

水晶石“破产”迷局

■ 本报记者 李金玲

3月24日中午,《中国企业报》记者接到知情人士电话,声称位于中国外文大厦的水晶石数字科技有限公司(crystalCG下称“水晶石公司”)被无名人士挂上了“水晶石还我血汗钱”的条幅。记者赶到时,条幅已经被撤了下来,一位刚刚从水晶石公司出来进入电梯的女士向记者证实了刚刚发生的事件,“确有此事。”

之后,记者拨通了水晶石公司办公室电话,一位不愿透露姓名的女士在电话中表示“条幅事件情况属实。”并表示其实是“产生了一些误会。暂时不接受媒体的任何采访。”

25日晚间,本报记者意外收到来自微信的一篇题为《别哭水晶石》的文章,文中提出了当前水晶石公司恶意破产等质疑。同日下午,水晶石公司总裁、董事长卢正刚同意接受《中国企业报》记者独家专访,对近期业内有关破产传闻做出了回应。

停产待岗

2008年的北京奥运会让人们认识并了解了水晶石公司,从上海世博会再到伦敦奥运会,水晶石再次向世人展示了领先中国CG行业当仁不让的传奇。

但是,从2013年上半年开始,水晶石被传言陆续有大批员工离职、十多个部门先后被裁撤,多名公司高管离职或被调整。

在公司内部及行业内疯传的《别哭水晶石》一文,对水晶石公司未来发展的猜测:这个中国CG行业从未有过的庞大龙头企业,品牌到底还能走多远?

3月24日的员工会议上,卢正刚说:“水晶石影视传媒公司(下称‘影视传媒公司’)现在遇到了严峻的危机,因整体市场环境影响,公司的收入和毛利均在下滑,而春节前后的淡季收款不足,公司的资金周转出现了严重问题,资金已基本断流。为避免给公司和员工造成更大的损失,经公司股东会董事会决议,北京水晶石影视传媒科技有限公司自2014年3月25日起停产停业员工待岗。”

据了解,水晶石公司已将影视传



媒公司停产停业员工待岗的决议向北京市海淀区人力资源和社会保障局和海淀区工会报备。在停产期间将组建恢复生产小组,由总部和影视传媒公司的部分人员构成,会尽力追讨应收账款。

在停产期间,水晶石公司按照政府的有关规定向在家待岗的员工支付最低工资保障,已完工项目奖金按照原结算方式予以结算,未完工项目在完工后按照原结算方式予以结算,在恢复生产后会请待岗员工回来上班,并恢复之前的工资待遇。

转型重组

今年年初,水晶石公司部分员工先后收到一份书面通知,被告知“所在的部门因业务不饱和以及部门结构调整的原因进行重组,部门已不再保留其目前的工作岗位,后续工作将由公司统一协调安排。”

通知中给部分员工三种后续处理方式供选择。第一,调转到其他部门;第二,成立独立承包工作室,自负盈亏,责权利险统一;第三,成为外部合作供应商(行业内俗称外包),自负盈亏,公司收取一定比例销售费用和管理费用。

卢正刚上述所考虑的变化和调整并没有被完全接纳。24日的员工会议上,卢正刚对

公司重组进行了一系列说明,对大家关心的相关事项予以解答,并形成了书面文件。但还是有员工对公司提供的“成立外地公司、个人工作室、水晶石供应商、追讨回款”的四条发展建议,认为“全部条件苛刻,难以维持,甚至传言死路一条!”

对《别哭水晶石》一文中猜测有关水晶石破产之说以及改制方式,卢正刚做出了相关回应:“水晶石不是我个人的,是我们大家一起创造出来的。结构在调整。会有很多人不适应,会感到很突然。”

卢表示,公司在转型,员工也应该转型。借这个机会鼓励大家创业。北京水晶石改制,简要说,是把大公司拆小、私有化,大家“打土豪分田地”,高管做独立子公司,中层和基层做工作室,解决长期以来的内部发展天花板以及官儿太多的问题。

“我们需要的是个灵活的独立核算的团队。以前是按照流程的方式设置部门的,而现在要适应另外一种结构,很多人就不适应。”卢正刚说。

“至于工作室制度,从去年十一月起开始推敲,历时四个月基本讨论成型,目前已签署两个外部合作工作室,即将在月底签署四个内部工作室。”卢正刚告诉记者:“所谓的说公司条件苛刻,恐怕指的是我们要求展览工作室必须把数字内容交

给水晶石内部制作,不得到处乱外包赚差价等条款。公司承包是有底线的,是要保障工作室的质量和水晶石的品牌。”

卢正刚的回应,得到水晶石一位供应商的理解,“这条挺好的,控制品牌质量么。水晶石最值钱的就是他的品牌。”

“我是水晶石的供应商,他不会破产的”,这位不愿意透露身份的自称是水晶石公司供应商的先生对《中国企业报》记者说:“水晶石现在还在正常运营呀,只不过裁掉一些人。他是行业的老大,不会容易倒下,也不能倒下,只是管理出现问题,有点内斗,大公司都存在。”

“我们有合同,我不急,希望他缓缓。水晶石有恩于行业每个人,不希望他倒塌。”这位供应商在支持水晶石的同时也提出了自己的疑问:“CG行业不适合这么大的公司存在?艺术的东西不好格式化,不容易复制。那那样的公司是不是也不宜复制变大呀。”

这或许正是水晶石改制重组的原因之一。

谈到去年上市终止,卢正刚告诉记者,在没有转型成功之前,资本市场是没有任何意义的。

“眼下,到了转型的最后一步。”卢正刚透露,改制大概在今年五一前后结束。

主业低迷,民营钢厂“跨界”玩互联网金融

■ 本报记者 张龙

45岁的张祥青意识到需要改变了,从钢铁生产型企业转型到钢铁服务型企业,这是荣程集团董事长张祥青谋求变化的思路。

尽管荣程集团一直以来都是天津市民营企业的“头把交椅”,但作为钢铁企业,行业形势的低迷,让荣程集团不得不做出改变。荣程集团旗下天津荣程联合钢铁集团有限公司在工商联发布的国内民营企业500强榜单中,2013年为第34位,较去年同比下降了3位。

3月26日,荣程集团打造的服务实体经济的“四位一体”综合服务平台正式上线。“四位一体”综合服务平台由天津联合冶金商品交易中心结合融宝支付平台、融通物贸大宗商品电商平台以及互联网金融服务组成。

张祥青称,要把困扰实体经济传统企业的“三高三低”的难题化解成“三低三高”,即营销成本降低、融资成本降低、物流成本降低,信息沟通效率提高、资金流动速率提高、物流全程信息透明度提高。

民营钢厂首个第三方支付牌照

成立天津联合冶金商品交易中心,最核心的因素在于荣程集团拿到了第三方支付牌照。荣程集团旗下天津荣程网络科技有限公司于2012年6月获得了互联网支付、移动电话支付牌照,这是民营钢铁企业第一家获得支付牌照的钢铁企业。其“融宝支付”平台于2013年1月正式上线,截止到去年年底交易额超过100亿元。在支付业务启动的基础上,荣程集团还同时布局了B2B的融宝电商平台。

荣程集团副总经理宁志刚告诉记者,拿到第三方支付牌照的那天起,就意味着荣程集团开始向金融方向转型。这个牌照实际上起到了桥梁的作用,成立交易中心等工作,首先是从第三方支付牌照开始,没有它,荣程集团谈不上转型。

荣程集团内部人士告诉记者:“我们认为下一步钢铁产业就像大宗商品一样会进入到金融时代,产业金融、互联网金融可能是一个比较重要的渠道和路径之一,这也是我们转型的原因。”

宁志刚认为,钢铁产业是一个很重要的行业。钢铁原来是线下的销售、采购,包括内部的信息化管理等。在新的技术手段和发展趋势下,它会逐步地改变,提升直至突破。在互联网经济的大潮下,线上交易会与传统交易方式产生一个颠覆。

“有人说,2014年是钢铁行业电子商务发展的元年;也有人说,是钢铁行业电子商务由‘春秋’向‘战国’时期发展的关键之年。”中国钢铁工业协会常务副秘书长李新创认为,这些都充分说明钢铁行业电子商务具有发展目前具备的从“星星之火”到“燎原之势”的发展势态,具备了从量变到质变的转型升级的条件。

荣程集团能够获得第三方支付牌照,并发展现货电子交易平台的一个重要背景在于,天津是中国北方金融中心,也是唯一将发展现货行业列入十二五发展规划的城市,国内著名的三大现货企业均聚集于此,年度交易总额超过10万亿人民币。

河北一家钢厂高层对记者表示,荣程集团拿到第三方支付牌照等于占到了先机,会把产业链中的上下游企业,都汇聚到这个交易平台上,形成规模化效应,重要的是,北方仅此一家。钢铁亏损状况严重,谁能早转型,谁将脱离苦海。

不久前,中国钢铁工业协会副会长张长富称,今年1月份,国内大中型钢企亏损11.2亿元,2月份亏损额超过20亿元,两个月累计亏损预计将超过30亿元。

南北联合 与30多家银行合作

宁志刚告诉记者,融宝支付目前创建了第三方支付品牌——“融宝”,已与国内外30家银行达成了合作伙伴关系,初步搭建完成了跨银行、跨地域的金融支付平台。

而基于该支付平台的天津联合冶金商品交易中心正在谋求与宝钢发起成立的上海钢铁交易中心合作。

在钢铁产业领域,除了上述交易中心,国内仅有宝钢发起成立的上海钢铁交易中心。宝钢旗下的专业第三方支付机构东方付通于2011年底获得中国人民银行颁发的支付业务许可证,成为中国工业领域首家第三方支付机构。东方付通承接了上海钢铁交易中心99%以上的在线支付业务。

宁志刚表示,交易中心将与上海交易中心优势互补,两个平台的联合实际是在线上服务把南北线下的服务结合起来,资源共享。

这意味着仅有的中国两家拥有第三方支付牌照的钢铁企业将要“抱团取暖”。

据了解,天津联合冶金商品交易中心将拟定推出“招标竞价、挂牌交易、排产交易”等交易模式,并提供“协议交收、仓单融资、第三方物流”等系列配套服务。目前,荣程集团占交易中心80%股权,另外20%为天津市政府持有。

对于企业最为关注的融资问题,宁志刚表示:“举例来讲,企业拿到银行的授信需要25%至30%的保证金,可能在我的平台上会给你一个优惠,比如拿20%的保证金就可以了,这样企业资金成本就降低了。”

目前,上述电商平台和交易中心的上线客户有200多家,每个月平均交易16万吨左右,“前期主要是产业链上下游的企业,后期通过合作伙伴的带动,逐渐达到规模化效应。此外,线上交易可以降低物流成本,我们的物流成本要占整个成本的11%左右,美国在5%左右,随着电子商务的阳光化,更多灰色的成本会降下来。”宁志刚称。

李新创指出,众所周知,冶金产品作为大众交易商品,因冶金产品交易额巨大,银行质押担保和交易手续十分繁杂以及资金融贷、安全支付、商品物流配送、售后跟踪服务等众多环节还需要市场和时间来进一步检验。

旅游小镇“委身”养老地产 贵州旅游求解“无主乱局”

■ 本报记者 彭涵

3月27日,贵州省政府正式向中国人寿保险(集团)公司发出来黔考察的邀请函。“中国人寿的代表当天下午就到贵阳了。”孙林有些激动地告诉《中国企业报》记者,这一天对他来说是个“大日子”。

这封邀请函,旨在落实“国寿(贵州)养老养生产业基金”的运作。该基金由中国人寿与贵州旅游资源开发有限公司共同发起,投向与贵州“Top50旅游小镇”合作的养老养生社区项目。基金规模为人民币100亿元,首期拟募集20亿元。

孙林是贵州旅游资源开发有限公司总经理——这家国有企业正是“Top50旅游小镇”项目实施主体、招商及投融资平台。中国人寿的参与,意味着总投资至少2500亿元的“Top50旅游小镇”拿到了启动资金;而这一肩负“多个任务”的项目,也走出了迄今为止最为关键的一步。

拯救贵州旅游的“主菜”?

“Top50旅游小镇,就是在贵州省

重点建设50个具有产业支撑、富有地域特色、人居环境良好的旅游城市和风景名胜小镇。”孙林说道。按照预计,每个旅游小镇的投入至少为50亿元,50个旅游小镇全部建成至少需要10年时间。

毫无疑问,这是个“有想法”的计划。而贵州之所以选择了“Top50旅游小镇”,根源在于其旅游产业目前的尴尬处境。

“整个贵州省目前缺乏旅游核心吸引物。”中山大学旅游学院梁增贤博士告诉记者,“原来的黄果树瀑布已不堪大局,近年来在贵州边缘区域开发的新的景点,带旺的又是周边省份,贵州的中心性提升不起来。”

梁增贤将黄果树景区“不堪大局”的原因,归结于“周边没有得到纵深开发、没有形成体系”,始终停留于景区而不是旅游目的地的层次;他同时向记者举了个贵州新景点“不旺东家”的例子——黎平。“因为黎平离广西、云南很近,所以游客就直接从那里过去了。”

梁增贤认为,贵州在边缘区开发新的景区也只能算是点心,能否在贵阳、遵义附近开发出新的旅游核心吸

引物,形成目的地才是关键。“贵州缺一道主菜。”

“我们按照‘旅游小镇’模式来规划开发50个旅游综合体,可以将贵州248个景区景点连线成面,改变以往贵州旅游资源‘散乱杂小’的状态。”孙林表示,“这就是要从根本上改变贵州旅游‘大资源、小产业;大品牌、小产出;大规划、小投入’的状况,从而使贵州旅游进入‘区域旅游’的大旅游时代。”

由此看来,“Top50旅游小镇”项目的初衷,应该比“构建旅游核心吸引物”这一概念要大很多,因为它不仅希望给游客一个来贵州的理由——串起全省的旅游景点,还意味着要把贵州全境都变成旅游目的地。

这在梁增贤看来难度很大:“一下子开发50个小镇,直接吸引外部市场?这是想以量取胜,但如此大的开发规模最后能出几个精品?”

对此,贵州旅游业相关人士也表达了不同意见:他们认为贵州旅游市场是“供不应求”,不缺游客,缺的是优质旅游产品——“Top50旅游小镇”恰恰为此提供了一种难得的想象

力,而贵州旅游的整体格局也能得到提升。

资本接力棒

无论如何,贵州省政府认可了“Top50旅游小镇”的发展思路。2011年11月,贵州省国资委批复同意,由贵州旅游投资控股(集团)有限责任公司正式组建贵州旅游资源开发有限公司,专项负责“Top50旅游小镇”的开发建设;次年6月,《贵州省特色旅游小镇发展规划》初稿完成。

3月12日,贵州旅游资源开发有限公司宣布,经过组织专家筛选和贵州省城乡规划设计研究院的编制设计,贵州50个旅游小镇的选址已经确定。目前,第一个旅游小镇——金螺湖温泉度假小镇已经开始建设。

“省委省政府班子成员,超过半数都对这个项目做了批示,要大力支持。”孙林说道,“经过三年的酝酿,‘Top50旅游小镇’已经成为贵州举全省之力要做的大战略。”

(下转第十八版)