

两百家企业家将赴台参加两岸企业领袖峰会

由 200 余名大陆企业家组成的代表团将于 12 月 3 日赴宝岛台湾,参加两岸企业领袖峰会,与台湾工商界同行展开交流。

近年来,两岸经贸合作日益频繁。去年 9 月 12 日,《两岸经济合作框架协议》(ECFA)签订。协议实施一年多来,ECFA 带来的区域经济协作、贸易自由化、投资便利化等利好,让两岸产业界相互融合、渗透、合作的进程加快,互相进入市场投资的机会大为增强。本次峰会即希望藉此让两岸企业家加深相互了解,缔造出“共创共赢、倍数成长”的未来。

大会还将开启高端论坛,邀请著名学者、成功企业家等解析当今全球经济与两岸合作趋势。为了与大陆企业家共同分享台湾的投资发展项目,主办方还将在台各地安排项目对接说明会,就某些大型项目寻找更广阔的投资机会。此外,大陆企业家们还将重点考察文化、教育、林业、农产品、环境保护等各个行业。

大陆企业家们在台 8 天时间里,除参观台湾的世界 500 强企业,与企业界同行展开对话外,还将与部分政要、学者、佛学大师进行交流。

该峰会由全国政协两岸经合(北京)文化交流中心、中国两岸经济促进会、台湾乡镇市民代表会联合总会、国内最大的民营企业联盟——富布斯(中国)同学商会等共同举办。

(马海燕)

争抢内地客 香港商场纷“变身”

圣诞新年将至,又到年尾的消费旺季。虽然欧美经济不景气,但内地个人游旅客消费力强劲,零售业界估计香港今年全年零售业总销货价值仍可达 4000 亿港元。

香港各大商场早已瞄准商机,纷纷“变身”,申请扩建楼面,增复式铺,以引入更多内地游客喜爱的国际品牌,争抢香港 4000 亿港元的消费总额。

走在香港旺区市街,常能见内地游客手提大包小包的名牌货。内地游客最爱的国际名牌,如 LV、普拉达、香奈儿等,均争相来香港开设旗舰店,更以高租金抢租大铺。

据香港媒体报道,美联工商铺行政总裁黄子华指出,近年来不少国际品牌来港开店,已令尖沙咀、铜锣湾等地区的铺位租金拉高 50%至 1 倍,旺区商场租金亦有显著升幅。他相信,明年会持续有国际品牌来港开设旗舰店,一线铺位及商场的租金会持续上升。

时下,香港各大主打内地游客的商场以及街铺正纷纷进行“大变身”,以吸纳更多租客。尖沙咀美丽华酒店商场地铺今年已分成 3 间复式铺,其中美国皮具品牌 Coach 已以月租 280 万港元承租其中一间。

至于九成客源来自内地的尖沙咀新太阳广场,新鸿基地产代理租务部总经理冯秀炎表示,明年 2 月将展开优化翻新工程,为期一年半,分两个阶段进行,包括大型外墙及商场内部翻新,涉资近亿港元。

另一个消费旺区铜锣湾亦不敢怠慢,时代广场有限公司董事凌缘庭表示,计划把时代广场地下戏院搬上商场最顶位置,会分为数个铺位,现正与国际名牌时装及珠宝等租户商讨。

日前召开的十七届六中全会吹响了文化强国的号角,点燃了全民族的文化创造热情。作为中国经济中坚力量的国有企业特别是央企,如何在做优做大中国文化产业方面发挥自己的领军作用?最近入选文化部首批十家最有影响力的“国家文化产业示范基地”的著名央企华侨城的老总任克雷说了两个字:担当。

任克雷:为繁荣中国文化产业而担当

□ 陈光义 杨光

成立于 1985 年的华侨城,迄今已在中国文化产业走过 26 年的征程,并以其文化产业的原创性、多元化和示范性逐渐获得社会各界的高度认可,先后被评为首批“全国文化产业示范基地”,首批两个“国家级文化产业示范园区”之一。2010 年以来两年连续入选“中国文化企业 30 强”。2011 年 11 月,入选文化部首批十家最具影响力的“国家文化产业示范基地”。

文化强国的央企担当

一个企业,始终将文化建设放在第一位,其背后有着怎样深层次的原因?

在华侨城,有一则轶闻流传甚广:十几年前,当时还未担任华侨城集团总经理的任克雷,跟随深圳市领导去新加坡,在总统府拜见李光耀先生时,任克雷发现总统办公室很小、很朴素,唯一奢侈的是办公室后面放

了一尊很大的雕像,那是影响了东方文化两千年的孔子。任克雷说:“我从中悟出了为什么新加坡经济能高速发展,为什么新加坡能成为举世瞩目的花园国家。”

这就是文化的力量。在任克雷看来,没有文化就等于没有灵魂、没有主线,就无法牵引一个国家向前发展,对于企业亦然。从此,以文化为中心打造企业的核心竞争力,成为华侨城发展的主脉。

如今,华侨城集团在文化产业核心层的文化演艺、文化艺术、艺术场馆,文化产业外围层的主题文化景区以及文化产业相关层的数字娱乐设备研发和制造领域都具备了独特优势,形成了多元化的文化产品形态,同时这些产品形态具有互补和耦合性,共同形成华侨城文化产业丰富的内涵和巨大的延伸空间。华侨城无论是产业规模还是产业链的成熟程度,都已走在国内文化产业的前列,无疑成为了一个能够为中国老百姓提供他们喜闻乐见的娱乐和旅游产品的



文化产业王国。华侨城集团旗下拥有和管理锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗、欢乐谷、何香凝美术馆、华夏艺术中心、OCT 当代艺术中心、华侨美术馆、华侨城创意文化园、欢乐海岸等一批著名文化景点和公共艺术场所,深圳华侨城早已成为深圳特区一张流光溢彩的文化名片。

进入“十二五”开局之年,华侨城

拓展其文化产业链的举动频频,从年初“景区收入倍增计划”的提出,到 6 月份收购深圳远望落星山科技有限公司,9 月份签约日本大阪环球影城,彰显了公司做大做强文化产业的决心,也日益明确地发挥着其在全国文化产业大发展大繁荣的央企担当。

多元化发展之路

华侨城集团 2009 年整体上市以来,依托“旅游+地产”的独特模式实现了高速发展。而作为一家年接待游客超过 2000 万人次、连续四年跻身“全球旅游景区集团八强”、在全国建设了 13 个大型文化产业发展示范基地的公司来说,仅仅提及华侨城的旅游地产,显然是一种太过片面的解读。

记者了解到,近年大批房企纷纷上马旅游地产项目,但在这股空前高涨的旅游地产开发热潮中,作为中国旅游地产开创者的华侨城却果断转向,致力于现代服务业的发展布局,

是具有远见的。打造具有国际影响力的“中国服务”品牌或许是华侨城下一个二十年的战略性机遇。

任克雷告诉记者,未来的华侨城将是星河湾、万达、洲际、宋城股份、奥飞动漫等主题公园相关产业链的综合体。根据国泰君安对华侨城的最新调研报告,华侨城发展的长远目标是做到三个第一:主题公园第一,文化产业、文化演艺力争第一,城市综合运营商要尽量做到最好。其中,新兴文化产业,包含了文化科技(如电影、动漫)、演艺整合等。

而此次由华侨城在国内率先进行企业定位调整,提出打造“中国服务”品牌的口号,在中国面临经济结构调整、亟需提升现代服务业整体竞争力水平的关键历史节点,再一次走在时代浪潮的前沿。如一位学者所说,“中国真正能够跟世界一流的国家在文明和生活方式上全面接近需要很长的时间,而华侨城在这方面有成功的努力,未来还将创造更多。”

先进理念见成效 松阳兴乐“没有一项不合格”

□ 本报记者 何沙洲

通讯员 点书友 付美英

“这是有史以来最可喜的成绩”。中国船级社质量认证公司审核专家组 10 月 28 日在对浙江兴乐电线电缆制造有限公司(以下简称松阳兴乐)进行了两天审核后,松阳兴乐以“没有一项不合格”的优异成绩通过审查。专家组对松阳兴乐表示祝贺,称这是专家组很少遇到的成绩。

松阳兴乐前身是丽水通信电缆厂,自 2005 年被兴乐集团兼并重组后,集团雄厚的实力和先进的管理理念给公司带来了强劲的发展动力。特别是近年来,集团投入 1 亿多资金对松阳兴乐进行了技术升级,使企业管理水平和产能得到巨大提升。中国船级社质量认证公司审核专家组这次认证,是继 2010 年后该认证公司对松阳兴乐的第二次监督审查及体系评估,松阳兴乐以“没有一项不合格”获得专

家组祝贺,称这是“有史以来最可喜的成绩”。对此,松阳兴乐负责人表示,公司将高度重视专家组反馈和建议,加强各方面管理,进一步提升体系管理水平。

记者还获悉,松阳兴乐还在 10 月 23 日浙江省经济和信息化委员会举办的第二届中国·浙江成长型企业投融资大会上,喜获浙江省 2010 年度“成长之星”企业称号。



兴乐车间照

中国企业家瞄上“希腊机遇”

□ 嵇晨

欧债危机的火焰已经烧到了政治稳定,希腊总理帕潘德里欧和意大利总理贝卢斯科尼先后辞职。不过,政局变数往往伴随着经济机遇。尽管日前中国官方已经表态“欧债问题主要靠欧洲自己来解决”,但民间依然无法无视这一潜在的投资机遇。据记者了解,近日国内有数批企业家赴希腊考察,拟计划对当地企业,尤其是已经私有化的基建企业进行股权投资。

中国企业家欲抓“希腊机遇”

一位从事进口食品贸易的企业家对记者表示,此番赴希腊考察,虽然无法进入能源、银行等国有大量垄断性企业股权的收购,但在希腊当地基础设施建设行业的公司股权市场,依然有投资机遇存在,大部分国内企业家都有意向在希腊投入少则数百万元、多则上亿元人民币的资金。

“欧债危机的确很令人担忧,但我们判断希腊背靠欧盟应该不会轻易倒下。”这位投资人对记者表示,投资风险是必须要承担的,但如何评估是最重要的,而且要看“议价结果是否有吸引力”。

“在希腊你能感受到完全是买

方市场,”这位企业家回忆,由于政府财政吃紧,希腊当地就业情况低迷,使得民众消费力锐减,他们在光顾一些奢侈品专卖店时,受到了意外的大幅打折待遇,“比如近百万欧元的某名牌奢侈表,你甚至可以五六折买下。”

这次赴希腊考察,也是集合了数十位来自不同行业但手握现金的企业家,在现有投资国内市场之余,抓住“危机”拓展海外,尤其是欧洲市场也是大部分企业家的目的地。“欧洲和中国的经贸关系也很活跃,尽管金融体系上发生了危机,但不可否认,欧洲市场对我们来说还是有吸引力的。”上述企业家表示。

“风暴”中投资须谨慎

春华资本创始人及董事长、经济学家胡祖六近日接受记者采访时表示,危机当然能带来很好的机会,如果投资人具有一定资本实力,有较好流动性和资源的话。

“但对于希腊的投资,要格外审慎评估风险,切不可冒进。”胡祖六指出,希腊仍然处于风暴之中,在救援方案尚不明朗的情况下,投资希腊的风险性较大。

德资背景的商业兼并咨询公司贝旭科投资(BEXUCO)首席执行官派利克·贝克尔则认为,部分现金流状况

良好的中国企业的确可以以欧洲为主要突破口。而胡祖六的观点是,正是因为发生了欧债危机,中国企业走出去有了比较好的环境和条件,成功概率大大提高。

分析认为,对于希腊在内的大部分欧元区国家来说,很多企业即便解决了现金流的问题,欧洲经济内生性的模式存在缺陷,也不容忽视。

另外,在欧元持续走弱的大背景下,汇率风险显而易见。美国股神巴菲特也在近日公开表示对欧元的担忧,认为其存在重大缺陷,能否度过这次债务危机尚存怀疑。

郑裕彤:“鲨胆大亨”如何炼成

□ 薛蓓

现任香港新世界发展主席,香港周大福珠宝金行掌舵人,香港恒生银行董事……这些显赫的名字背后,出生于广东顺德的郑裕彤,起家之路堪称有如话剧般跌宕起伏、充满艰辛风雨、每一步都和他的“鲨胆”性格离不开,直至此次颇为人所意外的大手笔上市。

周大福为何姓“周”不姓“郑”?

作为在国内消费者中广为人知的品牌,周大福集团的历史很有意思,但其集团掌舵人郑裕彤以往在内地名气却没有当前的华人首富李嘉诚那么大。记者采访中了解到,目前为止,周大福还是香港富豪郑裕彤家族拥有的一个商业集团,包括投资控股业务和珠宝金行有限公司,郑裕彤为集团主席。

很多人奇怪,周大福的幕后老板为何姓郑?其实,周大福的创始人确



实姓周,第一家金店早在 1929 年就由周至元创立于广州,这位周至元先生是郑裕彤的岳父。周至元当时已凭借炒金银货币赚得第一桶金,从而创立经营金铺。从最辛苦店面工作开始做起的郑裕彤很快就因为人诚实、聪颖好学,而得到了周至元信任。1946 年,他被派至香港开分店,开始了周大福金行在香港的风生水起。

1956 年开始,周大福金行由一直勤恳打理金铺生意、且锐意进取的郑

裕彤接手经营,从此周大福这一招牌在他手中越来越亮,从传统的金铺发展为现代连锁店,成立珠宝业中较早的有限公司。他首创的 9999 纯金首饰,还在 1984 年被规定为香港黄金首饰的成色标准。在原材料供给、品牌打造等方面,周大福则通过走“国际化”路线,获取珠宝矿产资源。

被称“鲨胆彤”花 194 亿买平安 H 股

被外界冠以“鲨胆彤”、“鲨胆大亨”名号的郑裕彤,在商界以善于把握机会著称。比如让周大福声名鹊起的 9999 纯金首饰推出之时,香港金银贸易市场,交易黄金的成色还一律为 99%,有些金的成色甚至只有七八成。而他的第一次“赌博”就是投注几十万成本首创“九九九金”。为了获得钻石原石,他曾直接飞往南非斥巨资买下一间钻石加工厂。

上世纪 70 年代,郑裕彤投资兴建香港新世界中心;上世纪 80 年代,又与香港贸易局合作建成拥有世界上最大玻璃墙的香港会展中心,名列亚洲同类建筑之最。上世纪 90 年代,他又大举进军内地,投资建设事业。此外,郑裕彤曾经收购亚洲电视股权。他还热衷投资酒店业,曾斥资 27 亿港元收购辖有 825 家酒店的美国一酒店管理集团。

今年 3 月,郑裕彤及旗下周大福宣布斥资 194 亿场外购入平安保险 H 股,每股均价 71.5 港元,较停牌前价格折让 12.48%。郑裕彤此前并未持有

平安保险 H 股,而在本次交易后持股比例一举达到 9.52%。

重视内地市场,“富二代”成气候

2010 年,记者还在一次采访中曾经目睹 80 多岁高龄的郑裕彤,以及周大福集团董事郑志刚、郑志恒等郑氏家族的成员至内地旗舰店、为家族事业亲力亲为。据了解,郑志刚、郑志恒均为郑裕彤家族的“第三代”,郑裕彤非常重视锤炼子孙,多名“富二代”、“富三代”加入了家族生意,进入周大福和新世界集团管理层或任董事。此次冲刺 IPO,据称跟投行的沟通,也主要由郑裕彤长子郑家纯及长孙郑志刚负责。

周大福对内地珠宝消费非常看好,认为内地珠宝消费有质的飞跃、潜力惊人;特别二三线城市的巨大空间将得到释放。为了迎合内地市场,如今周大福旗下的全系产品都在内地可以觅到。