

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 122 期 总第 9165 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2018 年 7 月 3 日 星期二 戊戌年 五月二十

新闻简讯 | News bulletin

新西兰毛利企业将组团登陆天猫

新西兰毛利发展部长纳娅娜·马胡塔日前在惠灵顿宣布,新西兰的毛利企业将组团登陆中国电子商务平台阿里巴巴旗下天猫国际。

马胡塔表示,新西兰的毛利企业抱团试水中国电商平台是“重大创新”,将新西兰产品投放到中国这个重要市场“令人兴奋”。

新西兰贸发局官员安德鲁·霍尔登介绍说,13 家新西兰毛利企业已组成企业联盟,准备打包其产品,通过新西兰邮政在天猫国际的渠道进行展示销售。中国消费者下单后,新西兰邮政通过与中国邮政的合作渠道直接发货给中国消费者。

霍尔登表示,新西兰贸发局正在组织更多当地企业与中国电商平台合作,这将成为未来新中两国贸易的新趋势。他还告诉新华社记者,毛利企业联盟的产品计划今年 11 月在首届中国国际进口博览会上亮相,形成线上线下同步销售。

阿里巴巴集团新西兰地区负责人皮尔斯·斯马尔德斯向记者证实了这一最新合作。斯马尔德斯说,现在已有超过 700 个新西兰品牌通过阿里巴巴旗下电商平台向中国消费者直销,且这一数字仍在迅猛增长。

据悉,此次登陆天猫的 13 家新西兰企业主要生产葡萄酒、蜂蜜、奶制品和软饮料等。这些企业主要由新西兰毛利人经营。

(郭磊 田野)

卧龙电气完成收购美国通用电气小型电机业务

中国电机生产企业卧龙电气集团股份有限公司与美国通用电气公司 6 月 29 日在美国亚特兰大签署收购文件,完成了以 1.6 亿美元元现金收购后者小型工业电机业务的交易。

卧龙电气董事长陈建成在接受新华社记者采访时说,从 6 月 30 日起,通用电气小型工业电机业务正式成为卧龙电气全球业务的重要组成部分。他表示,这起收购是卧龙电气全球战略规划的里程碑,对公司进一步强化核心业务、扩大全球销售网络、拓展全球技术合作等具有重要推动作用。

据陈建成介绍,卧龙电气还和通用电气签署了通用电机 10 年品牌使用权协议,新卧龙电气小型工业电机公司的销售中心将设在美国得克萨斯州休斯敦。

此次收购主要涉及通用电气 1750 马力以下的低压和 TEFC 中压电机的设计、开发、制造、销售等业务,资产主要包括通用电气工业电机墨西哥股份公司 100% 股权、通用电气电机服务股份公司 100% 股权及其他 13 家实体涉及与本业务有关的资产与雇员。

(杨士龙)



热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com



实体更实 制造更“绿” 动能更新——江苏实体经济一线调查

<<< P3

中欧融合创新实践合作新模式

欧洲多国机构入驻中科信息港并举行一带一路中欧商协会国际论坛

6 月 29 日,2018 广东国际科技商贸文化合作洽谈会暨欧洲多国机构入驻中科信息港揭牌仪式与国际商品体验城启动仪式和一带一路中欧商协会国际论坛在东莞石龙镇中科信息港举行。波兰共和国驻广州总领事馆副领事约恩娜·亚赫斯女士、保加利亚国家议会议员马里巴涅瓦(MariBaneva)女士、凯尔采市政府中国商务代表宋婕女士、法国共和党亚洲事务部委员蔡垂彪(Bernard SOK)先生、柬埔寨皇国上议院国务秘书林鑫先生、欧洲商会会长联盟、中东欧商会会长联盟会长张铭飞先生、意大利蓬泰·意中高新项目协会秘书长安德烈(ANDREACINCOTTO)先生、希中经济贸易文化交流协会会长妮可蕾塔卡贝罗尼(NiKolerraKap Eroni)女士、瑞士欧亚文化旅游集团执行长朱爱莲女士、欧中友好协会中国代表处首席代表、世界生态文化协会会长吴晓珊女士、德国国际企业家商会驻华首席代表和建雨先生等 14 个国家 18 个机构商会代表、吉林省贸易促进委员会、武汉市政府商务局、重庆市荣昌区政府等地方政府以及东莞市、石龙镇相关部门负责人参加了此次活动。

本次活动以“中欧融合发展新时代,创新实践合作新模式”为主题,旨在打造一个国际商协会资源共享平台,再次落地入驻一批具有国际影响力的商协会到东莞,探索筹建国际科技商务交流合作平台、筹建中欧名优产品体验交易中心,探索并实现国际商协会服务标准和体系,搭建国际商协会与政府、服务机构的对接,建立全球国际商协会沟通阵地。活动主办单位负责人,欧洲商会会长联盟、中东欧商会会长联盟会长张铭飞先生致辞:目前,中欧面临非常难得的合作机遇,中国国家主席习近平提出共建“一带一路”倡议。“中东欧有 16+1 合作机制”,我们入住东莞中科信息港欧洲商会平台又是“粤港澳大湾区”发展战略所在地。中国经过 40 年改革开放,既有丰富的经济发展经验,也有广阔市场和雄厚资金,为欧洲国家商会和企业合作提供良好机会。

欧洲商会会长联盟、中东欧商会会长联盟拥有 30 个欧洲国家商会资源。传统的老欧洲拥有科技、教育、人才及优势产业资源。中



东欧国家市场具有经济发展比较快,经营成本低,中国人比较少,商业机会多等特点。这也为中国商会和企业进入市场提供了机会。

广东是全国经济大省,也是改革开放的最前沿,连接“一带”和“一路”的重要枢纽。广东积极构建开放型经济新体制,加快形成全面开放新格局,努力发展更高层次的开放型经济,特别是抓住建设粤港澳大湾区的重大机遇。粤港澳正在打造大湾区国际一流湾区和世界级城市群,这必将为全球投资者提供重大的投资贸易机遇和更为广阔的发展空间。

东莞位于粤港澳大湾区的核心区,是广东科技创新走廊的脊梁,东莞强大的制造能力、健全的产业链享誉全球。我们目前正处在广东铁路国际物流基地的所在地,广东省中欧班列、中亚班列的始发站点。东莞是全国构建开放型经济新体制试点试验城市,对外开放发展经验向全国推广,形成了电子信息、电气机械及设备、纺织服装鞋帽、食品饮料、造纸及纸制品等支柱产业,为中外合作提供了良好条件。

张铭飞最后强调:我们愿意在搞好与广东省和东莞市合作基础上,与其他城市搞好合作。希望与武汉、重庆和成都,吉林省及海

南省和其他城市搞好合作,通过合作,实现繁荣和发展欧中经济。

本次活动,14 个国家 16 个商协会带来了一批科技、商贸、文化合作项目,现场进行了推介与对接,并举行了欧洲 14 国机构入驻中科信息港揭牌仪式与国际商品体验城启动仪式。

据统计,今年上半年有 10 家境外机构入驻东莞中科信息港,通过本次洽谈会,二次新增了 8 家进驻。中科信息港全称称为东莞市中科信息港产业孵化有限公司,是由东莞市石龙镇人民政府与东莞中国科学院云计算产业技术创新与育成中心共建的国家级科技企业孵化器项目,定位为广东省首个“一带一路”现代信息服务园。

世界商协会协同发展是新时代发展的必然趋势,是实现国内与国外、政府与企业、企业与企业、企业与社会之间相互联系的重要途径,是在市场经济条件下实现资源配置不可或缺的新力量。建立国际商协会的有效对接,需要平台化、常态化、多样化的沟通形式。

6 月 30 日,欧洲商会会长联盟、中东欧商会会长联盟、东莞市中科信息港产业孵化有限公司、中科云智国家级科技企业孵化器

还举行了“2018 广东国际科技商贸文化合作洽谈会暨一带一路中欧商协会国际论坛”。

欧洲商会会长联盟、中东欧商会会长联盟张铭飞会长、保加利亚国家议会议员马里巴涅瓦女士、中东欧-中国文化旅游交流促进会执行秘书长赵以伟先生、希腊-中国经济贸易文化交流协会会长妮可蕾塔卡贝罗尼女士、法中文化交流促进中心主席 Bernard SOK(蔡垂彪)、斯洛文尼亚玛丽扬维德林(Marjan VEDLIN)先生、中科信息港产业园总经理李国文先生、世界莞商联合会副会长何志鹏先生、亚太设计师联盟东莞分会副会长罗峰先生、东莞市美术家协会傅进南副主席、东莞市高新技术协会夏正昌秘书长、广州琶洲会展经济促进会吕副秘书长、环球商务荟陈玉和会长、国家小家电产业技术创新战略联盟吴国昌理事长、中国欧洲经济技术合作协会符斌主任、东莞市福建商会纺织服装协会伍振耀会长、东莞市制帽行业协会张解平执行会长、东莞市郴州商会肖振斌会长、东莞市电子信息行业协会张伟会长分别在论坛上分享了商协会之间的合作,增进中外商协会的交流互信,探索更务实高效的合作模式。

(彭慧)

中国时尚产业:“新玩法”催生新产业

■ 新华社记者 张辛欣

求新是时尚永恒的主题。互联网时代,时尚产业对“新”的追逐愈演愈烈,不仅有创意迭出的设计、瞬息万变的潮流以及面料版型的革新,更包涵了新技术、新场景,催生了新产业。

中国时尚产业有哪些“新玩法”?在中国服装设计师协会近日于杭州召开的中国时尚大会上,与会专家、设计师、学者等展开讨论。

新技术:用“数据”说话的中国时尚

因数据的注入,时尚有了更具象的表达。随着信息技术向全方位渗透,人们不再需要凭猜想预判下一季的潮流,也无须等货品上



架甚至返仓才知晓市场的风向。大数据一键读取、智能分析,便能给出答案。从设计、制造到渠道、营销,数据正为时尚产业带来深刻变革。

首先是设计力。“随着‘80 后’‘90 后’消费群体购买力上升,消费也逐渐进入看‘颜值’的阶段,设计成为非常重要的生产力。”北京吉芬时装设计有限公司董事长谢锋说,信息、数字技术很大程度上解放了设计的力量,

让创意与需求精准衔接。

比如,在前期创意时,品牌可通过数据从纷繁的流行趋势中提炼关键元素,对潮流进行预判;数据可为商家找到品牌受众和潜在客户的喜好,随时监测产品的市场反响。“我们正在尝试用数据寻找特定场景,围绕场景进行相关的产品设计、服务设计。”阿里巴巴集团天猫新零售运营专家慧捷说。

数据也让生产运营逐渐告别“经验论”。“市场变了,过去的经验未必适用于今天。”设计师武学凯认为,积累数据、经营数据是时尚品牌适应新消费、新场景的关键。

提升效率和精准决策的同时,数据也让品牌与用户的关系更紧密。“很多时候,用户看到图片就想获得这件衣服,而不是再到线下门店去寻找。”武学凯说,依托于数据的社交正成为产业主流零售模式。

新产业:以共享为核心构建“朋友圈”

从制造生产到生产服务一体化,从各环节纵向衔接到共享设计、制造和品牌,时尚产业加速形成新生态。

“时尚走向大众,尤须兼顾高品质和高性价比,共享是解决问题的突破口。”中国纺织工业联合会党委书记高勇说,一方面,生产与服务充分融合,另一方面,产业链各环节加速实现共创共赢。

“消费者可以参与服装的设计、制造,供应商也在改变‘角色’。”中国服装设计师协会主席张庆辉认为,以连接为关键词,将设计、面辅料、制造、渠道等有机协调,中国时尚产业探索形成众包众创、共享共赢的产业模式。

[紧转 P2]

