

# Companies

产业·公司 责任编辑:全泽源 美编:蒋玉磊 2006.12.18 星期一  
邮箱:quanzeyuan@ssnews.com.cn 电话:021-38967689

## 明基又裁员止血 手机厂只留上海一家

北京员工全部被裁,上海裁了40%

□本报记者 张轶

昨天,明基在中国大陆的调整和裁员方案全部出炉。在北京的被裁员工全部归属于明基电通上海有限公司北京分公司,该分公司准备关闭,他们主要为明基手机的研发工程师。这是明基收缩手机战线的一个延续,该公司在中国大陆的裁员基本完成。明基对于北京研发中心的裁员发出了官方声明:“明基本次组织调整,人事精简将完全遵守中国有关劳动法律、法规与政策之规定,约400多人受到影响。”另外,记者获悉,在上海的

明基手机研发人员也在此次被裁之列。

明基公关部的相关人士告诉记者,上海的裁员情况已经基本处理完,裁了40%左右。记者了解到,明基在上海的裁员人数也近400名,上海裁员主要为上海手机工厂部分的员工。至于苏州的手机研发人员则是内部消化,目前,部分明基苏州手机工厂的员工已经被分流到明基的液晶、IT设备等其他生产线上。

至于裁员后的工作,明基公关部相关人士告诉记者,正在逐一地和北京员工协商有关离职的问题。尽管员工来公司的年限不

同,但是基本上会按照(N+3)的补偿方案,给员工进行补偿。另外,一些员工还可以选择待岗,如果员工选择待岗,那么明基按照北京市规定的最低工资发给员工薪水。还有明基手机部的北京员工,也将直接进入明基公司其他部门工作。上述明基人士告诉记者,此次裁员是明基收缩手机战线的一个延续,明基在中国大陆的裁员基本完成。

明基电通股份有限公司董事长李焜耀日前也首次对媒体坦承收购西门子手机失败:“此次并购明基亏损高达8亿欧元,如果我们再调集巨资来维持投

人,由于不能预知未来还有多大风险,只好选择放弃这一计划。对我们的教训很大,公司股东给了我相当大的压力。”明基已经宣布不再向BenQ Mobile投入资金,截至目前该公司已经解聘了1900人,还剩下1100人正在寻找新的买家。

对于明基手机战线收缩的具体计划,明基公关经理房敏告诉记者,明基已经决定将关闭在海外的所有工厂,并结束在苏州的手机生产基地,将产能转移到新建的上海手机工厂。根据明基的计划,明基已经开始在上海金桥出口加工区建设一座

新手机厂房,新工厂预计将在2007年第三季度建成并投入使用,未来上海工厂将成为明基全球唯一的手机生产基地。同时,在原有的研发团队基础上,明基将在苏州和台湾建立两个手机研发中心。目前明基在全球共拥有包括中国台湾、苏州、上海、德国、巴西、墨西哥6个手机工厂。

对于未来明基手机的走向,李焜耀再也没有当时收购西门子手机时的兴奋:经过调整后,第四季度情况会好一些,但仍然亏损。明年下半年有望止亏转盈。

## eBay在华三业务将独立 “贝宝”与TOM合作成定局

□本报记者 张轶

eBay在中国的战略布局有了新的进展。有消息称,eBay在华三块业务将各自独立,同时其合资公司paypal(贝宝)还将与TOM进行换股合作。

据介绍,eBay目前在中国一共有三块业务,包括主营线上C2C业务的eBay易趣,专注电子支付的贝宝和主营分类信息的客齐集。消息称,eBay中国明年的调整完成后,其全资独立子公司客齐集将按照“独立经营”的思路发展;其合资公司贝宝将通过换股的方式与TOM在线进行合作,甚至可能将经营权转移给TOM;而最核心的业务eBay易趣不会有太大变化,仍将由eBay全球直接管理。

虽然记者向eBay和TOM官方证实并未得到肯定答复,但TOM内部人士向记者透露,贝宝与TOM的合作已成定局。

一位行业人士向记者分析,央行将在明年第一季度颁布《支付清算组织管理办法》,制定出电子货币相关的管理办法,有关电子支付的牌照也将在明年第一季度发放。一旦eBay易趣出售给TOM集团,TOM集团将因此获得与易趣高度捆绑的贝宝,从而有机会在内地发展包括手机在内的电子支付。

业内人士分析,巨大的利益让合作成为必然。作为内地三大电子支付工具,贝宝获得牌照的可能性较大。TOM在年初初搭建电子支付平台焦点烂额。而在美国,无处不在的贝宝网上支付为eBay带来滚滚财源。因此,合作必然赶在“牌照”发放之前。

但eBay中国官方对eBay与TOM的合作始终不做评论,而TOM也在这个敏感时期选择了沉默。

之前有消息传出,作为TOM合作者之一的联动优势公司,是保障“TOM、eBay易趣联合”获得支付牌照的核心关键。联动优势公司的身后站着中国最大牌的商业身影,该公司由中国移动和中国银联各持股50%组成,已经在中国吸纳了超过300万手机支付用户,并和工行、中行等8家银行签约。今年10月26日,TOM在线和联动优势宣布就手机支付展开合作。

分析人士称,eBay近两个季度的业绩明显好转,eBay第三季度的财报显示,eBay第三季度的净营收为14.49亿美元,同比增长31%;净利润为2.81亿美元,同比增长10%。虽然在中国市场eBay进展的情况并不如意,但eBay不可能放弃中国市场,选择部分业务与TOM合作在情理之中。

## 微软惠普 耗资3亿美元扩联盟

日前,微软与惠普宣布,将在未来3年内以3亿美元扩大双方在企业软件技术上的合作。据悉,合作内容包括销售5种不同类型的企业技术,它们分别是:基于网络的通信技术,包括电子邮件、即时信息和视频会议;内部协作和内容管理软件,允许处在不同地域的企业员工共同管理文本、数据库、视频和其他文件;商业智能分析软件,对数据进行分析以提高企业决策效率;企业运营流程整合技术;及核心基础设施(企业电脑系统)管理。

微软首席运营官Kevin Turner以声明表示:“通过与惠普的合作,我们超过2万个共有(企业)顾客将可获得更广泛的解决方案与服务,解决他们最迫切的商业问题。”微软与惠普合作的重点将放在整合通讯与消息、内容管理、商业情报和商业程序整合等领域。(张轶)

## 戴尔三季度报难产

戴尔第三季度财报迟迟未能发布给戴尔再次带来麻烦。根据戴尔上周五向美国证券交易委员会提交的文件,该公司已经收到了纳斯达克发来的违规通知,原因是未能按时提交第三季度财报。戴尔上周四表示,由于对财务问题的调查尚未结束,该公司将推迟发布截至11月3日的第三季度财报。戴尔在文件中称,美国证券交易委员会、美国司法部、纽约南区检察官办公室、以及戴尔审计委员会都在调查中提出了问题,因此该公司决定推迟发布第3季度财报。有关部门在调查中发现,戴尔已经收到了纳斯达克发来的违规通知,原因是未能按时提交第二季度报告。戴尔今年11月中旬宣布,由于营收认定和其他会计问题,美国证券交易委员会已经对其展开正式调查。(张轶)

## 长安福特与经销商“战争”升级

互致律师函,都说是自己炒了对方

□本报记者 吴琼

被喻为中国首例“经销商炒掉汽车制造商”的事件近日开始升级。当事双方长安福特马自达汽车和经销商山西新宝鼎汽车公司已经互致律师函:长安福特马自达警告新宝鼎须谨慎行事,并声称会采取合法手段维权;新宝鼎则历数长安福特马自达“罪状”,并敦促其“三思而后行。”让人迷惑的是,双方都在律师函中强调是自己炒了对方。

事情发生于12月6日,新宝鼎向长安福特发去《关于终止“福特品牌国产产品经销商销售和服务协议”的通知》,要求长安福特承担违约责任;12月8日,新宝鼎在北京紧急对媒体宣布:终止与长安福特马自达汽车的合作;并呼吁美国福特汽车召开董事会,罢免长安福特马自达汽车销售公司总经理汤德为的职务。

12月16日,长安福特马自达汽车在上海召开新闻发布会宣布解除与新宝鼎的合约。17日上午,新宝鼎便尾随而至上海,作出了针锋相对的反击。昨晚,新宝鼎总经理黄卫民表示,今年7月份以来,新宝鼎多次与长安福特马自达汽车进行沟通,但最终因为厂家过于强势,双方没有谈拢,所以才有新宝鼎公开宣布炒厂家鱿鱼一事。

究竟是谁炒了谁至今尚未能定论。但是这个问题除了事关“面子”外,也关系到新宝鼎的利益。按照规定,如果是长安福特马自达提出终止合作,则在60天内停止对该经销商的零部件供应;如果是经销商主动提出,厂家于90天内停止对其的零部件供应。售后服务是经销商的最重要利润来源,一旦停止了零部件供应,将直接影响到新宝鼎销售福特品牌汽车配件的利润。



## 长安福特:解约涉及商业秘密

关于解约原因,长安福特马自达汽车销售公司总经理汤德为并未明说。但表明,随着长安福特汽车销量的快速增长,很多大型经销商想加入长安福特汽车的经销团队;且今年长安福特的销售店由去年的111家增长到160家,计划明年增长至190家。“偶尔一家伙伴无法达到顾客要求的服务品质标准,我们会帮助他,但在6个月内改善并达到长安福特马自达汽车的标准

## 新宝鼎:三大因素造成亏损

16日,长安福特马自达汽车销售公司的常务副总经理邢刚透露,“今年计划让经销商的盈利翻一倍,按照目前情况看,基本上达到这一目标。”

但经销商新宝鼎汽车公司指出,近三年来,新宝鼎亏损达数百万。而造成亏损的主要原因有三:长安福特马自达汽车的商务政策滞后,采取滞销车型和畅销车搭配销售的办法压货,价格影响到新宝鼎销售福特品牌汽车配件的利润。

服务水准。”汤德为表示,“如果6个月后,该经销伙伴仍无法达到,我们就只能结束合作关系。”

对此,新宝鼎反驳称并不存在服务品质问题。“今年5月份,新宝鼎获得长安福特马自达汽车的QC认证,也是首批20家获得这一服务品牌认证的经销商,且认证书上还有汤德为的签名。”

如果按照这一说法,新宝鼎与长安福特反目,并非因为新宝

鼎服务质量无法达到长安福特马自达汽车的统一标准。那么究竟事出何因?

在追问后,长安福特马自达汽车高层透露,主要是“最终无法改善其服务品质,和某些业务方面的做法令其不满。”

至于因哪些业务方面的做法令长安福特马自达汽车不满,长安福特马自达汽车并未做出说明,仅表示,“与新宝鼎解约的原因,涉及新宝鼎的商业秘密。”

长安福特马自达会制订每个月的销售计划,并和经销商沟通,按照其实际情况来制订其销售目标。

新宝鼎透露,长安福特马自达汽车在山西的另一家经销商今年亏损200万元左右;但一些非4S店的销售公司确实有盈利。

“按照这一说法,销售公司盈利、4S店亏损,可能由于投资规模过大,短期内成本无法收回造成。”新华信汽车分析师孙木子指出,按照业内规则,销售公司也会将畅销车型和滞销车型搭配销售。

## 东航北伐 三大航互相抢地盘

□本报记者 索佩敏

继南航去年底成立北京分公司后,以上海为大本营的东航也加快了北上的步伐。近日民航总局公布,东航申请设立北京分公司。如果获批,国内三大航空集团都将在北京形成自己的“势力范围”。

民航总局公布,目前民航华北地区管理局已初审同意东航设立东航北京分公司,该分公司将由东航北京基地总经

理田留文负责。此外,该公司将以首都机场为基地,经营航空客货运输业务,并陆续从东航总部调入波音737系列飞机和相关技术人员。

随着民航总局政策的松动,过去三大航依京沪穗机场割据的局面正在被打破。目前,国航已经成立上海和广州基地,而南航也已经在北京和上海成功布点,三大航纷纷入对方便地。

作为国内三大枢纽机场之一,首都机场2005年的旅客吞吐

量和货邮吞吐量分别达到4100万人次和78.2万吨。截至今年9月,首都机场旅客吞吐量及货邮吞吐量已分别达3615.7万人次及69.6万吨,较去年同期分别上升19.9%及22.3%。而2008年北京奥运会召开,无疑将令北京航空市场迎来一次爆发性的增长。

为此,各大航空公司纷纷加速在北京跑马圈地。早在2004年9月,以广州为大本营的南航就高调入京,进驻一号航站楼,成为国内首家拥有专用航

站楼的航空公司。去年12月,南航宣布成立北京分公司,意在将北京打造成其连接东北和西北航空市场、衔接中南、东北以及国内和国际航线的枢纽。而坐拥北京大本营的国航已决定在2008年前投资22.69亿元扩建其北京基地,旨在在北京市场拥有绝对的主导优势。

据了解,此前东航在北京市场一直以营业部的形式在经营,今年初东航把营业部上升为基地,而此次再度升级为分公司,

其在北京市场的重视可见一斑。东航集团总裁李丰华曾表示,东航此举的目的是整合北京市场资源,进而提高公司在北京市场的服务水平。

而东航股份董事会秘书办公室主任吕少君透露,与营业部相比,基地和分公司的优势在于可以拥有始发航线,可以停放更多飞机,机务、维修以及营销都将在当地市场形成一定规模。同时,分公司还有调度飞机等权力。

## 产业观察

## 中国零售业掀起并购浪潮

□本报记者 于兵兵

随着中国消费力的日益增长,越来越多的外国大牌零售企业来华占据领地。除沃尔玛、家乐福、易初莲花、百安居等熟知名牌外,TESCO、百思买、家得宝等品牌也在加速进入。在这一过程中,因市场需求的店面总量有限,并购国内原有品牌就成为外资开拓国内市场的重要方式。于是,一股来势汹汹的并购潮在中国零售市场兴起。

细数一下,从去年以来,跨国并购在中国零售市场持续升温。去年7月,控制着百安居的英国翠丰集团宣布收购全球第四大建材超市“欧倍德”的中国业务,将百安居在华连锁门店数量从17家增至41家。今年5月,北美最大的消费电子零售商百思买以1.8亿美元的价格,收购国内第四大家电连锁商江苏五星电器51%的股权,从而正式进入中国市场。最近的12月,两起重要的收购案集中发生,即美国家得宝1亿美元收购国内三大建材超市品牌之一“家世界”,以及英国TESCO以3.5亿美元再购乐购40%股权,从而达到了对乐购90%的绝对控股。

“外资品牌看好中国消费领域的长远市场,这一点不容置疑。”一位经济研究专家称。在若干国家和地区的经济陷入停滞的情况下,中国经济活力和消费潜力着实吸引着大量的投资者。而且中国政府正在加大“内需”这驾马车的马力。

不可否认,中国零售业消费市场巨大,而零售业的经营仍处于相当分散的局面。去年我国排名前100位的连锁企业,其销售额占当年全社会消费品零售总额的比重仅为10.5%。而国外90%以上建材消费都集中在大型品牌连锁企业身上。这意味着中国的零售行业未来的并购空间很广阔。

也许,正是看好这些发展潜

力,去年一年,商务部批准的外资商业企业并购项目达到24个。这个数字还不包括一些跨国零售巨头通过境外收购、抢占中国市场份额的案例。而专家预计,由于国内一线城市的网点资源已十分稀缺,通过并购方式进入中国市场对跨国并购案例还将进一步增加。

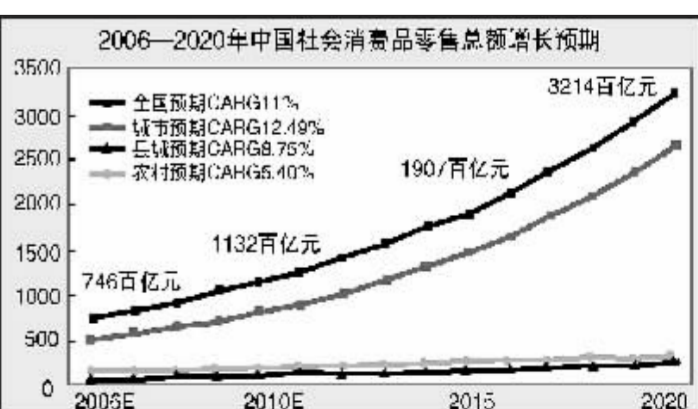
但是,市场的复杂性绝不是一纸合约所能涵盖,零售业在兼并整合之外还有更多课题需要思考。比如:零售市场因过度竞争带来的市场饱和、外资在境内经营的水土不服,以及消费力没有充分调动起来之前,社会总体消费水平有阶段性滞后的客观情况等。

据了解,包括建材、家电在内,不少零售商的利益正在因竞争对手的增加而降低,建材业零售更因价格偏高,并没有在国内引领“到超市买建材”的普遍消费习惯。经营情况不佳不仅存在于内资企业,也同样存在于跨国品牌。

另外,去年,由商务部牵头,会同中国城市商业网点建设管理联合会等众多部门,对全国部分城市的商业经营情况进行了摸底调查,要求商业网点实施合理规划,避免空置浪费是调查结论之一。

此前,中国城市商业网点缺乏整体规划布局,大量商业设施空置或利用率低等情况已经在部分城市显现出来,“保持相应距离,避免恶性竞争”成为国家对城市商业网点布局的新要求。但即便如此,包括大型外资品牌在内的商业网点竞争仍然激烈,也同样出现了同类超市毗邻而设的“贴身肉搏”。

专家感慨,即使知道零售网点的选址、并购等缺乏合理性,或者可能造成负面影响,但政府部门没有足够的依据,常常出现“想管管不了,想拦拦不住”的尴尬局面。或许,这些政府管不了的事情,最终需要残酷而公平的市场化手法来完成。



张大为制图