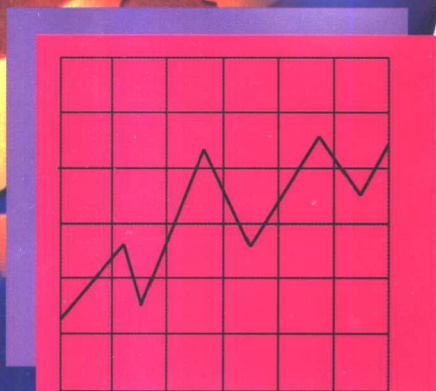


冷观财经热点的思路把握时代商机的方法

中国财经热点冷观



孙继伟 主笔

上海财经大学出版社

美亚在线(www.cnmaya.com)策划

中国财经热点冷观

孙继伟 主笔

上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国财经热点冷观/孙继伟主笔. —上海:上海财经大学出版社,
2001. 5

ISBN 7-81049-576-3/F·489

I. 中… II. 孙… III. 经济-研究-中国 IV. F12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 20519 号

☐特邀编辑 陈翔燕
☐责任编辑 张小忠
☐封面设计 美亚文化传播

ZHONGGUO CALING REDIAN LENGGUAN

中国财经热点冷观

孙继伟 主笔

上海财经大学出版社出版发行
(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮件: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海崇明县晨光印刷厂印刷装订

2001 年 6 月第 1 版 2001 年 6 月第 1 次印刷

850mm×1 168mm 1/32 7 印张 175 千字

印数: 0 001—3 000 定价: 16.00 元

冷观财经热点 把握时代商机

(代序)

随着中国市场化进程的深入,前几年就有专家和资深人士提出“微利时代已经到来!要快速赚大钱已经不太可能”的论断。但是,以知识为资本迅速获得超额利润、迅速实现价值扩张的故事一个又一个地出现,粉碎了上述貌似有理的论断。

那么,如何才能趋向于微利的市场中获得非凡的回报呢?

首先,要有从财经热点中挖掘经营商机的思路和能力。宏观经济形势变化、产业调整趋势、企业的经营环境利弊等对企业非常重要的信息往往隐藏在财经热点的更替中。

其次,要有整合各种资源,综合运作的实力和技巧。

最后,要把综合运用方案落实为日常的、循序渐进的实际行动。

我们的企业就是遵循着这样的轨迹发现机遇、抓住机遇,并逐步实施的。因此,我们主张:

有思路才有出路,有实力才有魅力,有作为才有地位

我们的企业也不是完美无缺的,我们的管理中也有许多问题和矛盾,但我们从不回避问题,而是主动揭露问题、解决问题,因为我们相信:

痛则不通，通则不痛

我们的发展离不开社会各界的支持，我们的资源也是社会中的资源，因此我们要：

有效使用资源，回报社会各界

为了回报社会各界对我们的支持，我们计划把我们经营管理中积累的经验拿出来与社会各界共享。《中国财经热点冷观》一书反映了我们一部分认识和把握时代商机的方法和思路。当然，企业的经营环境不仅涉及财经方面，还涉及社会、政治、文化，以及所在行业等许多方面。我们将陆续推出这些方面的热点冷观系列力作。

希望各界同仁能与我们一起冷观热点，把握商机，共同发展！

美亚机构总裁

王大卫

2001年4月

目 录

冷观财经热点 把握时代商机(代序)/1

新经济、新企业、新管理/1

IT 让新经济一飞冲天/1

从互联网中领略新经济的真谛/1

IT 产业是新经济的先驱/6

朝三暮四、变幻莫测的新企业/7

我们的企业为什么老在变? /7

2000 年新企业经营环境和策略的巨变/9

.com 公司是异类吗? /13

市场链与价值链:谁更适用于新企业? /16

海尔倡导市场链/16

市场链在新企业中的尴尬/18

- 新企业瞄准价值链/19
- 新企业管理中的老问题和新问题/21
 - 跳槽与裁员双重考验下的人才流动/21
 - 过度包装(过度营销)/23
 - 目标误导/24
 - 管理混乱/25
 - 期权成为画饼/25
 - 海归派的尴尬/26
- 新管理中的新亮点/27
 - 人走茶不凉/27
 - 称呼中透露的信息/29
 - 管理咨询业崛起的弦外之音/32
- 网站风雨飘摇,曙光依稀可见/34
 - 网站(互联网公司)大关闭/34
 - 75%互联网上市公司5年内将消失/34
 - 关闭网站(网络公司)不完全名单/35
 - 主要倒闭网络公司简介/38
 - 网站(互联网公司)大裁员/43
 - 中国大陆裁员多,宣布少/43
 - 中国港台地区行动早,裁员广/46
 - 国外网站裁员不计其数/47
 - 网络公司裁员波及上下游公司/48
- 网站拍卖无人喝彩/52
 - 首届中国互联网站拍卖会成交清淡/52
 - 免费赠送26个网站/52
 - 一英镑出售四家网站,买主被吓呆/53

网络公司比较烦/53

免费转载亮红灯/53

网络公司 CEO 最近比较烦/54

悲壮的 TOM 之歌/57

苦苦寻觅成功模式/58

门户网站出路何在? /59

走出 pageviews 误区,确立 PP 准则/60

走出注册用户误区,确立有效用户准则/61

走出排名误区,确立功能效益准则/61

网络曙光依稀可见/62

千万别希望网络公司倒闭/62

中国网络概念股尚有生机/64

网站已见盈利曙光/66

炎黄在线半路杀出/67

孙正义的中国投资计划/69

带宽瓶颈正在解决/70

科技板、二板、创业板,一变再变出台难/73

前赴后继奔二板/73

美国纳斯达克的榜样作用/73

中国香港地区创业板(GEM)捷足先登/76

多国经验表明二板之路多坎坷/78

不甘落后的中国大陆创业板/79

根本动力:有需要就应有供给/80

民营中小企业融资困难/80

中国早期风险投资因无法退出而失败/81

中国第二轮风险投资热潮亟需退出途径/82

科技板、二板、创业板,一变又变为哪般? /83

为回避反对,打“科技”招牌/83

名称悄悄改为“第二交易系统”/85

最终定名创业板/86

出台已成定局,赚钱未必如愿/89

二级市场股民未必赚钱/90

风险投资未必赚钱/90

创业者未必赚钱/90

二板市场为谁开? /91

中国股市:该涨,还是该跌? /97

2000年中国股市再回首/97

2000年中国股市新鲜事/97

2000年中国股市之最/99

看好中国股市的 n 个理由/100

宏观经济稳定增长/100

市场经济体系日益完善/101

监管手段日益成熟/102

消费热点不断出现/103

看淡中国股市的 n 个理由/103

流通股与非流通股分割的隐患/103

信息披露弊端/105

关联交易与利润操纵/105

不健康投资者与股市送礼隐患/107

上市公司资产不完整隐患/107

处罚轻微,惩罚不当/108

中国股市怪事多/109

A 股 B 股悬殊何其大? /109

股市涨究竟谁赚钱? /111

为何赚了指数不赚钱? /113

净壳为何值那么多钱? /113

突击重组/114

60 倍市盈率是高? 是低? /115

基金黑幕:冰山一角/115

上市黑洞:沧海一粟/116

郑百文大难不死/118

中介机构失职/119

规范比涨跌更重要/120

中国新富翁与知本家/123

从《福布斯》中国 50 首富谈起/123

新富翁中新人多/123

《福布斯》乱排中国首富遭谴责/125

如何解读《福布斯》中国富翁榜? /126

财富中的知识含量越来越高/131

早期富翁主要来自体制改革产生的机遇/131

后来的富翁主要来自市场竞争产生的机遇/132

越来越多的富翁依靠知识致富/133

财富中知识含量普遍提高/135

新富翁与贫富差距/138

20%的人拥有 80%的存款? /138

财富分布与贫富分化/139

如何看待新富翁? /140

如何看待贫富分化? /142

两天的世界首富孙正义/144

投入1亿美元回报200亿美元/145

激情和信念造就了天才/145

天才的征途并非一帆风顺/146

疯狂行动,创立日本纳斯达克/146

再投资200家互联网企业/147

西部大开发:新动力,还是新概念? /149

西部大开发号角吹响/149

西部大开发的启动/149

西部大开发的战略与策略/150

西部大开发的地理范围/151

西部大开发解惑/152

西部与东部的差距有多大? /152

西部地区有什么优势? /152

为什么跳过中部开发西部? /153

西部大开发中的商机/155

服务西部大开发本身/155

60万温州人西部创业的启示/155

资金与人才回流中的商机/156

开发当地特产/156

西部大开发的难题/157

最大障碍是体制和观念/157

腐败隐患,障碍重重/159

人口太多还是太少? /160

留住人才比引进更紧迫/162

如何启动民间投资和民营经济? /163

如何防止大浪费? /164

整合天时地利人和,把概念转化为动力/164

天时篇:转型调整正当时/165

地利篇:高瞻远瞩显优势/166

人和篇:合理有效话政策/168

对外开放与对内开放/171

对外对内全面开放正向纵深发展/172

既然开放好,为什么不全部开放? /172

民营银行试点启动/173

中国首家中外合资通信运营公司成立/174

官员呼吁医药行业对内开放/175

审查清理法律法规,加快改组垄断行业/175

国内地区间开放进展迅速/176

民营企业的崛起与对内开放/177

成就不凡/177

政策支持/178

早日实现民营企业的国民待遇/179

加入 WTO 之际如何保护民族利益/179

东芝笔记本电脑风波/179

日航事件/180

中美域名争夺/180

ETS 告新东方事件/181

正确对待经济领域的中外矛盾/182

从整顿家乐福透视滞后的商业开放/182

从信用卡竞争透视金融开放/184

附：从“复关”到“入世”大事记/186

没完没了的价格问题/189

降价主导价格战/189

从涨价到降价/189

为什么价格战总是降价？/190

价格联盟屡战屡败/193

被价格战遗忘的领域/195

迟到的价格战/195

住房为何不打价格战？/198

传销产品为何高价？/200

价格由谁说了算？/205

涨价降价左右为难/205

让价格听证会听得更多/207

后记/209

新经济、新企业、新管理

2000年2月,克林顿在白宫开了一个新经济会议,他说,新经济的燃料是科技与知识,新经济的精神则是冒险与创新。

抛开经济学家们对新经济、知识经济、网络经济等概念的争论,我们可以更切身地感受世纪之交新经济对我们生活的冲击。

IT 让新经济一飞冲天

从互联网中领略新经济的真谛

三年前,没有多少人能看懂瀛海威信息通信有限责任公司(<http://www.ihtw.com.cn>)广告语“信息高速公路离我们多远?1500米”的字面意思和言外之意。

两年前,许多人还不知道IT是什么东西,有一个IT记者印名片时,由于名片样稿是手写稿,印出来后竟然变成了“工厂记

者”。本单位的人以为是专门采访工厂的记者,外单位的人以为是报社在工厂的特约通讯员,故意抬高身价。

一年前,许多广播电台播音员把电子商务中的 B2B(企业对企业)和 B2C(企业对个人)模式中的“2”老实实在地读为“二”(应读英语发音 tu:, 含义是 to)。

2000 年初,在“不知道新兴的网络公司在竞争中取胜,还是传统公司转型做互联网的能够取胜,但不进入互联网只有死路一条”的信念支持下,许多公司纷纷触网。于是出现了:联想集团一分为二,一个是互联网(接入端产品),另一个也是互联网(电子商务网络产品),美的集团投资十亿元进军互联网等案例。

据广东康赛市场服务有限公司对网站在主要传统媒体的广告投入进行的监测调查,1999 年第四季度互联网站广告投入比 1999 年第一季度增长了 651%,2000 年第一季度互联网站广告投入比 1999 年第一季度增长了 1 504%。

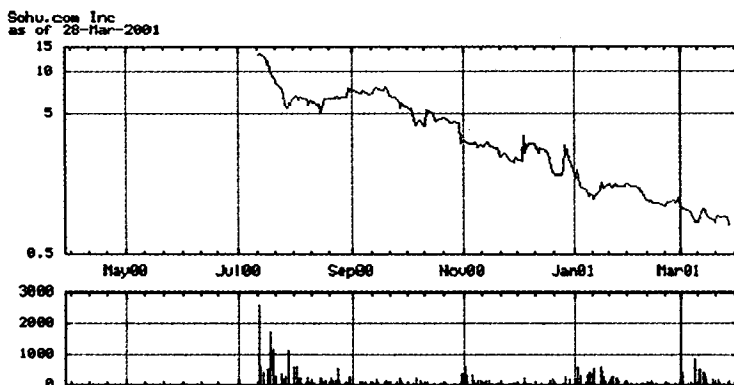
2000 年 3 月 1 日,概念良好、背景雄厚的 TOM.COM 在香港创业板上市,上市当日股价涨幅达 5 倍。在此之前的发行中,超额认购近 2 000 倍,冻结资金达 1 500 亿港元,打破了历史纪录。达到了互联网资源转移最疯狂的顶点,对于整个互联网产业而言这都可能是最后的疯狂。

2000 年 3 月底,中国消费类电子商务网站达到 1 100 余家。其中购物类网站近 800 家,拍卖类网站 100 家左右,远程教育网站 180 家左右,远程医疗网站 20 家左右。

2000 年 7 月,网易(<http://www.163.com>)与搜狐(<http://www.sohu.com>)在美上市,但网易首日就跌破发行价,不久搜狐也跌破发行价。至此,三大门户网站都跌破发行价,中国网络公司切身感受到资本市场要求盈利的巨大压力,不再把风险投资(VC, Venture Capital)只当作维生素。

2000 年底,在美国纳斯达克(NASDAQ)上市的中国概念网络股已全面跌至 5 美元(所谓的垃圾股界线)以下。以 12 月 22 日为例:纳斯达克指数收市报 2 340. 13 点;中华网(china)收盘于 4. 562 5 美元;新浪网(sina)收盘 3. 687 5 美元;网易(ntes)收盘 3. 75 美元;搜狐(sohu)收盘 1. 875 美元。其他网络公司的投资者、CEO、普通员工也都在为如何度过互联网的冬天而发愁。

2001 年以来,春回大地,但互联网企业的春天并没有随着网民人数的增长和网络基础设施的发展(见下表)而到来。裁员倒闭不绝于耳,似乎人们不大愿意说裁员和业务收缩,通常说成是整合或调整,于是一说到整合和调整,人们便当作是裁员的代名词。纳斯达克中国概念股岌岌可危,截至 2001 年 3 月底,搜狐(SOHU)已经在 1 美元以下徘徊多日,进入所谓的“摘牌观察期”。如下图:



搜狐(SOHU)上市以来股价走势图

资料来源: <http://cn.finance.yahoo.com>

中国互联网发展趋势表

时 间	上网计算机(万台)	上网用户(万人)	CN下注册域名(个)	WWW 站点(个)	国际带宽总容量(Mbps)
1997 年 10 月 31 日	29.9	62.0	4 066	1 500	25.4
1998 年 6 月 30 日	54.2	117.5	9 415	3 700	84.6
1998 年 12 月 31 日	74.7	210.0	18 396	5 300	143.0
1999 年 6 月 30 日	146	400.0	29 045	9 906	241.0
1999 年 12 月 31 日	350	890.0	48 695	15 153	351.0
2000 年 6 月 30 日	650	1 690.0	99 734	27 289	1 234.0
2000 年 12 月 31 日	892	2 250.0	122 099	265 405	2 799.0

资料来源:根据中国互联网络信息中心历次调查数据整理。

这一切来得的确太快了!

如果以互联网为线索总结最近几年的热点,可以说:

1998 年是门户网站年。这一年几大门户进入人们的视线,这一年 12 月中国互联网络信息中心所作的《中国 Internet 发展状况统计报告》中,几大门户网站进入了优秀站点排行榜前列。

1999 年是电子商务年。在普遍认为中国的物流配送、联网支付、信用体系三足缺失的环境下,中国电子商务网络公司顽强地成长起来。北京珠穆朗玛电子商务网络服务有限公司(<http://www.8848.net/>)的销售额连月翻番,当然是在亏损开路的前提下,勇往直前。同时,B2B(企业对企业),B2C(企业对个人),C2C(个人对个人)等新模式雨后春笋般地冒出来。