

VC与PE是从西方引进中国的模式,其对企业有严格的要求。而中国本土企业由于受文化与环境熏陶的影响,对相关规章制度并不是严格遵守,经常有一些非常规的运作,存在违背契约精神的行为。

雷士照明风波:企业家与VC孰是孰非

■本报记者 贺春禄

原本只是一出“情景剧”的雷士照明风波,却有演变成连续剧的趋势。

自5月25日雷士照明发布公告,称公司创始人吴长江因个人原因辞去董事长、执行董事兼首席执行官(CEO)及公司一切职务以来,关于雷士照明的各种新闻与传言甚嚣尘上。在长达3个月的时间里,吴长江与接任董事长职务的赛富亚洲基金创始合伙人阎焱,持续地在微博等各种公开场合隔空对战,使事态进一步激化。

在这场企业家与投资人的拉锯战中,究竟孰是孰非?

回归可能性较大

8月20日,吴长江在重庆召开雷士照明供应商沟通会。从8月12日开始停止供货的40余家核心供应商中有近七成在会上同意恢复供货,预计未来2天内可正式开始供货。

但经销商同时表示,将以吴长江组织召开的特别股东大会作为最后期限,一旦股东大会后吴长江仍无法回归董事会,他们将再次停止供货。

8月14日晚,雷士照明曾发布公告称,重新委任吴长江为公司董事长及董事并不妥当。但在业内人士看来,在经销商与供应商支持之下,吴长江仍然有可能回归雷士管理层。

投中集团高级分析师冯坡对《中国科学报》记者表示,吴长江的确有很大的可能重回雷士照明,但是以什么样的身份回归值得关注。“吴长江以CEO的身份回归可能性比较大,但在股权已不占优的情况下,想要凭借经销商与供应商们的支持再次夺回董事长的位置,我认为已经不太可能。”冯坡说。

君盛投资高级合伙人黄宇也对《中国科学报》记者说:“吴长江还是有可能回归雷士照明,这将是他与投资机构间互相妥协、谋求继续合作的结果。”

他指出,由于主要大股东已经对吴长江失去信任,他的回归肯定得建立在接受董事局的决议之上,而且应当制定相关的框架与协议约束其行为。

中西方文化的冲突

与阎焱同样身为投资人的黄宇认为,从



雷士照明风波有演变成连续剧的趋势。

图片来源:www.szledia.org

VC与PE的角度看,吴长江的这一系列行为已经违背契约精神。

“试想如果雷士照明不是通过投资机构融资而是从银行贷款,当吴长江与企业遇到重大问题,银行随时可能收回贷款,这对他和企业都将是灭顶之灾。”黄宇说。

记者了解到,截至2010年雷士照明上市之时,软银赛富已成为第一大股东,股份比例为30.73%,而吴长江持股仅为29.33%。

2011年7月,施耐德以12.75亿港币收购了雷士照明9.2%的股份,成为仅次于软银赛富与吴长江的第三大股东。在吴长江被迫离开雷士照明后,来自施耐德的张开鹏被任命为CEO。

冯坡说:“VC与PE是从西方引进中国的模式,其对企业有严格的要求。而中国本土企业由于受文化与环境熏陶的影响,对相

关的规章制度往往并不是严格的遵守,经常有一些非常规的运作,确实存在许多违背契约精神的行为。”

他认为,此次雷士照明风波在中国投资界其实是一种较为普遍的现象,在投资人与企业家之间屡见不鲜,“但闹到如此沸沸扬扬、街知巷闻的却不多见,这也与吴阎两人的性格有很大关系。”

黄宇指出,吴长江如果对投资人不满,可以在不侵犯雷士照明利益与专利权的情况下抽身重新设立新品牌,但是他却试图倚仗经销商与供应商的支持重新夺回控制权,是明显的违背企业精神与契约的举动。

“经销商与企业之间的关系,不应当建立在某一个人身上。如果对阎焱不认可,他们可以对董事会提出要求,但这些都应是企业间的公开行为,而不应当要求撤掉某个人捧另一个

人。这是一种中西方文化冲突在投资圈的反应。”黄宇说。

公众公司不是私人财产

分析人士指出,在雷士照明引进投资机构后,原本由吴长江创立的公司已经成为公众公司,但是吴长江与许多中国本土创业者一样,始终认为企业只是自家的“孩子”。

冯坡说:“对于媒体关于吴长江是在维护自己‘孩子’的说法,我认为并不是很正确。他更多的只是关心自己的个人利益,把企业当成私人财产而已。其实在雷士照明大规模融资后,这已是一家吴长江与股东们共同拥有的公司。”

“我也认为吴长江的这些举动并不完全是为了公司的经营,而是在争夺权力。”黄宇说。

对一些创业者就此次风波提出,今后在引入投资时一定要注意股权分配以掌握控制权,冯坡指出:“企业一旦做大需要引进投资时,稀释股份是不可避免的。除非企业家不融资,否则不是他不想做就能避免的事情。”

被舆论视为争夺他人私有财产的“恶人”阎焱,在黄宇看来其实颇为委屈。他是目前中国投资人的一个代表与缩影,事实上投资人和企业家不应是对立的关系。

黄宇说:“从个人的角度看,我觉得阎焱挺冤枉的。”

他指出,对阎焱而言,雷士照明并不是软银赛富和其个人投资资金最多的项目,认定此事源自他试图霸占董事长一职是没有根据的猜测。而且,阎焱因此次事件处境颇为尴尬,实在有些得不偿失。

“我认为,此事件发生后,对中国的投资人而言,今后在设立投资条款时肯定会制定更多相关的规定,提前预测企业家可能会出现违规行为。万一企业家出现违背契约的行为,将能有条不紊进行有效的管理。”冯坡说。

黄宇告诉记者,投资人在考察项目时,所花的时间往往从几个月到一两年不等。

他表示:“投资是基于对企业家信任,但在有限的时间里无法完全对企业家和创业团队进行准确无误的判断。即使投资者只占1%的股份,完全不对企业管理进行干预,企业也可能因为企业家的一个决策而倒闭。”

黄宇表示,受雷士照明风波的影响,今后投资人对企业家考核时会更加严格,而且会侧重于投资创业团队而不是个人。

简讯

杜邦成立成都分公司

本报讯8月16日,杜邦公司正式宣布成立成都分公司,旨在借助当地综合优势、研发能力和人才资源提升本地化创新,支持西部大开发,更好地服务西部市场。同时,杜邦与四川大学签署了联合研发项目协议。

杜邦公司全球副总裁兼杜邦大中国区总裁苏孝世表示,西部是杜邦中国发展战略中的重要一环,随着成都分公司的成立,杜邦将继续加大在西部地区的投入。

据悉,杜邦中国研发中心与四川大学致力于通过科技合作,在材料领域发挥各自优势,改进聚合物的阻燃性能、力学性能等,使其具备更高的安全性和可靠性,从而在3C(计算机、通讯、消费电子)领域开发出更具创新性的高科技产品。(陈欢欢)

“快闪”揭开佳能博览会序幕

本报讯8月17日,佳能(中国)有限公司发起的“快闪”行动在北京上演。

为时8分钟的舞蹈,演绎了一个与“色彩”有关的职场故事——在管理团队的帮助下,年轻人解决了复印机无法影印色彩的问题,并与身着彩装的朋友开始了周末时光。

佳能(中国)有限公司总裁小泽秀树表示,这个温情的小故事传递了“色彩战略”的核心内容之一,即佳能今后将加强在综合色彩解决方案上的投入。

据悉,“快闪”行动表演还将于9月6日、11月1日、12月6日在北京、成都、广州三地举办的佳能博览会2012上陆续上演。(温才妃)

金山词霸实现手机屏幕取词

本报讯近日,金山词霸发布安卓V5.6版,该版本独家支持手机屏幕取词,从而成为国内首家实现将PC端词霸屏幕取词技术迁移到手机端的产品。

此外,本次金山词霸还在新版本中加入了手机摄像头拍摄功能,翻译单词时只需摄像头扫描即可立刻显示出单词的释义。

金山词霸相关负责人称,至此,金山词霸手机版已集语音输入、摄像头拍摄、屏幕取词、词典下载、查询翻译等多个功能于一身,成为目前市面上功能最全的词典翻译软件。(计红梅)

公司

小米二代能否延续神话

■本报记者 温才妃

北京798艺术区,文艺青年们的天堂。小米手机,草根们的心头之爱。当文青遇上草根,便有了热闹无比的小米手机发布会。去年8月16日,小米首款手机在此正式亮相;今年8月16日,又轮到了二代产品的发布。

一样的暗场、大屏PPT,一样的黑T恤、牛仔裤、帆布鞋,一样的欢呼声、掌声、尖叫声,场面和苹果的发布会颇为相似。有“雷布斯”之称的小米科技CEO雷军,频频用蛊惑性的话语,撩动“米粉”们的心。

然而,对于小米二代,也有不少人心存疑虑——能否延续一代的销量神话?模仿苹果的“饥饿营销”,是否依然有效?

拷问“亏本”说

被雷军称为“硬件怪兽”的小米二代,采用了目前主流安卓手机的最高配置,是全球首款采用高通骁龙S4四核处理器,并且内置了2GB RAM的高端智能手机。

在定价上,小米二代延续了一代的低价神话——1999元。雷军表示,小米二代的实际成本是2350元,每台手机亏本销售351元。“这是和众多上游供应商多番协调的结果。”雷军说。

艾媒咨询集团首席分析师张毅则认为,小米手机绝不会亏本销售,同类手机的造价一般在1500元左右,雷军公布的生产成本值得推敲。“在降低成本方面不会突破太多,但也可以肯定没赚多少。”

易观国际分析师王颖也认为小米手机有一定的盈利空间。他表示,投资方之一高通是其上游芯片生产商,投资关系将比买卖关系带来更多的便利。此外,小米二代从真正发布到上市量产还有一段时间,在这段时间里芯片、配件价格都会下降。

“联网手机获利有两重途径:一个在未来,即通过移动互联网的服务获得利润,另一个则跟传统手机一样,靠卖硬件获得利润。”张毅说。

据了解,迄今为止,苹果的九成利润仍是靠卖手机创造。App Store的利润仅占手机收入的零头。而追随苹果“硬件+软件+网络服务”铁人三项的小米,其互联网命题成不成

立,现在还未知晓。“现阶段,小米要靠手机挣钱,这是毫无疑问的。”张毅说。

王颖也表示,小米在今年进行了第三轮融资,但2.16亿美元对于大规模手机量来说远远不够,需要不断产生利润来支撑后续生产。

“饥饿营销”能撑多久

一年前,雷军以“发烧友”的定位,抓住高端手机与草根手机之间的客户断层,迅速笼络了一批愿意尝试高性能、低价格手机的年轻人。而其饥饿营销的手段,也使得每次小米手机的公开购买,都在很短的时间内被抢购一空。

这一次,雷军又故技重施。据了解,小米二代的工程机将于9月下旬推出,10月份用户才可以购买。根据以往的“饥饿营销”模式,第一时段只会放出极少量,用户需要约半年时间才能在市面上无紧缺购买。

只是这一次,手机市场的生态环境已悄然发生改变。参与“1999元性价比之争”的智能机比比皆是,性能PK场上小米手机只可能做短暂的“跑分天王”。

“这种模式在中国只能用一次,后来者行不通,小米再做也行不通。”张毅认为,小米的“饥饿营销”是特定时期、特定人做出的特定事,而这个特定的时期正在被打破。

在愈演愈烈的互联网手机争夺战中,下一步比拼的是什么? “口碑。”张毅说,口碑不仅仅是品牌,还要比拼产品的稳定性。“看产品是否像广告中描述的那样,这样用户用过之后,才愿意推荐给其他人。”

售后服务是关键

在小米二代的发布会上,雷军还表示将推



从一代到二代,手机市场的生态环境已悄然改变。

图片来源:www.ePrice.com

出小米二代的联通、电信定制机,和中国移动的合作也在进行中。不少“米粉”兴奋得当场尖叫起来。

据记者了解,今年第二季度前,小米手机的销售渠道主要是网站,运营商次之。而在第二季度后,这一格局可能发生改变。

张毅指出,定制机至少给小米带来两大好处:手机的质量由联通、电信“做背书”,人们愿意相信国字头的大企业;营业厅遍布全国各地,甚至许多地方多过手机卖场。

“网站上的发售远远不够,传统渠道不敌老牌手机,如果抓不住运营商,小米未来一点机会都没有。”张毅指出。

近日,有IT评论人士发微博称,因小米手机售后问题退出定制合约。小米公关总监刘飞即发微博反击,并表示愿意以20万元打赌,证明该言论谬误。同一天,小米联合创始人黎万强接受媒体采访时表示,这“绝对是100%谣言”。

尽管是未经证实的传言,但是特约维修网点稀缺、配件供货不足等售后服务短板一度是小米的硬伤。王颖解释,带有一两年套餐话费费的定制机,一旦长时间返修,不但影响用户体验,还会对运营商的话费收入、品牌信誉产生冲击。“互联网企业开发手机,拼不过传统厂商的硬实力,自然要注重比拼售后等软实力。”

观察家

笔者最近又收到苏宁电器送来的一台电磁炉。赶在“零元购”的最后一天,笔者订购了松下的无绳电话,然后用券换了漫步者的2.1音箱。自从“8·15”电商巨头“三国杀”开始以来,笔者已经把自家和家父家母的各类家电都买光了,都是从苏宁电器买的。至今,不仅添了新的空调、冰箱、打印机,还有高压锅、羽毛球拍、近千元的书,以及U盘鼠标这些小东西。

也许有人会奇怪,电商“三国杀”,为什么笔者只买苏宁电器?

说实话,笔者跟张近东(苏宁电器股份有限公司董事长)非亲非故,而且在之前的“零元购”的活动中,还曾因为没抢到心仪的产品而在微博上发过牢骚。

但作为一个消费者,笔者只算实惠账。经过仔细的价格比对,笔者发现京东商城是在提价的前提下“打折”,而且是那种最常见的几折“起”。所以,消费者在京东商城着实捞不到什么实惠。

那苏宁电器的零元购呢?举个例子,笔者买了个高压锅,全额返券,我用券再买一台差不多等值的电磁炉(券没用完可以凑个U盘之类的产品),相当于笔者买的所有东西都打了实实在在的折扣。而且,每选一样东西,笔者都经过了查询,结论是苏宁电器未提价。

因此,有人认为,“8·15”京东商城发起的价格大战是声东击西,而苏宁电器则是上当受骗,亏损最大。

真的是这样吗?在“8·15”的前一个交易日,在刘强东扬言打价格战的时候,苏宁电器股价一度猛跌7%,而“8·15”开战当天,苏宁电器股价却逆势涨停,并在后几个交易日红盘企稳。对于一个上市公司来说,短暂放大的营销亏损在苏宁电器逆势而行的市值面前,显得微不足道。

很多人认为刘强东发动“8·15”价格战叫好,甚至认为京东商城因为算计苏宁电器、国美得逞而“大获全胜”。在笔者看来其实不然。京东商城要的不是利润,而是份额。虽然尚未有明确的书面协议披露,但笔者认为,吸纳了俄罗斯DST这样的全球资本大鳄,京东商城很可能是有对赌条件的。可以想象,这个条件极有可能是某年某月之前,将排名做到中国电商第一,而不需考虑同期的利润或者亏损。

的确,DST有Facebook、Group这些正面案例在先,但DST的投资并不代表京东商城成功的必然趋势。与京东商城不同,Facebook、Group都是技术创新型企业,而京东商城从事的是最传统的商业零售领域,其创新性仅仅在于渠道。更大的区别还在于,Facebook创造了社交行业,Group创造了团购行业,但京东商城却并没有创造电子商务行业,只能说电子商务行业成就了京东商城。

因此,苏宁电器大规模实施“零元购”的意图非常明显,就是阻击京东商城扩大市场份额的终极目标。打蛇打七寸,既然京东商城不是奔着利润而是奔着份额而来,那么付出再大的代价,只要不让京东商城扩大份额,对于苏宁电器来说,都是值得的。

规模并不代表效益,份额也不决定未来。那么,风险投资商的是什么算盘呢?

笔者认为,对于他们而言,资本决定论早就被奉为圭臬。他们的信条很简单,投资换来规模和份额,企业估值在这个过程中将如雪球般迅速膨胀,一旦独霸整个行业,投资即可全身而退。至于企业利润和百年大计,对不起,不在考虑之列。他们的投资回报模式与传统商业截然不同,就是为了在“博傻”之前的退出。

现在有很多人想当然地认为,这种资本决定论的主张天经地义。但在笔者看来恰恰相反,鼓励和保护公平竞争才是市场发展的核心任务,而非资本。否则,也不会有美国各个阶段不同版本的反垄断法出台。这些法律的实施目的,都旨在维护一个公平正义和健康的市场环境。

资本决定论在中国电子商务行业迄今为止的演化历程中,凸显出了一个极端的矛盾:资本投入的不断加大没有在投资回报的规模上得到必要的增长,或者使得投资收益的效率得到改善,反而是规模越大亏损越大,投资越多亏损期越长。沿用经济学家卡普林斯基(Kaplinsky R.)和巴格沃蒂(J. Bhagwati)的观点:这种“恶性增长”(或者“悲惨增长”)扩大了产业规模,增加了产品流量,但却摧毁了整个市场。

因此,在这次“三国杀”当中,康佳评价京东商城此举是在“毁灭社会财富”,而海尔则旗帜鲜明地终止了与京东商城的合作。几乎可以预见,众叛亲离对于京东商城而言“绝不是梦”。

三国时期,诸葛亮六出祁山,大举伐魏。虽举有“仁义之师”的大旗,然而蜀国终因国力不济,后继乏人而衰亡。对比今天的电子商务巨头“三国杀”,一次又一次依靠投资饮鸩止渴,然后一波接一波挑起价格战的京东商城,与既是上市公司又拥有庞大连锁网络的苏宁电器,两者究竟孰优孰劣,可谓一目了然。

电商「三国杀」魏蜀见分晓

■ 雷雨