

■ 本版撰文 本报记者 徐森 杨颖 霍玉茵

编者按:2013年,中国企业走过了不平凡的一年。

在这一年,美国经济逐渐复苏,欧洲国家经济在危机中止步,新兴市场开始承受更大的压力,全球经济形势更为复杂;这一年,许多中国企业加快了“走出去”的步伐,也有不少企业继续在本国本土市场争抢所剩无几的“蛋糕”。《中国贸易报》推出年终特稿,对2013年中国企业各类表现进行盘点,以飨读者。

2013年 中国企业注定不平凡

高管落马:上市公司“非常态”人事变动

2013年被不少人戏称为“高管落马”年,因为在这一年里,多家中国上市公司高管或被调查,或遭双规,或悄然“失踪”。虽然这些被牵涉在内的公司性质不同,但这些“摊上大事儿”的高管们的出事原因大多与“钱”有关。

事件回放:

10月9日,锡业股份发布公告称,公司已获悉董事长雷毅因涉嫌受贿罪,被检察机关批捕。事实上,早在7月6日,锡业股份就曾公告称,因董事长雷毅涉嫌严重违纪,已被立案调查,故暂由公司副董事长高文翔履行董事长职务。

11月7日,中国远洋公告表示,公司于2013年11月7日接到控股股东中远集团通知,公司执行董事徐敏杰正接受相关部门调查。据媒体称,徐敏杰贪污受贿案涉及38套房产,900万美元现金。早在2011年,青岛远洋运输有限公司原副总经理宋军被控涉嫌贪污、受贿和妨害作证,涉及37套房产及700多万美元的非法所得。

点评:

从前期的高新发展、神剑股份、中国石油到近期的中国远洋、中国铝业以及柳钢股份,一向被人认为风光无限的上市公司高管们的日子再不如从前般“滋润”。随着各方面打击违法违规以及反腐败力度的加大,上市公司及其管理层正经受全方位的“体检”,有问题的高管们纷纷落马。

目前来看,尽管各高管涉案事件的起因、经过各异,问题事件也大多是由公司主动爆料,但其间股价波动,广大中小股民都是最底层无力还击的受害者。

据不完全统计,今年以来,已先后有20多家上市公司的逾30名高管“出事”。他们中,既有公司的实际控制人,也有公司董事长或总经理,还涉及公司的董事、董秘甚至财务总监。这些人手握重权,却辜负了资本市场和投资者的期望。如何有效地防范公司高管掏空上市公司,夯实市场的根基,切实保护中小投资者权益,已成为目前资本市场急需解决的问题。

多样营销:一山更比一山高

纵观2013年中国企业的营销之道,电视、电影等节目中广告植入已不是新鲜事了,体验式营销、微博、微信等新媒体营销我们也屡见不鲜。多种创新营销理念和方法层出不穷,从而推动了中国企业现代化营销的进程。对于品牌营销手段,我们可以说没有最好只有更好。

事件回放:

11月9日,恒大亚冠夺取冠军的新闻沸腾了整个中国。在庆典现场,“恒大冰泉”的标识元素首次出现,几乎触目皆是,但恒大官方并未对此进行解释。11月10日,恒大集团召开新闻发布会,宣布推出一款高端矿泉水产品——“恒大冰泉”长白山天然矿泉水。随着此次恒大冰泉新品发布会的召开,有关“恒大冰泉”的诸多疑问也都得到了解答,恒大冰泉则一夜成名。

2012年,加多宝在与广药的商标争夺战中输掉了官司。2013年2月4日,加多宝在微博上推出了一组兼具视觉冲击力与传播力的“对不起”系列图片,这组图片选取了四个哭泣的宝宝,并配以一句句话文案诉说自己的弱势,图片表面悲情,实则却如利剑一般,剑剑刺在竞争对手的痛处。

点评:

经济体制改变20多年后,“市场营销”虽为公众耳熟能详,但其内涵已今非昔比。

如今,不断的变化使得客户要求的可预见性越来越低,当广告投入、渠道建立、事件影响都不再是唯一的度量衡,企业营销只有改变固有的思维模式,从专注过程的波动转变到专注识别、事件执行以及相互驱动的营销策略和战略。

于是,再次回归了需求洞识和产品创新本源的企业营销突破了“硬件”的桎梏,其手段也随着现代化“工具”的丰富而愈加高明。无论是恒大冰泉借力球队夺冠推出的悬念式营销策略,还是加多宝反其道而行之的悲情营销,都凸显出中国企业在营销上费足了心思。

经过了几年的热捧和喧嚣,中国企业的营销方式回归本源,虽然其从稚嫩走向成熟的道路依然不平坦,但我们合理期待,不断学习中的中国企业在未来能够创造出更多、更优秀的营销案例。

跨界合作:别样火花还须激情碰撞

随着市场竞争加剧,传统商品、服务都很容易被复制,如何在同行中脱颖而出,提挡升级,成了众多企业的突破口和发展趋势。为此,不同企业间合作的范例并不少见,但跨界合作却是中国企业最近“热衷”的新动作。

事件回放:

6月13日,阿里巴巴推出可将支付宝中的闲置资金用于购买某款货币基金的“余额宝”金融产品,受到用户广泛欢迎——上线仅一个月,“余额宝”汇集的资金规模即已突破百亿元。在“余额宝”取得巨大成功之后,“金融+互联网”的模式被“小伙伴们”快速复制——6月26日,天天基金网推出一款名为“活期宝”的产品;7月18日,新浪推出“微银行”服务。

9月3日,爱奇艺和TCL联合发布48英寸智能电视TCL爱奇艺电视“TV+”,一举开创了家电业与互联网业跨界合作的全新模式和产品形态。据介绍,这款电视由TCL进行生产,爱奇艺提供技术和内容。

点评:

从产业发展的角度看,产业之间的整合趋势将日益凸显,为跨界经营提供了良好的市场环境;从投资上讲,多元化经营的企业有广泛的市场空间,尝试“多条腿”走路的企业一旦投资成功往往收效颇丰;从市场效果来看,跨界合作能让原本毫不相干的元素相互融合渗透,从而给品牌一种立体感和纵深感;从经营战略的角度上讲,跨行业整合不仅能够分散商家的经营风险,将单一行业、单一市场存在的潜在风险降低,同时还能够丰富企业利润增长点。

但特别要注意的是,在这一过程中,求新图变、灵活新锐的互联网企业真正迈开了步子,其他行业企业不是担心无法和跨界对象融合而犹豫不前,就是合作对象属于同类领域,感觉跨界动作幅度不够。不过,时代在变革,需求变化不等人。如何能在同质化严重的竞争中脱颖而出,不玩儿点儿“极限动作”,也许还真没人捧场。

借壳上市:有人欢喜有人愁

2012年11月,自浙江世宝登陆中小板之后,A股上市窗口关闭开始,至今已经持续一年之久,但其间,国内资本市场却并没有平息,借壳上市悄然成为2013年A股市场一道“特殊”的风景。

事件回放:

8月2日,停牌近3个月的*ST太光发布重组公告称,公司拟向包括神州数码软件有限公司在内的神州数码信息服务股份有限公司(神州信息)的全部股东发行股份,以吸收合并神州信息。于是,在8月,*ST太光连续15个涨停,后经短暂修整,股价上冲30元,然而此前*ST太光4月26日才发布退市风险警示公告,并于5月2日正式被“戴星”。不言而喻,*ST太光大涨的原因在于,知名软件企业神州信息拟借其壳上市。据悉神州信息本来准备走IPO通道,但因为这条通道暂时被阻,才帮助造就了*ST太光的“疯狂之旅”。

11月4日,威华股份发布了赣州稀土借壳的公告,此前一直被传闻将被赣州稀土借壳的昌九生化股价遭当头一棒,当天开盘即遭跌停,此后又连续经历了6个跌停,跌幅高达52.14%。连续7个跌停之后,昌九生化紧急停牌核查,而昌九生化的股民,早已哀鸿遍野,爆仓、破产、自杀

等消息不时传出。

点评:

买卖卖壳、借壳重组、借壳上市是A股市场经久不衰的“话题”。在IPO停摆的情况下,壳资源变得异常珍贵,这其中有“乌鸡变凤凰”的故事,也有“鸡飞蛋打”的惨例。

有统计显示,今年年初至今共有20家企业宣布完成借壳交易,累计涉及交易规模达161.43亿美元。但目前,借壳上市问题很多,它不仅破坏了市场最起码的游戏规则,同时,由于买卖卖壳导致的巨大利益冲突,内幕交易时有发生,也让这个进行暗箱操作的领域产生无尽的法律纠纷,甚至引发群体性事件。

不过,未来,“乌鸡变凤凰”的故事将很难在A股市场演绎下去了。十八届三中全会提出,推进股票发行注册制改革。证监会不久前也针对市场反映比较强烈的壳资源炒作等问题,强化了对借壳上市的监管,在审核中对借壳上市条件的把握由与IPO标准“趋同”向“等同”逐渐过渡,并按照《首次公开发行股票并上市管理办法》(证监会令第32号)的相关规定提高了借壳上市的条件。

跨国并购:走出国门步伐铿锵

随着全球经济的迅速发展,跨境并购已经成为企业在全球竞争格局中获得优势及互补资源,迅速提高和改善自身经营能力的重要手段,随着中国综合国力的不断提升,国内企业出境并购、收购交易也日趋受到关注。

事件回放:

2月26日,中海油宣布,完成收购加拿大尼克森公司的交易,这是中国企业成功达成的最大一笔海外并购。从2012年7月23日中海油宣布收购加拿大尼克森公司所有流通中的普通股和优先股,到2013年2月26日宣布完成收购,整个收购过程历时7个月。而早在2005年,中海油曾以185亿美元的价格竞购美国优尼科石油公司,最终因竞争对手雪佛龙公司提价、游说美国国会反对和美国外国投资委员会阻挠等原因而放弃。

5月29日,双汇国际宣布将以71亿美元(包括史密斯菲尔德债务)收购史密斯菲尔德,这是迄今中国企业完成的规模最大的赴美投资案。为此,美国国会7月10日专门举行了听证会,以评估该项收购是否符合美国利益。美国当地时间9月26日,由中国银行牵头的40亿美元银团贷款按时交割,标志着双汇并购案最重要的融资环节顺利完成,随后双汇国际与史密斯

菲尔德正式签署并购交易生效协议,历时4个月的并购交易正式完成。

点评:

近年来,中国企业海外并购浪潮风起云涌。迅速成长的中国企业,试图摆脱以往粗放型的增长方式,希望通过海外并购实现品牌、技术、管理等方面的“跨越”,进而解决产能过剩和产业升级带来的问题。就像双汇集团董事长万隆说的那样,借助并购重组获得外延式扩张,已经成为中国企业进一步发展壮大的必经之路。

即便跨国并购案的成功率低至20%至30%,但都不能“浇灭”中国企业出击海外的热情和激情。从满目疮痍的伊拉克到战火纷飞的阿富汗,从广袤无垠的非洲大陆到商业发达的欧美市场,都能发现“财大气粗”的“中国买家”。

只不过,做生意显然不会稳赚不赔,尤其是在矿产等中国企业偏爱的传统行业,一定不乏“失意者”。

好在,在中国企业今年的跨国并购中,报喜的声音更为响亮。因为,世界经济陷入低谷,为中国企业海外并购带来了新机会。同时,蛰伏已久的中国企业也已积累了丰富的经验,在海外并购中表现得越发成熟。相信,国际社会已经听到了中国经济阔步全球的铿锵。