

卖掉笔记本电脑 拆分电视机部门

索尼大幅调整经营战略旨在“扭亏”

新任 CEO 纳德拉亮相

微软挑战“云世界”

经过几个月的猜测和等待，微软终于2月4日宣布任命纳德拉为公司新任首席执行官，但是投资者对此消息反应并不热烈。当天微软股票下跌0.36%，收报36.35美元。

此前的几个月里，市场一直猜测微软会将福特汽车的首席执行官穆拉利作为下一任首席执行官的最佳人选。但是穆拉利在1月初表示，他将继续为福特效力；此后，市场上的传言就转向微软将从公司内部提拔一名高管来接替准备退休的微软CEO鲍尔默。最终纳德拉站上了微软CEO的演讲台，以CEO的身份与全体微软员工会面。

纳德拉说，“我们需要意识到核心的问题是这个行业不尊重传统，而是尊重持续的创新和向前发展。所以，让微软在激烈的云世界竞争中活下来，是我们共同面临的集体挑战。同时，我感到很荣幸和激动能成为微软CEO。”

与此同时，微软也正式宣布，比尔·盖茨不再担任微软董事长，转作技术顾问，由约翰·汤普森接任微软董事长。比尔·盖茨就此表示，“我非常激动纳德拉能够接受微软CEO的职务。微软拥有很悠久的创新历史，回顾初期的个人电脑业务让微软一直活跃在互联网领域。微软面临着个人电脑业务的挑战，也面临着云世界带来的机会，我们需要把这些结合起来，以不断满足我们客户的需求。微软正面临前所未有的机遇，包括office、文件处理、数据获取、数据安全，甚至创造一个新的平台，一个云世界平台来连接不同的设备。相信微软未来会有持续稳定的发展和产品创新，也很高兴我们有一个更强大的领导者来带领我们实现这一切。”

作为新老交接的另一个主角，准备今年退休的微软CEO鲍尔默也表示，自己不会不遗余力地帮助纳德拉。“我非常高兴萨提亚·纳德拉成为我们的新CEO。萨提亚在微软工作已有22年，他拥有非常强大的技术背景，更重要的是，他拥有非常出色的能力，能够看到市场中的机遇和竞争格局，并知道微软该如何合作并执行项目和计划来面对这些机遇和竞争。”鲍尔默说。

应用汇CEO、前微软MSN中国总经理罗川表示，相比于此前传闻的其他候选人，纳德拉是微软CEO最合适的人选。罗川给出了3个理由：第一，纳德拉在微软任职超过20年，十分熟悉公司的内部运作；第二，纳德拉是一名技术导向的、非常优秀的工程师，和微软此前的文化相吻合；第三，更重要的是，纳德拉对消费者需求和企业用户需求都有很好的认识，对于目前的微软业务结构来说，是最合适的人选。

同时，业内分析纳德拉之所以胜出，更重要的是因为上任后的纳德拉不会主导大刀阔斧的改革，微软接下来的发展节奏是稳中求变。因为，此前微软CEO鲍尔默曾经主导过一次大刀阔斧的改革，而这次改革主要引导微软向移动互联网过渡，当时就有分析认为，鲍尔默的改革面临如何推进的难题。

(更多内容敬请关注中央人民广播电台经济之声每天16:00-20:00播出的天下公司节目)



中国南车开放交通装备基地

本报讯 记者黄鑫报道：中国南车日前发布消息，邀请公众于2月底到中国南车株洲基地探秘现代化的轨道交通装备制造基地。

据介绍，中国南车株洲基地包括株机公司、株洲所、电机公司3家公司。株机公司被称为“中国电力机车摇篮”，“和谐型”、“韶山型”，一辆辆大力士火车头从这里开出，磁悬浮、储能轻轨、地铁列车在这里研发；株洲所、电机公司是中国高铁核心技术研发企业，中国高铁代表车型CRH380A、CRH6核心牵引传动系统、牵引电机由两个企业分别研发。更高速度试验列车能跑出605公里时速，其中一个关键就是提供动力的牵引传动系统，核心技术的研发也在这里。

本版编辑 杨忠阳

Bharat Heavy Electricals Limited
 भारत हीवी इलेक्ट्रिकल्स लिमिटेड (भारत सरकार का उपक्रम)
 PS-PEM, Noida - 201301, U.P., India
 Ph. No. 01204213591, 4368711
 e-mail id: ncsharma@bhelpeem.co.in
 全球标书
 BHEL 诚邀知名供应商 (预审资格及要求参见我公司网站查询单) 提供以下工作包方案:

序号	工作包描述	印度及海外火电厂项目
1	板式热交换器	2 × 660 兆瓦 Raghuathpur TPP
2	制氢装置	4 × 250 兆瓦 Nabinagar
3	冷凝器负荷管清洗系统	2 × 660 兆瓦 Raghuathpur TPP

工作详情及设备要求请依据技术规范。
 标书提交截止时间以及更正、补遗、修改、时间扩展说明等细节将上传到 BHEL 网站(www.bhel.com & www.bhelpeem.com)和中央公共采购门户网站(www.eprocure.gov.in)。请定期登录上述网站保持信息及时更新。
 BHEL-PEM 计划招募技术卓越、品质有保证、组织机构和财务体系健全且能满足预审资格要求的供应商。预审资格要求、供应商登记表以及工作包清单详见公司网站 www.bhelpeem.com。

月前签署正式协议。根据意向书，数百名相关业务部门员工也将一并转入 JIP 为此新设立的公司。对于已经售出的索尼笔记本电脑，索尼公司承诺将继续承担售后服务。

出售笔记本电脑业务是索尼调整经营战略的重要一步。索尼于1996年发售首款“VAIO”笔记本电脑，该业务一度是索尼利润的主要来源。

2010财年，“VAIO”创下870万台销售纪录。不过，近年来受平板电脑和竞争品牌冲击，“VAIO”销量锐减，在全球笔记本电脑市场的份额也降至不到2%。

索尼同一天还宣布，将长期拖累业绩的电视机部门拆分，在今年7月前成立专注于电视机业务的子公司，并加快开发4K超高清电视机等高附加值产

品，力争在2014财年实现电视机业务扭亏为盈。

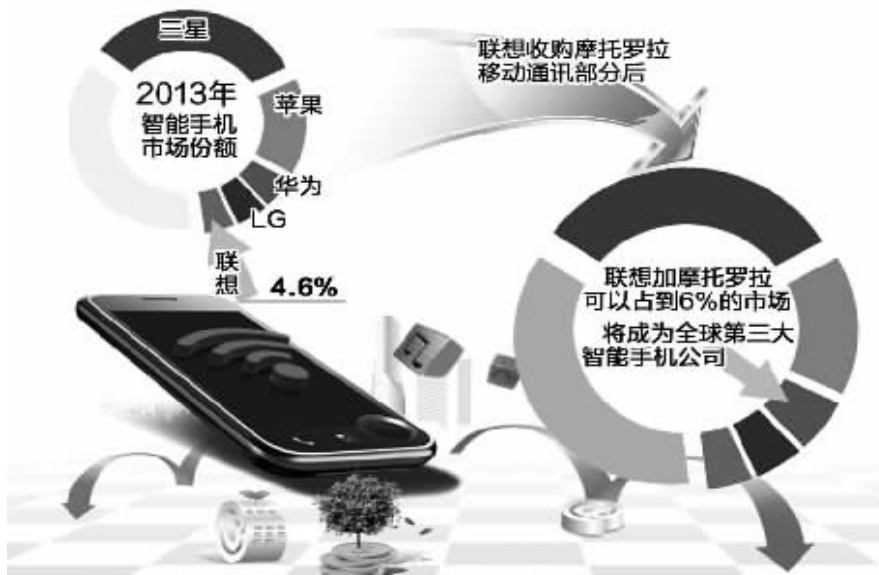
索尼财报还显示，受出售笔记本电脑业务等影响，2013财年(2013年4月1日-2014年3月31日)预计将出现1100亿日元(约11亿美元)亏损，这将是索尼连续两年出现经营赤字。

今年1月，评级机构穆迪将索尼信用评级降至属于“垃圾级”的“Ba1”。

继 IBM 的 X86 服务器业务之后,再掷 29 亿美元收购摩托罗拉移动智能手机业务——

联想为何频买“不盈利”项目

本报记者 黄鑫



5.1%、4.8%、4.6%。联想加摩托罗拉可以占到6%的市场，将超越LG和华为，成为继三星和苹果之后的第三大智能手机公司。

联想集团1月30日宣布，将从谷歌手中收购摩托罗拉移动智能手机业务。根据协议，联想将为这次“闪婚”支付约29亿美元，收购完成时支付14.1亿美元，其中包括6.6亿美元的现金，以及7.5亿美元的联想普通股股份支付，而余下的15亿美元将以3年期本票支付。

而联想集团将获得包括摩托罗拉品牌，以及Moto X等智能手机产品组合。除现有产品外，联想将全面接管摩托罗拉移动的产品规划。同时，联想还将获得相关的专利组合和其他知识产权的授权许可证，超过2000项专利资产，以及摩托罗拉移动品牌和商标组合。

“这次‘闪婚’能帮助联想快速进入全球关键的移动市场，使联想成为全球智能手机市场强有力的第三名。”联想集团董事长兼CEO杨元庆说。摩托罗拉移动是美国第三大安卓智能手机厂商和拉丁美洲第三大智能手机厂商，联想将因此获得在北美和拉丁美洲的市场关系，并在西欧市场奠定基础，与在新兴市场增长迅速的智能手机业务形成同步发展的良好势头。这对联想在全球智能手机市场扩展业务极为重要。杨元庆表示，此次交易可能需要6至9个月才能完成，联想将在2015年即交易完成后第一个年度，在全球市场销售1亿部手机。

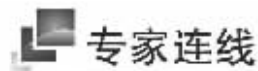
据市场调研机构Strategy Analytics公布的数据，2013年的智能手机市场，三星出货量3.198亿部，苹果1.534亿部，华为5040万部，LG4760万部，联想4550万部，市场份额分别为32.3%、15.5%、

2011年8月，谷歌以125亿美元收购摩托罗拉，为何3年不到就“贱卖”？据市场分析，谷歌卖掉摩托罗拉移动是由于其更多倾向于安卓系统的平台构建，同时摩托罗拉一直亏损，谷歌也想轻装前进。并且，摩托罗拉移动只是出售的一部分，谷歌已在2013年4月以23.5亿美元的价格出售了摩托罗拉的机

器和手机业务。谷歌卖掉摩托罗拉移动是由于其更多倾向于安卓系统的平台构建，同时摩托罗拉一直亏损，谷歌也想轻装前进。并且，摩托罗拉移动只是出售的一部分，谷歌已在2013年4月以23.5亿美元的价格出售了摩托罗拉的机

联想总是让人“联想”

工业和信息化部国际经济技术合作中心主任 龚晓峰



联想与谷歌“恋爱”只有两个月，属于典型的“闪婚”，原因何在？笔者认为有以下4方面。

一是移动互联网时代已经来临，“倒逼”联想与时俱进。在移动互联网时代，多屏融合趋势越来越明显，智能手机就是个人计算机、电视机、照相机等等，对传统行业包括IT行业冲击很大。只有抓住机遇成为移动互联网大潮的弄潮儿，特别是拼命“圈地”，才能赢得今后“种地”及“土地”升值的机会。

二是技术专利是发展的核心，拿来主义省时省心。众所周知，联想成长的路径主要是“贸工技”，贸易和加工能力很强，创新主要体现在市场、品牌、加工和资本

运作等方面，实际上是某些跨国公司的大代理，长期以来都是薄利。这次并购，摩托罗拉据说有1.8万项技术专利，谷歌肯让出2000项以上实属不易。但联想对那些买来的技术如何进一步消化吸收、集成、再创新，还是很不不容易的。

三是摩托罗拉品牌深入人心，北美市场联想要进。瘦死的骆驼比马大，摩托罗拉毕竟是家喻户晓的知名品牌，移动业务在北美市场占有率相对较高，2013年第三季度达到7%。收购后，理论上说联想可以成为当地仅次于苹果和三星的第三大终端企业。

四是合作渠道绑定客户需求，借势借力聚集人气。据了解，摩托罗拉移动合作伙伴中有50多家全球知名运营商，运营补贴终端的模式似乎是大趋势。对于未来的联想来说，这些客户都是“大款”，如果不借势借力，想“傍上”那得费九牛二虎之力。

北京同仁堂：用“资本”擦亮金字招牌

本报记者 祝君晔

了这家百年老字号的底蘊。“20世纪90年代前期，和大多数较早进入市场的国有企业一样，同仁堂饱受着市场不规范、资金匮乏、内部管理不规范等问题困扰。有钱收不回，可谓‘打开账本黄金万两，合上账本分文皆无。’”从北京同仁堂集团副总经理饶祖海口中道出的青年同仁堂，也曾经历过企业发展的低谷期。

为了扭转局势，北京同仁堂发挥集团优势，严格划分“三个市场”，理顺销售渠道，避免内部竞争。这在很大程度上解决了企业的燃眉之急，但并未从根本上解决企业的发展问题。经过反复调研、分析、研讨，北京同仁堂的领导班子深刻认识到，要使同仁堂彻底摆脱困境，必须从体制机制上进行创新，既要解决企业发展的资金问题，更要解决从传统企业向现代企

业制度的过渡问题。

“1997年，北京同仁堂股份有限公司在上海挂牌上市，募集资金3.4亿元，同仁堂控到了在资本市场上的第一桶金，成功解决了资金、半截子工程、科技投入和体制机制等问题。上市当年就实现主营业务收入6.27亿元，同比增长16.70%；净利润1.02亿元，同比增长14.45%；总资产较年初增长54.32%。”北京同仁堂股份有限公司董事会秘书贾泽涛告诉记者。

充足的资金支持，使得同仁堂在追求企业发展、夯实品牌质量上得到了良好的保障。“同仁堂品牌的核心是追求质量、讲究诚信、体现自律。为更好地实现上下游一体化，体现‘术业有专攻’，同仁堂股份有限公司于2011年以旗下23家零售药店的股权及下属同仁堂药店相关资产，对原集

团公司控股的同仁堂商业公司进行投资，并最终实现持有其51.98%的股权，完成了同仁堂股份专业化零售终端的整合，自身的资产规模、专业零售平台同时扩大，同仁堂商业公司也迎来了快速发展期。”饶祖海告诉记者，特别是同仁堂科技在香港上市，打通了同仁堂产品、中医服务、品牌走向国际市场的通道，也让同仁堂人切身体验到了传统中医药市场的广阔天空。

截至目前，北京同仁堂已拥有保健食品、食品、化妆品、参茸饮片等5大类1500余种产品，25个生产基地，83条通过国内外认证的生产线，一个国家级工程中心和博士后科研工作站。其中，仅海外网点就有87家，分布在包括马来西亚、澳大利亚、加拿大等16个国家和地区。



微创医疗完成首笔跨国收购

本报讯 记者沈则瑾报道：微创医疗科学有限公司近日宣布，已正式完成对美国怀特公司“关节重建业务”及其相关资产的收购，总交易金额为2.9亿美元，约18亿人民币。这也是迄今为止国内医疗器械行业最大的跨国收购案。

据介绍，怀特是一家专注于骨科内植入物和生物材料的设计、制造和销售的美国上市公司，其总部位于美国田纳西州阿灵顿市，有60多年历史和1500多名员工，主要产品包括人工髋关节、膝关节、末端人造关节等。微创此次收购的是该公司两大事业部中的一个，年销售额约2.7亿美元，占该公司全部销售额的60%左右。

微创医疗创始人、董事长兼首席执行官常兆华博士表示，目前公司84%的收益均来自其心血管介入支架产品业务，且占有中国药物洗脱支架的主要市场份额。收购美国骨科业务后，预计药物洗脱支架收益占全部收益的比重将从80%降至36%，同时公司在髌、膝、脊柱及创伤4大市场中将提供齐全的骨科产品组合。

据预测，2018年中国骨科市场总规模将达37亿美元，而全球骨科市场将达375亿美元。

欧朋成首家免流量浏览器厂商

本报讯 记者陈静报道：欧朋浏览器与中国移动近日达成合作，欧朋成功进入中移动首批移动应用流量经营合作名单。这也意味着欧朋成为了中国首家“免流量”浏览器厂商。

作为移动互联网入口级应用代表的浏览器厂商在阿里巴巴、网易易信等之后加入“免流”阵营，显示出移动应用厂商与运营商合作的扩大化和常态化。2013年7月至9月，欧朋上线主题为“你敢省 我敢送”的用户活动，用户通过欧朋浏览器上网消耗的流量达到一定门槛之后，即可获得一定比例的流量费赠送，以此来试探中国用户对于流量的敏感程度。

欧朋CEO宋麟此前表示，“欧朋在全球进行了各种各样的流量经营尝试，用各种方式来进行售卖，按流量、按市场、按使用习惯、按应用等，虽然现在才刚刚起步，但未来这种形式会漫天开花。”2013年10月，欧朋的中国投资方天音分别与中国电信、中国联通签署《移动通信业务号码转售》协议，正式成为中国首批虚拟运营商。因此，此举也体现出虚拟运营商打破现有市场格局，已展开虚拟运营商流量经营服务。

据悉，欧朋开展免流量的首个城市为北京，之后将在全国多个城市逐步开始免流量。



提到北京同仁堂，大多数人都会想到“修合无人见，存心有天知”这句医药行业的职业道德古训。除了要有医德良心，“善待文化”一直是同仁堂与股东互利共赢的“基本准则”。自1997年北京同仁堂制药厂等7家绩优企业组建的北京同仁堂股份有限公司在上海证券交易所挂牌上市以来，同仁堂始终坚持以较高比例现金分红，回报投资者。