猫两大交易平台,去年就“吞食”了2480亿美元的市场份额。这一数字比阿里主要竞争对手亚马逊和EBAY同期交易的总和还要高出一大截。今年上半年,阿里的营收继续强势增长46%,其最大竞争对手亚马逊的同期增长则滑落到零。趋势之变,根植于中国庞大网民和无数客户不断对阿里提出服务新需求,以及阿里尽力满足需求的奇思妙想和付诸实施的

持续创新能力。

借阿里在美上市做话题引子,不妨把全球互联网产业的发展分为上下两个半场,并把已经形成的30亿网民视为上下半场的分水岭,那么,从起步就占据先发优势的美国,无疑是上半场绝对的领跑者,而中国则是紧紧咬住美国不放的后起直追者。

当时代步入互联网产业发展下半场,也即在互联网吸纳下一个30亿网民的历史进程中,拥有高学历、高科技、高收入“三高优势”的发达国家网民,在上半场已近乎被“一网打尽”,接下来的30亿新网民,将主要来自欠发达国家,对草根网民群体的工作生活习性和日常需求更为熟悉,同时也更接地气的阿里、腾讯等中文字互联网公司,有望将美国互联网巨头逐步甩在身后。

阿里250亿美元巨资落袋,接下来怎么把这笔巨资继续用在刀刃上,值得期待。政府怎样调整和创新现有的扶持互联网产业政策,尤其是进一步营造创业兴业之时代氛围,更有大量工作亟待跟进。(北青)

阿里巴巴市值达2314亿美元

跃升至全球第二大互联网公司

阿里巴巴集团19日晚间正式在美国纽约证券交易所挂牌上市,股价开盘报92.70美元,收盘上涨至93.89美元,较68美元发行价上涨38.07%。

以93.89美元的收盘价计算,阿里巴巴市值为2314.4亿美元,超越Facebook、IBM、甲骨文、亚马逊等公司,仅次于苹果、谷歌、微软,成为全球第四大高科技公司和全球第二大互联网公司。在中国上市公司方面,阿里巴巴目前已成为中国移动、中国石油之后的第三大市值公司。

值得一提的是,阿里巴巴上市选择了独特的敲钟方式,敲响开市钟的不是其公司的人士,而是八张陌生的面孔,他们是阿里巴巴的客户,包括网店店主、快递员、电商服务商等。“我们奋斗了这么多年,不

是为了让我们自己站在那里,而是为了让他们站在台上。”阿里巴巴集团董事局主席马云在纽交所现场说。

马云在发售前持有阿里巴巴8.8%股份,此番马云献售1275万股股份,占总股份0.5%。按发行价68美元的价格计算,马云将套现8.67亿美元。经过IPO稀释后,马云的个人持股占比下降到7.8%,以收盘价计算,马云剩余阿里巴巴股票价值共计180.3亿美元。

此次阿里巴巴创下美股历史上融资额最大规模的IPO,并且成为美国股市上市市值第二大公司。根据彭博社的测算,马云的个人财富超过200亿美元,成中国大陆首富,跻身全球50大富豪之列,排名第34。在被媒体问及“成为首富有什么感觉”时,马云表示一点感觉都没有,钱是

用来做事情,连小区首富都不想做。最快乐的日子,是一个月能挣90元的时候。

阿里巴巴上市的造富效应远不止于此。据彭博社的数据显示,现年57岁的韩裔日本人孙正义拥有的净资产达到166亿美元,超过日本第二富豪柳井正4亿美元。另据机构称,阿里巴巴目前总共约有1万多人拥有期权,将分享200亿美元,阿里巴巴上市还将一举创造出1万多名千万富翁。此外,通过阿里巴巴的IPO,雅虎仍将持有价值273亿美元的持股。

马云表示,阿里巴巴上市后的下一个目标是整合生态圈,“不仅是整合中国,而且要整合非洲、东南亚和欧洲的行业内公司,帮助生态系统的建立,帮助小生意人赚到钱。”阿里

编辑视点

创新:阿里的运气所在

“阿里是一家很运气的公司,运气来自于客户、互联网、中国,以及我们每个人的努力。”阿里巴巴集团董事局主席马云在19日上市之前与国内员工通电话时如是表示。

当日阿里巴巴登陆美国纽交所,创下了美国股市最大融资规模纪录。我们在关注阿里缔造神话的同时,也在深思其成功的秘诀,难道仅仅是运气吗?事实上,阿里从一个草根企业发展到如今仅次于Google的大型国际互联网集团,靠的是锐意创新。

创业伊始,马云没有简单地复制国外的电商模式,而是将目标放在平台上,成为制造商和采购商沟通的桥梁,帮中小企业赚钱。阿里旗下个人交易平台淘宝网推出的B2C业务,以颠覆性、更接近中国特色的方式在电商网站中脱颖而出。随后,阿里紧跟时代节拍,相继推出了支付宝、余额宝等新品,并创造了一种崭新的生态系统的商业模式。

正如《华尔街日报》专栏作家安德鲁·布朗所说,阿里巴巴将西方已有的商业模式本地化后建立了庞大的电商帝国,推翻了人们关于“中国不能创新”的迷思。

背景新闻

笔锋所向

明月无门票 天涯共清赏



进入9月份以来,国内多家知名景区上调门票价格。其中,丽江玉龙雪山门票由105元涨到130元,广东丹霞山门票由160元涨到200元。

统计显示,国内5A级景区平均票价去年就已迈入“百元时代”。随着今年门票涨价潮的到来,门票价格又将有一个大幅提升。2007年国家发改委要求旅游景区门票价格调整频次不低于3年,景区门票就像中了“3年必涨”的魔咒,3年时间一到,景区票价涨声一片。

旅游景区门票涨价,影响到游客的切身利益,引起强烈的民意反弹,纷纷发出“玩不起”的感叹。另一方面,景区又慨叹运营成本高,不提高门票价格无以维持正常经营。例如,玉龙雪山景区自曝过去3年的门票收入减去支出是负数;丹霞山景区更是需要每年向银行支付千万元的贷款本息。门票涨价收入似乎是解决目前经营困局的惟一办法。景区、游客两头叫苦,门票价格涨稳两难。

门票收入占比小了,景区门票涨价的冲动就会弱化。“门票经济”式微之日,就是“大旅游”产业发展之时

笔者认为,从近期看,由于我国的旅游景点尚未形成成熟的旅游产业发展模式,景点收入对门票依赖较重,适当提高门票价格并非不可接受。但门票价格的制定应基于“成本+合理利润”的定价原则,做到财务信息透明、可核查。不是笼统地给出一个总的收入和总的成本,而要详细地列明收入和成本的结构,甚至包括送出多少张免费票。通过加强公众监督,减少门票领域的腐败和特权。应明确要求景区定期公布第三方审核的财务报表,使之置于全社会的监督之下。

但从长远看,旅游景区经营,最终要摆脱对“门票经济”的依赖,形成多元化的收入来源模式。

第一,这是由景区旅游的公益性决定的。景区不是管理者的私有财产,旅游不是狭义的游乐,对于提高国民提高素质、开阔眼界、培养爱国主义情怀等都具有不可替代的作用。景区在门票价格确定过程中应突出景区公共资源的属性,突出公益性,不能简单作为地方和企业牟利的工具。

第二,避免触动游客敏感神经,导致景区和游客之间的对立和紧张。实际上,门票支出只占游客旅游支出的10%左右,但这部分支出却是刚性的。对于经济条件不是很好的青年学生和普通公众而言,这笔支出很容易刺痛他们的神经。高价门票对形成景区和游客之间的和谐关系是不利的。

旅游产品结构不合理,景区产业发展单一,是“门票经济”依赖的重要原因。地方政府应当跨越“门票经济”的低级发展阶段,把旅游产业链做长,把旅游产业做大,通过优化游客情景体验,延长旅客停留时间,从中获取更大的整体效益。门票收入占比小了,景区门票涨价的冲动就会弱化。甚至可以采取景区门票降价甚至开放景区的手段,培养和游客的亲情感,提升城市魅力,吸引更多的人流、物流、资金流、信息流,进而树立地方品牌、升级产业体系、发展关联产业。“旅游搭台、产业唱戏”,把吃、住、行、娱、购等要素充分利用起来,将景区“门票经济”转变为“产业经济”。

在我国,西湖景区就是变“门票经济”为“产业经济”的范例。该景区自2003年开始免费开放,每年减少门票收入2530万元,但公园免费带动了景区商业网点经营价值的提升。通过拍卖、出租或承包景区商业网点等渠道,景区管理部门增收逾亿元,带动杭州旅游产业新增效益上百亿元。

明月无门票,天涯共清赏。没有门票上涨压力,游客可以更轻松地饱览祖国的大好河山;没有对门票收入的依赖,地方政府就可以拓宽旅游发展视野,最终实现景区和城市价值的提升。“门票经济”式微之日,就是“大旅游”产业发展之时。我们拭目以待。

画说财经

错位

当前,保障房建设中最大的困难在于资金不足。除政府投资、社会融资外,许多地方都尝试利用住房公积金进行贷款或直接投资建设保障房,破解资金难题。

然而,不少人认为,基本的住房保障是政府的责任,但公积金是职工缴存的;拿公积金的钱来搞保障房建设,存在使用的“错位”。漫画:牛小犊



国网莱州市供电公司: 开学第一天进校园 “大手拉小手”

导报讯(记者 孙秀红 通讯员 赵冬)“叔叔阿姨给我们送来的安全用电知识,对我们非常有用,我们不但要自己掌握,还应该把这些知识告诉父母、朋友和邻居……”莱州市实验小学二年级学生牟静说。莱州市中小学生学习第一天,国网莱州市供电公司组织党员彩虹服务队和青年志愿者走进实验小学课堂,采取不同形式开展宣传教育活动,在校门口宣传展板前向孩子们讲解用电知识,指导孩子们安全用电,还现场为学生发放精美的安全用电漫画图解手册,受到了广大师生和家长的好评。

国网荣成市供电公司: 联合管道燃气公司 开展防外破应急演练

导报讯(记者 王旭光 通讯员 滕鹏飞)“您好,供电公司吗?我是港华燃气,石岛地区实验小学附近燃气管道被挖断,威胁供气管网和供电线路,请求支援。”“收到。”10分钟后,国网荣成市供电公司抢修人员迅速到场,与燃气公司工作人员共同开展抢险作业。这是9月10日该公司与港华燃气公司联合开展的应急演练。为进一步做好防外破工作,两公司表示,将建立常态沟通机制,进一步提升应急抢险协作能力。

国网梁山县供电公司: 修旧利废让退役设备再“上岗”

导报讯(记者 刘勇 通讯员 吴敬华)近日,国网梁山县供电公司工作人员圆满完成32只剩余电流动作断路器更换工作,所用剩余电流动作断路器是损坏修复合格再使用的,这是该公司废旧设备重新利用的又一成功实践,仅此一项就为公司节省资金3万余元。该公司加强废旧物资物尽其用,全面开展“修旧利废、挖潜增效、变废为宝”专项活动,让废旧物资从“下岗”再“上岗”,营造了“修旧利废、提倡节约”的良好工作氛围。

国网莒南县供电公司: 多种方式 助推远程费控应用

导报讯(记者 刘勇 通讯员 赵桂超)近日,国网莒南县供电公司正在加强低压集抄建设的同时,积极推进智能表远程费控功能的应用,提升企业营销管理水平。结合实际,该公司把工作重点放在费控业务的宣传和服务上,通过发放“明白纸”、现场讲解等形式,向客户宣传多种电费缴纳方式,并利用信息采集系统和营销业务应用系统平台,通过手机微信、电力短信等贴心服务方式及时向客户发送用电预警信息。