

执著于风车旋转的神奇和美妙,坚信大自然给予的无限能量,孜孜寻找天、地、人的和谐共生,为一个清洁健康的未来……

“风能是一种取之不尽、用之不竭的清洁能源,我们专注这个领域是在做一件为子孙后代造福的事情,我们有强大的使命感,应该说是‘天时地利人和’造就了今天的中国风电。目前中国风电已是中国非国有风电企业中最大的企业。”

□ 陈其中

2011年1月28日上午10点,在亚行中国代表处,亚行驻中国代表首席代表保罗·海兹斯与中国风电董事局主席兼首席执行官刘顺兴正式签署了贷款金额最高达24亿美元的风电项目贷款协议,这是亚行为中国风力发电提供的首个多项目融资贷款。

一家成立仅5年、非国有的风电企业凭借得到世界顶级国际金融机构的认可?

中国风力发电先行者

刘顺兴,在中国能源研究领域是一位知名人士。本科学历发电专业,

刘顺兴的“绿色”风电梦想

后获管理学硕士的他一毕业就分配到原国家计委的节能局工作,后进入中央企业——中国节能投资公司(现名“中国节能环保集团公司”),并任该集团副总裁达8年之久。

在很多人眼里,刘顺兴捧的是“金饭碗”,然而他却最终选择了离开,决定自己创业。拥有丰富国有企业运作经验、锐意遴选投资创业机会的他,很快找到一块处女地:中国风力发电。2005年前后,欧洲如丹麦等国家风力发电技术已相当成熟,风力发电占欧洲发达国家的发电总量比重已非常高。刘顺兴在考察了欧洲风电市场后强烈地感到,中国与欧洲一样,同样具备海岸线长,风能资源丰富等特点。中国当时的状况与欧洲大规模发展风电产业前的情形十分相似,如果大力发展风电,应比欧洲进展得更快更好。

不仅如此,长期在节能领域工作的他,还提前预感到新能源政策的春风对行业未来的推动:2005年前后中国风电产业的发展迎来了转折,相关利好政策不断推出。

凭借丰厚的风资源储备,再加上刘顺兴领导的优秀创业团队,2007年8月,中国风电成功借壳香港上市,并受到众多投资者的青睐,2007年至2009年3次增发股票共募集资金约15亿港元。

背靠“大树”迈上新台阶

刘顺兴知道世行下面有个机构叫IFC,也一直希望有机会与IFC合作。没想到这个机会终于来了,有一天中国风电收到了IFC的一封信件,表示想来中国风电参观,之后不久,IFC驻中国代表处的一位投资官员如约而至。2009年8月,刘顺兴到IFC访问,双方都有“相见恨晚”之感。

中国风电与IFC就像两个互相吸引的恋人一样开始接触。2009年9月18日,中国风电首席财务官胡明阳亲自带领IFC驻中国代表处投资官员孙浩一行来到他们位于内蒙古太仆寺旗的风电厂参观,IFC官员十分满意。之后IFC对中国风电开始了长达一年半的尽职调查。

在与IFC接洽后不久,中国风电金融业务部也已主动致信ADB,ADB是与IFC齐名的国际顶级金融机构,都是政府间的多边金融组织。2010年6月,ADB也加入到了尽职调查中。

最终,中国风电过五关斩六将,获得了两大国际金融机构的鼎力支持。至此,中国风电踏上了新的历程。中国风电运用IFC的贷款完成了国家发改委核准的甘肃瓜州项目,装机



刘顺兴近照

容量达到201MW,是迄今为止中国最大的风电项目之一,也是中国风电集团开发的第一个全资项目。

中国风电的梦想是绿色的

企业社会责任、环境保护、造福子孙后代……这对一些企业来说似乎是大过理想化的口号。而在中国风电,这些就在身边。同事之间彼此更为骄傲的是“我们公司去年为国家节约了多少煤,减少了多少二氧化碳排放量等等”。

中国发电早在2009年就成立了企业社会责任与环境保护部,负责生产安全、企业社会责任和环境保护等事宜。在非国有企业中设立此部门的

十分罕见。

为保护环境,中国风电在风电项目设计阶段便考虑尽量减少对土地、草原的破坏和占用,建设期间对产生的建筑垃圾进行分类处理,对风电场内的检修专用通道进行绿化,以减少沙化面积。

如今,在一张大大的中国地图上,中国风电独家开发的风电场已有近50座,分布在辽宁、吉林、内蒙古、河南、江苏、甘肃、安徽等16个省、自治区,大半个版图上都有“中国风电”的身影。

“我们的发展目标是,未来5年将中国风电打造成有理想、有激情、有社会责任感的国际一流清洁能源企业。”刘顺兴这样说。

中国鞋 理性重返欧盟

力重重时,中国鞋业却在欧盟重迎一片曙光。

据记者了解,今年3月底,欧盟对华出口鞋反倾销终止后,温州出口欧盟的众多鞋企欢喜中并未自我陶醉,而是好了伤疤不忘疼冷静对待,以更加成熟、理性的姿态重返欧盟市场。

从欢欣鼓舞到冷静反思

加入世贸组织后,随着中国对外贸易额的大幅增长,针对中国产品的反倾销、反补贴、技术壁垒等变化多端的贸易摩擦也相伴而生。2005年,欧盟发起对中国皮鞋反倾销立案调查。

欧盟落下的这轮反倾销大锤将中国鞋企飞往欧洲各地的订单卡住。数据显示,从2006年到2010年底,因为欧盟的反倾销关税实施,中国出口欧洲的皮鞋销售额下滑20%,直接导致20000人失业。温州是中国鞋主要出口基地因之受到重创。

在我国政府和奥康等5家企业锲而不舍的抵制下,终于“柳暗花

明”。2011年4月1日起,欧盟正式取消对中国皮鞋征收16.5%的高额反倾销税。至此,这项维持了近5年之久的不合理贸易保护措施终于“寿终正寝”。

受此利好消息的刺激,原本投向越南、印尼、马来西亚、印度等中国周边国家的不少欧洲皮鞋订单,纷纷向中国制鞋企业投来“橄榄枝”。

然而,欢欣鼓舞之余,温州广大鞋企却转入冷静、深刻的反思。中国皮革协会副理事长,奥康鞋业董事长王振滔与鞋业同行交流时表示,反倾销税取消对中国对出口企业是一种“减负”,利大于弊,但不应该盲目乐观,要着眼于中国鞋业的未来。广大鞋企要以此为戒,规范自身贸易行为。

从“找订单”向“选订单”转变

4月以来,奥康进出口公司的人员非常忙碌,反倾销税取消后一批批发往欧盟的数十万双皮鞋接连不断地装柜,一批批欧盟客户盯着要的皮鞋等待启运。

奥康进出口公司相关负责人介绍,首批出口的皮鞋是奥康的欧盟最大客户GEOX公司的订单。此前该公司向奥康下的年订单高峰时达150多万双,之后受反倾销影响订单不到100万双。今年初,得知欧盟反倾销税将取消,第一季度GEOX公司的订单与去年同期相比增加了70%左右。

记者了解到,康奈、东艺、巨一、金帝等一大批鞋企获得欧盟的订单都像“像雪片一样飞来”。

面对这一喜人现象,温州鞋企没有因昔日“找订单”转向今日“送订单”的好景而陶醉。欧盟在2011年3月底取消反倾销的信息,早在2010年6月已被欧盟的一些进口商及温州的出口企业预见。

从2010年10月起,欧盟一些消息灵通或头脑灵光者就开始向中国鞋企放量。

2010年10月间,西班牙一位大客商捷足先登,主动找上门给康奈送上第一单,进货真皮皮鞋30万双,但每双价格只有10美元。康奈认为,订单虽大,档次太低,利润虽高,与康奈品牌不配套。如果接下这笔订单,企

业日后就有可能渐渐被拖入倾销的泥潭。为“洁身自好”,康奈以“目前计划排不出”“生产空间余地小”等理由婉言谢绝。

康奈苛刻选订单。选单的目标是为欧盟的“BOSS”等一些著名品牌做OEM(贴牌加工)。他们认为,为国际大品牌贴牌生产一是价位高,无倾销之嫌,二是可借鉴先进的管理理念、创新设计等。

巨一集团是浙江省鞋业出口第一企业,也是出口欧盟的龙头企业。董事长潘建中说,反倾销结束后,订单的确比过去有较大幅度的增长。但我们的原则是“小心谨慎”,不图激增效果,不搞“一哄而上”。从经营角度看,重新开放的市场对企业本身来说也有个适应过程。因此,为了防止出现新一轮的反倾销,企业会逐步进入,每年控制增量在10%-20%之间。

据温州鞋革协会常务副会长、秘书长谢榕芳介绍,众多鞋企均明智地以产品定位、品牌、价位、风格等标准“控单选单”,今年温州皮鞋向欧盟的出口量将以10%-20%的增幅稳步发展。



中国皮革协会副理事长,奥康鞋业董事长王振滔与鞋业同行交流时表示,反倾销税取消对中国对出口企业是一种“减负”,但不应该盲目乐观,要着眼于中国鞋业的未来。

□ 张和平

当7月20日欧盟对中国玩具抡起安全新指令大棒,让中国玩具业压

“油城”克拉玛依借助红色旅游加速城市转型

据克拉玛依市统计,今年上半年,当地接待游客1036万人次,同比增长51%;旅游收入583亿元,同比增长46%。

著名“油城”克拉玛依是一个典型的资源型城市,经济结构较为单一。虽然眼下辖区内的石油资源至少可以开采百年以上,但早在上世纪90年代末,克拉玛依就开始探索产业结构调整和城市转型之路。近年来,克拉玛依市不断调整和优化经济结构,探索和实践可持续发

展的接续产业,旅游业逐渐成为当地三大新兴产业之一,不断推动这座资源型城市向综合型城市转型。

克拉玛依是维吾尔语“黑油”的音译,克拉玛依市是我国西部的石油重镇,石油文化底蕴深厚。这里完整的石油工业体系和丰富的石油工业历史、和谐的人文环境,有发展独特的红色旅游提供了有利条件。此外,世界典型雅丹地貌景区世界魔鬼城姿态万千、令人神往,世界地质奇观黑油山举世罕见。

随着旅游业逐渐成为克拉玛依的新兴产业,当地不断深入挖掘旅游资源,旅游项目日趋丰富。今年年初,全国红色旅游工作协调小组办公室将“克1号井”列为全国红色旅游经典名录,新疆也把“克1号井”、“英雄193井”、“石油会战遗址”等纳入自治区红色旅游项目,城市旅游品牌日益响亮。

同时克拉玛依市还开展了系列景观改造、升级工程,现已形成自然观光游、休闲度假游、体育探险

游、农业生态游、冬季冰雪游等内容丰富的旅游产品体系。

今年年初,《克拉玛依市旅游发展总体规划》出台,这一规划立足于调结构、促就业、惠民生,立足于资源型城市升级转型,科学规划克拉玛依市工业、生态、红色等特色旅游资源,把旅游业培育成克拉玛依市国民经济的重要产业,把克拉玛依市建设成新疆重要的旅游中心城市之一。

万隆第二波“危机公关”:双汇千亿销售目标不会改变

7月22日晚双汇发布公告,将对3000多吨、价值6200万元的济源工厂生产的肉制品进行深埋。双汇集团副总刘金涛对记者表示,进行深埋的3768吨并不是有问题的肉,而是为了打消消费者的疑虑才对济源双汇生产的这批产品进行深埋。

不过,消费者信心的恢复注定是一个漫长的过程。7月23日,“瘦肉精”事件发生的4个多月后,万隆

第二次公开回应媒体疑问,强调双汇在食品安全问题上的各项补救措施。

“我们已经将食品安全列入不可预料的风险范围内,成本再高也得做”。在万隆看来,“瘦肉精”问题的爆发是因为企业管理不力,除了严厉打击私售“瘦肉精”的不法商贩外,更应该从生产各环节进行把关。

万隆22日透露,“瘦肉精”事件发生后,双汇加大生猪监测力度,

生猪的“瘦肉精”监测环节也由以前的抽检改为在线头头检验。“每头猪的检测费用比以前多15元。”万隆表示,这也意味着双汇一年检测费用多出了2亿至3亿元。不过双汇并不打算把这些多出来的检测费用转嫁给消费者,“这些成本我们自己能消化”。

另一个举措是强化产业链源头的控制,具体举措是大力进军生猪养殖业。万隆表示,将围绕工厂建设年出栏50万头的养殖基地,并配套建设年产20万吨的饲料加工厂,以此来保证对上游生猪资源的安全控制,“屠宰厂建到哪里,养殖场就跟到哪里”。

来就是几亿元。”万隆表示,双汇进军上游养殖业正是看中了生猪养殖业今后的发展前景。

不过短期来看,生猪收购仍是双汇原料的主要来源。万隆表示,双汇目前正跟日本合资进行生猪养殖,但对肉制品加工起家的双汇而言,发展规模化的养殖业是一个长远的过程,“至少需要10年以上的时间”。

□ 陈琼

在“瘦肉精”事件的4个多月后,双汇启动了第二波“危机公关”。刚刚过去的周末,双汇集团70岁的董事长万隆再次面对全国媒体,通报各项补救措施,“双汇在今年上半年遇到了前所未有的风险,但依然对下半年的经营充满信心,5年后实现1000亿元的年销售目标不会改变。”

企业 要有时空观

□ 池向东

时空是什么?时空就是世界,就是宇宙。中国的文字不得了,你看:世就是时间,一生一世,人生就是一段时间;界就是空间,有边有界,事物总在一定范围。宇就是空间的概念,宙就是时间的总称。企业要有时空观,就是说企业要从时间和空间的视角去思考自己的经营管理和生存发展。

首先,企业要从时空上认知自己。

你的发展是初创期,还是成长期,还是成熟期;你的规模是小企业、中企业,还是大企业。不同时期,不同规模,要有不同的经营管理方式。初创期的小企业,要靠一股激情,要有一位魅力创始人,要更具灵活性、适应性和选择性。成长期的中企业,要靠一支团队,要有一套制度和流程,要走向规范性、稳定性和科学性。

成熟期的大企业,要靠一种文化,要有一个正确的战略,要突出创新性、持续性和先进性。

有些企业往往不研究自己所处的发展阶段,也不分析自己的资源状况,盲目地进行经营转型和管理变革,不是失去机会,就是超越能力,往往事与愿为。其实,最难的是认知和把握自己,有时自信缺失,失败于不能再坚持一下的努力,有时判断失误,把偶然的成功以为是永恒的经典。

其次,企业要从时空上把握环境。

所谓时就是时间节点,全球经济进入了什么时代,中国经济走到了什么时段。

中国经济的机遇期有什么特征,又将面临什么挑战。在这样的时期,企业应该如何寻找自己的机会,又应规避何种风险,这就叫识时务,也叫与时偕行。

所谓空就是位置关系。企业所处的地理区位,你所在的行业领域,你在产业链上的环节,你和利益相关者的生态圈,你已经积蓄的能力和实力,这就叫找定位,也叫地利人和。

企业家要有站在月球看地球的大空间的思维度,要有引领时代潮流的深刻的洞察力。大机会才能造就大企业,有定位才能有优势。不能根据未来五年的趋势经营企业,不能踏准企业发展的点来谋划运作,企业就很难有大成功。

“不谋万世者,不足以谋一时;不谋全局者,不足以谋一域”(《大学》中说:“物有本末,事有终始,知所先后,则近道矣!”)不知时间,不解空间,没有时空感,也不善于把握时空,凭想当然去做企业,就一定做不好。什么都要与国际接轨,这是鬼话。车都不同,接什么轨。还有一句说滥了的基业长青,谁见过?是企业有生死。文学作品中有利用时空交错来编故事的,很有特色也吸引人,但做企业万不可交错时空,到什么时候,该做什么,该怎么做,一定要深思熟虑。

王石是爬山企业家,他说:“在不同高度的山峰,会看到不同的风景,生命永远在更高的山峰。”可见得位置重要。

孔子是“圣之时者也”,他站在河边上一句“逝者如斯夫”的谓叹传了二千多年,实在是意味深长。

所以,企业一定要有时空观,也就是企业的世界观、宇宙观。