

华商潘继泽:诚信是企业家的经营之本

□ 李志强 汤先营

近3个月以来,新加坡证交所的一只股票因上涨300%而备受瞩目。创造和上演这个奇迹的是缅甸杰出华商潘继泽先生恒泽集团旗下祐玛战略控股有限公司。这是缅甸第一家,也是目前唯一一家在缅甸国外上市的公司。

当问到身为庞大商业帝国掌门人最重要的成功秘诀时,潘继泽先生脱口而出“诚信”二字。他说,诚信说起来容易,但有时候很难做到,因为坚持诚信就要付出一定代价。打个比方,先前口头承诺卖给别人一个楼盘,双方没有签合同,但几天后这个楼盘市值涨了,以之前价格出售难免会少挣点。“在面临类似的利益冲突时,我会选择宁肯损失一些眼前实际利益,也要兑现自己的承诺,哪怕是口头承诺。如此才能长久在商圈中赢得好的口碑。诚信可谓企业家取得成功的第一要素!”

除了诚信,潘先生的另外一个显著特点就是敢于用人、善于用人。尽管身处多年来较为封闭的缅甸,但恒泽集团最多时候曾雇佣过16个国家的员工。恒泽集团也被一位外交官评价为缅甸首家实现国际化并建立了较为完善现代企业制度的本土企业。在缅甸民众看来,能在恒泽集团旗下的任何一家公司工作都是很自豪的事情。

作为集团的总掌舵人,潘继泽每年都会在一度一度的千人股东大会上用缅、中、英三种语言侃侃而谈,汇报公司业绩并接受质询,也为媒体提供唯一一次采访机会。除了每天5个多小时的睡眠,他每天的工作都排得满满的。“我日常工作的最主要内容就是和32个子公司40多位经理面对面“聊天”,潘先生幽默地说道。

其实,被“聊天”的经理们,必须带着各自公司的新问题和解决问题的具体方案,如果超过两次达不到这两点,就可能被符合标准的人取而代之。在“聊天”的过程里,潘继泽除了提出一些建议,更多地是让经理们面对问题自己做决定,他再做些补充。他说,东方人包括中国人有一个优良传统,那就是忠诚。老板对员工充分信任,员工忠诚于老板,这样形成良好的互动,公司才会形成一个良好的氛围。潘先生风趣地说,“我公司的口号就是‘给你一个舞台,尽情跳吧!’”。

尽管企业越做越大,但潘继泽从来没有忘记回馈社会。在他看来,履行企业社会责任不是空话,而是实打实的责任和义务。2008年5月2日,缅甸遭遇500年罕见的风灾。身在香港的潘先生闻讯马上赶回缅甸,第一时间召集下属公司所有一把手放下手中工作,会同公司员工组成的1000名志愿者,开赴受灾严重的农村地区,苦干一个月。

潘继泽先生祖籍广东,生在缅甸,1965年随父母回到北京上学,作为“老三届”还插队到云南农村。谈到中国,潘继泽饱含深情。他说,4年的农村生活磨练了体魄和意志,更使自己养成了勤俭简朴的作风。身为亿元资产上市公司的董事长,潘继泽出差很少带助理,开会自己写报告。记者2009年受邀与潘先生及其志愿者团队一起乘船赴灾区一周年回访,几个小时的行程,年逾花甲的潘董事长累了就往船帮上一靠,饿了嚼几口面包就矿泉水,毫不矫情,令人敬佩。

作为广东省侨联委员和大连市海外政协委员,潘继泽对祖国改革开放30多年的变化和成就赞不绝口。中国始终对他有着很强的吸引力。2005年之后,集团的业务重心甚至一度转移到了国内。潘先生也谈到当前缅甸日新月异的变化以及其中蕴含的商机,他希望中缅之间的投资和经贸往来越来越顺畅,使两国人民多多受惠。

人物故事 | Renwu Gushi

□ 邹小安

云月只投了12家公司,但其中的11家是赚钱的。“这一点不同于很多中国其他的PE,他们常常是投资了一大把企业,但其中大部分是失败的,不赚钱的。”苏丹瑞对于自己超过90%的投资成功率非常满意,而这一点也是他的基金在业界获得认可的一个重要原因。

“月亮背面”的冒险

1999年从高盛伦敦分公司领了离职补偿金的苏丹瑞,不顾亲友们的劝阻,毅然来到了中国这片在很多老外当时看来还相当陌生的土地,开始了在“月亮背面”(注:云月的英文名lunar有月亮背光面的意思)的冒险。经过一番深思熟虑和调研,用最初并不多的几百万美元起步资金,苏丹瑞创立了自己在中国的第一家实业——“掌上灵通”,这是一家专门为移动用户提供内容和服务的公司。

回想起自己当时的决定,苏丹瑞

管理总资产5亿美元,12年投12个项目。这样的数据,即便是与不少中国纯本土私募股权投资(PE)基金相比,也绝对算不上是“大型”,更谈不上是“巨头”。

但高盛银行家出身的美国人苏丹瑞(Derek Sulger),硬是凭着他对中国市场的深刻理解和与之相应的独到理念,让他的“云月投资”基金在中国拥挤的PE领域打拼出了一片天地。

一个老外眼中的中国“内需金矿”



苏丹瑞近照

觉得很幸运,因为自己在很多人都还没有意识到的时候,敢于做第一个吃螃蟹的人。“我来的时候,中国只有500万手机用户,过了一年以后就差不多3000万了,再过了几年,这个数字又增长到一两亿了。”

掌上灵通的成功,苏丹瑞归功于云月所坚持的“三内”原则之一——关注内需,这也是苏丹瑞所总结的云月模式的核心要素。至少在1999年,还没有太多人敢于把手机也纳入消费领域。“我一直都对中国的内需非常有信心,我觉得这方面的增长会持续,我也

一直是抱着这个信仰来进行投资的。”

慧眼相中内陆与内需

苏丹瑞的第二大成功秘诀,是扎根中国内陆。在他看来,现在大部分在中国做投资的人还是低估了中西部的发展速度。“中国沿海地区的今天,就是中西部的明天。”

12年来,苏丹瑞秉持着内需、内陆的原则,百里挑一地选择了10家左右的企业,这其中既有广西的果汁生

产商,有在中部的肉类加工厂,还有在云南拥有大片森林的林业公司。

眼下,苏丹瑞又有了新的投资目标——婴童市场。上周,云月投资与广州英爱贸易有限公司达成协议,以约1亿美元的代价,收购这家中国婴儿用品企业的控股股权。

“在中国,婴儿用品市场仍处于启蒙阶段。”苏丹瑞这样解释他的这笔投资,“随着人们收入水平的不断提高,品牌婴儿用品有着巨大的市场潜力。”

以云月的投资理念来衡量,苏丹瑞最看重的依然是广州英爱的“内需”和“内陆”概念。在他看来,英氏的产品是必需品,不是可选的消费品,而且这一行业还跟中国传统的传宗接代文化和计划生育政策密切相关,每一个家庭都希望给自己的小孩提供最安全、最环保的婴幼儿用的产品。这就给中高端的婴童消费品市场创造了无限商机。

而就扎根内陆而言,苏丹瑞看重的是英氏今后在中西部城市的巨大发展空间,今后该公司增长的大部分都会来自于中西部城市。

很多人都在讨论中国经济硬着陆,但云月并没有这样的担忧。苏丹瑞说,中国是世界上人口最多的国家,但生活水平与发达国家比还有差距,有很大的提升空间。现在尽管美国和欧洲的状况不好,中国也似乎面临了小小的短期挑战,但这只不过是长期发展中的小插曲。

【经营者说】

“我们的企业文化鼓励我们每天去想,怎么帮助一个很小的企业变成一个更强大的企业,或者当挑战出现的时候,我们帮助企业应付挑战。而不是坐在那里每天想着钱怎么样翻番。”苏丹瑞说。在云月,公司每年都会将赚得的利润向投资人分红利,坚持长期持有,而不是急于退出。

提到自己下一步的投资目标,苏丹瑞很肯定地告诉记者,依然会是在“内需”上做文章。随着人们生活水平的提高,很多以往并不普及的商品和服务也会日渐成为必需品,就好比1999年的手机,和几年前的中高端婴童消费品。这,就是云月看准的方向。

温州富商 买下美银行称已盈利

2011年11月,温州商人林春平收购美国大西洋银行,专家称,这是温州民间资本在金融业左冲右突10年后的一次破冰之旅,或许会成为温州民资新的投资出路。24日,首次以温州市政协委员身份参加温州市两会的林春平,接受了广州日报记者采访。

林春平记者透露,在收购美国大西洋银行后,他准备再一次出手:另一家海外银行正在与他接触,“这家银行规模比已收购的美国大西洋银行大10倍不止,也已经接近破产。”林春平称,3月份双方将进行第二轮谈判。

2011年11月,林春平以6000万

美元的代价,收购了特拉华州美国大西洋银行。11月11日,改名新汇丰银行。林春平此举,被解读为温州民间资本在金融业左冲右突10年却未有结果的一次破冰之旅。

“目前运营情况非常好!”24日,林春平兴奋地对记者说,自去年11月试营业以来,他的新汇丰银行已经开始了盈利,“最新的数据都已经出来了,每月起码有七八十万美元的净收入。”

林春平透露,目前新汇丰银行只向在外华人提供转存业务。他解释,如果向美国人开放,他们还不了债可以申请破产,银行将面临亏损。同时,由于尚未在国内设立分支机构,林春

平的银行同样无法接受国内储户的存款。

在国内,特别是温州当地,对林春平的这项生意感兴趣的更是有大有人在。“至少有200个温州商人已经找我咨询过海外收购银行的事。”

“今年,我肯定还会有大动作!”林春平透露,目前正有一家海外银行与他接洽,谈判收购事宜。

据林春平介绍,这家银行比已收购的美国大西洋银行规模大10倍以上,“他们负债率比较高,也已经接近破产。”林春平透露说,今年3月份,双方将就收购事宜进行第二轮谈判,“有百分之七八十的概率,能吃下来!”

林春平进军金融领域的雄心显然不仅于此。

2010年6月,林春平投资1亿美元,在英属维尔京群岛注册成立了春平国际金融控股集团。2011年8月,该公司在美国投资1亿美元,成立了美国新汇丰联邦财团。

“你只要看这名字,就知道我有什么计划了。”林春平透露,今后10年内,计划拥有5至6家有影响力的银行,“每年都会有动作的。”此外,林春平的5年计划是,在美国华尔街以及新加坡或者中国香港开设银行的分支机构。

为了实现这一雄心,林春平已经着手准备。(网摘)

“80后”掌门人吴浩的经营新思维

□ 曹磊

美国Dynisco集团日前正式宣布该公司已顺利完成对上海皓鹰测控技术有限公司的收购。上海皓鹰测控技术创始人兼董事长吴浩先生将担任Dynisco中国公司总经理,负责Dynisco品牌的中国业务及皓鹰品牌的研发生产与全球销售工作。

实力赢得巨头青睐

上海皓鹰测控技术有限公司是中国乃至全球知名的熔体压力传感器制造商之一,皓鹰品牌产品一直以来在全球塑料测量与控制技术领域中高端领域具有一定的影响力。而美国Dynisco集团作为全球熔体压力传感器的领导者及世界第一家熔体压力传感器制造商,选择并购目标的标准不可谓不高。吴浩表示:“只有优秀的企业或者说具有长远发展能力的企业才会获得国际合作的机会。”

能与行业巨头牵手,吴浩自然开心,他说:“美国Dynisco集团是全球塑料测量和控制技术的领导者,属于美国纽约上市公司Roper集团,Roper是全球知名的能源与控制的集团企业;所以无论是从技术研发、管理上,我们的团队成员可以得到更多的学习与提高从而推动Dynisco中国整体业务的发展。”

企业长远发展比利益更重要

谈及此次并购,吴浩深有感触地



吴浩近照

说:“每一个企业的创始人或领导者都有个经营企业的理念,或者说经营这个企业的价值观。在压力传感器领域,我们很难找到在世界舞台上具有竞争力的中国品牌。很多中国企业做的很大,看起来是一家优秀的企业,但是更多的核心竞争力还是低成本。随着主观与客观条件的改变与提

升,我相信未来中国会有真正具有世界竞争力品牌的行业企业。”

上海皓鹰与美国Dynisco集团的资产合并事实上代表着吴浩对于企业及品牌的认知与理解。吴浩认为:“皓鹰品牌经过美国Dynisco集团的收购,找到了一个新的发展品牌。而我和我的团队依然可以在这个

平台将皓鹰品牌发扬光大,至于谁是这个品牌的所有者就不是那么重要了。我一直在深思:作为企业的领导者与所有者,我们真的在重视企业的品牌和企业的长远发展,还是重视获得企业品牌背后的利益?”

借助外力实现梦想

2011年整个行业的各项统计数据都有所下滑,吴浩却能够带领企业迎难而上,获得相当不错的成绩。对于未来的前景,吴浩表示:“压力传感器作为工业领域机械设备的自动化控制的重要部件之一,是必不可缺的。在中国及全球有很大的市场,我觉得市场是一直存在的甚至还有更多新的市场可以去开发;我对这个行业非常有信心,对未来的前景充满希望。我们更多地是在思考如何提高产品的品质、提高我们的服务、在技术研发上我们如何创造更多领先的产品,从而获得更大的市场份额。”

吴浩认为,仪器仪表行业的未来发展需要走整合之路。不管是企业内部整合,自身发展壮大,还是国内行业企业的整合,捆绑式发展。或者说像上海皓鹰一样选择与国外行业的巨头企业整合发展。

“改变世界熔体压力传感器行业格局从中国开始”吴浩表示,“希望有一天我可以带领Dynisco中国团队成员完成这个新梦想。当然,我们需要不断拓展Dynisco中国的业务,逐步扩大品牌影响力。还是那句话:谦虚做人,诚信做事,务实经营。我将全力以赴,带领Dynisco中国团队为美国Dynisco集团创造更大的价值。”

王石：万科不搞多元化



从美国短暂回国的万科集团董事会主席王石2月21日在香港出席某论坛时表示,万科未来将坚持业务专一化,专注房地产业务,反对多元化发展。王石预计,2014年万科销售额可达2000亿元。

“以前如果有人游说把万科业务多元化,我会回应‘我死了以后才好想’,但现在想法有变,就算我死了,你们搞多元化,我还是会从骨灰盒里伸出一只手来干扰你。”王石称。

调控背景下,不少房企纷纷谋求转型出路,多元化发展成为众房企的主要选择。不过,王石表示,万科将坚持业务专一化的信念不变。虽然中国不断涌现其他机会,但万科必须专注房地产。

作为行业龙头老大,万科一直保持迅猛的发展势头,不过,随着调控威力日渐显现,房企销售压力倍增,万科原来制定的高要求周转策略也不得不应势调整。王石称,“以前万科奉行‘5986’,即是拿地5个月动工、9个月销售、第一个月售出八成、产品必须六成是住宅,但现在得改成‘5946’,开售第一个月卖四成就很不错了。”

对于调控,王石称“双手赞成”,如果按以往的速度发展下去,房地产市场会出现问题。他认为,政府在压房价的同时,还是会对房地产政策进行微调,鼓励正常消费。房地产市场比较分散,只要企业做得够专注,即使小型房地产商也能有生存空间。同时,王石针对中小房企在调控之下难以发展的情况给出几条建议,“难做就不要做;要么就学万科专注地做;再不行就拖着,因为三两年内行业肯定不会破产。”此外,王石也指出,目前中国房地产情况确实“国进民退”,导致行业效率低下,长此以往将不利于资源分配,必然会出问题。(晶华时)