

“北戴”合作打通北汽上市瓶颈

北汽自主品牌高端车开发获奔驰“无偿”技术支持

本报记者 梁 睿

北汽集团与戴姆勒股份战略合作架构分为三个层面、四项合作。在资本层面，戴姆勒入股北汽股份，同时北汽股份完成对北京奔驰的重组。在技术层面，戴姆勒无偿将梅赛德斯奔驰E级车平台有关技术许可给北汽股份，用以开发北汽自主品牌高端车。在业务层面，北汽与戴姆勒合资设立北京梅赛德斯奔驰销售服务有限公司

在德国斯图加特与戴姆勒股份公司签署协议后，2月4日，北汽集团首次对外详细披露了“北戴”合作的具体内容。

在三个层面展开四项合作

据北汽集团代总经理张夕勇介绍，本次双方战略合作架构分为三个层面、四项合作。在资本合作层面，通过购入增发股份，戴姆勒股份将持有北京汽车股份有限公司12%的股权。同时，北汽股份在双方合资企业北京奔驰汽车有限公司的股权将增至51%，戴姆勒股份公司在双方合资销售服务公司北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司的股份将增至51%。

在技术合作层面，戴姆勒将现有梅赛德斯奔驰E级车加长版V212平台及前后车桥有关核心技术永久“无偿”许可给北汽股份。未来还将向北汽股份提供梅赛德斯奔驰原厂动力总成产品与之配套，包括但不限于1.8涡轮增压发动机、3.0自然吸气发动机

及与之配套的6速自动变速箱；同时将协助北汽股份将现有基于“萨博”技术自主研发的动力总成系统通过技术改造的形式用于许可平台的整车匹配。

在业务合作层面，北汽与戴姆勒合资设立北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司。通过设立专业服务平台以整合现有北京奔驰销售服务管理职能，统一产品销售管理渠道、统一销售及市场营销服务，统一品牌形象和售后管理服务。

加速北汽股份上市步伐

张夕勇说，通过本次合作，实现对北京奔驰的并表，将使北汽集团有望解决影响北汽股份上市的重大障碍，从而使北汽股份登陆境内外资本市场成为可能，满足北汽股份自身发展的资金需求并建立长期融资渠道。

据了解，北汽之所以迟迟未能实现上市，和北京奔驰一直不能被纳入北汽股份利润报表，导致北汽股份整体盈利性不高有

关。公开资料显示，目前北汽股份旗下的主要盈利资产仅有北京现代，北汽自主品牌乘用车部分的业务还处于发展初期的亏损阶段。“如果北京奔驰被纳入北汽股份，利润便可大大提高，这对于提升公司价值及股票推介具有积极意义。”据北汽股份董事会秘书闫小雷介绍，北汽股份将先登陆H股，然后再回归A股。

更重要的是，戴姆勒“无偿”将梅赛德斯奔驰E级车平台有关技术许可给北汽股份，有助于推动北汽自主品牌高端车开发。张夕勇坦言，尽管北汽集团在过往5年间成功跻身于中国前五大汽车集团阵营，但在自主品牌乘用车产品研发、质量管理、产品营销、品牌形象等方面仍与国际、国内领先汽车企业存有一定差距。“通过本次‘北戴’合作，北汽股份将有效利用戴姆勒在乘用车整车研发、生产工艺及核心零部件开发制造等方面的技术优势，围绕自主品牌乘用车业务开展全方位的技术合作，以弥补并提高自主品牌乘用车的中高端产品的开发制造水平。”

弥补奔驰中国“短板”

最新数据显示，尽管2012年奔驰在全球销量达到132万辆，与竞争对手奥迪、宝马差距不大，但奔驰在华销售不足21万辆，远不及奥迪的40.58万辆和宝马的32.64万辆，中国市场明显成为其“短板”。

为改变在华的被动局面，戴姆勒正在实施一系列变革。有关专家表示，戴姆勒此次能够同意降低在北京奔驰汽车公司的股比，表面上看是失去控股权，但是由于实现了和北汽股份的交叉持股，而且增加了对销售公司的控股权，戴姆勒与合作伙伴北汽之间的利益将更加趋同。

“戴姆勒此次投资入股北汽股份将把彼此之间信任与合作关系上升到全新高度，凸显了两家公司携手共创未来的长期承诺。”戴姆勒股份公司董事会主席兼梅赛德斯-奔驰汽车集团总裁蔡澈认为，“这一重要举措得以确保合作双方共同积极地致力于在中国汽车市场的发展。”

北汽集团董事长徐和谊表示：“北汽与戴姆勒的合作已经迈入了一个良好的时期，更深层次的合作符合双方的利益和发展。戴姆勒持股北汽股份将有利于在资金、技术、管理、品牌等各个方面促进北汽自主品牌快速发展，有时也将提升奔驰品牌在中国市场的表现。”

公司数字

3.38 亿桶

中海油确定今年产量目标

本报讯 记者黄晓芳报道：中国海洋石油有限公司日前宣布，公司2013年的净产量目标为3.38亿桶至3.48亿桶油当量。据悉，2013年中海油将迎来工程建设高峰，在中国海域预计将有10个新油气田投产。其中，荔湾3-1气田是中国海上第一个大型深水气田，绥中36-1二期调整项目也在进行，预计全年共有24个项目在建。

2013年，中海油计划勘探约140口勘探井，采集二维地震数据约1.54万平方公里及三维地震数据约2.48万平方公里，并将继续加强深水勘探。2013年的储量替代率目标为100%以上。

27.4 亿元

中华财险保费利润逆势增长

本报讯 记者殷楠从中华财险2013年工作会上获悉：在2012年国内产险业整体盈利水平出现下降的情况下，中华财险盈利能力表现突出，去年全年共实现保费收入245.6亿元，同比增长17.2%，高于行业平均增速1.5个百分点；全年综合成本率为90.2%，优于行业平均水平7.1个百分点，实现审计前净利润27.4亿元。

据悉，自2010年首次实现扭亏为盈以来，中华财险已经连续三年实现盈利，各项主要经营指标已达到行业先进水平，累计净利润达到64亿元，逐步形成了稳定的盈利能力。

本版编辑 杨忠阳
电子邮箱：jjrbqybd@126.com

论经济

在乔布斯时代，苹果是创造市场需求、引导用户消费；现如今，苹果变得和竞争对手一样，开始迎合用户消费

新年第一个月，苹果公司股价大跌，全球市值第一的宝座旁落。在智能手机领域，被三星拉大市场差距。业内质疑声四起，看衰公司未来的声音此起彼伏。

苹果公司2013年第一财季报告数据显示，营收545.12亿美元，同比增长17.7%；净利润130.78亿美元，同比增长0.1%，无论是收入还是净利润均创下公司的历史纪录。

按理说这是一份不错的成绩单，但投资者并不买账，其股价较发财报前下跌超过了10%。原因何在？一是投资者普遍认为



山东日照港1月全港完成货物吞吐量2676.3万吨，同比增长11.3%，创开港以来月度吞吐量历史最高纪录，实现了首月生产“开门红”。图为现代化桥式抓斗矿石卸船船机在现场安全环保作业的场景。滕 璇摄

吉利 1104 万英镑收购英国锰铜

本报讯 记者梁睿报道：浙江吉利控股集团日前按零现金/零债务模式以1104万英镑收购英国锰铜控股的业务与核心资产，从而使该公司解除托管程序。

吉利是与普华永道达成这项交易的。普华永道于去年10月被指定为英国锰铜控股的托管机构。该交易的达成将确保英国这一标志性交通工具得以继续生产和销售。该收购通过浙江吉利控股集团的子公司吉利英国集团有限公司完成，收购资产包

括厂房、设备、不动产、全部无形资产(包括知识产权、商标、商誉等)、锰铜与吉利在中国设立的合资工厂中的48%的股份以及库存车辆。

英国锰铜控股是伦敦标志性黑色出租车的生产商。吉利自2006年入股英国锰铜控股，获得锰铜控股的19.97%的股份，并在中国建立了合资工厂。此后由于国际金融危机和欧债危机，锰铜的经营遇到困难，吉利一直尽力为锰铜控股的生存和发展提供

支持。不幸的是，锰铜控股还是进入了托管程序。

收购完成后，吉利的重心是将锰铜控股现有产品和新产品的生产、销售以及售后服务恢复到托管之前的水平，这包括继续在锰铜控股考文垂工厂进行TX4车型的组装。

浙江吉利控股集团董事长李书福表示，作为对该企业有承诺的长期投资者，我们有决心重塑这一享誉全球、备受尊重的品牌的未来。

苹果：从云端回归凡间

秦海波

苹果公司的高增长长期已经过去。营收同比增长17.7%，这一数字看起来不错，与2012年第一财季惊人的73%比起来就不妙了。本财季iPhone销售了4779万台，同比上涨29%，但是相比华尔街分析师预计的5000万台，依然没有达标。苹果依旧在增长，但势头减弱，这是投资者的普遍看法。

二是对后乔布斯时代苹果创新能力的担忧。创新一直被视为是苹果公司的核心竞争力，然而在乔布斯离开后，苹果新产品带给消费者的惊艳感远远不如过去了。iPhone、iPad两大支柱系列，近年来只是依靠简单的产品升级，很多用户视觉疲劳，很难再有想象的空间。数据也印证了这一点，2012年第四季度，美国iPhone销量中，iPhone5占比近半，iPhone4S约占1/3，还有18%为iPhone4。这与2011年苹果发布iPhone4S时“果粉”排队抢购形成了极大反差，当时iPhone4S销量占iPhone总销量的近75%。苹果的新产品，正

逐渐失去对用户的杀伤力。

三是对苹果公司盈利驱动模式出现变化的警惕。苹果是一家典型靠创新提升盈利的公司，但近来有从价值驱动型向价格驱动型转变的苗头。这一点在毛利率上表现得最为突出。苹果公司2012年全年毛利率持续降低，降幅达8.8%，2013年第一财季净利润增速更是创下了10年来的新低。继推出低价的iPad Mini之后，有消息称苹果还将推出廉价版iPhone，低价策略正在动摇着消费者的热情。苹果公司的固有定位。如果连苹果公司都得靠价格战去抢占市场，只怕会伤害很多“果粉”的忠诚度。

四是苹果固有的封闭性，在移动互联网时代转变得不够。iPhone专注于iOS系统，苹果CEO库克称，相比之下安卓系统的市场份额尚小。其实不然，iOS系统在全球市场已出现疲软态势。根据调查数据显示，iOS系统在澳大利亚的占有率下滑5.4%，在巴西

的占有率下滑1.6%。除美国本土iOS系统仍占第一之外，在亚洲等新兴市场iOS所处环境并不乐观。开放是移动互联网的精髓所在，苹果的封闭性显得有点格格不入。

五是消费者的心态正发生微妙变化。在经过前几年的风靡之后，iPhone系列几乎成了人手一部的“街机”，不再有昔日高档尊贵的感觉。前几年，消费者愿意为一台iPhone支付更多的价钱，虽然贵但是觉得值。如今，iPhone有点像LV包一样尴尬。

不可否认，苹果仍是一家优秀的公司，但无论是投资者还是消费者，对于苹果的期望远远不只这些。在乔布斯时代，苹果是创造市场需求、引导用户消费；而现如今，苹果变得和竞争对手一样，开始迎合用户消费。一个无法回避的事实是，苹果产品的用户体验在持续降低，导致消费者对其产品的消费欲望趋于理性。后乔布斯时代，苹果正一步步从云端走向凡间。



3B大战揭开

互联网“潜规则”

袁 茵

1月28日，360就百度美杜莎插件召开媒体沟通会，详细拆解这款名为“美杜莎”的插件运行过程。按360一方的说法，那些百度联盟、百度代理商以及百度广告客户，在强大的广告需求下必然会卸载360浏览器。

百度对此回应：“凤巢客户管理系统是百度与代理商和客户进行业务协同的内部管理信息系统，并非面向普通用户，此次安全升级不会对普通用户使用百度的产品和服务产生任何影响。”

一次普通的系统升级，3B大战硝烟再起，互联网种种“潜规则”也浮出水面。首先是“星期五原则”。这次升级发生在周末，地区集中在二三线城市。按360说法，百度正是从这些媒体不集中、监管不严格的地区入手，北京等大城市用户只有通过代理等方式才能接触到美杜莎。但升级的时间太让互联网人浮想联翩。周鸿祎几次讲述，某年春节他在三亚度假，大年初一有产品针对360安全卫士升级，他匆忙赶回北京调集人马的事情。当然不只360，无论哪家互联网公司，碰到“星期五”总是紧张的。

其次是“恐惧”。无论做得多大，恐惧都是互联网的普遍心理。由于奉行优胜劣汰的丛林法则，中国互联网公司都没有安全感，当年的3Q就可以说是一场恐惧之战。一位互联网大公司高管曾说，在中国做互联网就像乱世中做生意，利润丰厚，但危机四伏，所以个个都要做安全，就像养着一些人看家护院。美国就不是这样，谷歌、Facebook都不会想着从底层安全做起。

业务之间没有边界，每一家公司都心存恐惧。从底层安全做起的360同样没有安全感。截至目前，百度凤巢这次升级影响的范围并不大。凤巢在全国的用户也就是几百万级别，二三线城市占三分之一，其中再选择部分地区，影响的用户不过几十万。这比起360体系产品近4亿的装机量不过杯水车薪。

何况百度还表明未来将在凤巢体系内继续推广此插件。360担忧的不是流失的百万用户，而是担心百度将美杜莎运用到全线产品中去。

百度对360的恐惧更甚。在PC端，百度是互联网网页上最大的流量集散地。但360的安全产品、浏览器都处于网页上游。在技术上，360完全有能力截留百度的流量。果真如此，百度庞大商业帝国的根基就灰飞烟灭。

最后是“利益”。其实这不算个潜规则，因为任何一家商业公司的行为都会以“利益”为大方向。

如此推断3B大战还将延绵不断。不难理解百度、360之间的锱铢必较。今日蝴蝶扇动一下翅膀，就可能是明天互联网的一场飓风。

(《中国企业家》杂志社供稿)



上海通用新别克凯越上市

本报讯 记者王軼辰报道：上海通用汽车全新别克凯越日前上市，新凯越率先搭载上海通用旗下最新1.5L小排量高效发动机，兼顾高性能、低油耗、低排放与低噪声，可输出83KW最大功率和141Nm最大扭矩，并达到欧五排放标准。同时，该款发动机配合领先同级的别克新一代6速手自一体变速箱和5速手动变速箱，综合油耗分别低至7.6升/百公里和6.6升/百公里，成为主流中级车新的黄金动力组合。

上海通用汽车总经理叶永明表示，别克凯越是新世纪最早进入中国市场的中级车品牌，10年累积销售超过180万辆。此次新凯越在动力总成、外观设计和科技配置等方面实现了全面升级，将树立中级车价值新典范。

大坂生态在香港OTC挂牌

本报讯 记者林火灿报道：福建大坂生态农业股份有限公司日前在香港柜台交易市场（香港OTC）成功挂牌。大坂生态董事长吴清艺表示，公司将充分发挥资本市场的融资平台，增强自主创新能力，打造生态农业细分市场的龙头企业。

据了解，此次募资所得款项将用于打造大坂生态农业产业链，创建、推广自主品牌。公司将通过租赁、合作等模式，建设多个畜牧养殖基地和种植基地，并设计建造一条国内领先的屠宰及精深加工生产线，打造集冷冻、冷藏、包装、配送于一体的区域冷链物流中心。

中国南车中标国际客车项目

本报讯 记者齐慧报道：近日，中国南车浦镇公司中标土库曼斯坦154辆客车项目。该项目共有五个车种，包括硬卧车、软卧车、发电车、餐车、行李车。全部车辆将在今年交付完毕。

土库曼斯坦客车项目是中国南车浦镇公司在第二个独联体国家获得的客车项目，此前出口格鲁吉亚的动车组项目已全部实现交付。土库曼斯坦地处中亚，铁路市场需求旺盛，发展潜力巨大。浦镇公司一直非常重视该区域的市场培育，本次经过激烈竞标，赢得订单，成功开拓了土库曼斯坦铁路市场。