

中国茶业 呼唤强势品牌 进军海外市场

■ 王亭然

“中国茶文化源远流长，中国人在茶文化内涵的开发与本土市场的控制上更是世界第一，但中国茶的海外之行却步履维艰，7万中国茶企还拼不过一个立顿。”碧生源控股有限公司董事长兼CEO赵一弘不无忧虑地说。

据了解，中国有茶厂7万家，平均每个茶厂年生产茶叶20万吨，是名副其实的产茶大国。2012年的销售数据显示，仅张一元大栅栏店一年的销售额即突破一亿元人民币大关，传统销售模式的盈利能力不容置疑。但中国茶在国际市场上的成绩单却很不理想，7万中国茶企的总销售额却比不过英国立顿一家。

面积第一、产量第二、出口第三、创汇第四，一直是中国茶叶在国际市场的真实写照。人们一提到中国茶，仅仅会想起西湖的龙井、武夷山的岩茶、云南的普洱等等，但这些都是茶的原产地种类，而非品牌。据不完全统计，中国有近千个茶叶品牌，而拥有一定知名度的品牌确实凤毛麟角。小而分散、有品类而无品牌是国内茶企最突出的特征。

北京农学院经济管理学院副教授周云认为，“立顿”红茶并没有特别好的味道或很突出的特点，但其销售量占据了世界红茶近一半的市场，就是因为它用的是一个品牌而不是地理标志。反观中国的茶业，在国际市场上中国茶叶多是大宗贸易，经营者不是茶叶生产的主体，多为二手经销商，他们对品牌塑造不热衷，只追求短期利润。这对中国茶叶在海外市场塑造长期的形象没有帮助。

要让中国名茶真正变为世界品牌茶，不只是加一个“牌”字而已。实施企业品牌战略，打造中国茶品牌，已经成为中国从茶叶大国走向茶叶强国的必由之路。另一方面，海外茶市场是一个快速消费类市场，而中国传统的茶文化难以适应现代生活的快节奏。创新和突破，成为茶业企业进军海外市场的必经之路。

“我们结合草本等中国文化特性，以袋泡茶封装的产品形式，将中国茶叶资源和茶文化整合在一起，根据不同的消费需求为消费者提供方便、快捷、经济、卫生的喝茶体验，全面打开了茶品的现代化通道，同时加强品牌的建设，为我们的海外之行奠定基础。”赵一弘对于进军海外市场，充满了信心。

业内人士认为，对于中国茶业来说，需要更多像碧生源这样的企业，以“健康”为驱动茶叶消费的主导引子，为茶叶国际消费区域和消费群体注入文化动力，打造强势品牌，为中国茶打开更广阔海外市场。

意企业将在中国推广 鼻腔过滤器



意大利HSD公司13日在罗马与北京市科委签署粉尘防护技术合作协议，向中国推广该公司生产的鼻腔过滤器及粉尘防护技术。

当天双方在中国驻意大利使馆签署了协议。根据协议，HSD公司将首先向北京赠送12万副鼻腔过滤器，这批产品将首先向交警、环卫工人等易受雾霾影响的一线人群发放使用，并评估应用效果。如果试用情况良好，HSD公司将将以每副1元人民币的价格在北京市出售该产品。

HSD公司总裁接受新华社记者采访时表示，他在媒体上看到了北京雾霾情况后产生了向中国推广该公司产品的想法。据他介绍，该公司生产的鼻腔过滤器通过了欧盟医疗用品认证和人防护设备认证，在正常使用情况下能够高效吸附空气中从PM2.5至PM10大小的悬浮颗粒物与粉尘，包括花粉、尘螨等。该产品近期已在意大利上市，用于防止花粉过敏。

该公司还计划以相关粉尘防护专利技术为基础，与北京市共同开发用于家庭供暖排烟系统的过滤装置、机动车尾气排放过滤装置、建筑通风和内部空气循环的粉尘过滤装置等新产品。

代表北京市科委出席签字仪式的伍建民向记者表示，北京市科委通过中意技术转移中心平台引进该技术，将在北京进行测试后分析所得数据，再根据中国用户的特点和需求加以改进，并针对不同行业的排放特点进行相关产品开发，力求为解决空气污染问题作出贡献。

(刘宇 葛晨)

任职13年，从一线销售员到核心业务管理，直至接任马云成为阿里巴巴集团CEO。陆兆禧的职业生涯，似乎走得很顺畅。

陆兆禧：平凡人做非凡事

的文化和组织建设，培养了众多人才，而且有自己独特的领导风格和魅力。

陆兆禧对新事物的欣赏和学习能力，对关键问题的判断和决断力，以及强大的执行力令人印象深刻，更重要的是，在阿里13年的经历造就了他乐观且坚韧不拔的毅力，和对小企业、消费者的忠诚和感恩。

我深信他会在大家的支持和帮助下，带领阿里集团在商业生态建设上创造更大的奇迹。

通过这封邮件，马云对陆兆禧的欣赏跃然纸上。

2013年1月15日，阿里巴巴集团董事局主席兼CEO马云宣布，将于2013年5月10日起卸任CEO职务，以便全力以赴做好阿里巴巴集团董事局主席的全职工作。按照预定规划，新的CEO人选将于5月10日公布。

但计划总是赶不上变化。3月11日，马云便迫不及待地宣布陆兆禧为其接班人，这比预定的公布时间整整提前了两个月。

根据阿里巴巴集团资料显示，在接任CEO之前，陆兆禧的职务为阿里巴巴集团首席数据官兼云OS事业部总裁。

公开资料则显示，陆兆禧于2000年加入阿里巴巴集团，先后历任阿里巴巴B2B广东销售创始人、支付宝公司的创建总裁、大淘宝公司总裁和阿里巴巴B2B上市公司CEO以及集团首席数据官(CDO)等职务(阿里巴巴B2B业务于2012年实现私有化)。

甬企在日打赢电动牙刷侵权官司

■ 胡杨林

“当时真是被逼无奈呀。”10日下午，谈起刚在日本打赢的知识产权官司，宁波赛嘉电器有限公司总经理罗宁用这句话来表达他的心情，而这场官司花了他一年多时间，帮他挽回了每年在日本2000多万人民币的生意。

一次偶然发现，打开一国市场

宁波赛嘉电器是一家专业生产口腔护理产品的公司，主要产品是电动牙刷和牙刷消毒器，主要销售市场是日本、美国、欧洲，去年出口产值达5000万人民币，拥有自主知识产权的电动牙刷是该公司去年的主导产品。

罗宁的维权故事要从2010年说起，当时他发现，在欧美、日本等国，办公室女性都有一个习惯：在自己随身包里放上一支牙刷，午餐后、会朋友前，都喜欢在化妆间先用这类牙刷清新口腔，他们一天不是刷牙两次，而是四五次。

当时松下、飞利浦等品牌，也都开发了不同类型的便携式电动牙刷，罗宁也想抓住这个商机，他让自己的技术团队抓紧研发，终于在2010年10月推出了口红形状的便携式声波电动牙刷，型号为SG-923。

那年，普通电动牙刷每分钟振动次数为1万次，而赛嘉的这款牙刷达到了2万次，次数越多，证明清洁能力越强。而价格上，松下的电动牙刷单价近300元人民币，赛嘉只要100元人民币就够了，很有市场竞争力。

于是，2010年秋季广交会上，罗宁带着电动牙刷的新品样品去了，展会开始第一天，一家名叫丸隆的日本公司看中了这款电动牙刷，对方现场对牙刷拍照，还下了大订单，后来，还有十几家日本公司先后采购了这款牙刷。

2010年11月，在觉得自己的产品各方面都成熟的情况下，罗宁在国内给口红形状的便携式声波电动牙刷申请了外观专利。

势头正猛，却遇“侵权”风波

中国企业牙买加收获“双赢”结局

■ 朱庆翔

从牙买加首都金斯敦的诺曼·曼利国际机场前往市区，一条崭新的机场高速公路是唯一的必经之路。蜿蜒的高速路一边环抱着宁静安详的金斯敦湾，一边是波涛阵阵的加勒比海，沿途一道道风光旖旎的风景线展现在人们眼前。

这条由中国港湾工程有限公司承建的高速路于去年底正式交付使用。牙买加交通、工程和住房部长奥马尔·戴维斯形象地说，机场高速公路的建成“不仅将机场到市区的时间缩短了一半，更拉近了牙买加走向世界的距离”。

牙买加位于加勒比海核心位置，扼守美欧船只进入巴拿马运河的必经航道。金斯敦此前的机场路因年久失修，这里的“重要地位”很不相称。牙买加司机马克·曼宁说，之前路面狭窄曲折，路况很差，每当飓风袭来，汹涌的海水常常涌上路面，造成交通中断，“中国公司在高速路两侧修建了坚固的防护石墙，有效地抵御了飓风侵袭。”

中国企业严谨高效的工作作风令人心钦佩。中国港湾牙买加区域管理中心总经理唐中东说，高速路项目最初由牙买加当地工程公司负责施工，但由于技术、管理水平较低，工程进展缓慢。为保质保量完成工程，中心

在离交付期只剩一年的时候收回项目，并安排中国国内团队接手施工。

牙买加国家工程署官员去年初考察工地时惊讶地说，中国团队在短短3个月时间里完成了牙买加工程公司一年半的工作量。

每年7月至10月是牙买加的飓风多发季节。去年10月，飓风“桑迪”横扫加勒比海，而在建的金斯敦机场高速路及其护岸工程却岿然不动。奥马尔·戴维斯灾后考察时激动地说，如果没有中国公司对工程质量的严格控制，海浪很可能漫过机场路，沿岸基础设施和居民将遭受难以估量的损失。

“造桥修路是百年大计，容不得半点马虎，”唐中东说，“我们承建的项目折射着中国形象，必须经得住历史的检验。”

3年来，中国港湾牙买加区域管理中心积极参与当地公益活动，包括为牙买加警察和老人院捐赠器材，为牙买加奥运代表团和牙买加足球联赛提供赞助。就在金斯敦机场高速路竣工之际，中心还在新建公路上承办了牙买加第九届马拉松比赛，吸引了牙买加全国2000多名选手参赛。一位金斯敦公立医院的外科医生告诉记者，中国企业承建牙买加基础设施项目，给当地民众的生活带来实实在在的便利，对牙买加经济社会发展做出了积极贡献。

唐中东说，中国企业“走出去”的动力就

经历 从服务生起家的CEO

在很多人看来，陆兆禧和马云一样，都有一张朴实的脸。陆兆禧语速缓慢、笑容羞涩，笑起来时眼睛会眯成一条线。

据介绍，陆兆禧最初是在广州一家五星级酒店任职酒店服务生。经过三年的创业生涯后，加入了当时同样仍处在创业阶段的阿里巴巴，主要工作是销售。

2004年12月他被调任为支付宝总裁——支付宝同样是一家令人匪夷所思的公司，他和淘宝同时成长，目的是解决网络购物的支付问题。三年之后，陆兆禧接替了他的同事孙彤宇，成为淘宝公司总裁。

在媒体眼中，陆兆禧是一位安静的执行官，绝少接受媒体记者采访，也从不轻易抛头露面。但就是这么一个低调的人，却在不动声色间站上了一个高调的位置。

2007年末，当马云找陆兆禧出任淘宝网的总裁时，马云说，你要做好脱掉几层皮的准备。当时陆兆禧还没有感受到蜕皮的痛苦，不过他和这家公司都有漫长的路要走，包括已经出现的竞争对手、尚未实现的大规模盈利以及人人都在谈论、还不时有谣言流传的公开上市等。

在阿里上，陆兆禧从一线销售人员起步，陆续承担了阿里巴巴集团几块核心业务的全面管理职责。他在业内被称为“从端盘子

正当罗宁觉得企业将再次飞跃时，“意外”发生了：2011年6月底，罗宁突然连续几天接到在日本的十几家客商的投诉电话，原来他们全都收到了来自同一家日本企业的律师函，要求他们立刻停止销售赛嘉电器有限公司的口红形状便携式声波电动牙刷，原因是侵权，还要求他们赔偿损失。

“我当时可纳闷了，明明是我们企业自主研发的产品，怎么却侵犯日本企业的知识产权呢？”罗宁立刻委托和他们合作的日本客商进行调查。

原来，日本丸隆株式会社在未经赛嘉电器有限公司允许下，私自利用该公司提供的样品，加上他们在广交会对于牙刷新品拍摄的图片，在日本以创造者的名义申请了产品专利，对赛嘉电器有限公司的知识产权造成了侵占。

而更让罗宁郁闷的是，丸隆在日本申请这款产品专利的时间居然比赛嘉在中国申请专利的时间早了一周。

日本丸隆株式会社发出律师函的第二天，赛嘉在日本的客商将口红形状的便携式声波电动牙刷全部下架了。



近年来，中国港湾积极实施“走出去”战略。截至目前，集团仅在牙买加承建的基础设施项目投资总额就超过10亿美元。

在于能够创造“双赢”局面，一方面以先进的管理技术水平服务当地建设，另一方面通过拓展海外市场为企业发展赢取空间。

2010年初，中国港湾凭借金斯敦机场高速路项目和牙买加全国路网改造工程两个政府间框架协议项目进入牙买加市场。此外，中国港湾还获得了总投资超过6亿美元

干起的老总”。根据阿里巴巴退市前的一份年报披露，其2011年的B2B公司高管年薪、花红及股票套现，时任阿里巴巴CEO的陆兆禧以4757万元位居第一。

陆兆禧任职13年“战绩”

陆兆禧任职13年，以其聪明才智和勤奋努力在业界交出了一份让人称奇的成绩单——2004年：任支付宝总裁，三年后将其做到占据国内电子商务第三方支付产业过半市场份额；2008年：任淘宝总裁，启动大淘宝战略，又成功推动C2C集市向电商平台演进；2011年2月：阿里巴巴B2B公司CEO卫哲引咎辞职，由陆兆禧接任CEO一职。

陆兆禧接替卫哲后，加大了淘宝打假的力度，运用狠招反腐，将风波平息；2012年9月：阿里巴巴集团宣布云OS独立于阿里云事业群运行，陆兆禧兼任该业务总裁。

马云将重任交与陆兆禧，陆也十分珍惜马云的信任，他表态说：我们正处于快速变化的时代，压力和挑战并存，但我们必须牢记客户第一的出发点，延续‘平凡人做非凡事’的一贯风格，以开放、透明原则，向全社会分享阿里巴巴集团的资源。

我必将不辱使命，尽心尽力，和所有阿里人一道，践行‘让天下没有难做的生意’这个核心使命，为实现成为一家卓越公司的梦想而努力。

全靠原设计文件，赛嘉胜诉

2011年9月，在咨询了国内WTO研究所专家和众多知识产权方面的律师后，罗宁去日本呆了一周，和丸隆株式会社洽谈，要求日方停止非法行为，但受到对方要挟和讹诈。

经过准备，2011年10月，赛嘉电器在日本正式起诉丸隆株式会社。

让罗宁没想到的是，这款牙刷的原设计文件起了关键作用：当初怎么会有这个创意的，产品是如何慢慢研发的，牙刷造型设计的电脑数据是不能仿造的，而对方申请专利时只凭借了2张图片，拿不出原设计文件。

今年2月28日，罗宁终于收到日本律师寄来的判决书，判决书出来了，日本法院下达的判决书上这样写道：本次案件外观专利拥有者也就是被告“丸隆公社”在收到宁波赛嘉电器创造的产品SG-923的样品后，根据样品相关照片，然后以自己的名义在日本申请该产品的外观专利，这是一种冒领申请行为，违反了专利法的规定。

的牙买加南北高速公路建设合同。

截至目前，中国港湾承建的牙买加基础设施项目投资总额超过10亿美元，先后为当地提供了2000多个就业岗位，牙买加主流媒体《集锦报》执行总裁奥利弗·克拉克将这家中国公司称为“为牙买加经济社会发展做出最大贡献的企业”。

眉山在京签约234亿元

成为部分。全市招商引资到位内资连续五年居全省第2位，经济总量连续六年保持14%以上的增速。

据眉山市委书记李静介绍，作为四川省多点多极支撑战略中西部地区核心增长极成都经济区的重要市州，眉山市瞄准世界500强企业和中央企业招大引强；始终

把发展民营经济放在突出的位置，舍得给民营企业政治荣誉、社会地位、物质待遇，充分利用“成都区位、眉山成本；成都区位、眉山服务”优势打造投资“洼地”，成为四川最具活力的开放高地、最富商机。

(温清)