

名家赢家|MingjiaYingjia

郑智敏:

让“老外”看到中国女企业家的智慧

宗谨

在一个半小时对话中,郑智敏向杰克罗森请教了如何看到中国民营企业发展等热点问题。对话过后,杰克罗森称赞郑智敏是中国杰出的女性,是他看到的最智慧的中国女性企业家了。

用创新赢得尊重

在现场对话中,郑智敏以自己创办和经营雅露斯和温思帝两个品牌为例,阐述了中国民营企业发展现状。她指出,中国中小民营企业在30年的改革开放中一涌而上发展起来了,与世界名企抗衡的企业,寥寥无几,根本原因就是缺乏“源头创新”,以家具和家纺为例,这两个行业的企业有上万个,但是真正投入创新要素的寥寥无几,很多企业都以抄袭为身,在这样的环境下,有创新意识的企业也难以生存。例如雅露斯开发设计了时尚好卖的几款软床,不断一个

月就被其他企业抄袭模仿。

杰克罗森高度认可郑智敏的看法,他指出,在美国企业创新都会获得保护和尊重,所以很多企业愿意进行源头创新,我觉得要解决这个问题必须依靠政府和法律来维护市场竞争的公平性,同时企业家要转变观念、注重自身创新,赢取社会尊重。

郑智敏告诉杰克罗森,不管目前市场环境如何,雅露斯和温思帝都将一如既往加重研发和创新,特别是源头创新,就以温思帝为例,我们组建了世界著名脑神经专家、安徽医科大学原校长、温思帝研发中心特聘专家许建平领头的研发团队,聚集脑神经学、心理学、人体工程力学、养生学、音乐学等各界专家,历时3年26000小时,经过无数次的临床实验和反复论证,成功研发全球首张音乐导眠床垫,而且获得了国家技术发明专利认证。

杰克罗森指出,成功的企业家之所以成功就在于敢为人先,而且非常执着,郑智敏女士就有这方面的智



©杰克罗森与郑智敏

慧,所以她所专注的睡眠产业必能取得成功。就在当天上午,杰克罗森亲自到温思帝寝具科技体验了全球首张音乐导眠床垫,并给予了高度评价。

用成效赢得荣耀

2010年,年纪轻轻的郑智敏女士

荣获了深圳改革开放30年家居业30位最具影响力人物之一,这是唯一一位女性企业家得此殊荣,同年获得了中国家居业十大CEO称号,号称家居业“铁娘子”企业家。

据介绍,郑智敏是清华大学工商管理学MBA硕士,在1998年大学毕业,用两万元在广州开设富兰蒂斯专卖店,2001年参与创办和经营沈阳

轩琴家居名城,创下单店一天100多万销售业绩的营销奇迹;2003年担任广州吉盛伟邦家居博览中心营销副总经理,承担广州吉盛伟邦的筹建与营销推广,吉盛伟邦在广州的知名度由0快速上升到60%的知名度,如今,吉盛伟邦是广州家居商场中的龙头老大、国内家具流通业巨头;2004年创办“深圳雅露斯家具有限公司”,“雅露斯”成为今天全国十大软床名牌,中国设计师最喜爱软床品牌,成为行业一线品牌。

如今,依然肩负深圳雅露斯家具有限公司董事长重任的她,用全球化的眼光,精准的市场嗅觉,聚焦一个新兴的、升级的、充满诱惑的睡眠产业市场。策划、设置、发动、打造了一个全新的专注睡眠产业系统品牌——温思帝,快速、高效的运作,让温思帝在短期内业内崛起。

郑智敏女士不仅是让世界著名企业家杰克罗森看到了中国女性企业家智慧,看到了中国企业创新灵魂,还让中国传统行业找到了明确的方向。

中哈欲借边境合作中心壮大上合贸易圈

李晓玲 熊聪茹

同处中亚区域的中国和哈萨克斯坦两国,互为最大贸易伙伴国。目前,两国正在积极为即将封关运营的中哈霍尔果斯国际边境合作中心招商引资,欲借这一中心推进上海合作组织贸易圈的共赢发展。

在霍尔果斯口岸靠近中哈边界的地方,也就是这一国际边境合作中心所在地,高高耸立的塔吊和施工人员十分忙碌,多个城市综合体项目正在热火建设。一个月前中国政府出台的《国务院关于支持喀什霍尔果斯经济开发区建设的若干意见》,无疑使这个国际项目更加引人注目。

中哈国际边境合作中心全部包含在未来的霍尔果斯经济开发区中,这一开发区规划面积为73平方公里,未来将享受中国政府包括财税、土地、进出口、金融、科技等诸多方面的十项特殊经济政策。

据介绍,中哈国际边境合作中心于下个月正式封关运营后,每人每天可以携带8000元人民币的免税商品出入;企业进出合作中心可享受出口退税。为配合这一中心运营,中哈间最重要的口岸霍尔果斯口岸今年4月开始启动7天12小时通关模式,大大提高了通关效率。

上合组织成立10年来,经济合作已取得重要成果,中国与上合组织成员国贸易额增长了近7倍,2010年达到840亿美元,能源、交通、电信等领域合作取得了显著的进展。

受全球金融危机影响,世界经济受经济增长放缓、融资困难、原料商品市场行情复杂等因素困扰而前行困难。这一形势下,区域经济合作与发展成为当务之急。上合组织秘书长伊马纳利耶夫在接受新华社记者采访时表示,考虑到中哈国际边境合作中心所处的战略位置和所具有的特殊政策,可以相信,这一中心作为重

要的非能源领域项目,将会有力促进本地区海关、交通、贸易和旅游基础设施建设,并能有效挖掘上合组织成员国货物过境运输潜力。

中国政府正在推动中国,尤其是中国西部地区的开发开放,给亚欧合作、上合组织内的合作注入新的动力。除了上月出台文件赋予霍尔果斯经济开发区众多优惠政策之外,中国政府还着手在新疆各地合理布局产业及园区,扩大现有功能口岸并增加新的通道,采取税收、金融等措施,支持新疆边贸发展,进行跨境贸易和投资人登记结算试点等。

此间经济学家与贸易官员认为,新疆未来将承接更多上合组织内区域合作项目,包括争取新疆企业参与周边互联互通建设工程,推动加快国际大通道建设。加快新疆与中亚地区国际物流体系建设等,新疆将充分发挥业已建立机制的作用,助力加快上合区域经济一体化进程。

康师傅“喝”下百事中国 饮料业强强联合即将上演

黄烨 陈口

11月4日,中国台湾食品饮料巨头康师傅和世界第二大食品和饮料公司百事可乐达成协议,将在中国“组建战略联盟”,且康师傅饮品将成为百事公司在中国的“特许经营装瓶商”。

具体而言,康师傅本次以全资子公司康师傅饮品95%的直接权益,“换购百事可乐中国(下称“百事中国”)非酒精饮料装瓶业务的全部收益”。

这意味着,康师傅不是此前盛传的“并购”百事中国,而是在中国大陆市场销售由康师傅生产的百事可乐产品。同时,百事中国仍将保留自己的“秘方”——浓缩饮料的配方,并将专攻薯片、麦片、饼干等在中国市场颇受欢迎的业务。

战略联盟

康师傅与百事中国的合作并非没有先兆。在结成“战略同盟”前,市场就开始疯传两种不同版本的收购版本:一种是康师傅要收购百事中国的经营权;另一种是康师傅收购百事中国51%的股权。

在东方艾格饮料分析师陈静看来,百事根本不可能全部出售在中国的业务。“百事一直看好中国市场,2008年计划投资10亿元,今年年初又表达了追加投资的意愿,2013年的投资额据说更是要达到35亿元。”陈静

说,“这种情况下放弃中国,根本不符合百事之前的投资逻辑。”

据协议,康师傅与百事中国结成的是“战略联盟”,且百事中国合资装瓶企业中的股东不会因此“联盟”发生变化。

协议显示,康师傅饮品将与百事现有的在华装瓶厂合作,负责生产、销售和分销百事的碳酸饮料和佳得乐品牌产品,百事将继续拥有品牌和负责其市场推广活动。同时,康师傅饮品也将通过百事的授权,开始将其果汁产品在纯果乐品牌之下进行联合品牌经营,康师傅饮品和百事的现有装瓶企业将有权分销百事在中国的饮料品牌产品。此外,百事将把此联盟纳入其全球饮料创新计划。

强强联合

据陈静介绍,百事可乐在中国20多家装瓶厂中有“过半亏损”。他表示,北京、深圳和福州的装瓶厂的中方合资方纷纷售股,“原因就是由于饮料市场竞争激烈加上饮料成本上涨,公司业绩出现亏损”。

“所以,此次交易将产生共赢效果。”陈静说,一方面,百事中国的瓶装业务并不赚钱,通过换股的形式正好可帮助其降低投资和经营成本;另一方面,百事中国还可借助康师傅的销售渠道,促进上下游产业发展。

“对康师傅来说,百事中国的瓶

装厂也是康师傅扩张所需要的。”陈静说,“今年以来,康师傅投资力度增大,而建新装瓶厂所需的运作成本较高。但收购百事中国的瓶装厂却可以解决这一问题。”

实际上,康师傅目前在市场的最大优势就是茶叶饮料,且不涉足碳酸饮料市场。但“强强联合”之后,康师傅将扩大自己的“生产线”,并将补强碳酸饮料市场。

与此同时,在东南大学法学院张马林看来,百事中国与康师傅的强强联合能否成行,更大的“不确定性”还是来自政府层面。这并非没有前车之鉴——2009年3月,中国商务部就否决了可口可乐对汇源果汁的收购案,当时的依据就是刚出台不久的《反垄断法》。

报告显示,去年可口可乐是中国最大软饮料生产商,市场占有率为168%,康师傅和百事分列第二和第四位,份额分别为144%和55%。就数字层面而言,强强联合能将可口可乐抛在后面,但还没占据绝对优势的地位。

陈静对《国际金融报》记者介绍,在碳酸饮料方面,可口可乐占中国市场大约2/3的份额,百事为1/3。但联合后,百事借助康师傅使销量得到增长,拉近与可口可乐的距离,未来3至5年间,“两可”将均分碳酸饮料市场。这意味着,“联盟”不会在未来的市场上占据绝对优势地位。

成功企业家的画像

高哲铭

前沿型企业家能在一个相对宽松或完全宽松的市场中茁壮成长,富有自信,敢于设想,并能表现出高水平的创造力和超乎寻常的灵活性,并取得成功。

要成为一位成功的企业家需要什么?这些要素究竟是我们能学习掌握的技能,还是与生俱来的?

除了要意识到,中国这些年的经济改革使企业家精神的出现成为可能,我们还有必要认识到在这里有不同类型的企业家。

美国麻省理工学院斯隆商学院的国际管理学教授黄亚生在一篇文章里指出,中国的企业家可以分为两类,追赶型企业家和前沿型企业家。其中追赶型是复制他人发明的模式,并且在有成本竞争优势的基础上做再创造。

亚生将前沿型企业家定义为不复制他人,而是创新的、别出心裁的,并且不仅仅指那些在科技领域有重大突破的企业家。他认为:“前沿型企业家需要多层次融资结构;需要不断从多渠道获取丰富创意;需要自由表达自己的观点,做自己的事。”

我倾向于同意黄教授的观点。同时,我也坚信这一分类不仅仅适用于中国,而且具有普适性。对于追赶型企业家,他们是在一个有“组织化”的环境中工作的,对于这些人来说,企业家技能是可以后天学习的。这类企业家通常在一个行业工作了十年甚至更长。他们利用自己积累的经验 and 人脉,为一个现有的市场重新改造一个产品。其他影响他们成功的因素还包括市场本身的特点、所需的创新程度以及对于他人的依赖程度。

相比较而言,前沿型企业家,或者叫在“宽松的”环境中工作 的企业家,常常能超越极限。他们敢于冒险,善于乘着新制度的浪潮,创造新的技术并开拓新的市场。这跟个人性格有关。他们在一个相对宽松或完全宽松的市场中茁壮成长,富有自信,敢于设想,并能表现出高水平的创造力和超乎寻常的灵活性,并取得成功。在我看来,这些特征是一个人可能也有也可能压根没有的,换句话说是与生俱来的。

阿里巴巴的创始人马云就是一个典型的在宽松环境下成功的企业家例子。以色列的ICQ公司是另一个。

ICQ是一种互联网聊天工具,这家公司在1996年创立。当时参与创业的5个二十出头的小伙子意识到,尽管人人都进入了互联网,但是还没有任何工具能让大家即时互联。ICQ成为第一个让windows用户在线相联的工具。虽然那个时期,美国在线也发明了自己的聊天工具,但只对自己的付费用户开放。相比之下,ICQ对所有用户免费开放,发展更为迅速。到1999年底,ICQ拥有共计5000万的注册用户,成为最大的国际在线服务商,共计下载次数2.3亿次。美国在线在1998年花了4.07亿美元的大价钱买下了这个竞争对手。

马云和ICQ的创始人在创业之初都很年轻,也没有太多行业经验。但这些年轻人聪明、有抱负、愿意献身于自己的工作并且专注于此。他们是愿意冒险的人,在一个宽松的环境里工作,在未经检验的水域中航行,创造出一片全新的空间和市场,给电子商务和传播方式带来了变革。

这些是企业共有的品质。如果有适当的资金支持以及可以开发的环境,无论环境是组织化的还是宽松的,企业家都有潜力成功。当然,前提是假设企业家都是富有创造力、坚持不懈,并且有能力应付快速的变化。