

中国游艇产业寻求“去贵族化”突破发展瓶颈

□ 王晖余

正在海南省海口市举行的2011中国(海口)游艇经济论坛上,与会人士认为,游艇产业“去贵族化”、与旅游和大众休闲度假相结合,将成为中国游艇产业可持续发展的主要路径。

近年来,随着中国经济快速发展,游艇产业随之逐步兴起。上海海事大学经济管理学院副教授程爵浩说,根据欧美国家游艇产业发展规律,当地人均GDP达到3000美元时,游艇经济开始萌芽;人均GDP达到6000美元时,游艇经济进入快速发展阶段,中国已经开始具备游艇产业发展的经济基础。

据统计,目前中国已有17个省市地方政府正在规划和布局景观水系开发和游艇俱乐部建设。已建成、正在建设和规划建设的游艇俱乐部有99家,游艇保有量在1200-1500艘。

中国口岸协会会长叶剑说,2009年,中国游艇内需市场开始发育,国内市场的游艇厂商订单多于往年,主营外销的几家大厂开始把国内市场放在重要位置,国外大牌游艇也提高了在中国的销售份额,这一趋势在2010年、2011年继续扩大。

“今后3至5年内,游艇休闲、运动将成为人们娱乐生活的重要选择,游艇海上运动将成为海洋旅游、个性消费和追求品位的新亮点。”中国交通运输协会会长钱永昌说,游艇在中国有可能成为一项可以普及化的、蓬勃发展的、有品位的水上休闲生活和运动。

“但中国不少游艇俱乐部在经营管理方面刚起步,产品单一,只是卖泊位、卖会籍,为少数会员服务,面临着投资金额大且回收慢的困境。”全国游艇发展专家指导委员会秘书长郑炜航说。

舟山阿尔法游艇俱乐部发展有限公司总经理杨世和说,当前中国沿海从北到南游艇俱乐部发展方兴未艾,但有良好经营效益的却屈指可数,“赚时尚而不赚钱”已成为当前中国游艇俱乐部的通病和困惑,许多游艇俱乐部处于亏损状态,没有效益就谈不上优质的服务,更难以有健康的发展、美好的前景。

“高门槛、高价格、高消费、贵族化构成了目前中国游艇消费的一大特点。”杨世和说,走贵族化之路,把大众甚至中高层的爱好者都挡在了门外。

“游艇俱乐部的建设有一个误区需要澄清。”郑炜航说,目前中国绝大多数游艇俱乐部的建设投资以会所建设为主,走奢侈豪华路线,甚至互相攀比。“在我看来,设施豪华、装修奢侈并不是游艇俱乐部的必备条件,反而会使游艇俱乐部与高尔夫球场等其他的高档会所同质化,失去自己的特色。”

郑炜航说,美国拥有1700万艘游艇,但绝大部分是12米以下的中低端小型游艇;有12万个水上运动中心,全部对普通民众开放,收费低廉。北美和欧洲八大游艇发达国家普遍建有大量的公共游艇码头,但目前中国还没有一个建成的游艇公共码头。

“去贵族化”是中国游艇产业发展的唯一出路。”海口市副市长邓小刚说,中国虽然海岸线资源丰富,但是人口众多。中国游艇经济发展应该实行“双轨制”,一方面可以发展高端的私人游艇,另一方面将游艇产业和旅游、大众休闲产业结合发展,开辟中国游艇产业的发展新模式。

“一定要走出游艇俱乐部依靠会籍出售、泊位租售求生存和发展的经营理念和发展模式。不断地提高会籍和泊位的租售价格,只会使游艇俱乐部失去生机和活力,走进象牙塔,远离大众。”杨世和说。

1985年成立之初,中兴通讯只是一家不为人知的通讯设备制造商,如今已成为全球领先的综合通信解决方案提供商,并为全球140多个国家和地区的电信运营商提供技术与产品解决方案。从工程师到跨国公司的掌舵人,26年间,侯为贵完成了他的蝶变。

侯为贵:成功就是节点上不犯错

□ 雍忠玮

20多年的企业生涯,洞悉市场的侯为贵如鹰一般敏锐。在数次的产业转型过程中,他的目光总能聚焦在技术与市场的结合点上。从CDMA、小灵通到TD-SCDMA,他的“先期跟踪,弹性投入”原则让公司能够静观市场变化,进退自如。

在通信行业摸爬滚打了几十年,侯为贵能准确预测行业发展的未来趋势,可他并不冒险,一旦做出判断,他会对其做充分的论证,如果可行,任何人都无法左右他。

凭借敏锐和坚持,侯为贵带领着中兴通讯从国内走向了海外,但这并不是终点。近年来,低价模式已经阻碍了公司的发展,好在侯为贵已经看到了这一点。

避免节点上犯错误

通信技术的迅猛发展让行业内的企业不得不时常面对产业转型的问题。麦肯锡发布的一个参考数据让人并不乐观:全球电信业的转型项目有70%结果未如预期,甚至以失败而告终。如何把握市场脉搏、控制风险,就成为企业领导者不得不面对的一



侯为贵近照

道难题。

侯为贵认为,通信行业在过去的20多年,一直处于快速变化过程中,可以说年年都在变,通讯企业的转型也是一个连续的过程,不是突变。这种快速的连续性的变化,对行业内的所有企业都是公平的挑战,也是一把双刃剑,应对得好就能跑在前面,否则就会掉队。

企业要想往前走、不掉队,最重要的不是突然性的成功,而是在重要节点上不要有失误。如果能够在每个重要节点上没有太大失误,企业就能走上去;或者不要在几个节点上都出问题,企业就不会出现很大的问题,否则就会被淘汰。

侯为贵告诉记者:眼前一个现实的问题是企业在海外的100多个代表

处,有些管理人员在经营技能方面还有些不足,一部分人仍然认为自己只是做国际销售。如何在经营方面提升以国家为单位的团队经营效率,还面临比较大的挑战,这也是中兴通讯目前的经营难点。

平衡短期与长期利益

追求短期利益还是长期利益是企业领导者面临的另一道难题。通常,欧洲的公司不是以利益为指导,而是强调质量、客户,正因如此,欧洲公司反而更能获利;而美国公司往往追求短期利益,但这并不是说他们不追求长期利益,盈利是公司实现长期目标的路径之一。如何平衡好公司的短期与长期利益,一直考验着企业领导者的智慧。

侯为贵曾提到中兴通讯的目标是成为卓越的企业,他觉得卓越企业首先应该是员工认可,要让员工认同在企业里有大的发展前景,这个很重要,如果员工都不认可,外面再怎么认可也都是虚的。

其次便是客户的认可,用户群的粘性也很重要。能否成为卓越的企业,关键是产品的客户群粘性有多大。

此外,还有股东、投资者是否对你有信心,对你的盈利能力、增长速度是否认同,如果这些方面做得比较好,在全球范围内获得认可,就可以成为一个卓越的企业。

在侯为贵心目中,一个卓越的企业总体上的表现是,掌握好盈利能力和发展速度之间的平衡。

接班人标准:不赞成空降

与柳传志、任正非一样,侯为贵这位年届70的企业精神领袖,同样面临着接班人的问题。什么样的接班人才能让企业真正实现可持续发展?在每个领导者的心中,答案也会不同。

在侯为贵的心目中,接班人应该具备哪些条件?

侯为贵认为:中兴通讯一直按照上市公司的规则去做,不是某一个人说了算。

他个人不赞成用空降的方式寻找接班人,如果一个人对企业不了解,突然来管这个企业,风险太大。还是应该在这个企业呆了十年二十年的人,在公司有一定的股权,这样比较平稳。

浙江设立“走出去”战略资金 支持企业国际化经营

□ 岳德亮

浙江省决定每年根据省政府批准的年度外贸促进政策,从省财政内外贸发展资金中统筹安排专项资金设立“走出去”战略专项资金,借以鼓励引导企业开展对外投资和经济

技术合作业务,促进国际化经营。

据浙江省财政厅相关人士介绍,专项资金将用于支持企业到境外投资,设立生产加工、仓储运输、营销网络、研发机构和境外经济贸易合作区(工业园),开展境外农、林、渔和矿业等合作开发;支持企业承揽境外工程

承包、设计咨询业务;支持企业参与和承接国家对外援助项目;支持企业开展对外劳务合作(外派劳务、境外就业);支持“走出去”对外投资企业的回归发展等。

记者从浙江省财政厅、省商务厅发出的《浙江省实施“走出去”战略专

项资金使用管理办法》中了解到,该省要求有资格申请专项资金的单位除了应具备有省内独立法人资格、依法纳税等基本条件外,还要达到一定的投资额度,才有可能享受到一定资助。其中,专项资金对经省商务厅批准设立的对外劳务培训基地,一次性

给予一定资助,并根据年培训外派劳务人员规模,按最高不超过每人3000元标准给予资助等等。

据了解,浙江省商务厅和省财政厅将建立监督检查制度,对项目执行和资金使用情况跟踪检查,必要时将委托中介机构进行专项检查。

香港 新一代企业家“瞄准”内地商机

□ 莫非 廖宴思

作为外向型经济体,金融危机、偶发危机、日本地震、美国经济阴霾等均给香港带来负面影响。如今,很多香港企业正处于换代期,不少“二代”企业家在接受中新社记者采访时表示面临复杂的问题和形势,颇感压力,而中国国内市场对他们的吸引很大,是他们打造品牌的目标之地。

12月2日至3日,由香港工业总会等主办的第十届香港珠三角工商界联合晚会、“企业升级”交流会和“新形势新商机”顺港青企交流会等一系列活动在广东佛山顺德举行。众多

香港青年企业家来到顺德向前辈和同行取经,寻求商机。

近年来,企业面临外部经济动荡、原材料上升、利润减少等诸多问题。同时,香港企业与珠三角企业类似,也在新旧交替的换代期,青年企业家面临更重的责任和负担。

孙荣聪是香港工业总会青年委员会的主席,他于2006年加入家族品牌企业,现担任旗下建业五金塑胶厂有限公司的业务发展总监。除了带领企业研发、生产和销售高级厨具、时尚家居用品及电器产品外,更致力推广品牌,成功将企业打造成了行业内最具影响力的品牌之一。

看到中国内地市场的商机,孙荣聪从2006年就开始做内销市场。此外,他每年都参加两次广交会,向国内外企业推介他们的产品和品牌。

他认为新一代企业家与老一辈相比,面对的问题更多更复杂。“时代不同,世界大环境很不一样,以前是以出口为主,只要价廉物美就行。但是现在竞争多了,客户的要求更高,我们要从创新和新颖的角度去做才会得到认可,同时要经常回访客户,让客户充分了解我们。”

陈嘉贤6年前从美国回到香港帮助父亲打理家族生意,现在是德国宝(香港)有限公司副总裁。她很看好

内销市场,两个月前,在佛山开了第一间旗舰店。她说:“内地是一个非常具有潜力的市场,父亲给了我机会,我就回来帮他开拓内地市场,近几年慢慢将产业转移到内地。希望在内地不单是卖产品,而是卖好品牌好形象。”

作为新一代企业家,陈嘉贤感叹创业难、守业更难。她说,这一代遇到的困难很多,竞争来自全世界。此外,由于受过西方教育,对传统的家族经营手法有不同的看法,挑战不少。“很多员工都是看着我长大的,所以要管理他们,首先要证明自己的能力,同时要用的方法管理。”

香港工业总会主席钟志平认为,

二代企业家在企业创新、品牌打造、设计水平和代销市场都比上一代做得好。他说:“他们大都有很好的学识和自己的见解。他们并不是守业,而是再创业,在继承父业的基础上,他们讲究市场效率和产品增值,积极谋求转型升级和发展。此外,他们大都具有很强的企业社会责任感,值得称赞。”

香港生产力促进局主席陈镇仁强调:“不管是企业一代还是二代,都要与时俱进,提高产品质量和管理效率才能持续发展。不能墨守成规,希望他们在继承父辈优良传统的基础上不断创新和超越自我。”

民营企业:做产业链低端产品绝不是中国民企宿命

□ 邢利宇

全国非公有制经济先进典型事迹报告会2日上午在北京人民大会堂召开。

位居世界排名第三、中国特种计算机市场首位,研祥高科技控股集团每年20%的产品是全球首创并拥有定价权。该集团董事局主席陈志列1日在北京表示,做产业链低端产品绝不是中国民营企业的宿命。

陈志列、茅永红、王文彪、张近东、励行根、尹明善、郭广昌、李河君、徐冠巨、李书福等10位民营企业家在会上讲述企业成长经历以及各自对中国民营企业发展相关问题的思考。

改革开放以后,中国民营企业大多数从传统制造业和服务业起步。人们因此认为,中国的民营企业只能做产业链低端产品,不为外国企业代工,似乎就不能生存。

“创新是企业永恒的生命动力”,



王文彪



李书福

陈志列说,中国的科技企业平均每年



陈志列

将销售额的16%投入研发,民营企业平均为24%。其所在研祥集团,每年将销售额10%投入研发。这个比例不仅在中国,在国际上也是名列前茅。陈志列说,靠自主创新在市场上竞争和生存,研祥集团尝到了很多甜头。

如今,在零下70摄氏度的极地、

5000米深的海沟,甚至遥远太空运行的火箭上,都有研祥集团的特种计算机在运用。陈志列认为,研祥特种计算机不仅突破了环境的极限,更打破了西方巨头在中国特种计算机领域的垄断地位。研祥发展的实例,证明中国民营企业完全可以做到和海外巨头进行竞争。“我们这一代企业家的重要历史使命就是要在自己力所能及的领域赶超发达国家。”

宁波天生密封件有限公司,是一家年营业额5000万元人民币的小型民营企业,却以自主研发“核电站密封件”而在该领域进入世界前列。董事长励行根回首该公司创业路,感慨地表示,小型民营企业要谋求生存谋发展,就要把自己的产品做到最专最精最好,特别要以科技创新打造核心产品,占有独特市场份额,这才是小型企业可持续发展的道路。

2011年3月,金沙江上总装机约300万千瓦的金安桥水电站第一台机

组并网发电。汉能控股集团,成为国内第一个也是唯一一个建设百万千瓦特大型水电项目的民营企业。“做祖国强大需要的事情,我们才能找到归宿感,才能体会成就感。”该集团董事局主席李河君说。

10月16日,联合国在韩国举行全球防治荒漠化公约第十次缔约国大会,内蒙古亿利资源集团董事长王文彪作为全球唯一被邀请的企业家,向大会介绍了中国和亿利资源防治荒漠化的成功经验。“只有做强做大企业,才能回报伟大的祖国和伟大的时代。”回想这一幕,王文彪说。

今年,中国吉利控股集团并购沃尔沃一周年。1到10月,沃尔沃汽车全球销售量同比增长26%,其中德国市场销售量增长48%以上,日本市场销售量增长50%以上。该集团董事长李书福认为,“是中国改革开放的政策和现代化建设的伟大成就,给了吉利这样的历史机遇。”