

海外观察

国际金融监管步入女性时代

刘丽娜

近日在澳大利亚悉尼闭幕的二十国集团财长和央行行长会议上,在一片男人世界中,有三位女性吸引了世界目光。履新不久的美国联邦储备委员会主席詹妮特·耶伦是本次会议毫无疑问最耀眼的新星,另外两位,一是刚开始执掌欧元区新的银行监管机构——单一监管机制主席丹妮尔·诺伊,另一位是国际货币基金组织(IMF)总裁克里斯蒂娜·拉加德。

尽管她们有着不同经历,但这三位打破金融界玻璃天花板的杰出女性如今却有一个共同职责,即担负着具有全球影响的金融监管重担。从某种意义上可以说,全球金融监管进入一个女性时代。

首次以美联储主席身份亮相国际舞台的耶伦被一些媒体称为“耶伦女王”。如果不是事先做好功课,有人可能会认为这位身材娇小、满头银发的老太太是邻家奶奶。在这次二十国集团会议上,耶伦就被保安拦在门外检查其证件。这个小小的插曲被国际多家媒体调侃,说这位全球权力最大的金融女王目前看来还不是真正的名人。在这次会议上,耶伦受到的压力最大,其中最受关注的是,她将如何收拾其前任伯南克留下的QE遗产。新兴市场和发展中国家的代表在会上纷纷向耶伦发难,提醒她在QE退出上及时与各国打招呼,不要只顾自己而不管别人洪水滔天。

事实上,最近一段时期,新兴市场和发展中国家的货币普遍贬值与金融市场动荡,美联储的退出举动显然难逃干系。在耶伦背后,代表的是全球第一大经济体、首要的储备货币发行国。耶伦的一举一动都关系到数以亿计的民众生活。大到全球和国家层面,她影响到世界经济稳定与国际合作成败,小到民众生活,她影响着人们的钱包。从金融监管的角度,2008年雷曼兄弟倒闭引爆的全球金融危机令全世界反思,美国也于2010年出台了加强监管的金融监管改革法案。如今,快四年来,该法案的许多措施还没有落实。在耶伦任内,美联储的金融监管职责将受到考验。她不仅要监管好超过6000家银行和金融机构,更要协调好多达6个联邦金融监管机构,使之心朝一处想,力往一处使,才不会彼此牵制,产生内耗。尤其是,耶伦要做好金融监管法案的落实,需要找到突破口。有人认为,耶伦会先去啃法案中最有争议也被公认为最有影响力的“沃尔克规则”。

不过,熟悉美国金融的人知道,由于美国立法程序复杂,原本简单为“不允许拿别人的钱去赌”的沃尔克规则最终问世时,已经变得极为复杂,落实起来殊为不易。目前国际上都在观望,看美联储如何在沃尔克规则的落实上行动。此外,对于巴塞尔III协议的执行,美国已经落在了其他主要经济体的后面。人们期待以风格强硬著称的耶伦能够给美国金融监管带来新风。

在大西洋对岸,欧元区的监管女王诺伊今年2月上任伊始就放出“狠话”。她在上任后首次接受媒体采访时表示,要让没有前途的银行有序消失。此言一出,如一石激起千层浪。有媒体评价说新的监管女王已经准备好“不受欢迎”。诺伊暗示,她希望削弱欧元区各国政府与银行之间的联系,因为这种联系是欧元区危机中的核心问题。她的具体做法是打破传统,要求银行针对各自的主权资产持有资本。她说:“当前危机的最大教训之一,是不存在没有风险的资产,因此主权债务并不是无风险的资产。”她同时表示:“危机期间也许不是改变规则的最佳时机……但话说回来,采取更多行动是可能的,一些国家正在实施更严格的规则。”教育背景为政治学、行政管理和法律的诺伊在金融业已有40年从业经验,期间大部分时间从事监管工作,可谓久经沙场,经验丰富。她的这些理念与举措能否重塑欧洲银行业,人们拭目以待。

与耶伦和诺伊两人一美一欧,着力本国和本地区事务不同,国际货币基金组织总裁拉加德是真正在全球范围内监控着资金流向,参与国际金融规则的制定。这位法国前财政部长三年前成为国际金融界明星,出任IMF总裁。根据IMF的职责,这家拥有187个成员的国际组织要负责监督国际资金流,尤其是汇率等问题。本轮国际金融危机提升了IMF的国际影响力,同时,也给她提出更大挑战。如何监督落实二十国集团达成的一些协议,考验着拉加德的智慧。笔者注意到,在各种公开场合,拉加德都会强调全球合作的重要性,强调要推动新的多边主义,即让新兴市场和发展中国家享有更大权利与义务的全球合作。

世界经济步入新阶段,一个监管得力的稳健金融体系是其向着良好复苏迈进的保障。期待这三位金融女杰能带来一个不一样的金融世界。

海外聚焦

本报记者 张枕河

就在五年前,诺基亚N97手机是街上年轻人的新宠,诺基亚的一举一动、可能推出的新品都会引起街头巷尾的热议。但是这一业内的“凤凰”突然在2013年成为被收购对象,一时引起舆论哗然。究竟是其自身问题还是苹果三星等对手过于强大?答案或者是二者兼有,甚至可以说是这两个原因相辅相成。

进入2014年,诺基亚这位昔日“凤凰”开始作出明显改变,其在一年一度的MWC(世界移动通信大会)上悄然加盟安卓阵营,推出搭载安卓系统的X系手机。此举能否助其实现“涅槃”,还需要拭目以待。

曾经的“凤凰”

诺基亚品牌起始于1865年,当时采矿工程师弗雷德里克·艾德斯坦(Fredrich Idestam)在芬兰坦佩雷镇的一条河边建立了一家木浆工厂,以当地的树木作为原材料生产木浆和纸板。后来其业务逐步扩展到胶鞋、轮胎、电缆等领域,最后逐步发展成为业内最为知名的手机制造商。

诺基亚的发展并非一帆风顺。进入20世纪90年代后,曾因涉及产业过多濒临破产。当时的诺基亚总裁以及高层果断舍弃其他产业,并拆分了传统产业,只保留诺基亚电子部门,将其他所有传统产业出售。诺基亚开始艰难转型。

应该说诺基亚作出了自己历史上最重要也是最正确的选择,它也因此走向最辉煌的时代。只剩下手机电信产业的诺基亚经过5年时间

金融城传真

车轮上的移动商机

本报记者 王亚宏 伦敦报道

每年在巴塞罗那举行的世界移动通讯大会是全球通讯领域最盛大的活动,各家厂商都会在展台上展示自己最新的产品和未来发展方向。然而在今年的会场中,摆放的20多辆车让人恍惚感觉并非在参观通讯展,而是置身日内瓦或者东京车展。参展商的名单也高度重合,比如通用、福特、丰田、大众等厂家都带来了自己的产品,此外还能看到沃尔沃、奔驰等汽车,那是美国电报电话公司(AT&T)、西班牙电信等通讯公司用来展示自己智能设备的平台。当然,当下最火的无人驾驶汽车特斯拉也被开进展区。

通讯展和车展还是多少有些区别的,起码那里没有美艳的车模,取而代之的则是不修边幅的应用程序开发者,他们是展会上真正的明星。因为这些开发者正通过无尽的想象力和一行行程序,让作为交通工具的汽车越来越智能。

智能汽车是目前最火热的话题之一,也是金融城里的投资者们非常看好的领域。在积累多年后,智能汽车现在已到井喷式发展的关头。生产商特斯拉在短短的几年时间里市值就达到通用的七成,好几次起火事故不仅没有降低这种车的吸引力,反而助长了其威名。放在传

华尔街夜话

priceline 穷游也快乐

本报记者 樊宇 华盛顿报道

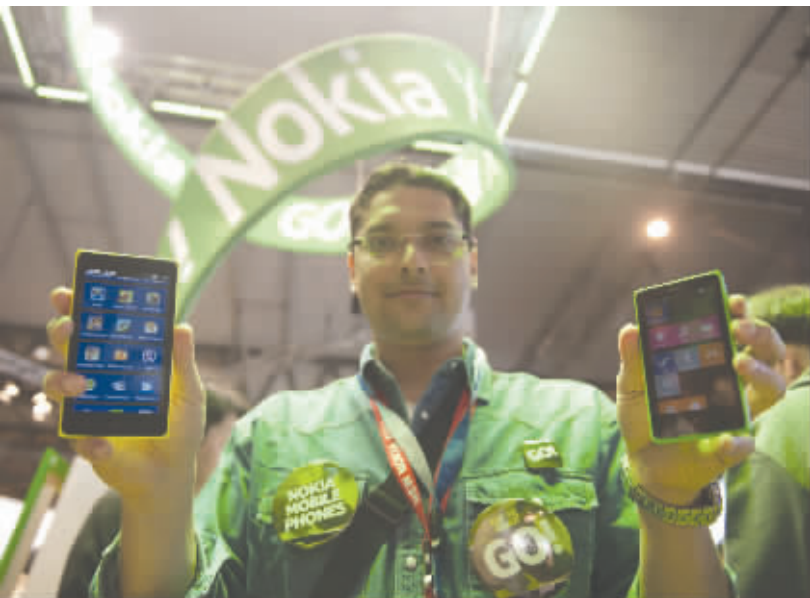
在美国旅游,想省钱但又想体验打折,并不是件无法实现的事。旅游网站priceline就是一个帮出行者花钱买实惠的“神器”。

住酒店花多少钱可以自己说了算,听上去很新鲜。这就是priceline引以为傲的“客户自主定价”模式,也叫做反向定价。在priceline网站首页输入目的地、出行日期和酒店区域偏好,然后提交愿意承担的价格。接下来,就等网站“接受”或“拒绝”的回复了。priceline将在自己的数据库里找到愿意接受报价的供应商,一旦顾客的报价有供应商愿意接受,立马成交。如果价格一时无法接受,顾客需要提高出价,多试几把。

颇有几分神秘的是,在购买过程中,消费者只模糊地知道酒店星级、大致位置区域,提供的服务清单,而不知道具体酒店名称。这个谜底只有在达成交易的那一刻才会揭晓。不管是惊喜还是失望,一旦成交消费者便没有任何反悔的机会。

这样的模式与普通在线旅游产品网站赚取差价或者收取佣金的传统盈利模

诺基亚 凤凰能否涅槃



新华社图片

“落难”遭收购

2007年初苹果电脑公司正式推出iPhone手机,并正式更名为苹果公司,韩国三星的实力也日渐强大,诺基亚遇到了真正的对手。

面对前两者的夹击,诺基亚在2010年发布了塞班3系统,然而未能撼动苹果iOS系统和安卓系统,并且其手机市场份额也逐渐被苹果和三星超过。诺基亚不得不寻求新的出路。2011年2月11日,诺基亚在英国伦敦宣布与微软达成战略合作关系,并宣布放弃塞班和MeeGo系统,采用Windows Phone系统,并且将参与该系统的研发。

2012年6月21日,微软在美国旧金山新闻发布会上发布了Win-dows Phone 8(WP8)操作系统,

之下电信公司则更加重视客户体验,在他们给出的解决方案里往往将庞大的数据库存在云端,让汽车能够在网络的环境下进行判断。

不同公司在赋予汽车智能方面给出的角度各异,汽车厂家试图在车载电脑上融入移动终端的功能,而电信公司则努力给移动终端装上引擎和轮子。两者的思路虽然各异,不过在运用语音识别和人车对话方面却是一致的。美国电报电话公司商务发展部副总裁约·莫斯尔就认为智能汽车的发展方向就是让人能够通过声音就能完成基本指令,余下的留给车辆去通过数据服务做出最优选择。在各种方案中,通过蓝牙等方式,汽车和移动终端联系在一起,从而能在导航、音乐和通讯服务等方面有更好的表现。

这种表现的升级,目前很难简单界定究竟是汽车本身的功劳还是应用程序的威力,毕竟利润丰厚的智能汽车将是各方共同培育的对象和未来争夺的焦点。从目前看,在整合了电子词典、MP3播放器、卡片相机等多种产品后,移动终端又将触角伸向了汽车领域。让电信设备厂商兴奋的是,拥有轮子的汽车天然就带有移动属性。不过让汽车厂商相对安心的是,没有人的衣袋或手包大到能装下汽车。

相比汽车厂商的忧患意识,通讯公司则致力于拓展新的业务领域。在美国电报电话公司提出的无人驾驶解决方案中,汽车不再是简单的交通工具,而是在扮演移动终端的角色,能完成旅程中的多重任务。

传统汽车生产商认为自己更了解开车的人,因此他们设计出的智能汽车着力追求无人驾驶。比如通用推出的自动汽车就配有4个传感器,能够清楚地探知周围70米的情况,并将其他车辆和自行车、行人以及障碍在3D地图上反映出来。相比

“客户自主定价”固然为priceline开辟出了新的天地,但如此突飞猛进的业绩并不全是这一模式的功劳。price-line多年来一直在积极拓展业务范围和领域,公司旗下已经形成多个细分的品牌,分别瞄准全球市场的不同客户群体。

在旅游网站竞争白热化的今天,为了与priceline的“客户自主定价”抗衡,expedia公司也推出了针对价格敏感客户的hotwire网站。这款模糊定价网站的经营策略与priceline有几分相似但也有所不同——顾客在提交基本信息后不用自己出价,网站会根据顾客输入的信息显示模糊搜索结果,不提供具体航线和酒店名称,但价格都不同程度低于零售价格。顾客要决定是否赌上一把,只有下单后才知道具体的产品服务。

这两者都有异曲同工之妙,都是通过低价来消化供应商的剩余库存,在不损害其品牌形象的同时,给买卖双方更多实惠,也给企业带来更多元的经营模式。

在移动电子设备日益普及的今天,priceline和hotwire又将战火烧到移动订单领域。

它采用了全新的NT内核和界面,可支持多核处理器和高分辨率,整体性能更多更强劲,诺基亚开始大量生产WP8手机。不过令人遗憾的是,新的WP8系统和原来的WP7.5系统并不兼容。2012年9月5日,诺基亚联合微软正式推出两款采用微软Windows Phone 8操作系统的智能手机,但收效甚微。

此次,诺基亚没能再现20世纪90年代的那次完美“自救”,全世界的诺基亚粉丝等到了一个让人略感意外但又合乎情理的消息。2013年9月3日,微软宣布将以37.9亿欧元收购诺基亚的设备与服务部门,同时以16.5亿欧元购买其10年期专利许可证,共计54.4亿欧元(约合71.7亿美元)。该收购项目中包括诺基亚的手机部门和手机业务,以及诺基亚在全球的手机制造工厂、诺基亚的手机部门及所有员工,还有诺基亚的大量专利以及品牌授权。

业内人士指出,诺基亚迅速溃败的根本原因是其因循守旧、缺乏创新,在制定战略时失去了20世纪90年代时的魄力。诺基亚对旧有的塞班系统恋恋不舍,超级机型的推出极为缓慢,产业链上的合作者也逐渐分道扬镳。然而反观苹果令人惊艳的工业设计、彻底抛弃传统键盘的触摸式交互、潜力无穷的应用商店模式,不但一举秒杀历史上所有手机,更让人看到了移动互联网大幕的开启,而诺基亚的“小修小补”却注定其会走上下坡路。

凤凰能否“涅槃”

令人欣喜的是,进入2014年诺基亚也在尝试改变。MWC作为通信行业一年一度的重头戏,各家巨头

海外选粹

2014年最具创新力公司50强

若你在网上查询“以诚信为本的企业”,搜索结果往往指向那些追求宗教信仰的公司。然而,还有一类诚信企业,其信仰并非某种宗教,而是对创新的崇拜。最新一期《公司》杂志推出全球最具创新力公司的特别报道,该杂志通过对数千家公司进行筛选,最终确定了创新企业五十强。上榜公司来自各行各业,其中不乏数家中国公司,包括小米、郭培玫瑰坊、华大基因等。而小米公司更是雄踞三甲之列。

位列榜首的谷歌公司以搜索引擎起家,如今已成长为市值高达3500亿美元的互联网科技巨擘,并在业界立下无数创新里程碑。当初其赢利模式只是简单的搜索引擎+在线广告,不过随着互联网同业竞争的日趋激烈,这一赢利模式已无可维系,于是乎,经历一番凤凰涅槃,如今的谷歌旗下产品早已从单一的搜索引擎扩展到社交网络、手机应用直至光纤网络、智能交通、智能穿戴、快递等种类繁多的创新业务。

而作为消费电子业新贵,成立仅三年的中国公司小米不过是行业新兵,但其去年一年就发布了四款新型智能手机,销售量更高达1900万部,比2012年翻了一倍半。小米以低价位、多功能营销策略开启了中国市场智能手机销售新篇章。尽管人们很容易将小米创始人雷军同苹果的乔布斯相比,但雷军的营销策略显然与苹果不同,其营销重点是以引人注目的推广方式销售手机,且不惜以极少的利润为代价,以奠定雄厚的用户基础,并寄望于在日后赚取软件使用方面的潜在利润。

国际知名度并不算高的网飞公司因去年上线的一部美剧《纸牌屋》在全球一鸣惊

都会展示最先进的技术,但从今年各家新品情况来看,技术层面缺乏革命性亮点,相对而言,低调多年的诺基亚反而表现最为抢眼。

在新品发布会上,诺基亚正式宣布加入安卓阵营。因前期过度专注于塞班和WP系统,诺基亚在手机领域中的地位一落千丈。由于此前诺基亚的移动部门已被微软收购,因此市场预期WP系统今后可能仍是诺基亚在终端上唯一专注的系统。但在本次发布会上,诺基亚宣布将推出一个新的系列X系,X系将搭载安卓系统。这也意味着在经过多年的“负隅顽抗”后,诺基亚终于加入安卓阵营。

对于诺基亚这一“突然”举动,业内评价多正面。市场人士认为,目前安卓手机市占率已经接近80%,在塞班系统已经被诺基亚放弃而WP系统市占率不到5%的当下,诺基亚宣布加入安卓阵营也是无奈之举。

诺基亚第一批X系手机将按照配置从低到高分三个型号,分别是X、X+和XL,售价分别为89欧元、99欧元、109欧元。不难看出,诺基亚在安卓领域的试水之作仍然奉行低端的先行战略,与公司目前搭载WP系统的LUMIA手机不断推出中高端价位的终端策略有明显区别。诺基亚表示,公司目前的业务重心仍将围绕LUMIA展开。诺基亚还称,中国是诺基亚X首批上市销售的国家之一。

市场人士指出,本次诺基亚的新品将走相对低端路线,可能不如苹果和三星的部分产品更吸引眼球。但考虑到目前诺基亚的处境,其敢于做出加入安卓阵营等举动,应该是其近年在战略上为数不多的亮点。但能否全面帮助诺基亚实现凤凰涅槃,仍有待观察。

其实创新并非新兴产业所独有,在创新科技不断冲击传统行业的现实面前,如何实现可持续性发展已成为传统企业共同面对的挑战。此次位列榜单第七位的著名体育用品公司耐克便为人们提供了一个解决范本。去年耐克公司最令人倾心的新产品并非勒布朗·詹姆斯运动鞋,而是一款名为“制作”的应用程序,它能帮助企业测量使用不同材料对环境的影响。这一程序于去年夏天发布,旨在在全行业建立材料应用方面的海量数据库,并推动耐克公司杜绝有害化学品的应用。此外,耐克公司还有意创新开发新型材料以便应用于更广泛的太空领域。对于耐克公司而言,可持续性发展不仅在于壮大一条简单的产品线,而是尽其所能全面扩展业务。

本次上榜企业还包括近期出尽风头的特斯拉电动汽车公司以及创新“钉子户”亚马逊、苹果及推特等著名高科技企业。而中国的几位巾帼所创建的时尚及旅游类公司,比如高级时装定制公司玫瑰坊、怡时时装、瑞雅礼仪、碧山定制旅游公司等也都在榜单之列,华大基因更因面向大众的基因测序荣登榜单。(石璐)



《快公司》