



苹果市值第一 行业霸主宝座难登?

■ 本报记者 霍玉茜 魏小央

据媒体报道,目前苹果公司市值已经正式超越石油大户埃克森美孚,成为全球市值最大的上市公司。从苹果发力到坐上市值第一的宝座,所耗时间大大少于老牌企业埃克森美孚。这不禁让人疑问,到底乔布斯赋予了苹果哪些魅力,能使其在短时间内拔得头筹?这又给国内的企业带来哪些启示?在谷歌收购摩托罗拉移动后,三国鼎立的局势已定,苹果能否成就其霸主地位?看来,创新型的企业带来的不只是比石油更要值钱,留给大众的,是更多的想象空间。

苹果市值成第一

风头正旺的苹果,可谓一鼓作气,把埃克森美孚赶下了市值第一的宝座,这给业界带来不小的震撼。因为,这表明科技的力量已经比石油更可靠。

北京邮电大学经济管理学院教授曾剑秋认为,导致苹果超过埃克森美孚的主要原因正是来自消费者的市场选择。可以看到,目前大众对高科技的发展更有信心。尤其是在最近美国债务危机的情况下,导致石油这样的大宗商品波动较大,所以这是苹果超过埃克森美孚的最主要原因。

但是,不得不提的是,苹果自身的优势。

几年前,苹果还是混音乐圈的,但是乔布斯硬是把它打造成了高端手机与电脑的代表。接连推出的iPod、iPhone和iPad都成了大众消费者追随的对象。并且,新的理念也给行业带来了变革。

中山大学计算机专业博士吴若实告诉本报记者,苹果一直致力于推出革命性创新产品。例如iTunes,就是一个很好的例子。“iTunes绝不仅仅是一款软件产品,它更是苹果终端的管理平台,目前无论是iPad、iPhone还是iPod都是用它来管理的。因为iTunes的存在,苹果可以通过卖机器赚硬件的钱,再通过iTunes赚音乐的钱,一举两赢。”吴若实说。再比如像

iPhone的问世,就将计算机领域、通讯产业、媒体产业等相互结合,推翻了以往手机简单通讯模式,实现了移动互联网接入和软件下载功能;而iPad的问世又成就了一个新的商业模式,将计算机领域、电信产业、媒体产业、出版产业等紧密结合,进行了数字化革命。

“从这些例子可以看出,苹果的‘精明’所在,它的技术创新都是具有强大冲击性和颠覆性的。”吴若实说,“不仅如此,苹果公司的产品设计也可谓是将艺术回归于生活。”

他向记者列出了一组数字——“10-3-1”,这组数字就代表了苹果的设计流程,即苹果的任何产品都要设计10款不同方案,从中筛选3款改进完善,最后选择一个成为最终的产品。“虽然,‘10-3-1’流程让设计师90%的工作可能付之东流,然而,正是苹果这种看似浪费资源的做法,却最大程度保证了苹果提供的产品就是用户想要的产品。”吴若实说。

但是南开大学经济系的金岩教授却注意到了苹果另外一个现象。“苹果的财务报表值得研究。”金岩这样表示,“因为报表上体现的是所有企业都想追求的境界。除了经营中的应付款项以外,苹果没有一分钱的负债。它仅仅是依靠企业产生的现金流超越了埃克森美孚,这一点很让人佩服。”

据了解,苹果虽然财大气粗,但是在并购方面,一直小心谨慎。“这个公司一直在做自己擅长的事情,不惜把制造环节外包,更是砍掉缺乏竞争力的项目,使它能够把所有的精力都集中在几款核心产品上。在别的企业大肆并购的时候,苹果还是将巨额花费用在研究系统上。”金岩说,“反观一些IT公司,不断的并购看似风光,但是最终陷入‘消化不良’的境地,苹果的做法还是高了一筹。”

这或许也能给国内企业带来一些启示。金岩表示,要使企业强大,就要使自己的产品具有独特性,不要让孩子研发、营销脱离市场。同时,要让消费者放心选购,并感受产品的功能与质感。“这是一种正向鼓励,无论对企业还是顾客,都将带来收益。”

此外,害怕新公司崛起而盲目收购,不敢于竞争的思想都将束缚企业发展。企业要发展,离不开创新与竞争,唯有将二者结合应用,企业才能有长足的进步。

称霸充满变数

凡事讲究居安思危,即便对于苹果,这个道理也适用。专家认为,即便目前苹果势头强劲,但是离真正的“霸主”地位还有一定的距离。

一直以来,苹果的饥饿营销饱受诟病。“苹果本身产能不足,又采用饥饿营销,再加上黄牛囤货,苹果在短时期内确实能够引发爆棚式销售。但这样做的前提是,产品必须有过人之处。因为饥饿营销本质上是拉长了销售周期,所以在销售衰退或饱和前,必须用新的产品或服务添加补充。”金岩说,“当然,这种营销最重要的,还是要把握尺寸,不要引起消费者的反感,否则容易剑走偏锋。”

此外,除了自身的问题,苹果的“宿敌”一直动作不断,这也给苹果“称霸”加了几个问号。

近日,谷歌斥巨资收购摩托罗拉移动,这对于苹

果来说,又多了强劲对手。就在此前,苹果频频向谷歌的安卓系统发起专利大战,但此次谷歌收购摩托罗拉将获得1.7万项专利。由此,行业也正式形成了“三足鼎立”的局面——谷歌携手摩托罗拉进一步强化安卓系统的市场地位;微软与诺基亚合力推Windows系统;苹果封闭系统自成一派。到底谁能完胜?

“iPhone硬件不开放,这就为安卓系统超越它提供了机遇。”吴若实说,“要给iPhone手机安个软件就必须花钱,这对于国内消费者来说,基于安卓系统的手厂商则更具有潜在竞争力。但如果苹果能够再开放一些,那么它的市值或许再翻个两三倍。影响苹果走向的,恰恰就是苹果本身。”目前,iPhone4获得了市场的普遍认可,但在消费者需求快速变动的情况下,如果苹果今后的产品没有出现大范围优化,那么苹果的未来将充满变数。如此来看,将要上市的iPhone5将成为苹果成败的一个关键。

跨国聚焦



正确看待“中国自主品牌”与“中国企业自主品牌”

■ 王志乐

改革开放以来,中国企业在品牌建设中取得了显著成效。这与企业的自身努力、政府部门的指导以及行业协会等非政府机构的帮助是分不开的。

但是,在企业品牌培育和建设,也出现了一些偏离品牌发展规律的做法。例如,人们常常讲要培育和发展“中国自主品牌”。其实,“中国自主品牌”的产品是不存在的。

以中国吉利公司收购的沃尔沃轿车来说,“沃尔沃”不是“中国自主品牌”?按照一些人的观点,沃尔沃显然不是“中国自主品牌”,而是来自国外的品牌。但是自主品牌的含义不就是中国企业能够掌握、控制和处分某个品牌吗?吉利收购了沃尔沃,显然,它具备了上述权利。但为什么不是“中国自主品牌”呢?

事实上,我也不赞成沃尔沃是“中国自主品牌”,因为沃尔沃不是“中国自主品牌”,而是中国企业吉利的自主品牌。“中国企业自主品牌”与“中国自主品牌”显然是不同的。

品牌属于企业

应该说,品牌是企业的无形资产。外国企业可以买卖中国企业的品牌,中国本土企业也可以买卖外国企业的品牌。这种所有权流动变化并不是国籍的变化,而是企业籍的变化。因此,我们不应该把企业品牌问题与国家品牌混淆。

最近工信部等7部委发布了《关于加快中国工业企业品牌建设的指导意见》,这个文件里的用语是“中国工业企业品牌”,而不是“中国品牌”。把企业品牌与国家品牌混淆,很容易导致品牌培育和政治化,以及过度的行政干预,这会偏离企业和品牌的发展规律。

在开放与合作中打造全球知名品牌

既然品牌属于企业,那么品牌必然是在市场竞争中形成和发展起来的,是得到市场认可的。企业在市场中经营良好,品牌含金量就会提高;企业走向衰落,品牌含金量也相应下降。这就说明,不能离开市场竞争侈谈知名品牌的培育和发展。

经过30多年的改革开放,中国企业产生了一批知名品牌。但是中国企业的知名品牌和全球知名品牌还有不小的差距。中国企业面临的挑战是如何把中国市场的品牌提升为全球市场的知名品牌。

首先,要积极融入全球市场培育和发展中国企业的全球知名品牌。这需要进行进一步打破地方保护,减轻企业负担。与此同时,要把中国市场作为全球市场的一部分,从全球市场的高度培育和发展中国企业的品牌。

其次,要进一步解放思想,从传统思维走向全球思维,在与跨国公司合作中,培育和发展全球知名品牌。目前,全球市场的出现使得跨国公司加速走向全球公司。他们在推进全球化的同时也加大本土化力度,积极地融入各国经济市场,企业品牌的相互并购也成为常态。所以大众应该公平对待在中国市场竞争的各类企业,包括国企、民企和外资企业。

最后,我们还应该在中国市场乃至全球市场打造公平的竞争环境,形成各类企业平等竞争,相互合作的新格局。在这样的新格局里,中国本土企业完全有可能与全球公司在开放与合作中,打造出源于中国的全球知名品牌。

(作者系北京新世纪跨国公司研究所所长)

跨国视点



社会责任

雅培入选“2011(第三届)中国企业社会责任榜”

■ 本报记者 王哲

日前,中国企业社会责任年会在京举行。年会上,雅培入选“2011中国企业社会责任榜”。同时入选该榜单的还有中国国家电网公司、可口可乐、沃尔玛、百威英博和日本索尼公司等。

据了解,雅培在中国有着良好的公司治理和道德价值标准,在就业与员工权益保护、环境保护与节能减排方面、产品质量管理、消费者权益保护方面均具有良好口碑。特别是近年来,雅培在推动中国科技

进步等方面卓有成效,如2011年5月23日举行的2011雅培家庭科学教育项目活动等,让雅培在中国消费者心中有了良好的公众形象。

中国企业社会责任年会由中国外商投资企业协会、中国保护消费者基金会等共同主办,联合国全球契约办公室、国际雇主组织、国际劳工组织指导,被称为中国企业社会责任领域最权威、最前瞻、最高端的年度盛会。中国商务部副部长王超、中国国务院发展研究中心副主任侯云春及企业代表、媒体人士共约500人参加了这次年会。

重山不阻爱心路 天玛生态慈善团赴玛曲捐赠

■ 本报记者 邢梦宇

近日,天玛生态有限公司部分员工与社会爱心人士近百余人,踏上了去往甘肃甘南州玛曲县阿万仓小学的献爱心活动之路。天玛生态董事长金现龙告诉记者,天玛生态来自玛曲,惠及玛曲,承载着众人对草原孩子的深情厚谊,在为深山里的孩子们送去温暖的同时,也将博爱和谐的精神传播得更远。

在捐赠仪式上,金现龙介绍说:“近几年,在州、县两级党委政府的领导和支持下,公司发展迅速。企业发展了,就要回报社会,要履行社会责任。天玛生态会同来慈善爱心人士一起,到阿万仓小学捐助电脑、书

包、文具等办公及学习用品,点滴心意助力藏区孩子们的学习,希望他们都能学习好,生活好,逐渐成长为对国家、对人民有用的人才。”

在简单的捐赠仪式后,慈善团成员与孩子们在一起进行了交流。阿万仓小学校长表示,此次活动不仅仅给予学校物质上的帮助,更重要的是将对美好生活的信心与追求灌输给孩子们。

活动之后,天玛生态的员工们一致认为要将“爱心慈善行”与企业文化有机结合起来,办成一个常年固定的爱心活动,以自身的行动号召全社会都来关注贫困儿童,了解他们的需求,让每个人都伸出援助之手,尽己所能来帮助他们完成心中的梦想。

诺基亚否认遭遇渠道商集体抵制

近日,针对业内关于大批国内代理商拒绝从诺基亚进货的传言,诺基亚中国公司表示情况并不属实,诺基亚渠道的健康状况良好。而有国内渠道商也表示,诺基亚的渠道情况并没有那么糟糕。

道歉不管用 味千拉面再度暴跌

由于“骨汤门”事件停牌的味千(中国)近日正式复盘。尽管公司已经正式致歉并发布食品安全承诺书,却仍难以挽回股价颓势。味千(中国)在复盘后,又再度下跌7.23%。“骨汤门”已经导致公司市值累计蒸发逾四成。

沃尔玛觊觎家乐福巴西业务

据《华尔街日报》报道,连锁超市巨头沃尔玛正考虑收购法国零售商家乐福旗下巴西业务,以扩大前者在拉丁美洲市场的业务规模。分析师麦克谢里估算,家乐福在巴西的资产价值可能为70亿欧元(约合99亿美元)左右。

华为上半年实现利润124亿元

近日,华为公司发布了2011年上半年业绩,该公司上半年销售收入达983亿元人民币,营业利润达124亿元人民币。华为公司表示,该公司正逐步从提供通信解决方案的供应商向信息与通信融合解决方案的提供商转变。

王府井地块低价出售 英国怡和拿下

近日,备受关注的王府井一地成功“出阁”,一直被业内称为“准女婿”的英国怡和集团以29.1亿元人民币的价格拿下该宗地。但3.4万元/平方米的低价让不少人大跌眼镜。

(本报综合报道)

跨国一周