

2 热点透析 Hot Dialysis

海促会搭桥 台湾农产品农博会上俏销 5 亿

■ 胡光华 文 / 图

“莲雾怎么卖？”
“不好意思，莲雾卖完了。这是展品，不能卖的。”

“我们没吃过台湾水果，卖我一个吧！”
这是发生在第十二届中国长春国际农业·食品博览会(简称“农博会”)上台湾馆的一幕对话。8月25日闭幕的农博会，台湾农产品卖得超级“火爆”，许多台湾农产品都卖断了货。

与往届相比，本届农博会首次新设了台湾特色农产品展。在海峡两岸中小企业联合促进会(以下简称海促会)的牵线搭桥之下，共有184家台湾企业组团前来参展，东北地区的老百姓第一次在家门口就品尝到了台湾名优特产。

在台湾特色农产品等新亮点的拉动下，8月16日~25日在长春举办的农博会累计实现现场交易额11亿元，其中台湾农产品交易额高达5亿。

受益于此，长春市副市长陈已表示：“今后，农博会将继续设立台湾农产品展厅，扩大台商参展规模！”

台湾农产品争奇斗艳卖断了货

凤梨、芒果、莲雾，台湾水果个个鲜艳夺目；凤梨酥、豆酱、牛轧糖、鱼肉松，样样酥香爽口，令人垂涎欲滴。

虽然长春农博会首日，下着磅礴大雨，但台湾特色农产品展馆依然吸引了众多喜欢尝鲜的消费者。

“真的很好吃，非常香，以前在长春没吃过。”在台湾“一来顺食品”展位前，一位参观者试吃了豆豉鱼干酱后，立刻买了两罐。据“一来顺”公司经理陈丽珠介绍，此次“一来顺食品”带来了台湾老酱、面线、贡糖等农产品参展，“都是正宗的台湾味道，这几天卖得很好。”

台湾唯一专业生产制造黑蒜的工厂——丰蓉国际有限公司董事长黄丰志当天亲自到场推销他的黑蒜头。黄丰志告诉记者，他们公司一年大概生产保健休闲食品100吨，产值1亿台币，其中农业高科技产品的研发每年投入达3000万台币，约占产值的三分之一。该公司研发的黑蒜头卵磷脂可以起到软化、清理血管的功效，比普通蒜头的价值高出百倍。
“这茶香气细腻，没有杂味，入口后回味无穷，是好茶！我买两包。”长春市民刘满满品尝了惠国台湾茶后，赞不绝口。第一次参加农博会的惠国台湾茶老板许志国告诉记者，他们公司“只售台湾茶”，“我们公司的茶叶中，你只要发现一叶非纯正台湾茶叶，一叶赔10万元。”

台湾骐胜集团董事长陈秋贵世代从医，



吉林省委常委、纪委书记陈伦在海促会主席吕双辉的陪同下，走访了农博会台湾馆。

该公司主要生产两大系列产品：金门一条根和黄金姜，该公司生产的跌打损伤药已风靡全台湾，占据了台湾90%的市场，年销量达500亿台币。“钱多钱少，够用就好。作为医学世家，我们以救人快乐之本。”因金门一条根早已墙里开花墙外香，前来咨询、购买的人流络绎不绝。

记者从农博会组委会了解到，本届农博会首次设立的台湾专馆，共吸引了184家台湾农业和食品企业参展，其中包括台湾南投县农会、富香珍食品行、和顺丰有限公司等台湾知名企业 and 商会。

8月18日下午，吉林省委常委、纪委书记陈伦一行，特意来到了农博会台湾馆参观。同时，品尝了台湾特产。陈伦表示，两岸农业企业应加强交流与合作，寻找能带动两岸互利共赢的农产合作新模式。

海促会贴钱免费让台商参展

“一来顺”公司经理陈丽珠说，“以往我们到大陆来参展，往往总是意向的很多，适合我们的很少。这次来参加农博会，主要是受海促会的邀约。我们期望透过海促会的管道，拓展在大陆的销售，希望能在东北吉林找到有合适通路的代理商！”

看到台湾馆里人流如织、交易红火，身为福建泉州人的海促会主席吕双辉非常兴奋，感觉连续三四个月来的辛劳没有白费。

作为本届农博会的协办单位，农博会台湾馆就是由今年6月在香港正式揭牌的海促会一手承办的，所有的台商均是由吕双辉的团队一次次前往台湾牵线搭桥而来。为了减轻台湾参展商的费用，海促会全额承担了农博会台湾馆的所有摊位费用，并将其免费提

供给台湾会员，对有困难的会员甚至提供参展补助。

“原来报名参加农博会的台湾企业有600多家，因展位有限，我们最后只能忍痛割爱，从中筛选了184家最能代表台湾特色的企业来参展。”

本届农博会上，台湾德和休闲农园园长蔡德峰带来了蜂蜜、花粉、香米等特产，“这次收获很大，不仅卖出了商品，还结交到了新朋友。如果有机会，希望以后可以在长春找到代理商，设立经销处。”吕双辉告诉记者。

前来参加农博会，并不是单纯是为了卖产品，更主要的是为了寻找代理商，许多台商均有着共同的想法：

丰蓉国际有限公司董事长黄丰志表示，目前，正在大陆寻找经销商。同时，打算在大陆设立加工厂，海促会正在全力帮助我们打通在大陆的展销通路。

“很想将金门一条根和黄金姜引入到大陆来，由于大陆药品市场尚未开放，目前不能将该产品直接引入大陆。只能从台湾把原料进来，在深圳加工生产。准备在大陆设食品厂、药厂。”作为海促会常务副会长，台湾骐胜集团董事长陈秋贵这次自己带了60多家台湾企业过来参展。

台湾台中市政府负责人表示，现在很多台湾企业都看好大陆市场，希望通过这样的展会推广台湾特色产品。台湾品牌农业推广协会理事长张玉成接受记者采访时说，希望通过农博会这个平台，帮助更多的台湾企业找到对接代理商，拓展东北乃至整个大陆市场。

打造永不落幕的台湾农产品展



农博会上台湾农产品俏销。

吕双辉告诉记者，上世纪90年代初他从泉州到深圳创业初期，得到了吴能明等台商的贵人相助，总想寻找机会回报来自对岸的“恩人”。这些年来，经常往返于台湾，借助这些机会，他广泛接触了岛内中小型民企、个体户、农民，了解到他们在“登陆”创业方面有着迫切的现实需求。可他们原先在大陆缺少一个“组织”，以往到大陆来，只能奔波辗转于大陆各地展会，东西卖好了高兴，卖不好展会一结束又得将东西打包运回去，非常辛苦，没有一点归属感。

怎么解决这一问题？琢磨来琢磨去，吕双辉便萌生了成立海促会的想法。“在海峡两岸人民交流互动的平台上，以往官方有海基会、海协会，但缺少民间交流平台。现在有了海促会这个民间平台，两岸交流就有了官民互动的‘三驾马车’，海基会、海协会商定的政策及各项议题，可以在海促会这个民间平台上得到更好的落实。”

据了解，海促会成立以来，已得到了两岸中小企业的广泛拥护。目前，大陆和台湾各有1000多家企业加入了海促会。

“有了海促会这个平台后，今后台农到大陆来，就有家的感觉。”吕双辉透露，海促会准备打造一个符合台湾人生活、居住、工作习惯的台湾农副产业产业基地，前店后厂，既可居住办公，也有台湾农副产业交易市场、台湾精品馆。

目前，大陆第一个台湾精品馆已在吉林长春设立。并在农博会期间惊艳亮相。

“以后，台湾参展商没卖完的东西就不用再打包运回去，可以放到我们分布在各个地方的精品馆，由我们代销。”吕双辉甚至连销售模式都设想好了：一方面可以通过抽样打包的形式做成礼品礼盒团购销售，另一方面

可以做成伴手礼，给那些结婚、庆典、小孩满月、做寿、乔迁等宴会场所用。

吕双辉表示，今后将对进入台湾精品馆的台湾农产品进行两次包装，并加入防伪识别的元素，品牌化销售，“展会毕竟才几天，真正要让台湾农产品实现在大陆的常态化销售，就要让其集中到台湾精品馆来，真正让展会实现永不落幕。”

吕双辉透露，今年到春节前准备建十个台湾精品馆。除了吉林之外，今后还准备在天津、内蒙古、贵州、广西、江西、南京、包头等地各建一个。

奢侈品价格十年涨六成 爱马仕计划明年提价

■ 郑爽

法国奢侈品商爱马仕(Hermes)计划明年提价。据报道，日前爱马仕在公布集团上半年业绩时表示，集团计划明年对产品进行提价，丝绸和皮革等原材料价格的上涨是部分原因。

最新公布的业绩显示，2013财年上半年爱马仕销售额达17.672亿欧元，同比增长11%，净利润同比增长近14%。其中，除日本外的亚太地区保持增长势头，同比增长17%。爱马仕表示，中国市场继续显示强大的生命力。但由于钟表行业的普遍不景气，上半年爱马仕钟表业务的销售下跌1%。

在公布业绩的同时，爱马仕宣布明年将进行提价。而爱马仕的竞争对手如路易威登(Louis Vuitton)、古驰(Gucci)在今年早些时候已经开始涨价。

和这些竞争对手一样，爱马仕将明年的涨价归因于原材料成本的增加，并且此举可以缓解汇率波动为品牌带来的影响。例如日元兑欧元走弱，而日本市场几乎占据了爱马仕全球销售的五分之一。同样地，路易威登自今年7月起对日本市场的手袋、钱包等皮具产品进行平均8%左右的提价，以对抗弱势的日元。

事实上，奢侈品牌在全球依据欧元汇率的变化为涨价基础是其一直以来的规则，这次也属于常态性的调价，而在每年春夏新品、秋冬新品上市之前是奢侈品牌进行调价的契机。

法国马赛商学院MBA、EMBA主任Michel Gutsats接受记者采访时称：“通常这样的涨价每年都会发生2-3次。”

每年常态性涨价，已致使奢侈品在过去几年里累积较大的价格涨幅。美国劳工统计局统计显示，在过去的10年里，奢侈品的价格已经上涨了60%。价格上涨的原因包括：原材料成本价格日益走高；换季打折亦导致价格上涨；新涌现的富翁越来越多。

业内专业人士在接受记者采访时分析：“通货膨胀、原材料以及人工成本上涨这些都是客观原因，提价对于奢侈品牌而言也是一种策略，以维持其高端形象。”

而日前财政部部长楼继伟在向全国人大常委会报告中提到，下一步将扩大消费税征税范围，将部分严重污染环境、过度消耗资源的产品及部分高档消费品等纳入征税范围，并调整消费税征收环节和税率。在业内人士看来，这也将成为奢侈品牌在不久的将来提价的原因之一。

对于未来，意大利男装奢侈品牌Kiton中国区总监贾斌在接受记者采访时认为：“真正高端、高品质的奢侈品还会继续涨价。”

而奢侈品不断涨价也令市场上出现“买奢侈品保值”说，但业内人士并不认同：“现在奢侈品基本上都是量产，这大大降低了奢侈品过去的专属性和稀缺性，只有极少量的古董型的奢侈品还具有保值性，如今在更大受众范围内流通的奢侈品基本上已不具备保值性。”

韦广：以德治企，用“人和”文化成就梦想

■ 欧建雍 杨正存 马兰兰

“国家需要德治，而作为国家‘细胞’的企业更需要德治。把‘以德治国’落实到企业，就要在全体员工中牢固树立‘以德治企’的观念。‘以德治企’是增强企业市场竞争力的现实需要，市场经济是法制经济，同时也是一种道德经济”。近日，广西宏科房地产开发有限责任公司董事长韦广向记者描述了自己未来治企的思想，其企业文化精髓充分显示出其实效性、适应性、渗透性和先进性。

广西宏科房地产开发有限责任公司是一家年轻但充满生命力的房地产开发企业，这种生命力的源泉来自宏科企业文化构建。无论是公司宗旨“顾客至上 诚信为本 团队合作 卓越创新”还是公司理念“居雅人和”都折射了企业要打造一流企业的愿景，文化墙上挂满了近年来公司获得的各种荣誉证书，“全国建筑业先进企业”和“重合同守信用企业”这些行业“含金量”极高的荣誉正是这种企业德文化磨砺练就的体现。

企业家日报：宏科公司正处在企业发展的上升期，为何在这个时候提出要依德治企？

韦广：我国的传统文化，历来强调个人的品德修养，道德正能量是实现“中国梦”的动力之源。中国企业在过去30年取得了令世界刮目的发展成就，这得益于中国的改革开放和利好政策。下一个30年，中国企业在全球化背景下将面临许多问题，比如说土地的成本、劳动力成本，政策优势逐渐减弱等等，而且市场上的竞争主体也越来越多，我们将面临更大的挑战和更好的发展机遇。

过去几年，宏科公司的企业文化围绕“夯基础，求生存”追求经济发展的层面上来建立，注重企业管理方法，公司经过前期的发展，已有了一些原始积累，可以说已经建立了一套科学的管理体系。随着市场的变化，顾客的诉求和企业对自己要发展的要求会不断更新企业文化。宏科公司下一步将秉承“诚信为



广西宏科房地产开发有限责任公司董事长、南宁河池商会执行会长韦广

本，以德治企”的管理理念，坚持以人为本，依靠人、尊重人、关心人，培养人的现代企业管理思想，倡导“信念 责任 真诚 自强”先进的德学企业文化来适宜社会发展的需要。

企业家日报：企业道德作为企业成员群体的组织道德具有内聚自约功能、均衡调节功能、导向激励功能，对于企业成员的道德品质和社会公道具有重要的影响。请问您打算怎样结合当下社会企业的职业道德状况来改变宏科的企业文化？

韦广：当今，中国政府出台的政策法规和各项制度已越来越完善，也更严厉，但是食品安全、药品安全和产品质量问题屡见不鲜，每次曝光总会掀起一场舆论风波，人们对中国企业和企业家的批评声和质疑声不绝于耳，更可怕和可悲的是，我们的一些企业家在事件出现时所表现出来的态度和对事件处理所采取的措施。近日发生的新西兰恒天然“肉毒杆菌事件”，再次掀起舆论一片哗然。但截至目前，涉及恒天然事件的奶制品食用后不适的案例还没有出现；而当年三鹿奶粉对众多儿

童的毒害，令人不寒而栗。有网友曾发出如此感叹：中国企业家的道德良知去哪了，到底还要不要我们活?!如此种种拷问之声虽然有点偏激，但反映了国人的内心变得越来越焦虑。

恒天然集团向政府主动报告问题的做法，还是得到舆论的认可，也让我们从中看到了洋奶粉恒天然公司的企业道德。

说到企业道德，就要讲到企业价值观。孙子曰：兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察。企业价值取向犹如“兵者”，是企业的经营之道，是企业能够生存得以发展的核心理念。我始终认为员工价值是是实现企业价值的关键，因此宏科公司始终围绕“人性”和“人情”构建企业“人和”文化，经过几年的行进和奋进，宏科人的凝聚力和向心力都在不断增强。但说实话，我慢慢发现公司在执行力方面还是有些“被动”，缺乏一种内心信念的东西。这个时候提出重整企业文化，是企业转型所需，于我个人来说是“转心”，是改变企业的经营哲学，改变自己的人生哲学。

企业家日报：企业道德是企业文化的衡量尺度，是企业精神的表现形式，是企业氛围的组成要素，是企业文化的高层次意识。要建立一个“天、道、地、人”和谐的企业道德为基础的企业文化，非一日之功所能，需要长期的积累。宏科公司将采取什么措施和步骤(战略规划)？

韦广：宏科公司从公司建立之初，就把“文化兴企”作为企业发展的战略思想，目前已形成了初步框架，只是像公司宗旨“顾客至上 诚信为本 团队合作 卓越创新”这些东西都是可以百度，公司设立的“爱心捐款箱”也都可以复制。习近平书记说得好，“我们自己的饭碗主要要装自己生产的粮食”。宏科公司也要建立自己的企业文化，“道”是宏科公司文化的魂，是真理；“德”是宏科公司文化的根，是品质，我们将从根部培育，从办公基地布局到企业文化内容以及执行层面等，硬件和软件都要进行提炼和提升。大树枝繁叶茂，需要长期保持根部的营养和水分，宏科人一