

海外观察

德拉吉的“两个欧洲”

□本报记者 尚军

自去年11月走马上任以来,欧洲中央银行行长马里奥·德拉吉为应对欧债危机所采取的一系列政策举动赢得了市场的尊重,但也令其本人承受着越来越大的压力。

一边是亟需欧洲央行施以援手的债务危机国,一边是对通胀前景感到愈发担忧的欧元区核心国家,德拉吉正身处“两个欧洲”的夹缝中。

为了帮助希腊等欧元区重债国挺过难关,阻止危机进一步向西班牙以及自己的“家乡”意大利蔓延,临危受命的德拉吉上任伊始便重磅出击,表现出与其前任法国人让-克洛德·特里谢截然不同的风格。

迄今,欧洲央行在德拉吉领导下主要采取了两大危机应对措施:一是果断踏入降息通道,分别于去年11月初和12月初连续两次降息,将欧元区基准利率重新降到了金融危机时的历史最低水平1%,并且至今维持不变;二是向出现信贷紧缩迹象的欧洲银行业大量补充流动性,先后于去年12月中旬和今年2月底两次推出长期再融资操作(LTRO),累计向流动性吃紧的银行业发放了超过1万亿欧元的三年期低息贷款。

这两大措施对于遏制欧债危机升级、避免欧元区经济陷入重度衰退起到了积极作用,让西班牙和意大利等濒临危机的国家逃过一劫。用德拉吉自己的话说,欧洲央行的三年期再融资操作使欧元区金融市场避免了一次“信贷紧缩”。他两周前在接受德国《图片报》采访时甚至认为,欧债危机最坏的阶段已经过去,情况正趋于稳定。

无论是降息,还是向银行业补充流动性,对于在危机中苦苦挣扎的欧元区边缘国家来说可谓是一场及时雨。尤其是后者,不仅让希腊和西班牙等国岌岌可危的银行有机会填补致命的资金缺口,而且它们利用这笔廉价资金购入西班牙和意大利等国国债,帮助其稳定住国债市场,阻止了危机蔓延。正因如此,欧洲央行的三年期再融资操作被认为是变相的量化宽松,欧洲央行通过为银行“输血”,间接购买欧元区国债国债。

但是,欧洲央行的做法也给尚无危机之虞的欧元区核心国家带来了越来越明显的“副作用”。降息和低息贷款的发放令欧洲银行业的信贷紧缩局面暂时得以缓解,流动性得到极大补充。当欧元区边缘国家的“旱情”减轻时,核心国家却在严防流动性过剩所引发的“洪涝”灾害。

作为欧洲央行内部的实权派,欧洲央行管理委员会成员、德国央行行长延斯·魏德曼已经流露出了不满,并对德国不断加剧的通胀压力表示担忧。他上周在英国皇家国际问题研究所发表演讲时指出,德国部分市场已经出现了物价上扬的势头,比如房地产市场去年的价格增幅就达到了5.5%,这对德国来说需要引起警惕。

由于欧洲央行释放的大量流动性被经济形势相对较好的德国等欧元区核心国家所吸收,这些国家的股市、房市一片红火,过剩的流动性推高物价,加剧通胀风险,并容易催生资产泡沫。

欧盟统计局数据显示,截至今年3月,欧元区通胀率为2.6%,仍高于欧洲央行所设定的低于但接近2%的中期调控目标。

魏德曼上月表示,欧洲央行管理委员会所有成员都意识到为对抗欧债危机采取的“非常规”措施蕴藏着风险,欧洲央行管理委员会已经开始着手讨论回收部分流动性,但德拉吉在4日召开的欧洲央行月度议息会议结束后表示,现在讨论非常规措施的“退出机制”还为时过早,使得欧洲央行内部分歧凸显。

基于传统,德国央行一直对通胀感到厌恶,而魏德曼又被认为是一位鹰派人物。

但是,西班牙的融资成本还在上升,形势不容乐观,面对依然脆弱的欧元区边缘国家,两个欧洲的老大难问题又将重新摆在德拉吉面前。

海外聚焦

昔日荣光难续 雅虎变身“哑虎”

□本报记者 杨博

美国雅虎公司4日宣布将裁员2000人,约相当于雅虎全球员工总数的14%。过去四年,雅虎公司已连续六次裁员,裁员总数接近6000人。

作为曾经的互联网代名词,雅虎这个拥有数亿用户和十余个顶级网站的巨人眼下正面临竞争对手的多重夹击。长期没有明确定位导致雅虎在搜索引擎、社交网络等新兴领域节节败退,而五年三易掌门人,董事会成员集体出走等,也给这家公司蒙上阴影。尽管近年来雅虎寄望于通过裁员、业务重组等措施恢复往日荣光,但短期内这一目标似乎很难实现。

昔日荣光难再续

1994年,华人杨致远和创业伙伴大卫·费罗共同创建雅虎。一年后雅虎在纳斯达克上市,上市首日公司市值就达到5亿美元。相比当年不到130万美元的全年营收以及63万美元的实际亏损,雅虎的股价和市值表现更多体现的是投资者对互联网新经济的关注。

雅虎此后的表现确实不负众望。1997年,雅虎收购Four11和Rocketmail,建立了自己的邮箱业务,这也是现在雅虎的核心业务之一。此外,雅虎在全球数十个国家推出了门户网站,提供互联网资讯、邮件、搜索等综合服务。彼时雅虎几乎就是整个互联网的代名词。

2000年后网络泡沫破灭,同其它互联网企业一样,雅虎市值大幅缩水。但不同的是,投资者对雅虎信心仍在。但可惜,雅虎没有抓住机会,反而被伪装



新华社图片

成机会的风险所迷惑。

2001年,雅虎放弃搜索引擎Inktomi,选择谷歌为自己提供搜索引擎服务,这在今天看来无疑是一大败笔。如今,谷歌已然成为互联网搜索引擎的“一哥”,且成为全球流量最高的网站,市值达2055亿美元,几乎是雅虎市值的11倍。

互联网泡沫破灭后,雅虎也在利用自身庞大的资源进行业务突破。2003年雅虎以16.3亿美元收购搜索引擎Overture,2004年以1.2亿美元收购3721,同年6月以1.6亿美元收购音乐下载网站Musicmatch,2007年以1千万美元收购MyBlogLog,2007年以6.8亿美元收购网络广告中介Right Media……但是,业务范围的不断扩大并没有给雅虎带来预期的收益,反而令其整体业务过于宽

泛,失去了发力点和自身优势。不少业务已经成为雅虎的包袱,迫使其不断关停业务以收拾烂摊子。

受竞争对手挤压以及自身调整不善,雅虎市值在过去十余年时间里大幅缩水。自1999年12月触及历史高点至今,雅虎股价已下跌86%。目前183亿美元的市值,较巅峰时期的800亿美元缩水近八成。

最难做的CEO

做一家科技公司的掌门人不容易,一方面其本身所处的就是一个飞速变化和不断创新的行业,另一方面新产品很可能瞬间笼络数千万用户,但无法短时间实现盈利。而做为雅虎公司的掌门人似乎更难——这家互联网企业在

过去的五年里已经三度更换CEO。

2007年6月,身为创始人的杨致远挑起复兴雅虎的重担,他整合广告部门,进行了大量重组工作。然而仅仅一年半以后,杨致远就因反对微软收购雅虎导致交易最终失败而备受股东责难,被迫黯然离职。

2009年1月,卡萝尔·巴茨出任雅虎CEO。这位科技界少有的女掌门人一方面改造决策流程,明确决策和责任,同时整合业务部门,剥离非核心业务并大手笔裁员。在她的主导下,雅虎与微软在搜索广告业务上展开合作,但结果颇为难看,这项业务的销售收入在合作一年后不增反降。巴茨也因为没有拿出扭转雅虎疲态的灵丹妙药而遭遇指责。

去年9月,在面临营收增长停滞、用户数量下滑的情况下,雅虎董事会解除了巴茨的职务,并在今年1月任命斯科特·汤普森出任CEO。随即雅虎创始人杨致远宣布退休,不久后雅虎董事会也将集体辞职。但在外界看来,这或许能够为汤普森执行更激进的改革腾出空间。

汤普森曾担任网络支付工具贝宝PayPal的总裁。在他的领导下,贝宝的营收实现翻番,用户数也超过1亿。具备如此不俗的战绩,汤普森的出场被寄予厚望,但他能否重振雅虎雄风,目前尚不得而知。

有意思的是,在海外媒体日前列举出的未来最可能被“炒掉”的十大科技企业CEO中,屁股还没坐热的汤普森也位居其中。知名科技博客作者尼古拉斯·卡尔森称,裁员和出售广告技术业务等重组措施会使汤普森赢得一些时间,但如果汤普森像巴茨一样无法提升

雅虎的营收,他也会面临与巴茨一样的局面。

艰难的选择

雅虎究竟是做什么的?这个问题已经存在多时,但至今也没有明确答案。在这样一个大问号的困扰下,拥有庞大资产的雅虎并没有获得与其匹配的回报,相反却在谷歌、Facebook和Twitter这些新生对手面前节节败退。

自2007年开始,互联网在线广告客户就开始从传统的门户网站向新兴的社交媒体网站转移。据市场研究公司EMarketer预测,2012年雅虎在美国在线广告市场的份额将从2009年的16%下降至9.7%,谷歌的市场份额将增长至45%,Facebook的在线广告市场份额将增长三倍至7.8%。在网络广告市场,雅虎已经无法跟谷歌和Facebook匹敌。

外界希望汤普森的到来能够给雅虎注入生机。但除了调整董事会成员以及向Facebook发起诉讼外,到目前为止汤普森让雅虎摆脱困境的战略与他的前任非常相似。在本轮裁员后发给员工的信件中,汤普森表示重组是为了给雅虎一个机会,让公司在核心业务上仍具备竞争力并胜出。这与汤普森前任的说法如出一辙。

在行业分析师看来,雅虎或许并不是不能开发伟大的产品,也可能并不需要缩小规模,但当一家公司反复裁员、很难确定重点并且似乎缺少一个取胜的战略的时候,要招募到顶级人才是非常困难的。看来,雅虎的掌门人接下来面临的将是更艰难的抉择。

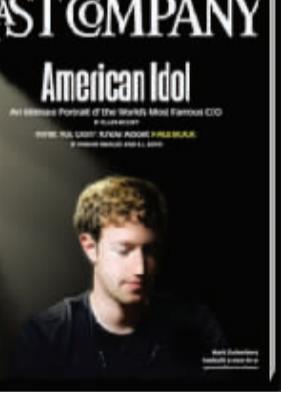
海外选粹

美国偶像

人称CEO男孩的脸谱网(Facebook)掌门人马克·扎克伯格,迄今最为明智的两项工程便是促成脸谱网和自身的成长。

一向不喜媒体,颇显笨嘴拙舌,又有些自傲的扎克伯格2004年初建立社交网络——脸谱网时,业内人士并不看好这个大男孩的从商前景。因他和他经营的虚拟空间与大人们主导的真枪实战的商场总有些格格不入,而在真实世界不擅社交的扎克伯格恰恰在虚拟空间以社交为主业,也颇令人费解。

不过,正如扎克伯格当初向快公司所坦言的那样,对于人们的质疑,他无暇理会,除非他必须面对这些质疑。而通过多次采访,已深谙扎克伯格的性格及脸谱网发展历程的快公司记者认为,外界杂音从来不会干扰脸谱网的发展,唯一能让这一社交网站失去互联网优势地位的只有大



《快公司》必要技能。在外人眼中,扎克伯格取经的方式就像“海绵吸水”一样,他也因此以非常规速度很快成熟起来。而扎克伯格的成熟最终导致脸谱网从聚友网等一些社交网站中脱颖而出,逐渐占据绝对优势地位。

回首扎克伯格和脸谱网的成长,《快公司》认为有两大可圈可点之处。其一,作为创业公司,脸谱网是首个通过建立多种工具有效整合团队成员工作的公司。其二,这一团队在招聘中始终放眼未来,将所聘人选与公司发展前景相结合,从而促进了公司与团队成员的共同成长,扎克伯格本人也不例外。(石璐)

金融城传真

战争与石油

□本报记者 王亚宏 伦敦报道

去年,油气勘探公司洛克霍普的股价上涨了大约40%,而伦敦《金融时报》100种股票指数则几乎原地踏步。可在过去两周,这家牛气冲天的公司股价却遭遇了不小的波动,这都缘于阿根廷政府的一份声明。

阿根廷外交部长黑克托尔·齐默曼3月下旬致函英国伦敦证券交易所,对于洛克霍普勘探公司等在马尔维纳斯群岛(英国称福克兰群岛)从事勘探和开采石油活动的5家英国公司提出申诉。阿根廷外交部通知伦敦证交所,这5家英国公司未经阿政府许可可在马岛海域进行的石油勘探和开采属于“非法行为”,阿根廷当局将对这些公司采取惩罚措施。阿外交部称,这5家英国公司应该通过证交所通报其所从事的“非法活动”及面临的风险,让投资者掌握公司的经营状况和风险。

当一家公司面临外国政府的“黄牌”时,投资者难免会有些担心,但从市场反应看,洛克霍普勘探公司的股东们却并没有太多惊慌。因为其实从英国公司宣布在马岛水域的勘探计划起,就有武装力量的保驾护航。英国国防部之前就发表声明称,英国政府“拥有合法的权力”在该处建造石油设施。而就在阿根廷政府向英国能源公司施压的时候,英国皇家海军最先进的45型导弹驱逐舰“不屈”号正在前往马岛海域执勤,该舰造价高达10亿英镑,装备有迄今最先进的防空系统



和超音速“海蜂蛇”导弹,是英国海军的当家主力舰艇。

有战舰撑腰,英国公司的腰板无疑会硬气很多,而且英国商界和军界似乎有这样默契配合的传统——170多年前鸦片战争的模式中国人并不陌生,而现在英国公司在马岛海域谋求的利益丝毫不亚于当年的鸦片。

据英国一份研究报告表明,英阿两国在有主权争议的马尔维纳斯群岛海域的潜在石油蕴藏量可能高达上百亿桶,可实现大约1800亿美元税收。该报告中称,英方划定的马岛专属经济区海域内原油资源丰富,其中最大的“洛利戈”油田蕴藏量预计超过47亿桶。相比之下,英国北海在过去11年发现的最大油田预计蕴藏量仅为3亿桶。

面对这样一个大油田,英国公司早就画出了蓝图。去年9月,洛克霍普勘探公司称,马岛

地区的原油有望从2016年开始投入生产,到2018年达到每天12万桶。为了稳妥妥地将这些原油收入囊中,针对阿根廷外交部的指责,英国公司也迅速做出反应,称面临的只是“正常的商业风险”,英国政府会“尽力消除现实中的牵连因素”。

很多英国人对发生在30年前的那场战争印象深刻。当时撒切尔夫人抛出的强硬言论:我绝不与罪犯或者暴徒协商,福克兰群岛属于英国,我要将其收回”至今为英国人津津乐道。毫无疑问,现在的英国能源公司也盼望着类似的声音。

4月2日是英阿马岛战争30周年的敏感时刻,两国间的口水战更显得引人瞩目。如果说当年的那场战争主要涉及领土主权的话,现在的交锋背后则有着更多的能源争夺的影子。

在这场口水战里,就像30年前的那场战争一样,来自英国的反击比阿根廷那边的更加犀利——或者说看上去正义凛然。英国外交部的声明称:英国政府支持福克兰群岛居民开发自身自然资源并从中获利的权利。这一权利是他们自决权不可分割的一部分。”

毫无疑问,对距离英国本土足有1.3万公里的岛民高喊“自决权”这样时髦的字眼,会使距马岛480公里外的阿根廷显得被动。但需要说明的是,在开发马岛“自身自然资源并从中获利”的公司中,也都是像洛克霍普这样来自遥远的英国公司,而并非马岛的本土企业。

商品的价格与原价有着明显差别,能给消费者带来真正实惠,只要下点工夫“钻研”,就能收获超值商品。正因如此,折价品经常出现断货情况,尤其是耐用品,记者碰到已不是一次两次,可见普通美国人购物也是精打细算。

在美国,超市形形色色的促销手段各有不同。商店门口的促销海报,店内“买一送一”、“第一件全价,第二件半价”的醒目标识,还有为了吸引忠实顾客的会员专享折扣。此外,购物小票上还不定期印有优惠券和现金抵用券,消费者下次在指定日期内使用可以享受优惠。

为了迎合购物者的心理,许多超市的价格标签上除了标明单价外,还会根据商品的重量把价格细化到每盎司几美分,一是方便“斤斤计较”的购物者权衡哪个更划算,二是用诚信赢得更多客户。

针对不同细分市场人群而建的超市为消费者提供了多种选择。想图方便的人,可以去兼营药品的平价连锁超市;需要定期大量采购的人,可以去大型的会员制仓储型超市;注重饮食健康的中高端消费人群可以选择专门经营天然有机食品的超市。

如何让普通民众更有信心地消费,光靠

华尔街话

省钱有方的美国人

□本报记者 樊宇 华盛顿报道

几天前,记者到住所附近的一家美国连锁超市购物,走到漱漱用品区,远望去货架上贴着好几个醒目的打折标签,走近一看,失望地发现所有特价出售的漱口水均已售罄,而旁边原价销售的漱口水却鲜有人问津。

转身正要离开,身旁一位带着孩子购物的母亲,向我友好地打了声招呼,顺手指了指一旁的奶制品区,告诉我那里有“便宜又好喝”的酸奶,而她自己在拿着两瓶漱口水研究了半天后,最终放下离开。

在美国工薪阶层经常光顾的这家超市,价格相对大众,常有折扣。许多促销

商品的售价比其他超市高出不少,也不靠打折吸引顾客,而是完全凭着天然环保的健康理念赢得不俗的口碑。一到周末,超市收款柜台前就会排起长龙,让人感受超市大众与小众差别的同时,也不由得感叹美国资富人群生活品质的悬殊。

对于习惯于定期购买生活用品的美国人来说,超市在生活中的重要性不言而喻。超市购物在细节上体现了美国民众的消费态度,也一定程度上反映出人们对经济前景的预期。

近期美国宏观经济稳中有升,失业率也从高位持续回落,但作为美国经济增长主引擎的个人消费却一直没有明显起色。美国商务部最新数据显示,2月份美国个人收入仅比前一个月增长0.2%,个人消费开支比前一个月增长0.8%,总收入减去纳税额之后的个人实际可支配收入不升反降,美国民众的储蓄率虽降至4%以下,但仍明显高于2007年底经济衰退前的水平。不少经济学家担心,尽管就业市场出现好转,但美国人的收入增长缓慢,这将限制个人消费的增长,不利于经济回暖。

如何让普通民众更有信心地消费,光靠商家促销显然不够,还须提升他们的经济安全感。美国总统奥巴马主张向富人“开刀”,通过调整税收入“劫富济贫”;而共和党人则认为只有遵循自由市场精神才能创造更多财富,而这些财富最终也将惠及穷人。