



从卖产品到卖品牌 中国茶企融资思变

□安明霞

便成了企业发展的瓶颈。

融资念头日渐浓

回顾 2010 年的中国茶产业,最引人注目的事件是茶企对资本的关注。已经拥有一定品牌影响力的茶叶企业,2010 年更多的精力是接待来自于投资公司的考察。

资本介入茶产业

诞生于上世纪 90 年代的中国大部分茶企,营销思路多是简单的“卖产品”。到 2000 年之后,中国小部分茶企开始有了品牌意识,注重打造企业品牌,从“卖



2009 年以来,资本开始介入中国茶产业,标志性事件是中国矿业收购福建武夷星茶业以及云南龙润普洱茶集团在香港上市。

产品”过渡到“卖品牌”,天福茗茶、大益普洱茶、八马铁观音、七彩云南等一批茶企品牌逐渐被消费者所熟知。2009 年以来,资本开始介入中国茶产业,标志性事件是中国矿业收购福建武夷星茶业以及云南龙润普洱茶集团在香港上市。2010 年 9 月和 12 月,北京和深圳先后举办了以“茶与资本”为主题的交锋论坛。从产品——品牌——资本,尽管中国茶企大多还处于产品经营阶段,小部分开始经营品牌,只有个别企业意识到资本的价值,但 2010 年资本成了行业内众多企业家热衷于谈论的话题。

经营创新成“必修课”

我国茶企发展时间较短,大部分属于家族企业,财务制度不健全、缺少人才、管理水平较低等现象可以说是企业的通病。茶企总体发展较慢,普遍存在着企业资本规模小、科技创新能力弱、生产水平落后、产品结构单一、抵御风险能力差等特点,加上部分茶企缺乏自我发展的创新机制,不少茶企在需求约束环境中还是靠传统的价格战、人情手段来保住市场,而不能通过创新来形成新的市场和效益增长点,不能创造具有独特性的优势产品。

有关专家指出,经营创新已成为目前中国茶企的当务之急。

青海发展生态畜牧业 绿了高原富了群众

青海省推进畜牧业合作社经营机制创新,大力发展生态畜牧业,不仅取得了试点地区草原减人减畜、染绿辽阔高原的生态效益,还实现了转变畜牧业发展方式,群众增收致富的经济效益。

青海省拥有 447 亿亩可利用草地资源,面积居全国第四位。然而,青海省畜牧业发展水平却相对落后,单纯的草地畜牧业发展模式造成过度放牧现象严重,牧民增产不增收。同时,草场退化、沙化现象也威胁着作为“中华水塔”的三江源地区的生态安全。

青海农牧厅畜牧处处长马清德说,2010 年青海在全省 6 个民族自治州选取 30 个村作为示范村,300 个纯牧业村作为启动村,建立生态畜牧业合作社。牧民通过草场、牲畜、饲草料地等生产资料作价入股,将原有的

(陈国洲)

责编:邓梅 编辑:林荫
版式:张彤 校对:梁英
2011 年 2 月 15 日 星期二

JINGYINGCHUANGXIN

经营创新

听向文波讲述“三一”创新

编者按

最近,接连而来的两个含金量极高的奖项,让三一人的 2011 年春节过得格外喜庆。从易小刚荣获首届“十佳全国优秀科技工作者”到科技创新平台获国家科技进步二等奖,这两个影响行业,令世人瞩目的奖项,充分彰显了三一的创新能力与实力。

□路云

“过去,我们依靠自主创新才突破重围取得了发展。未来,我们也只有依靠更加积极主动的创新,才能做大做强,走向世界。”面对至高荣誉,三一重工总裁向文波如此说道。

13 年付出不辱使命

“全国优秀科技工作者”称号对被授予者只授一次,为终身荣誉。此次表彰人数不超过 1000 名,从中产生的“十佳全国优秀科技工作者”已足见含金量,易小刚笑得自信从容。

三一重工“工程机械技术创新平台建设”项目的获奖,是国家对于三一这个企业的系统创新工程的奖励,是对三一整个企业创新能力的认可,其意义已



向文波

完全超过对单个技术的奖励。截至目前,全国仅有 21 家企业获得该奖项,三一也是其中唯一一家工程机械企业,这也是我国工程机械行业获得的国家级最高荣誉。

记者还了解到这样一个故事。2009 年,国家科技部副部长曹健林来到三一,全面考察了解后,曹部长主动提出,三一的创新已经具备申请国家科技进步奖资格,可以成为企业创新的一个典范。于是,三一才积极准备资料,也终于不辱使命。

“三一的发展完全就是依靠自主创新。”三一重工总裁向文波的口气不容置疑。

从优秀个人到优秀组织的创新获得肯定,经过 13 年的努力,三一的创新能力得到了最权威的解读。



三一重工执行总裁易小刚荣获首届“十佳全国优秀科技工作者”终身成就奖。

创新 企业发展最快最稳的方式

向文波认为,改革开放 30 年来,在全球工业领域,中国真正取得成就,并在全球范围内打响品牌、具有竞争优势的,工程机械行业应该属于其中一个。

三一的销售数据显示,从 2005 年的近 60 个亿到 2010 年突破 500 亿,5 年来,三一集团销售额平均每年增长率超过 50%。三一重工主营业务收入平均每年增长超过 90%,利润总额增长超过 70%。

无论是创新能力、经营规模、盈利能力还是市值,三一已经是国内工程机械行业当之无愧的老大。从全球来说,5 年来三一重工股东回报率排名第五。

上个世纪 90 年代,国外品牌垄断了中国工程机械市场,我国混凝土机械 95% 为进口产品,大吨位履带起重机械、挖掘机械几乎全部依赖进口,同时国外厂家设

“合纵连横”创新意 桂林招商引资注活力

□孙敏 熊小清

2010 年是桂林市招商引资成绩斐然的一年,亮点频出。不仅全市招商引资规模和质量再上新台阶,外向型经济发展水平也有了新提高,区域合作不断取得新突破。

招商引资亮点频出

2010 年,桂林市充分发挥作为广西高科技产业基地的优势,招大引强,成功引进宁波鑫友光伏有限公司投资 10 亿元在临桂建设太阳能光伏产业项目。截至目前,已有 3 个超过 10 亿元的光伏产业项目在桂林落户,为桂林市成为广西太阳能光伏产业的龙头地位奠定了坚实基础。

坚持招大引强的务实招商策略,让桂林市的招商引资更有为的放矢。通过收集筛选符合桂林市产业发展方向的国内外知名企业的基本情况,有针对性地

寻求有实力的大公司、大企业合作。2010 年,桂林市新签并实施内资亿元以上项目 73 个,在光伏电子、生物医药、汽车配件、橡胶制品等产业均有上亿元甚至 10 亿元以上的大项目入驻。其中,中国机械工业集团有限公司、北京大唐电信集团、中国大唐新能源有限公司、中国中铁股份有限公司和浙江宁波鑫友光伏有限公司等一批央企和知名企业落户桂林。

招商引资的均衡发展结出了丰硕成果。2010 年,桂林市招商引资到位资金实现了连破 300 亿元、350 亿元和 380 亿元大关。

创新招商方式拓渠道

全市一盘棋,才能让招商引资工作劲往一处用、力往一处使,真正形成合力。2010 年,桂林市投资促进局创新招商方式,拓展招商渠道,通过“合纵连横”方式,让全市的招商引资工作形成

一盘棋。

“纵”,即做好从自治区到市、县区(园区)自上而下的组织、协调、布置、检查工作“上”联合自治区招商促进局“下”统筹县区(园区),组织指导安排与招商有关的各项工作。“连横”则是“连”发改委、规建委、国土局、环保局、工商局、国税局、地税局等职能部门和 6 个专业招商组等相关部门为一盘棋,形成合力。在全市一盘棋发展的同时,2010 年,桂林的招商引资还体现出“走出去,请进来”灵活运作能力。通过参加中国—东盟博览会、桂台经贸交流会等国家、省(区市)举办的招商活动,广泛推介桂林,寻找商机。

同时,桂林市还通过委托招商和以商引商活动,发挥大学、驻外机构和商(协)会的“触角”和桥梁作用,积极开展产业和专题招商。探索与商会合作招商引资新方式,强化招商引资的主动性和针对性。

作为世界旅游名城和历史文化名

置技术壁垒,获取垄断利润的同时,致使国内工程机械企业产业发展受限,无法参与国际竞争。

“通过创新自主发展,才是企业发展最快最稳的方式。”向文波表示,三一只有充分利用自身优势,更加积极主动地创新,形成核心竞争力,做大做强。

事实证明,这条路无疑是正确的。创新带来世界一流的产品,也改变着行业的格局。如今,国产品牌市场占有率从 1999 年的 5%跃升到 95%,三一品牌达到了近 60%。核心技术、核心部件的开发,在维护产业安全的基础上,有力支撑了三一的健康快速发展。

没有创新休谈国际化

“如果没有核心技术,想要进军国际市场,那是一句空话。”向文波表示,只有走出了一条不靠技术引进、坚持自主创新的路子,才能在国际市场更加激烈的竞争中占据优势。

向文波说,中国的技术人才和素质以及敬业精神,是世界上任何一个国家无可比拟的。

三一创新的动力,并非仅仅来自金钱、盈利,而有着一个更血性的基因。受湖湘文化“先天下之忧而忧”的影响,发源于潇湘这片热土的三一,以不断的研发创新,践行敢为天下先的勇气与胆识。向文波表示,工程机械是装备制造业的重要力量,代表着一个国家的制造业水平。三一要做的是“解决中国企业最需要解决、最迫切解决的问题”——转变发展方式,提升中国装备制造的世界地位。

2011 国内制鞋业将掀起“绿色革命”

□杨慧聪

对于制鞋业而言,2011 年与其说是比拼研发产品能力,不如说是考验企业“绿色环保生产”的一年。从设备、鞋底材料、鞋面面料到胶水使用等生产环节,国内制鞋企业应从多方面进行改良,应对“绿色”的考验。

哥本哈根气候会议为我国诸多鞋企敲响了环保警钟。“如果不在环保标准上下功夫,单靠开拓东盟、非洲等新兴市场,中小鞋企日子还是不好过。”谈起今年鞋企发展趋势,晋江陈埭一鞋材企业负责人表示,欧美国家把环境因素作为贸易保护的武器,一再提升环保标准,绘制鞋企带来技术上的障碍,加上劳动力短缺、人民币升值、原材料涨价等原本的优势正在削弱。

中国的鞋业主要集中在沿海发达地区,而沿海地区随着经济的迅速发展,环境问题也日益凸显出来。中国鞋业目前以年产超百亿双鞋的产量成为世界制鞋大国,但我国鞋业的环保形势目前依然非常严峻,原材料中偶氮、甲

醛及六价格的含量远远超出国际标准,生产过程中大面积使用的胶粘剂,导致生产工人苯中毒事件的屡屡发生和职业病发病率的高居不下。中国鞋业发展不平衡,不少企业,特别是一些中小企业,使用含“三苯”的胶粘剂,加上通风条件差,甚至根本不通风,导致不少工人中毒、患上白血病、瘫痪甚至死亡。可见中国的鞋业出现了相当范围的绿色断层带。而无论是从中国鞋业走出去,开拓国际市场的需要,还是从人类自身的可持续发展——为我们的子孙留下生存的空间的需要看,寻求中国鞋业的环保解决方案是迫在眉睫、刻不容缓了。

中央领导是高度重视环保,政府的相关部门也是积极地采取强力有效的措施。如今,含“三苯”的胶粘剂已大大受限制,一些企业的产品被勒令退出市场。同时一系列环保法律法规相继出台,为市场营造了较为健康的气氛。然而俗话说得好,解铃还需系铃人。企业才是市场的主体,企业的选择才是最为关键的。

去年,不少中小鞋材企业积极开拓新兴市场,才使出口保持小幅增长。但不少企业认为,由于一些制鞋企业采用传统油性胶,而这些胶黏剂含有高达 80%以上的溶剂量,每年就会有大量的有机溶剂被排放到大气层,在如今节能减排的大背景下,鞋产品出口将面临更多的“环保”压力。

另外,开拓市场只是一种“曲线救国”的方式,它救得了一时,救不了一世。况且我们生活在同一块土地上,生

活在同一片蓝天下,我们得为自己的健康负责。因此,要真正解决问题,我们还须从根本上寻求解决的方案。正如国家环保局局长彭近新所说:我们必须大力引导企业推动以科技创新为主的产品创新,积极开发高科技、高附加值的鞋类产品,根据不同市场和不同时期的要求,调整鞋类出口品种。这样既能成功地应对绿色壁垒,又能为我们自己创造一个更为健康、和谐的生活环境。

