

“产融结合”，资金管理准备好了么？

一直颇受瞩目的“产融结合”话题在今年全国两会期间仍被热议,国资委相关负责人表示:“在发展实体经济过程中,国资委下属的央企必须有资金支撑。按照国际上一些大型跨国公司经验,在确保安全前提下,一些大的央企,可逐步探索产融结合的方式与经验。”

无疑,国资委相关负责人此番的表态是对“产融结合”大方向的肯定与鼓励。但同时也透露出,资金的安全管理对于保障“产融结合”顺利推进的重要性。

产融结合 唯“稳”当先

众所周知,国资委对央企的产融结合之路一直持谨慎态度。对此,国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松曾表示,产融结合存在一定风险,这种风险主要来自于金融市场的强波动性。大型企业在投身金融市场时首要考虑的是风险和收益的平衡。建立规范、高效的治理结构和内部风险控制体系,是解决这一问题的重要手段。

不得不承认,产融结合是一朵绽放着高利润诱惑的带刺玫瑰。就以光大银行为例,在光大银行的239家股东中,有21家上市公司参股其中,累计持股量约10亿股。以粤高速为例证,去年7月,粤高速以5.28亿元认购光大银行发行的2.4亿股普通股,折合2.2元/股,而目前光大银行每股发行价3.1元,其一年的投资回报就达2.16亿元。

在资本运作市场,利润回报率往往与危险系数成正比。可以想见,高额盈利的背后必定有着惊险又刺激的美丽际遇。虽然面对产融结合过程中的惊险刺激总是有很多纠结的困惑,可即便如此,产融结合也是中国政府一如既往坚持的大方向,并且,要更加安全、稳健地走下去。

事实上,对大型央企而言,对于金融业

的青睐还不仅仅是高额的利润。“企业发展到一定规模时,为了进一步巩固和加强自身地位,经营领域就会向外扩展。”一位管理学人士如是说。

不仅如此,中国银行之前发布的一份报告也明确表示,产业集团投资金融不仅可以满足集团的金融服务,将资金外部循环内部化,降低交易成本,同时对于提高公司的整体协同价值和声望也有好处。这无疑也印证了央企需要融资和投资的多元化,产融结合是中国经济高速腾飞的必经之路。

只不过考虑到产融结合中存在着的高风险性,国资委一再将稳健放在了重要的前提条件之中。而事实上,国资委副主任孟建民在早前全国国资委系统财务监督工作会议上也着重强调,财务风险是企业最致命的风险,加强企业财务风险预警与管控,及时掌握企业面临的经营困难和风险隐患,是国有企业财务监督工作的重要任务。

资金管理 保驾护航

就笔者观察来看,现阶段我国的产融结合平台大概有以下3种类型:第一种是企业的结算中心;第二种是财务公司;第三种是金融控股公司。虽然这3种模式业已形成一定的规模,但就目前来看,这3种形式都还不是产融结合的最佳形式或者金融平台,都有很大的完善空间。

比如,在我国一些金融控股公司中,存在的突出问题就是风险的跨行业传递和扩散,监管制度和约束机制不健全。这种“大而不能倒”的道德风险也是常被专业人士所诟病的地方。“央企本身实力强大,如果再入股银行、证券、基金,一旦出事,传染面更广、风险更大,到时国家救不救?”一位研究员曾如此质疑。

诚然,产业和金融的运营机制不一、管

理方式相差巨大以及盲目扩张风险很大,这些都是中国的产融结合之路不得不面对的问题。但是,不是因为有了问题就要后退?亦或者改变最初的方向?

显然,今年两会期间,国资委方面负责人已给出了明确的表态,方向没有动摇,只是要走得更加稳健。正因为如此,在产融结合的征途上,资金管理的课题更加突显出不容忽视的重要性。

为此,笔者走访了国内资金管理领军品牌——北京九恒星科技股份有限公司。其公司创始人,同时也是中软协财务及管理软件分会资金管理专家委员会秘书长解洪波,针对国资委的最新表态做了全新的解读,并援引一句古训来强调资金管理对于产融结合健康发展的重要意义。

俗话说,工欲善其事,必先利其器。智能的资金管理信息系统建设是实施资金集中管理和有效监督控制的重要工具,智能资金管理信息系统将资金预算管理和资金实时监控相结合,及时准确反映资金的运行状况和风险。若要保障资金的健康、有序运转,一套科学、完善的资金管理系统似乎成为想要在“产融结合”背景之下大展拳脚的企业兵家必备。

解洪波表示,国资委方面越加对产融结合提出“稳”的要求,对于从事资金管理领域的人士来讲,就越加感到肩负的责任重大,不敢懈怠。从某种角度来讲,资金管理软件行业的发展水平决定了中国产融结合之路发展的速度。资金管理是在前端,如果资金管理无法在技术上得以保障,那么,产融结合也将不能够得以顺利进行。

由此,不难看出,在产融结合大刀阔斧的前进之时,资金管理时代的序幕也将开启。

那么,资金管理,你准备好了么?(范 伟)

当硬汉遇上“硬汉”——房祖名和陆风 X9 的别样碰撞

“其实就是为了自己,能从分手后的世界顺利逃走”这样一句经典独白,让“李献计”成为去年最牛的网络动画红人,而在电影版《李献计历险记》中,无论是演员阵容还是电影剧组都可谓是大牌云集,这其中最引人注目的莫过于“龙太子”房祖名了。在电影拍摄过程中,有多场飙车戏份的房祖名坚持不用替身而是自己独立完成,多次上演时速超过100迈的精彩车戏。

据悉,房祖名在这部电影中饰演主人公李献计,在电影中房祖名是一位患有“差时症”的病人,一直以来,他被这种奇特病症所困扰,与整个世界格格不入,直到他遇见由王子文扮演的女友王倩。然而,好景不长,一场突如其来的意外打破了二人平静幸福的生活,无法接受现实的李献计再次陷入了“差时症”的漩涡当中。终于有一天,李献计获得一张可以穿越时光回到过去的游戏光盘,为了拯救失去的恋人,在众多高人的指引下,李献计开始了一段为爱而生的超时空大冒险。

据记者了解得知,身为“龙太子”的房祖名一直以来以硬汉形象示人,在这部影片中与房祖名进行亲密合作的还有另一个实力派硬汉——陆风 X9。在《李献计历险记》中,陆风 X9 是房祖名的宝贝坐骑,戏里戏外房祖名对这部车都是赞赏有加。陆风是国

内实力派汽车品牌之一,此次对《李献计历险记》的戏内植入也是其全新的娱乐营销策略,陆风汽车希望把自身的“硬汉”产品借助这样一部影片和房祖名这样一个“硬汉”来一次别样的碰撞,在为这部电影增色不少的同时更能够让大家在看了这部电影之后认识陆风这样一个汽车品牌,进而关注陆风旗下的产品。在《李献计历险记》当中,陆风汽车不仅有陆风 X9 的数次露面,作为陆风当家产品的陆风 X8 在戏中也有多场戏份,在追逐和速度之中让人们更好地感受到陆风汽车的品牌魅力,陆风汽车身上承载的“百冠”荣耀已经让许多人开始关注陆风品牌,通过这样一部电影的热播,陆风汽车即将迈向娱乐营销新纪元。

记者在拍摄现场发现,用作拍摄的陆风 X9 车外粘有 XUV 字样,不知道这是否和陆风汽车接下来的产品定位和企业发展有关,不过相关猜测还是等电影真正上映后才会被逐一揭晓。同时,记者还了解到,在4月下旬举办的上海车展上,陆风有望聘请房祖名亮相展台,同时陆风汽车有意对房祖名伸出橄榄枝,邀其代言自身的品牌及产品,房祖名本人对陆风汽车也是赞誉有加,双方在戏外究竟能不能擦出更大的火花,碰撞出更精彩的合作,让人拭目以待!

(陆仁波)



近日,由“龙太子”房祖名主演的《李献计历险记》制片方公布了一组电影剧照,首次曝光了由房祖名饰演的电影男主角李献计失去女友王倩后,“差时症”发作陷入另外一个世界的生活状态,同时也从侧面解构出电影版的《李献计历险记》,依旧延续了原版动画中的差时症和时空穿越概念,衍生出犹如《盗梦空间》般的多元空间。

曾被网友盛赞为“2009年最牛独立动画”、揽获2010土豆映像节最佳动画片奖的《李献计历险记》,于去年10月25日,在北京秘密开机拍摄其同名电影版,男女主角分别由“龙太子”房祖名和成都女孩王子文担任,在剧中分别扮演李献计和王倩,该片由原作者李阳担纲动画导演,新生代导演郭帆掌舵,著名电影监制方平担任监制,而鲍德熹带领的奥斯卡团队加盟,也让业界对这部真人版的《李献计历险记》将如何还原原作独特的视觉风格更加好奇。

打印节能看惠普 每天“地球一小时”

近日,全球最具影响力的环保主题活动之一“地球一小时”再次拉开帷幕。近年来“地球一小时”活动在我国的影响力正呈几何式的攀升,这与人们节能环保意识的日渐提升密不可分。而在环保问题上,人们也越来越注重日常办公设备的节能降耗。

惠普公司推出的智慧系列黑白激光打印机 HP LaserJet Pro P1566 和 HP LaserJet Pro P1606dn,在顺应这一趋势的发展上起到

必联网联合商务部研究院提供“诚信认证”服务

必联网与商务部国际贸易经济合作研究院目前联合出台了“诚信认证”一站式新认证体系,引发了电子商务行业大革命。

前身是中国国际经济研究所的商务部国际贸易经济合作研究院,是集研究、信息咨询、新闻出版、教育培训等功能为一体的综合性社会研究与咨询机构。此次与必联网的合作,为推荐中国经济贸易事业的发展,特别是发展 B2B 电子商务领

域起到了积极作用,为广大的 B2B 商家注入了强心剂。

据介绍,“诚信认证”在提供原有的服务模式基础上,必联网从两个方面为商家提供完善的服务:交易模式的针对性和全程交易的全方位服务。

必联网深入细分交易主体,提供有针对性的交易模式,以避免大部分行业网站供给市场质量偏低的情况发生。全程交易服务

热能耗也从而大大降低。

另外,通过惠普的智慧驱动技术,在 Windows 操作系统下,用户只要直接将打印机的数据线接入电脑 USB 接口,设备就能自动完成驱动程序安装,免除光盘安装的繁琐,极大帮助用户提升效率。此外,标配的自动双面打印单元,能实现双面文档的自动输出,无需人工手动干预,节省50%的纸张,所以也成为最有效的纸张节约手段而被众多企业用户所推崇。(王 军)

能力不足也是行业网站普遍存在的问题,必联网会更多地关注交易之前和交易之后的服务。

据新竞争力关于电子商务的专题研究,如今商家都非常依赖 B2B 平台来开展商贸推广。帮助企业“诚信认证”服务驱动了电子商务的发展,用更加完善的网络营销策略来开拓贸易市场。

(张小云)

Android 智能电视上市 康佳再掀视界风暴



日前,“智能先锋 再掀视界风暴”康佳网锐 Android 智能电视国内首发会在深圳正式召开。该款电视是国内第一款搭载 Android 操作系统的智能 3D 电视,它的问世意味着康佳将智能电视实现了升级换代,同时也为消费者提供了更加多样化的选择,而此举也将进一步奠定康佳智能 3D 电视中国第一品牌的行业地位。

智能电视最重要的就是实现了平台开放、技术共享的理念,而 Android 操作系统则是其最佳呈现载体。国内第一款 Android 智能 3D 电视的上市,从某种程度上喻示着国内电视产业将更加 IT 化。搭上互联网快车的康佳,通过对电视软硬件的不断升级,使电视产品的更新换代更加迅速,从而引领国内电视产业从制造走向“智”造。“智能化与 3D 化是未来几年内彩电业的两大核心趋势,3D 是电视机硬件显示技术的变化,智能则是整个电视产业的形态变化,二者的均衡发展对未来具有决定意义。”康佳集团副总裁、多媒体营销事业部总经理穆刚表示。2010 年康佳在国内首家推出网锐智能电视,借助“十核锐芯”技术和 OMI 智能电视操作系统,一举奠定了在智能电视方面的领军地位。而本次康佳国内首发的 Android 智能电视,使智能

上海大众 2 月销量增 18.3%

近日,上海大众汽车有限公司(以下简称上海大众)发布消息,其 2 月零售量达 70003 辆,同比增长 18.3%;其中大众品牌销售了 57200 辆,同比增长 21.2%,斯柯达品牌 2 月交车 12803 辆,同比增长 6.6%。综观上海大众旗下各车型,2 月均保持良好增长势头。

由于春节长假,2 月工作日普遍只有 15 天,对各厂商的销量都有一定影响。但即便如此,上海大众依然凭借卓越的产品竞争力交出了一份出色的答卷,两个品牌的车型在各自细分市场均保持着领先地位。继去年 12 月上海大众对生产线进行有效调整后,TIGUAN 途观充分释放产能满足市场需求,2 月零售 8254 辆,进一步确立其在 SUV 市场的领导地位;PASSAT 新领驭(含领驭)2 月零售 7919 辆,继续领跑中高端车市;A 级车市重量级车型 LAVIDA 朗逸 2 月销售 17759 辆,今年头两个月 LAVIDA 朗逸销量也已经突破 4 万辆大关;去年底上市的全新 Polo 延续其家族荣耀,引领该细分市场全新发展潮流,2 月 POLO 家族销量达到 7117 辆。上海大众斯柯达 Fabia 晶锐同比劲增 59%,与 POLO 车系联手捍卫上海大众在 A0 级车市的优势地位。

近日国内油价再次上调,引发消费者对汽车燃油经济性的新一轮关注。来

正荣集团入榜中国责任感企业 Top10



在近日召开的“2011 中国房地产百强企业研究成果发布会”上,正荣集团以在公益慈善事业中的长期投入和在旧城改造中对民生的突出贡献,被授予“2010-2011 中国房地产年度社会责任感企业 TOP10”大奖,展现了福建“责任地产”企业的风范。

中国地产百强企业发布会在北京钓鱼台国宾馆举办,在当天发布的 2011 中国房地产百强开发企业榜单中,禹洲、建发、正荣、融信、福晟等 5 家福建本土房地产企业荣登全国百强,领跑福建地产行业第一阵营。其中,正荣集团已是连续第七年登上百强榜单,被授予特别大奖,成为全国获此殊荣的少数企业之一。

在地产行业密集调控与地产责任备受关注的时刻,地产企业在该榜单上的

电视就像 iPhone 手机一样兼容无限多的应用程序,让消费者享受到应用程序所带来的无限乐趣和方便快捷。

可以看出,康佳智能电视搭载的 Android 操作系统相当于电脑 Windows 操作系统,其亮点值得关注:首先,可以满足消费者自主选择的需求,根据自己需要安装智能电视应用程序;其次,Android 操作系统极大丰富了智能电视节目内容库,消费者不但可以收看传统电视节目,还可以将电视作为登录浏览器的入口平台,搜索更多节目内容;再次,在 Android 操作系统中,用户已成为内容创造者,通过自主开发、共享各种程序软件,创造海量的应用内容。

根植于中国市场 30 多年的康佳,针对本土化的消费习惯,敏锐洞察中国消费者多样化需求,依托 Android 智能电视拓展了相应的内容和服务。在智能方面还体现在可以帮助用户思考和寻找,实现根据用户观看喜好和习惯,提供可能感兴趣的节目推荐。它的上市可以满足用户对节目、讯息的共享需求,支持用户沟通的社交需求,拉近电视与用户的沟通距离,把因网络而流失的电视用户拉回来。

“2011 年,康佳将坚定不移地成为 3D 电视中国第一品牌。Android 智能电视的上市,是构筑 3D 电视中国第一品牌的重要一步。”穆刚最后指出,“借助康佳网锐智能电视的强大平台,康佳还将针对性地开发个性化、差异化的系列 Android 智能 3D 电视产品,满足消费者不同层次的需求。我们将坚定不移地以前瞻性的战略视角,大胆运用创新技术,在产品硬件和软件内容方面同时发力,缔造康佳 3D 电视中国第一品牌的地位。”(姚 佳)

自销售一线的调查指出,上海大众 LAVIDA 朗逸、Octavia 明锐、Superb 昊锐、全新 Polo、TOURAN 新途安等入围节能汽车推广目录的车型销售火爆。截至今年 2 月上旬,上海大众 2 个品牌已拥有出众燃油经济性且动力强劲的五大家族 17 款车型,节能产品覆盖 A0、A、B 和 MPV 市场,这也成为上海大众销量持续增长的一大原因。

除了提供卓越优质的产品,上海大众今年将全面布局,在服务领域也有精彩的创新之举。

近日,上海大众斯柯达北京机场客户服务中心正式开业。作为国内同级别汽车品牌中第一家在机场建设客户服务中心,为车主提供多层次车辆养护和机场礼宾服务的品牌,斯柯达在践行“关爱车更关爱人”的全方位服务传统的同时,更让车主体会到上海大众斯柯达服务客户的真诚和服务品质的不断攀升。同时,大众品牌持续提升“Techcare 大众关爱”服务品牌的含金量。据悉,在今年进一步完善、优化服务网络的基础上,大众品牌的各项服务均将有新元素注入,而即将开始的春季关爱活动也会有惊喜呈现。

一年之计在于春。上海大众布局长远,精耕细作,为全年目标达成奠定了良好开局。(卫 芳)

亮相无疑受到各界的关注。据悉,“中国房地产百强企业研究”由国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所和中国指数研究院三家单位共同主办,通过多项量化研究,发掘出综合实力强、经营稳健以及具备较强社会责任感的优秀企业群。其研究成果已经成为业界、投资机构、消费者等评判房地产企业综合实力、品牌形象等方面的重要标准。

“房地产不应该只是简单的卖房子,还必须承担起相应的社会责任。”正荣集团副总裁吴卫平在大会发言中谈到,“正荣集团企业文化的核心是幸福,我们一直以来都将员工、业主、合作伙伴以及整个社会的幸福当做我们最大的责任和实现自身价值的重要途径。”

据了解,正荣集团在根植闽赣两省,发展壮大自身产业的同时,不忘作为企业公民的社会责任,致力于可持续性的社会公益事业,2010 年在文化传承、教育、体育等慈善公益事业上的投入超过 1 亿元。同时,正荣集团将社会责任放在企业经营之上,特别是在莆田后塘片区、福州王庄等旧城改造项目中践行“变安置为安居”理念,赢得了社会各界的认同,以实际行动诠释了责任地产的深刻含义。(黄 涛)