

苏宁率先发力“最后一公里” 虚拟运营商牌照争夺战硝烟燃起

本报记者 顾阳



◇ 近来，坊间呼吁多年的民营进入电信业将迎来实质性进展，首批虚拟运营商牌照有望在今年6月发出。

◇ 京东、腾讯、国美等多家企业均在竞争之列，家电连锁企业苏宁率先“亮剑”，宣布已对旗下通讯及运营商采购业务部门进行了调整，新增设了虚拟采购管理中心。从目前情况看，苏宁的“热身”最充分。

近日，工业和信息化部公布了《移动通信转售业务试点方案》(征求意见稿)，内容包括发放虚拟运营商牌照，虚拟运营商可从电信、移动、联通3大运营商购买或租用网络，经营电信业务等内容。坊间呼吁多年的民营进入电信业迎来了实质性进展。

按照工信部试点方案的要求，在征求意见时间(2013年2月6日)截止之后，经过资质审核，首批虚拟运营商牌照有望在今年6月发出。

据悉，京东、腾讯、国美等多家企业均在竞争之列。而家电连锁企业苏宁率先“亮剑”，宣布已对旗下通讯及运营商采购业务部门进行了调整，新增设了虚拟采购管理中心。

“我们已经做足了热身。”苏宁电器副董事长孙为民在接受本报记者采访时说。对于首张运营商牌照，苏宁似乎志在必得。

准入综合评分苏宁领先

如果把这次民营进入电信业比作长跑的话，苏宁的“热身”确实最为充分。

根据工信部公布的试点方案，对民营企业进入电信业明确提出了6点要求，其中除企业需具有持续盈利能力外，还要求具有相当的“硬实力”，诸如应有固定办公地点、营业场所或营销渠道，必须设有专门的客服部门和客服人员，公布监督电话，受理用户投诉等。

这些对于苏宁而言似乎都不是问题。目前，苏宁线下拥有1700多家实体店，包含苏宁广场、苏宁生活广场、超级店、乐购仕等多种业态模式；线上苏宁易购则全面覆盖了一二三级市场和各类消费人群，形成并积累了多元的销售渠道及营销经验。

“在客户资源方面，苏宁在全国范围已拥有实名制会员8000万名，其中二次购物的比例超过80%，客户黏性很高。”苏宁电

器股份有限公司总裁金明表示，苏宁还专门设立了拥有3000个座席的客服中心，能够实现365天24小时在线服务。其独立开发的客服热线语音导航自助查询功能，“服务驿站”网络自助查询、受理功能等多媒体客户服务平台等均已成功上线。

“沃尔玛+亚马逊”的全新商业模式和基于苏宁云战略的客服系统，以及高效优质的服务运营能力，已经让苏宁在电信业准入的综合评分上一路领先。

未来考验内容和服务

作为一家家电零售企业，苏宁如果拿到了虚拟运营牌照，它该如何开展业务？又将面对什么样的挑战？

对此，孙为民表示，对于新的号段资源，除已有的通讯功能服务外，还将与智能手机相结合，衍生出新的应用，开发新的应用产品。

业内人士表示，苏宁拿到虚拟运营商

牌照之后，势必会在智能家电这一优势领域发力。目前，众多家电品牌已开始陆续推出智能物联网家电产品，苏宁“私享家”也已从去年开始向个人用户提供多种基于物联网技术的家电智能生活解决方案。

“智能家电作为苏宁的后续发力点，已在多个苏宁Expo超级店整合出了相关产品。有了牌照，苏宁为客户定制‘一对一’增值服务空间更大了。”金明说。

工信部电信研究院经济与政策研究所主任李海英认为，从国外运营经验来看，拥有客户和网点资源的企业进入“虚拟运营”更有优势，比如通过线上线下的融合发展，给消费者带来更好的增值服务和用户体验。

“一个最直接的应用，就是实现会员客户业务的整合，会员卡号或许是他的手机号码、邮箱号或者易付宝账号，可以实现门店、线上消费手机账号支付。”金明举例道。

“苏宁有优势，但对手并不比它弱。”北京邮电大学教授曾剑秋表示，比如互联网公司腾讯、电商企业京东的加入，都会让未来虚拟运营商之间的竞争变得更加激烈，不过，这对于消费者来说并非坏事。

对此，孙为民、金明等苏宁管理层都有清醒的认识：“对于虚拟运营商而言，核心硬件和技术均在3大运营商手中，真正考验企业的还是在内容和服务能力的提供上。”



三一重工，

你的未来在哪里

周夫荣

刚刚过去的2012年无疑是三一重工处于风口浪尖的一年。可以说，自梁稳根创业开始，除了最初的几年，三一重工从未经历过如此大的行业震荡与竞争风险。

行业增速降入谷底，日子难过，这不是三一重工一家企业的境遇。但从2011年开始，三一重工就不断陷入各种“门”中：行贿门、间谍门、裁员门、窃听门、绑架门，外界难辨真假，每扇门最后难免都是个“罗生门”。在外界的许多关注中，有些是竞争对手强加给三一重工的，有些则是三一重工主动掀起的，从年初收购普茨迈斯特，到状告美国总统奥巴马，再到宣布总部迁离长沙。这一年，三一重工的好消息与坏消息不断。

去年12月上旬，梁稳根在集团的早餐会上宣布把三一重工的职能部门搬到北京。笔者看到这个信息的时候很吃惊，但作为一个在北京生活工作多年的人，仍然忍不住要对梁稳根说一句话：北京欢迎你。与我有同感的肯定还有北京市昌平区的政府官员们。

在向外界解释搬迁原因时，梁稳根一度挺身而出，表示“三一重工搬迁以避免恶性竞争”，是因为不堪各种“门”的骚扰才含恨背井离乡，民营企业的无奈一度让搬迁充满悲情色彩，也让梁稳根获得了不少同情。但说句公道话，谁对谁错，外界已经很难判断，正如“清官难断家务事”。

然而，仍然有人说梁稳根是为了靠近政治中心以获取更多资源和支持，当然也不乏各种猜测。这些也许都不重要，真正值得整个行业正视的是，与过去的黄金10年相比，工程机械行业的“2012”貌似真的来临了：产能过剩、需求萎缩、利润微薄，大浪淘沙已经开始，市场回暖一时难期。

在行业告别高速增长的时刻，三一重工与中联作为两家龙头企业，面对领域高度重合且彼此激烈竞争，如何确定未来的发展战略就显得至关重要。然而，在三一重工、中联矛盾公开化后，人们看到的却是行业暗战不断升级，两家行业龙头突破道德底线地恶斗，看到的是这个行业疲于奔命式的不健康发展状态。

具体到三一重工，这两年扩张的步子迈得很大。虽然三一重工的资产雄厚，但至今公司还没有实现H股上市，没有获得巨大的承受资金风险的能力，这种情况下中国经济的放缓，很可能让众多客户失去饭碗，从而无法按时还款，信用销售的副作用正逐渐显现。

回到三一重工面对的现实竞争环境，固然有同城对手的不断“骚扰”，但在笔者看来，最终促使梁稳根做出搬迁决定的是三一重工的未来。未来在哪里？是三一重工集团的国际化布局。梁稳根曾经不止一次在内部说过，三一重工要继续提高国际化水平，要把国际化作为第3次创业。事实上，三一重工去年的国际化成绩单也确实不错。梁稳根算是“打了一个胜仗”，花3.6亿元收购了德国的普茨迈斯特，这一收购意义重大，以至出现在湖南省高考试卷上。

至此，中联重科收购了全球排名第3的混凝土机械制造意大利CIFA，三一重工收购了全球混凝土机械行业老大德国普茨迈斯特，徐工收购了德国第2大混凝土机械制造商施维英。中国工程机械行业三分天下格局已定。对于梁稳根来说，这意味着更加激烈的国际大战。

走得最快，但未必会走得最好，企业家最大的对手永远都是自己。(《中国企业家》杂志社供稿)



50亿元

平安银行为长城资产提供授信

本报北京1月17日讯 记者殷楠报道：平安银行日前与中国长城资产管理公司举行战略合作协议签字仪式，根据协议双方将全面开展包括资产业务、资产管理业务、不良资产处置等各个层面的业务合作。

据介绍，在战略合作协议框架下，平安银行将为中国长城资产提供总额高达50亿元的非承诺性综合授信额度。授信合作范围包括中国长城资产及其子公司，业务品种包括资产管理、投资银行、融资租赁、信托业务、托管业务、企业年金、保险代理等全方位业务合作。

180亿元

神华宁煤加大投资煤制油力度

本报银川1月17日电 记者许凌 拓兆兵报道：2013年，神华宁煤集团将投资180亿元加大对煤制油等一批煤化工高科技项目的投资建设，达成煤化工板块实现年利润10亿元的目标，打造企业新增长极。

据神华宁煤集团公司董事长王俭介绍，2013年国内煤炭市场各种不利因素将进一步显现，煤炭企业运营将更加困难，但神华宁煤集团仍然制定了煤炭产量7780万吨、营业总收入332亿元、利润55亿元的目标，要靠科技创新才能实现持续盈利的目标。

企业投标要提防陷阱

最近，云南发生了一起怪事：对外宣称投资60亿元的曲靖市播乐—德泽多级水电站土石方工程开始招标，有多家建筑企业看中这一好“项目”，先后吸引了40多家企业投标，一家公司甚至拿下其中一个标段并打过去350万元保证金。

然而，人们很快发现，这个项目根本就是虚构的。警方调查显示，该“项目”业主提供的发改委批文、水利局红头文件、银行贷款凭证等经核实均系伪造。

更蹊跷的是，这样一个根本不存在的“项目”，不仅被知名的代理公司代理，而且堂而皇之地出现在业内公认的权威网站上。一位业内人士透露，一些招投标仅仅是走形式，关键还是靠背后的操作。这个假项目招标暴露出来的诸多漏洞和种种行业潜规则，发人深省。

(尧时)



新华社记者 崔莹作



婚纱业瞄准内需拓市场

本报记者 沈则瑾

1月15日是2013春季上海婚纱摄影器材展览会开展第一天。一大早，从各地赶来参加展会的年轻人就在门口排起了长队。为了尽早帮助企业找到新的销售与合作途径，今年的春季婚纱展比往年提前了1个多月。

这是一个全球最大的品牌婚纱展，一站式专业采购平台造就了其行业“风向标”的地位。2012年，为国际婚纱品牌“做嫁衣”的众多企业手中少了订单，开始更加注重国内市场开发，希望能国内外市场齐头并进，婚纱展就是应企业之邀赶在

春节前开展的。记者走进一家第一次来参展的潮州企业伟光嘉楠的展位。这是一个有着20多年生产经验的企业，负责人告诉记者，国际市场不好，但公司的机器得运转，这两年企业开始关注国内市场，去年11月在上海“婚纱一条街”人民路上开了一家婚纱店，经营情况很不错，这次就想来上海春季婚纱展上进一步开拓市场。

记者打量着一款伟光嘉楠设计的白色婚纱，发现非常有特色，上身是这家企业擅长的

的钉珠刺绣设计，下身穿长的裙摆上缀满大朵立体的牡丹花，每朵花都由七八层布料剪成的花瓣手工缝制，会随着新娘的步伐起伏颤动。这样精致又时尚的婚纱与企业代工的

国际品牌已没太大区别，但价格却便宜很多，很受影楼和婚纱礼服馆的欢迎。消费者青睐中高档婚纱，海外企业纷纷瞄准国内市场，外销企业争创自主品牌，创新推动需求，变革创造价值。这就是上海春季婚纱展在数九寒天里传出的春之将至的信号。



利用国际市场铁矿石价格变化，武钢成功将之前买进的232亿吨矿石增值61亿元，不但收获了“2年盈利”，更提振了企业搏击国际市场的信心。此举体现了武钢的两个发展新思路，一是参与国际竞争，必须学会实际掌控产业链全链条资源；二是无论国际、国内，需要协作创新，实现共赢。

且看武钢转危为机唱大戏

本报记者 郑明桥

2012年年底至今，钢铁市场“回暖”，价格上扬25%。“冰天雪地”中，坚持海外收购上游资源的武钢人格外笃定：涨也罢，跌也罢，不怕！

截止到1月15日，世界3大矿石商必和必拓粉矿招标价格，较3个月前最低位拉高80%。2010年至2011年“榨干中国钢铁行业利润”的海外铁矿石，去年在全球钢铁需求不振的情形下，保持“低调”。去年第四季度，就在人们讨论2013年“价格继续下跌”时，全球铁矿石价格突变。国内不少钢铁厂叹息：市场回暖速度追不上铁矿石。

这期间，武钢与其子公司武钢股份做了一笔交易：卖出前4年或收购或抄底国际7家矿山获得的232亿吨铁矿石储量。

卖出价为150亿元，比武钢海外接盘价溢出61亿元，大约是这家全球第6大钢铁企业2年盈利。

“赚到的不只是‘2年盈利’。”武钢有关负责人透露，“今年武钢海外矿山能运回1500万吨矿石，冶炼成本可控。”

2008年国际金融危机爆发，武钢“反弹琵琶”率先出手，海外1折抄底一家国际矿山，此后连续拿下加拿大、澳大利亚等多国项目，手握232亿吨铁矿石资源，一跃成为全球钢铁企业中最大矿石商。232亿吨，相当于中国可查铁矿石总储量，是2012年全年铁矿石进口总量31倍。

据介绍，2010年，202万吨海外自有矿山优质铁精矿运回武钢，2011年上升至707

万吨，预计2016年，这种自给率达100%，一年6000万吨。而2008年以前，武钢矿石自给率不过16%。

“进攻上游”，一度遭业内“买了资源，还是买了包袱”争议，但武钢坚守海外上游资产。2012年，赢利下降，武钢继续坚守。

转危为机这出戏至少唱了10年，武钢天天跟踪、分析全球钢铁原材料行情，屡屡与国际铁矿石巨头博弈，深知中国钢企不拿下上游发言权，难打翻身仗。

购置国际矿山，只是武钢产业链的一环，国际金融危机后，武钢逆势扩张，要么同行业，要么跨行业，实施资本、技术、市场、信息、生产资源互补与共享。

2008年，武钢投资21亿元入股河南平

顶山矿业，成为平煤第二大股东，平煤投资15亿元加盟武钢煤化工产业，双双增效益。

同年，在广西柳州，武钢和柳州合建钢材加工配送中心，在防城港，武钢投资640亿元建设环保型钢铁路基地。

2010年，武钢和安徽芜湖奇瑞汽车共办钢板加工厂，武钢板材直输开在奇瑞家门口的钢厂，奇瑞钢材加工价降低50%。

武钢与国内企业结成战略联盟，共同投资开发海外资源，涉及金融、物流、港口、铁路、海运等。专家分析，武钢这些“上下游”延展手笔，体现了两种发展新思路：其一，参与国际竞争，必须学会实际掌控产业链全链条资源。其二，无论国际、国内，需要协作创新，实现共赢，推动产业向前发展。