

广东与东盟 生意越做越大

□ 成 竹

自中国——东盟自由贸易区成立,因“地缘”和“人缘”的背景,广东成为中国东盟合作中重要的棋子和活跃的经济分子。

广东制造挺进东盟

2010年广州亚运会上,陪同老挝常务副总理来访的,就有一位家在广州的成功企业家姚先生。20多年往来于广东和老挝,姚先生的家具、地产生意在老挝做得很大。由于地理相近、文化相通、交往历史悠久,广东与东盟可谓人文相近、地缘相通、商脉相连。广东籍的2000多万海外侨胞中,约1480万人分布在新加坡、泰国、马来西亚、印度尼西亚等国;超过70%的东盟上市公司由华商资本控制。东盟各国,粤商和“亲戚朋友”的生意早就做得风生水起。

近几年,在美国、欧盟和日本三大经济体需求急剧减弱的同时,精美的粤商充分利用中国与东盟加强合作的有利时机,积极主动地将物美价廉的“广东制造”产品推向东盟市场,并取得了良好的成效。

由粤企自发进行的“东盟战略”在东盟各个国家遍地开花。2000年,TCL在越南设立了第一个境外加工厂,此后,华为在吉隆坡设立区域总部,美的、格力等知名家电企业近年也陆续在东盟设立了境外生产基地,珠海中富等轻工、建材、纺织等传统优势产业也加快投资步伐。近些年,在印尼、越南、菲律宾等国的大商场以及公共场合的大型广告中,TCL、美的、格力、创维等粤企品牌已经和日韩品牌并立。这在2002年以前是不可思议的。不少来自广东的高端品牌已在东盟国家站稳脚跟,实现盈利,初步营造出对企业和东道国均有利的“双赢格局”。

是目的地更是跳板

广东省商业联合会会长巫开立说,对粤企来说,东盟既是一个目的地,更是一块跳板。“从某种意义上说,进入了东盟就是进入了全世界市场。”

“一家在中国生产的企业产品出口日本可能要收300%的关税,但从越南出口出去关税可能为零。”专家举例说明,中国企业投资东盟,不要仅仅局限于东盟市场本身,还要巧用东盟10国的辐射能力,为企业外贸大大降低成本。而同时,东盟与日本、韩国、新西兰、澳大利亚等国家也签订了自贸协定,这些国家同样也可以利用这个规则将产品从东盟低成本输入中国,对中国的产品制造业造成挤压。机遇和挑战并存,这恐怕就是加入经济一体化这个游戏圈子后需要冷静面对的。

如今,粤企投资区域覆盖东盟10国,涉及家电、电子、轻工、纺织、电信等多个行业,成为投资东盟的大户。而要长久坐稳这个“大户”,广东要做的还很多。

孙世华:尽情享受音乐 不忘经营人生

□ 郭源佳

山东青州,一座历史悠久、文化底蕴厚重的古城。近日,记者来到这座小城,见到了刚过知天命之年的孙世华。这位朴实的山东汉子,谦虚地递过他的名片——青州市飞达实业有限公司总经理,青州市音乐协会会长。“两赴维也纳,我靠的是吹。”这位总经理以一个幽默的开场白开始叙述他的音乐传奇。

民营企业家 两次“吹”进维也纳

2007年7月31日,孙世华走进维也纳音乐大厅——世界上最古老又最现代,最神圣又最浪漫的音乐殿堂。那次他的身份是“华夏之声”世界风筝都艺术团团员。站在音乐大厅的舞台上,他先后用葫芦丝演奏了《北京的金山上》、《茉莉花》和《丰收锣鼓》3首极富中国特色的民族乐曲。当浓郁的中国风天籁般回荡在维也纳大厅里,东方文化又一次令在座的欧洲观众折服。作为第一位在世界最高音乐殿堂演出的中国民营企业家,孙世华的名字曾见诸各大新闻媒体,



一边做生意,一边享受音乐,孙世华觉得这样的人生很充实。

然而,低调的他却不动声色地返回小城,继续经营着他的企业,浸淫在他的音乐梦里。

让孙世华始料不及的是,他又一次被幸运之神垂青。2009年11月25日,孙世华再赴维也纳皇宫演出。这次是应“约翰施特劳斯国际音乐大赛组委会”邀请,参加由欧洲音乐艺术家联合会主办的首届“约翰施特劳斯国际音乐大赛音乐会”。故地重游,面对来自奥地利、意大利、德国、法国等20个国家的30多名的演员和选手,这位来自中国小城的普通民营企业家再次给了维也纳足够的惊喜和感

动。这次孙世华照例是吹葫芦丝,曲目是《婚誓》,为他伴奏的是国际顶尖乐团——施特劳斯乐团。

当之无愧,孙世华从中国驻奥地利大使馆文化参赞贾建新先生的手里接过了大赛的金奖。“你为中国人争了光”。听着贾先生的赞誉,孙世华心潮起伏。

吹心不改 音乐里面的经营人生

100多米的塑料管接在葫芦丝

特色旅游经营 少数民族地区经济发展“新引擎”

□ 张云龙 朱绍斌

随着国人生活水平的提高,其外出旅行的要求不断增强,中国西部一些独具民族风情的旅游区日益受到游客欢迎。

清早,太阳还未出山,家住内蒙古自治区希拉穆仁草原的牧民巴图一家又开始忙碌起来,他去照顾马群,妻子准备蒙餐,两个妹妹和嘎查(即村)里的一些年轻人,骑摩托车或者开着皮卡前往几十里外的交通道口,招揽过往的客人。

巴图说,嘎查附近有一处当地著名的召庙,距离呼和浩特市、包头市只有几十公里,每年旅游旺季都会吸引大批游客。

在巴图家,客人们可在蒙古包里享受地道的蒙古奶食和肉食。远处的缓坡上,拴着十几匹马,可供客人们骑乘。巴图说,晚上还可以举行篝火晚会,当地的牧民与游客载歌载舞,已成为保留节目。

巴图一家过去以畜牧业为生,由于旱灾和超载放牧,不仅破坏了草场,而且收入一直不高,刚够牧业的开销,生活多年来没有大的变化。近七八年来,当地旅游逐渐兴旺。他家也搞起家庭旅游,收入明显增加,家里盖起宽敞明亮的砖房,还添置了摩托车、汽车。

“眼界也开了,我交了不少朋友,



呼和浩特市、包头、北京、广东的都有。甚至有南方的朋友给我们寄来他们的照片,邀请我到南方去玩。这种收获是以前不可能有的。”巴图说。

内蒙古横跨东北、华北和西北,具有丰富的旅游资源,从东到西有口岸、森林、草原、湖泊、沙漠等,更为重要的是,内蒙古少数民族众多,富有民族特点的特色旅游,受到游客青

睐。

内蒙古学者郝诚之表示,旅游最具魅力的内涵还是文化,通过观赏、体验、品尝等活动,感受不同的文化特色、民族风俗,增长见识,给人们带来长久的身心愉悦。

过去五年间,内蒙古已成为重要的旅游目的地,内蒙古旅游总收入达到2483亿元,年均增长28.6%,旅游

上,通过吹塑料管,照样可以吹出悠扬的曲子。这个让人匪夷所思的绝活,创意者和完成者正是孙世华。事实上,孙世华的音乐之梦,萌芽于最初的记忆。而今,音乐已经成了孙世华生命的一部分。孙世华说,在音乐里他收获了家庭的幸福,也收获了事业的成功。

飞达实业总公司的总经理是孙世华,而董事长是他的结发妻子。常言说,夫妻店不好开,也难做大。而飞达实业却越来越红火,到现在已经有了4家分公司。这得益于“夫吹妇随”,孙世华一语道破天机。

音乐也成了飞达实业的核心文化和形象品牌。很多人冲着孙世华会“吹”,和他建立了良好的合作关系。重庆有个机械配件企业寻求合作伙伴,当时到青州来考察。到达的时候已经是中午了,直接去了酒店。由于是初次见面,酒桌上话语不多,气氛一度尴尬。为打破僵局,两杯酒下肚,孙世华吹起了随身带的葫芦丝,气氛一下子活跃起来,重庆客商也来了兴致,清唱了一曲。下午,客商到公司里转了一圈,当即表态斥资500万元进行合作开发。照客商的说法,跟有生活情趣和艺术素养的人做生意,既放心又顺心。

音乐是用来享受的

孙世华的名气越来越大,而且身上有足够的“卖点”,于是很多策划团队找到他,要做他的经纪人,为他“量体裁衣”,安排一些商业演出,以期获得更多的财富,甚至有人制定出了详细方案,包括他的3年发展预期。对此,孙世华一笑了之。

在孙世华的眼里,音乐是用来享受的,而不是经营的。

让身边的人一起在音乐中寻找“快乐”,才是孙世华不变的初衷。2004年10月,在他的倡议和精心组织下,青州市成立了民族管弦乐协会,吸收了100多名会员,其中孙世华等3人被吸纳为中国民乐学会会员。今年5月,在管弦乐协会的基础上,青州市音乐协会成立,协会隶属于青州文联,落户在飞达企业里,孙世华被当选为协会主席。

为让协会和更多热爱音乐的人有表演的舞台,孙世华还斥资60万元购进上乘的音响设备,在公司新办公楼上建了演播大厅。其中最好的一支话筒就近5万元。

照孙世华的说法,这就是青州的平民维也纳。

市35公里外的镇北堡西部影视城,近日旅游增多使停车场爆满。操着南北各路口音的游客,在熟悉的电影拍摄布景前,议论谈笑,比划着各种造型拍照留念。

西部影视城建立在两座古代城堡遗址之上,打造出极具西北雄浑、荒凉风格的特色景观。更具吸引力的是,在这里拍摄了许多著名的影片,如《牧马人》、《红高粱》、《大话西游》等。

来自浙江的游客李俊成说:“这里古老、荒凉的特点,独具特色的文化内涵,与江南有着巨大的差别,给人一种心灵震撼。”

以西夏文化、沙漠治理、黄河金岸为特色的旅游构成了宁夏旅游的主体,旅游收入不断增多。宁夏旅游局负责人表示,今后五年,宁夏将打造西部独具特色的旅游目的地,力争使游客在宁夏旅游一次滞留时间达到5至7天,旅游收入从占GDP4%增至5%以上,达到主导产业的应有地位。

郝诚之表示,大力发展旅游业,是中国少数民族地区发展的新的增长点。不过大力开发旅游的同时,也要注意保护和挖掘少数民族地区的传统文化,不断丰富文化内涵。只有处理好开发与保护的关系,旅游业才能实现持续健康发展,成为少数民族地区经济发展的支柱产业。

陆致成:简单的人做不简单的事

□ 王 琳

如果你对企业家存在一种诸如“距离感”等惯常的印象,那么陆致成一定会让你大跌眼镜。

陆致成,花甲年龄,爱说爱笑,偶尔自嘲,言谈谦逊诚恳。他说自己从来没有睡不着觉的时候,因为面对想不明白的问题时,他的处理方式就是不想,他在多个场合坦言自己对资本市场同方股份了解甚浅,还笑称那时候的自己像个“傻子”一样……

但这些都未阻止他成为一名优秀的企业家。

如今他是清华同方股份有限公司副董事长。22年前,他发起创办了清华同方的前身,此后,他曾担任清华同方股份有限公司董事兼总裁。

起步风险投资

清华同方旗下拥有上百家子公司,具体数目连陆致成自己都说不出口。从照明到IT、从军工到环保……子公司涉及领域惊人地宽泛。这让人不禁联想到美国通用电气公司,而这家公司也正是陆致成为清华同方所定下的一个目标,背后的蓝图是一个庞大产业链的建设。

“我们做的是产业链里面的风险投资,产业链建设过程里需要哪方面,我们才在这一点上投。”陆致成说。

与普通的风险投资不同的是,清华同方的投资并不以获得收益继而退出为目标,这个目标和整个清华同方

的愿景紧密相连——用自己的双手创造一个世界一流的高科技企业。

陆致成在选择子公司时,方向一直是第一位的:“我们是有固定产业方向的投资,并不是项目挣钱就投资,否则餐饮我们也可以投一个,农业也可以投一个。”

这一投资模式被称为“拟风险投资”。

在科技企业中,能完全保持产业本色的公司并不多。以联想公司为例,其下的房地产生意融科置地已经具备独立上市条件,此外,去年年末,联想控股更是斥资180亿元在山东枣庄打造煤化工基地,同时投资了12亿元控股神州租车……

同样,以清华隔壁的北大方正来说,这个原本同为科技起家的公司如

今的主业已逐渐向房地产和金融倾斜。

介入资本市场

陆致成对企业的愿景十分单纯,单纯到最初根本没想过将公司介入资本市场。

1996年,正值清华大学产业压力非常大的时期,陆致成和学校几位领导开会沟通清华产业的发展问题,不知不觉就聊到上市。

陆致成无法理解上市的作用,当时,他在系里做一个小公司,在清华大学校办产业里排名二三,一年收入一个多亿,利润千百万,他觉得,一切很完美了,上市有何用?

于是,他找到自己的高中同学,问:“做上市公司有意思没意思?”

老同学反问他:“你想干什么?你缺什么?”

陆致成回答:“我想搞科研,我缺项目的推广、缺钱。”

“第一,你想干的事是你的诉求,第二,你缺钱想干好这件事,上市是你的第一选择,你干吗不做?”老同学的几句话让陆致成毅然投身清华同方的重组和上市的过程里。

涉足国际化

2005年后,清华同方渐渐恢复,最近,清华同方给自己定了目标——5年市值达到1000亿元。

然而,在陆致成的眼里,多年来平均资产收益率不到6%的成绩并不是一个满意的数字。

“同方直到现在底气都不够足。”陆致成感慨,“如果我有柳传志的高瞻远瞩,现在同方就会好很多。我最钦佩柳传志战略发展的思路 and 理想,房地产也好,PC也好,他下面联想控股的几大板块在这个领域都是数一数二的,而且他能够很早就布局这项产业。在这方面我们有很多差距,也是同方和联想的差距。”

而为了壮大自己,陆致成也不断地考虑国际化的问题。

在他看来,国际化作为一个战略,最重要的是是否具有国际竞争能力。