

后危机时代 大陆台商直面转型挑战

孟华 王宗凯

劳动力、原材料价格上涨,人民币升值压力加大,利润空间面临挑战……在后危机时代的全球化压力下,相当部分大陆台商再次面临转型的压力。

正在天津举行的两岸规模最大的台湾名品博览会上,诸多在大陆投资的台商已经感受到了新挑战。占据名品博览会最大展位的樱花卫厨(中国)股份有限公司行销管理处副总经理蓝鸿奖表示,今年以来,不但原材料上涨,企业整体用工成本至少提升了15% - 20%,包括为工人调薪、社保福利等。

“在大陆成为世界工厂的发展道路上,大型加工贸易企业是中国出口竞争力的重要支撑力量。”参加此次洽谈会的中国对外经济贸易大学国际经济研究院院长华晓红说,“然而,随着大陆经济的成熟,资源供应开始紧张,生产要素成本的上升成为必然。大陆产业面临严峻的升级调整压力,全球金融危机使得这种压力放大并提前到来。”

被访的台资企业和专家表示,从经济表象看,目前大陆投资环境出现了与20多年前的台湾相似的现象,还有外部需求市场的不确定因素,但是,今天的大陆经济环境同样有当年台湾投资环境所不具备的优势与机遇。

“中西部地区在生产成本和政策环境上仍然具有相当的优势。”蓝鸿奖

长安汽车 与标致雪铁龙 成立合资企业

中国长安汽车集团与法国标致雪铁龙集团7月9日在巴黎签署成立合资企业的合同及相关协议。

根据合同,新合资企业注册资本为40亿元人民币,长安汽车与标致雪铁龙各持有50%的股份,合资企业总部设在深圳。合资企业将依托两个集团的技术优势,在中国研发、生产和销售一系列轻型商用车、乘用车和新能源汽车。合资企业创建初期将引进雪铁龙DS系列产品,之后将根据市场需要,适时推出长安、标致和其他品牌产品。

长安汽车与标致雪铁龙联合发布公报说,合资企业初期投资近85亿元人民币,生产能力为年产20万辆汽车和20万台发动机。合资企业还将同步建设一个研发中心,开发新能源汽车。

中国长安汽车集团总裁徐留平在签约仪式后对记者说,长安汽车与标致雪铁龙合作后将可以为中国消费者提供更多优质的产品和服务。

标致雪铁龙集团总裁菲利普·瓦兰在接受记者采访时说,与长安汽车签署合资合同,标志着标致雪铁龙发展进入一个新阶段。标致雪铁龙将扩大其在中国市场的产能和份额。

标致雪铁龙集团较早进入中国市场,与东风汽车有着18年合作历史。标致雪铁龙和长安汽车曾表示,它们之间的合作不会与两个集团各自现有的合作伙伴产生直接竞争关系。

标致雪铁龙集团公布的数据显示,2010年上半年,集团全球汽车销量达到1856万辆,同比增长16.9%,创半年销量新高;在中国的汽车销量达176万辆,同比增长49%,市场份额从32%增加至33%。标致雪铁龙计划将其中国市场份额增长到8%至10%。

长安汽车集团拥有21个整车工厂,2009年产销187万辆汽车,在中国市场排名第四。2010年上半年生产汽车近127万辆,在中国市场排名第三。

(李明)



表示,大陆东、中、西部的经济梯次落差,为台商转型进行产业布局提供了很大空间。此外,从两岸同文同种的文化角度考虑,大陆中小型台商向中西部转移的成本要低于向其他国家和地区转移。

另外,大陆还具备市场优势。“劳动力成本的上升要辩证地看,劳动力加薪,消费能力会提高,市场蛋糕会变大。”康师傅控股有限公司华北区董事长张百清表示。

因此,尽管面临着新挑战,对未来

的发展,被访的大陆台商都表示了乐观态度。“成本的上升,是发展的必然趋势,不是仅台资企业面临的问题,而是所有企业面临的挑战。我们要客观面对它。”蓝鸿奖说。

“危机就是转机,面对新的形势,台商在大陆的发展必须转型升级。”天津市台湾同胞投资企业协会会长韩家宸指出,过去以外销和OEM为主的台资企业要建立自己的品牌,提高自主研发的能力。

“中国以前是世界的工厂,现在变

成世界的市场,台商要学会外销和内销两条腿走路,我们还有很大的机会。”韩家宸说。

“如果说大陆和台湾产业合作‘区域工厂’的生产模式正在新时期受到严峻挑战的话,ECFA的签署恰逢其时,通过开放内部市场,加速要素流通,提供了调整和改革的契机,成为提高两岸产业竞争力的新途径,这是两岸经贸关系发展的里程碑。”华晓红说。

台湾烟酒公司董事长韦伯韬表示,ECFA时代直接双向经贸往来更能创造出双赢的局面。海峡两岸的产业分工模式将由先前的垂直分工,转变为两岸各自发挥比较利益相对优势的水平分工,新的分工将使两岸企业间良性竞争,形成全方位经济贸易合作的网络和新格局。

“相信ECFA签订后可以开启两岸经济的黄金十年,以台湾的软实力,包括人才、技术、国际营销经验等,加上大陆的硬实力,包括土地、资源、劳工等,必定可以携手创造两岸合作无限商机,为两岸经济合作再创新格局。”韦伯韬说。

旅游资源优越 邮轮巨头青睐中国市场

李亚彪 华昶

有迹象表明,一些世界级邮轮巨头越来越关注中国客源市场。

目前,嘉年华邮轮、皇家加勒比邮轮、地中海邮轮等世界邮轮巨头,均已在上海设立分支机构和企业,并开设或计划开设以上海为母港的多条区域邮轮旅游航线。

嘉年华旗下的歌诗达邮轮是首家在亚洲和中国设立常规航线的国际邮轮公司,在中国已开辟以上海、天津和香港3大港口城市为母港的不同航线。

作为中国国内为数不多的一年12个月都有航线运营的国际邮轮公司,歌诗达邮轮在中国运营的航程已超过130班,约有7万名中国游客登上过这艘豪华邮轮。

皇家加勒比邮轮公司的“海洋神话号”豪华邮轮,则从上海开出数十个航次的邮轮母港航线,并在去年完



成过大陆旅客前往台湾旅游观光的最大单体旅游团客运。

现代邮轮以旅游性质为主,船上娱乐设施应有尽有,就像海上流动的星级酒店。在欧美,每天都有三四百艘邮轮载着大批游客往返于加勒比海、巴哈马、夏威夷、地中海、北欧、墨西哥湾等地。

中国拥有巨大的旅游客源。上海市旅游局局长书明曾透露,去年中国乘坐邮轮出境游人数已达20万人次。业内人士预计,整个亚洲地区的邮轮乘客将在今年达到150万人次,

成为未来全球邮轮市场增长的主力军,而这一数字在5年前只有110万人次。

中国地跨东北亚和东南亚,作为环游世界航线的必经之地,不仅是亚洲夏季邮轮航线重要的起始港和目的地,也是冬季邮轮航线的重要停靠点,优越的旅游资源吸引着国际邮轮公司纷纷开设中国航线。

国际旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界最大的旅游目的地,并吸引更多的国际邮轮靠泊。

中国港口协会邮轮分会会长王迟表示,中国已明显感觉到世界邮轮经济的东移,国家对发展邮轮经济的认识也逐渐明确,中国多个港口城市纷纷投入邮轮客运的规划与建设。

中国政府去年正式将邮轮经济列入上海国际航运中心建设的重要组成部分,助推这一经济模式的发展。

关店收缩版图 家乐福月底撤出西安

家乐福近日宣布将于本月底关闭西安小寨店,撤出西安市场,这是家乐福进入中国13年以来首次关店收缩版图。

据中国之声《央广新闻》,家乐福关闭西安唯一门店,家乐福小寨店确定将于7月28日关闭。目前全场电子类货品正在低价甩卖。在此之前,家乐福小寨店经营状况可以用门可罗雀来形容,经营不理想,平时却只开几个收银台,日营业额仅有12万元,而维持店面正常保本运转的日营业额必须要达到30万元。在连续三年亏损的压力下,家乐福小寨店已

经无法再维持运营。

早在2006年底,家乐福在西安的第一家店北大街店仅营业一年就匆忙关门,2007年这家小寨店开业,但经营业绩却没有改观。最初家乐福要在西安开3家门店的勃勃雄心也因此冷却下来,经营家乐福在西安的拓展和他在大连新华和河南焦作的店面一样,都因为经营不善,长年亏损,在苦苦支撑之后,最终关店撤离。

这对西安市民们来说,家乐福关店并没有引起太多叹息和感慨,毕竟,西安市民经常光顾的不是家乐福。在西安市民的印象中,家乐福就



是一家很少有人光顾的高价超市。与其他大型超市相比,商品价格太高,别的店都在降价,而同样商品家乐福的价却降不下来。商品上失去低价优势,家乐福营业额一直就上不来。此外家乐福的知名度低,市民购物,首选超市很少会提到家乐福店。家乐福

的形象不佳,人流低迷。市民觉得家乐福与老百姓的消费水平预期不符,相反人人乐、好又多、华润万家等超市都是市民们首选的低价超市。

针对西安店停止运营,家乐福中国区在声明中给出的解释还是一句话:由于经营调整。西安家乐福商业有限公司在决定近期终止小寨店的运营同时,还申明承诺将严格按照相关的法律法规妥善处置相关事宜,以保护各方的合法权益。

同时,家乐福表示局部的调整不影响家乐福在中国的既定发展战略。家乐福在华发展战略不变,中国始终

是家乐福全球最重要的、优先发展的市场。家乐福计划每年在华增开20到25家门店,过去如此,今年也将保持同样的发展速度。家乐福对目前中国内零售业的激烈竞争态势保持着乐观积极的看法。关掉部分经营不善亏损的店面,属于家乐福在局部布局上做出一些调整。总体上,家乐福看好国内零售业的上升态势,看好国内零售业的巨大消费潜力,尽管并购竞争加剧,家乐福的表态表明近期所做的调整还处在正常范围内,仍将专注在中国这样的新兴市场拓展经营,总体战略不会发生转变。(央广)

战略蓝海 | ZhanlueLanhai

政策支持 资本市场力推央企整合

在近日召开的央企科技工作会议上,国资委主任李荣融重申央企重组计划,表示央企将在年内整合至100家以内,这意味着年内将有至少25家央企会被整合。国资委关于央企整合思路是,央企之间“强强联合”,一般央企并入优秀央企,即以强并弱;科研院所并入产业集团。非主业资产向其他央企集中。而之后的国务院常务会议还明确提示,充分发挥资本市场推动企业重组作用,促进企业兼并重组。在国务院大力推动下,兼并重组的其他政策也将尽快到位。

展,资本市场并购重组进程将进一步加快,功能将日益得到体现。中央企业集团从2008年初151家调整到目前125家。也就是说到年底前,至少还要减少25家。从2008年特别是2008年下半年开始,央企调整整合速度明显加快,有76家央企进行了35次重组,将在资本市场掀起一波并购重组热潮。在国资委“十一五”规划明确提出,2010年央企重组至80-100家,根据这一规划下半年将是央企整合的大限。国资委近日消息称,今年1月至5月我国央企累计实现营业收入627万亿元,同比增长48.7%,增幅比1月

至4月收窄17个百分点;累计实现利润42132亿元,同比增利1824亿元;已交税费总额54382亿元,同比增长30.3%。按照国资委最新数据,今年前5月央企累计实现净利润同比增长76.35%,虽然再度明显下滑,但从无论实现营业收入,还是实现净利润同比增长,都远超过其他性质企业的增长速度。在国民经济结构中属于优质企业,需要借助资本市场平台进行整合,通过增量和存量两种方式得以实施,无疑会对股票市场产生交易性机会。实际上,并购重组既是央企整合的需求,也是证监会大力推进的工

作内容。尚福林在多个场合指出,支持部分改制上市公司通过并购重组、定向增发等方式实现整体上市,解决同业竞争,减少关联交易,推动行业整合和产业升级。近年来并购重组已从当初的地方政府“包办”,困难企业被动接受的“危机拯救式”和“借壳上市式”并购重组,转变为强势企业主动出击,立足做大做强的“主动式”并购重组为主。另外,国资委一个可以信赖与依靠的帮手,是进行国有资本调整的重要平台——“中投2号”有望在下半年成立,并对十余家央企进行打包整合,解决产能过剩的同时也将带来央

企重组机遇。资本市场具有优化资源配置功能,是推动结构调整和产业升级的重要平台,所以未来应该积极拓展资本市场的深度和广度,借助资本市场平台,推动央企整合,鼓励更多优质央企向上市公司集中,使得联合公司整体业绩好于两家公司的业绩总和,即实现“1+1>2”的效果。与此同时,并购重组手段引入新的股东并进,实施资产、债务、业务的重组,是当前提升资产质量,改善经营业绩,提高核心竞争力,有效化解上市公司风险,较好地保护广大投资者利益最直接的方法之一。(刘)



中华人民共和国六十年发展的亲历者、见证者、贡献者汪海

共和国骄子——汪海和他的中国双星 128

“核武器”的威力(下)

赵晏彪

“名牌就是核武器”,双星机械总公司也是打着这面旗帜来开辟市场的。

几年前,双星机械总公司的清理设备在西北边远地区的市场几乎是一片空白。为了打开这一市场,营销员曲先军整天在一线捕捉信息,当他得知内蒙古的一家军工厂拥有几千万元的铸造清理设备,却没有一台来自双星后,即心痛难安,有恨是不服气,同时也意识到如果双星生产的设备能打进这家军工厂,对开拓西北市场将产生积极的推动作用。曲先军奋力公关,终于取得了该军工厂的一项清理设备的投标资格。但是,曲先军还没来得及高兴就听说,由于客户对双星机械总公司不了解,被列为“凑热闹”的单位。但是,他没有气馁,经过一番深思熟虑,决定以双星名牌为“核武器”,打开进军西北市场的突破口。以后接下来的十天里,他逐一拜访了军工厂的相关领导,详细介绍了双星名牌的发展历程及汪海总裁的著名企业家风采,还介绍了双星机械总公司加盟双星后天翻地覆的变化,终于,军工厂从上到下的领导被“双星名牌”感动了,但是有位负责人仍对曲先军的话半信半疑,私下里问:“真有管理得如此好的机械企业?在我的印象中机械企业多数都是脏

乱差……”曲先军自豪地说,双星是货真价实的名牌企业,如果你不信,可以到我们企业里去参观考察。这位领导还真想较个真儿,几天后随曲先军来到了双星机械总公司。他在现场看到双星先进的管理、独具特色的企业文化和享誉中外的产品,彻底服气了,签下了价值130万元的两份合同。并表示以后还要继续与双星合作。市场竞争的如此激烈,没有过硬的“武器”怎能杀出一条血路。双星的营销人员,牢记总裁“名牌是市场经济的原子弹”这一教诲,在市场上拿着这个威力无比的“核武器”突围,夺得订单,夺得了效益。(下期刊登“生死牌(上)”)

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 总经理: 楼金

地址: 海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763