

诺基亚押注5G市场

□本报记者 张枕河

本周,曾经光芒四射的芬兰手机巨头诺基亚再度成为焦点。诺基亚宣布,与美国第三大移动运营商T-Mobile签署价值35亿美元的多年期5G网络协议,以推动T-Mobile的5G业务在全美大规模部署。

这是迄今为止全球已经公开的最大一笔5G订单。根据协议,T-Mobile将采用诺基亚端到端5G技术、软件和服务组合中的多个产品,包括商用AirScale无线平台和原生云核心、AirFrame硬件、CloudBand软件、SON以及5G加速服务。诺基亚将提供符合5G新标准下的技术和服务,帮助T-Mobile在全美建设5G网络。近年来一直起色不大的诺基亚能否借此翻盘成为看点。今年以来诺基亚股价累计上涨14%。

发力5G市场

本周一,诺基亚和T-Mobile携手对外宣布,诺基亚将向T-Mobile美国提供35亿美元的下一代5G网络设备,这是迄今为止全球最大的5G交易,也标志着5G无线网络升级开始。

T-Mobile美国是美国第三大移动运营商,该公司表示,与诺基亚达成的这一多年供应协议,将让其在北美范围率先提供5G服务。今年4月份,T-Mobile美国同意与Sprint合并,以对抗美国电信巨头Verizon和AT&T。

业内人士称,获得T-Mobile美国的交易协议,对于诺基亚而言非常重要。多年来,市场对现有4G网络需求放缓,对诺基亚业绩产生冲击,而投资者对5G合同能否较快提振诺基亚盈利能力仍抱有疑虑和观望情绪。

5G网络据称能够为移动电话用户提供更快的速度,并且能够为新型工业自动化、医疗监测、无人驾驶汽车和其他商业用途的最终发展提供更加迅速和可靠的网络。但从全球范围来看,资金紧张的电信运营商一直不愿承诺对现有网络进行商业升级,许多人认为5G技术提供的只是容量的增加,而非推出新功能。

两家公司表示,该协议条款要求诺基亚提供



新华社图片

一系列5G硬件、软件和服务,让T-Mobile美国提供下一代高速网络服务。它们在一份最新声明中强调,诺基亚将向T-Mobile美国提供其AirScale音频接入平台,以及云连接的硬件、软件和加速服务。

“小胜”爱立信

目前的网络设备业务市场由芬兰的诺基亚和瑞典的爱立信等占据主导地位。网络设备业务自4G网络设备业务于2015年达到高峰以来,一直在艰难应对增长乏力的局面。

诺基亚刚刚公布了上半年财务报告,由于市场疲软,诺基亚整体业绩表现不佳,特别是网络业务整体收入下滑约6%,引发外界对其未来发展前景的担心。相比之下,爱立信上半年的表现强于诺基亚,通过削减开支和增加研发投入,

爱立信业绩出现明显的好转迹象。但斩获这笔金额最大的订单,极大地提振了诺基亚的信心。诺基亚表示,交易的财务影响将在第三季度财报中显现。

目前美国电信运营商市场只有诺基亚、爱立信两家供应商同台竞争,二者实力旗鼓相当。T-Mobile的选择也是二者选一,之所以选择与诺基亚合作,主要基于这几个技术因素。首先,T-Mobile正在与Sprint合并,诺基亚获得的这份订单显示,将支持T-Mobile在去年拍卖中获得的600MHz频谱以及更高的28GHz毫米波段。600MHz频谱将更有利于提供广域覆盖和室内服务覆盖,而28GHz频段则可以提供更快的网络连接速率。在这两个频段,诺基亚的技术比较适合进行网络部署。其次,诺基亚在并购法国电信商阿朗之后,端到端能力更强,整体优势

海外选粹

新太空时代



《彭博商业周刊》

近年来,美国太空探索技术公司(SpaceX)因飞出宇宙飞船、售卖价值6000万美元火箭,在全球几乎家喻户晓,不过,一向擅长幕后管理的该公司总裁兼首席执行官格雷温·夏特威尔,似乎并不像公司创始人埃隆·马斯克那样引人注目。

工程师出身的夏特威尔总是到处游走,不辞辛苦地推广公司火箭产品。今年2月,该公司推出最新火箭产品重型猎鹰,其承载量超过阿波罗时代以来任何一款火箭的承载量。同时,与美国太空总署的土星五号运载火箭不同,重型猎鹰可以重复使用,并能垂直起降。重型猎鹰在首次试飞前,夏特威尔的上司,太空探索公司创始人兼首席执行官马斯克,甚至希望将特斯拉的电动跑车也计入有效载荷。如果事遂人愿,则特斯拉电动跑车将冲上云霄,马斯克还曾为此发推文造势称,“目的地火星轨道”云云。

很快,世界各地的新闻媒体开始聚焦这枚新型火箭的发射行动。而马斯克在火箭发射前夕对媒体坦言,“要么是令人兴奋的成功,要么是令人兴奋的失败。”但夏特威尔并不为马斯克的造势所动。在她看来,公司所做的一切都只是帮助客户将价值不菲的卫星成功送到数万英里外的外太空,因此,通常来讲,不应过分激发潜在客户的好奇心。与马斯克不同,在正式发射重型猎鹰火箭的前几天,夏特威尔率团访问了重型猎鹰的服务客户——阿拉伯卫星通信组织位于沙特的总部。

54岁的夏特威尔,自2002年太空探索公司创立以来,一直辅佐马斯克,可谓元老级高管。目前其不但管理着公司6000名员工,还要随时将马斯克各种新奇想法转换成公司可持续发展的具体行动,包括向客户兜售火箭产品的同时,还要提醒客户不要过分解读马斯克的言论。

事实上,太空探索公司从成立至今,一直是马斯克个人非凡能力的展台。作为一家私人控股公司,马斯克拥有多数股权,同时公司还吸引了谷歌、富达投资、创业者基金等投资。就在去年,其主打产品猎鹰9号火箭先后18次进入太空轨道,超过全球任何一枚运载火箭的工作量。目前该公司火箭发射量已占全球市场的一半以上,并有望在2018年将发射次数增加到30次,同时刚推出的重型猎鹰也将在今年晚些时候至少完成一次发射任务。目前该公司市值已达280亿美元,并继续稳步、空中民宿之后,成为美国第三大最具价值风投创业公司。

面对如此佳绩,夏特威尔从不邀功自赏,她总是说,“我一直通过不断揣摩马斯克的想法来运营公司,他凭借各种数据做出重大决策,因而很少犯错。”在其职业生涯的大多数时间里,夏特威尔都是以幕后身份帮助马斯克排忧解难,这或许正是太空探索公司成功的秘诀所在。(石璐)

海外夜话

中资企业在德并购遭遇阻力

□本报记者 沈忠浩 法兰克福报道

近日,两则中资赴德并购遇阻消息引发广泛关注。德国联邦政府8月1日以“安全”为由,否决了烟台海集团对德国机械制造企业莱费尔德公司的收购案,这是德国政府首次动用去年修订后的《对外经济条例》来干预一桩具体的并购案。

此前不久,德国政府授权政策性银行德国复兴信贷银行收购德国电网运营商“50赫兹”20%的股份,从而阻断了中国国家电网收购该公司股份的道路。

德国政府密集干预行动充斥着保护主义色彩,让人容易联想到美国特朗普政府滥用“国家安全”的做法。英国《金融时报》直言,自去年美的收购库卡以来,“柏林方面的保护主义情绪有所加重”。

尽管涉及敏感领域的并购占比并不高,但毋庸置疑,中资在德并购遇到了困难和阻力,并购案

影视正成为芝加哥经济新亮点

□本报记者 汪平 芝加哥报道

夏季走在芝加哥街头,你很有可能不知不觉路过一个电视剧或者电影的拍摄现场。根据芝加哥市长办公室提供的数据显示,芝加哥已成为除洛杉矶和纽约之外,美国影视剧拍摄最多的城市之一。

仅7、8两月,就有包括NBC电视台“芝加哥”系列电视剧——《芝加哥烈焰》、《芝加哥警局》、《芝加哥急救》等8部电视剧和包括史蒂夫·麦奎因导演的《寡妇特工》等3部好莱坞电影在拍摄中。当地优秀的影视人才及政府在税收政策方面的大幅优惠,正吸引越来越多的电影工作室和制作公司落户芝加哥。

作为美国第三大城市和国际金融中心之一,芝加哥既有错落有致的摩天楼集群、风景优美的密歇根湖以及千禧公园和博物馆区连成一片,还有工业时代衰落的废弃工厂,多变且富有文艺气息的城市特质使其在世界上辨识度很高。

这也就是为什么它频繁被选做电影拍摄地的原因。《蝙蝠侠前传》的外景制作人玛丽亚·罗哈斯这样总结道:“画面拉远,人们知道这是芝加哥;画面推近,它却可以是任何一座大城市。”

她说:“芝加哥是一座层次丰富的城市——从美国最高的大楼,到藏污纳垢的地下世界。”后者所指的就是瓦克尔街地下车库,诺兰导演的前两部蝙蝠侠电影的追车戏码都曾在此上演。

除《蝙蝠侠》外,《变形金刚》、《蜘蛛侠》、《超人》、《源代码》以及《小鬼当家》系

数量和规模已从2016年的历史峰值明显回落。

据普华永道统计,截至今年5月底,中国大陆企业在德并购项目共7起,包括汽车行业1起、工业产品和新材料类3起、消费品类3起,同比降幅明显。

2016年是并购市场的辉煌年代,有人甚至谐谑地称“代购”改行干“并购”,市场的火爆程度可见一斑。2017年以来,中德跨境并购经历了向正常回归的过程。在国内对外投资政策的引导下,中国投资者的行为也更理性、更成熟,甚至变得更挑剔。

业内人士指出,中资企业越来越重视协同效应,在德国的并购主流方向和态度越来越明确,即专注于高附加值、有技术壁垒和品牌价值并能在中国市场实现协同效应的标的。具体来看,标的公司最好能作为中国企业国际市场扩张的桥头堡和基地,中资企业往往在并购完成后保留甚至扩建德国的研发、销售和生产基地,使并购成为原股东、员工和新股东的“多赢”。

能否“翻盘”存变数

纵观诺基亚的发展历史,其多次陷入颓势,又多次逆转颓势。此次诺基亚能否真正“翻盘”仍存变数。

诺基亚品牌诞生于1865年,当时采矿工程师弗雷德里克·艾德斯坦在芬兰坦佩雷镇的一条河边建立了一家木浆厂,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。

进入20世纪90年代后,诺基亚曾因涉嫌及产业过多濒临破产。当时的诺基亚总裁以及高层果断砍掉其他产业,拆分传统产业,只保留诺基亚电子部门,将其其他所有传统产业出售。从此诺基亚开始艰难转型。

诺基亚作出历史上最重要也是最正确的选择。只剩下手机电信产业的诺基亚,经过5年时间逐渐摆脱破产窘境。由于专注于传统功能手机产业研发,诺基亚功能手机在当时具有极佳的用户品牌效应。1995年,其整体手机销量和订单剧增,公司盈利也达到前所未有的高度。

从1996年开始,诺基亚手机连续15年占据手机市场份额第一位置,并且推出了Symbian和MeeGo等操作系统。截至2003年,诺基亚1100在全球累计销售高达2亿台,是当时世界上销量最高的手机,其市场占有率远远领先于当时其他知名手机。

然而从2007年初开始,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。面对两者的夹击,诺基亚在2010年发布塞班3系统,但未能撼动苹果iOS系统和安卓系统,其手机市场份额也逐渐被苹果和三星超越,开始走“下坡路”,直至今日历经多次改革仍未能恢复元气。

德国欧亚咨询公司研究称,传统工业及汽车仍是最受中资青睐的领域,能源环保、医疗健康作为新的投资热点成长较快。从标的企业类别来看,具有先进技术及稳定效益的个人或家族企业、大型集团子公司及PE旗下公司是中资企业关注的焦点。

与此同时,中国投资者的背景也日益多元化。2010年以前,中国国有企业在海外并购中扮演着主要角色。如今,越来越多的民营企业、私募基金参与到海外并购交易中。普华永道数据显示,2017年投资基金参与的中德并购案达12起,创历史新高。

成长总需经历磨难。面对德国政府的“有色眼镜”,面对来自美国、欧盟等地企业日趋激烈的国际竞争,中国投资者一方面需在不确定性增加的情况下保持定力,理性决策;另一方面需抓紧练好“内功”,在因地制宜规划投资战略、配置可持续发展的中外团队等方面补齐短板,积累经验。

安吉·加夫尼正在填补芝加哥影视业的一项空白。她是“18舞台”的联合创始人和执行董事,这是一个类似电影拍摄孵化器的项目。“18舞台”成立于两年前,目前有51名会员。其中一名会员是“芝加哥传媒天使”,一家专门投资本地娱乐产业的投资集团。加夫尼同时也是芝加哥本地一家制作公司“黑苹果传媒”的创始人和制片人,“我们不想本地电影业的成功完全依赖于外州的制片人。”加夫尼如是说。

更明显。

诺基亚CEO拉杰夫·苏立表示,今年下半年诺基亚的5G市场前景看好,该公司在5G所有领域都具备专业知识——而不仅仅是在移动网络方面,这为其带来巨大的优势。

然而从2007年初开始,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。面对两者的夹击,诺基亚在2010年发布塞班3系统,但未能撼动苹果iOS系统和安卓系统,其手机市场份额也逐渐被苹果和三星超越,开始走“下坡路”,直至今日历经多次改革仍未能恢复元气。

然而从2007年初开始,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。面对两者的夹击,诺基亚在2010年发布塞班3系统,但未能撼动苹果iOS系统和安卓系统,其手机市场份额也逐渐被苹果和三星超越,开始走“下坡路”,直至今日历经多次改革仍未能恢复元气。

然而从2007年初开始,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。面对两者的夹击,诺基亚在2010年发布塞班3系统,但未能撼动苹果iOS系统和安卓系统,其手机市场份额也逐渐被苹果和三星超越,开始走“下坡路”,直至今日历经多次改革仍未能恢复元气。

从微观视角看世界经济

刘丽娜

在东京早稻田大学附近一条僻静小巷里,西川夫如家的晚餐早已被预定满座。这家只有12个餐位的小餐馆只做一种餐食——鳗鱼饭,每天只能接待大约20位食客,楼下是餐馆,楼上就是自家居住区。自上世纪70年代中期从父辈手中接这个小小家庭餐馆,西川夫妇已经经营了40多年,屋还是那个屋,饭还是那个饭。变化的是餐厅主人已从满头乌丝变成银发。当我们问起餐厅的历史时,女主人有些羞涩地指指自己的头发,接着就又走进厨房忙活去了。

这是笔者不久前在东京经历的一幕。当地导游介绍,这家店可说是最正宗的日式鳗鱼饭,基本靠口碑相传,他们没有想过扩张和连锁,而是尽力把每一天的每一餐做好。导游说,像这样的家庭小店在日本比比皆是,店主一生守候一份产业,说他“不思进取”也好,说他“工匠精神”也罢,不管世界如何变化,他们把家庭小店做得小而美。

过去40多年,日本经济经历了从战后的高速增长到80年代的泡沫经济破灭后的长期低速运行。世界经济也经历着史无前例的大变化,尤其是包括中国在内的发展中国家经济的整体崛起,悄然改变着世界经济的力量格局。而对于像西川家鳗鱼饭这样的店家,所谓经济,就是一碗一碗的鳗鱼饭,儿孙成长,岁月静好。

8月2日,国际财经界又传出一个令人瞩目的消息,苹果公司的市值跨越一万亿美元大关,成为美股历史上首个市值站上1万亿美元市值的上市公司。这个历史性瞬间记录了这家跨国企业巨擘的良好业绩,反映了国际投资者的信心。资本逐利,股市是经济的晴雨表,上市公司市值变化都是真金白银,最能折射微观经济的基本面。

无论是像苹果这样的超大型跨国公司,还是像日式鳗鱼饭那样的微型小企,都是经济的元素。尽管它们承担着不一样的商业使命,但至少有一点共通之处,就是在自己的领域、自己的专长里发挥长处,做到最好,意义便随之而来。

餐饮和信息科技,两家公司似乎两不相亲,实际上却都在改变中国中产阶层人士的生活。

世界变化很快,中国中产者对世界经济的感受多来自生活本身。从2008年到2018年,中国的中产者群体人数日益增长,已经成为全球最大的单一国家中产群体。十年来,中国中产者认识了PM2.5,爱上了健身,共享着单车,跨进了无现金社会,连老奶奶也离不开微信,出国旅行更是成为中等收入群体生活方式的标配。

从很多发达经济的发展过程看,形成一个中产阶层为主的社会是一国经济稳定发展的重要因素。中产阶层是什么?从经济侧面看,中产阶层就是市场,耐用消费品和各种服务的市场。随着中产阶层的不断扩大和发展,人们对生活的理解、追求和向往也在变化。

也许正是出于对经济基本面的长期趋势判断,经济专家并没有对笼罩着贸易战阴影的世界经济失去信心。

国际货币基金组织(IMF)7月中旬发布的最新一期《世界经济展望》报告,维持对明年两年世界经济增长速度的预期。

对于中国经济,专家们也并没有被现实的一些担忧遮蔽。IMF近日公布关于中国经济形势的第四条磋商报告提出:按2017年汇率,中国GDP赶上美国是2030年。这个结论符合多数业内人士的预期。尽管眼下影响世界经济的贸易战复杂动荡令人担忧。也许经济专家团队的定力正是来自千千万万的企业、劳动者。他们既是市场,是消费大军,也是生产者,是对更美好生活的向往者和创造者。

对美好生活向往有着实实在在的体验。同时,“美好生活”是个边界广阔的疆域。按照马斯洛需求层次理论,人类对美好生活的向往是复杂而多层次的。很多行走国际的中国人认同,所谓美好,是精确的个人选择。在某一领域持续地投入时间,专注地做着一件有意思的事,把它变成有意义的事。

“活着就为改变世界”并不适合所有人,“活着就为改变自己”是大多数人的务实态度。就像西川夫妇的鳗鱼饭,他们以平静的劳作生活状态回答着“我是谁,我在哪儿,我该做什么”的人生诘问,坚定地对抗着时间。

高科技无处不在的时代,人类变得越来越没有耐心。但无论科技如何发展,值得费神的的东西依然跟“尊严”、“善意”和“懂得”相关。世间的喧哗与内心的共鸣可以和谐相处。

“纵浪大化中,不喜亦不惧。应尽便须臾,无复独多虑。”陶渊明《形影神赠答诗》中这样写道。海阔天空,自自然然地尽伦尽职,不要总去计较以得到多少回报,更不必在一味的攀比追求中失去当下的美好。

不眷顾历史,不空谈未来,我们处在日益变小的世界。不管多少波折,世界经济总会向前发展,因为其背后,是充满动力与活力的微观生活。