

老总话道 | Laozong Huadao

响鼓不用重槌敲

□ 刘鹏凯/文 何兵/图



一天,我在市场部转悠,看到几名回厂休整的营销员,就跟他们开了句玩笑:“你们看墙边落下的乳胶漆,多像漂亮脸上的雀斑呀!”



2.市场部部长心领神会,来了个紧急动员,安排在厂的营销员找来水桶、清洁球等工具,把滴落的乳胶漆收拾干净。



3.起初,大家还挺认真,一个个埋头苦干。一个多小时后,便粗脚看戏——不长了,坐下来东一榔头西一棒地说起了山海经。



4.我坐在办公室里,无意中瞥见了几位营销员的懒散,那个“高级”营销小王更是说得眉飞色舞,旁边的几位听得捧腹大笑。



5.我让人将小王请到我的办公室。一眨眼的工夫,小王笑嘻嘻地来了,我站起来,给小王递上一杯水,指着我的椅子说:“小王,今天坐一坐厂长的位子!”



6.“这窗口像不像摄像机?换个角度,朝窗外看看。”小王顿悟,忙从椅子上站了起来:“厂长,今天不干好,我没脸见你。”说完便一溜烟地走了。

(作者刘鹏凯系江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长)



西部首选

川地投资

— 不用跑断腿 最终的选择 —

雄厚资金寻优质项目,直投免抵押,可风险投资,手续简便,个人、企业项目不限,地域不限。

电话:028-68000128

◎北京中坤投资集团董事长黄怒波



租赁绕开法律障碍 黄怒波冰岛项目进展顺利

□ 田享华 宋冰

冰岛购地 300 平方公里一事让原本低调的北京中坤投资集团董事长黄怒波为全球瞩目,后来项目因故折戟。不过,在日前《经济学人》智库(EIU)主办的 2012 中国对外投资峰会上,冰岛投资促进局局长舍尔多·希尔马森透露,现在项目进展顺利,冰岛议会正在清理相关的法律障碍。

冰岛项目受挫,也让近年中国企业走出去的战略蒙上阴影。黄怒波在会上就直言:“我以为在冰岛旅游投资,投在当地,一分钱拿不走,应该很顺利,却没有想到会失利。在海外并购,民企要付出代价。这是一个学习的过程。”

用租赁绕开障碍

对于争议较大的土地面积,黄怒波解释说,其实他并不需要 300 平方公里的土地,有用的几平方公里就够了,但在商谈时,卖地的农民就认为,要买就一起买,否则只买下有用的,没用地就更加没价了,所以就搭售成一大块地。

没想到这反而成了大麻烦,黄

怒波坦言,自己变成了鲁迅笔下的“祥林嫂”,得不断接受各种质疑,为什么一个前中宣部官员会到冰岛买地,是否有军事目的,或与北极有关。“我就不停地给大家讲故事。”黄怒波得反复解释,“我只是一个商人。”

1992 年,邓小平南方谈话后掀起了“下海”潮,不做官还有其他出路。黄怒波说,那时有一大批从部队、政府出来的人经商,不了解这背景的人容易误解。“王石、任正非都是如此,我现在就是一个土财主、富豪、民营企业家。”

黄怒波认为,“走出去”不是想获得冰岛的土地,而是想获得国际化的服务体系。“这对中国很重要,因为我们还很缺。投资冰岛的这种价值,超过了土地和资金的收获。”他的想法颇有代表性,EIU 全球高级计量经济学家、中国预测服务副总监刘倩博士就告诉记者,目前许多中国企业到海外投资,其战略目的主要还在于获取更先进的技术,然后将技术引进国内以及其他发展中国家市场。

目前,黄怒波在国内与云南普洱市联系密切,其集团拟在云南普洱牵头开发原生态国际休闲养生度

假区,项目整体投资规模约 500 亿元。他说:“国内投资止于普洱,国际投资止于冰岛。我做度假企业,可以借冰岛打通北欧的旅游市场,瑞典、芬兰、丹麦构建北欧度假板块,主要客户群也是越来越富的中国人。”

有关非欧盟国家人士在冰岛的大额投资方面,希尔马森称,目前解决的办法是,由当地的买家买下土地再租赁出去,此前已有先例。他说:“黄怒波收购失败缘于 1966 年的一部法律的阻碍,这法律制定时,冰岛还是一个闭关锁国的国家。从那以后,世界格局已经发生重大变化,所以这样的法律必须修订。”

希尔马森透露,目前冰岛议会正在做这样的工作,加大招商引资的力度,并且清理一些与它有关的法律。“对于黄怒波的投资案,目前正处于一个积极进展的程序。”

力挺富豪移民

而温家宝总理也将于 4 月 20 日至 27 日出访冰岛、瑞典、波兰及德国四国。其中,对冰岛的访问是中冰建交 41 年来中国总理首次出访。而且,冰岛也是首个承认中国市场经济地位的西欧国家,还是欧洲首

个与中国开展自贸区谈判的国家。希尔马森就说:“我们期待温总理的来访,也知道有些协议会签署,包括企业之间、政府之间,我们会进一步推进两国之间的合作。”

黄怒波说,如果中国和冰岛自贸协定签署,对于率先进入冰岛的企业当然最有好处,他认为届时可以把其北京和宁夏的葡萄酒运至冰岛,因为当地人爱喝酒,但是不产酒。此外,还想做冰岛的海鲜贸易代理,因为当地的自然环境没有污染,产品会大受欢迎。

不过,中国企业走出去也不是都能够像冰岛案例那样可以柳暗花明,EIU 首席经济学家罗宾·布也在会上分析说,进入要约阶段的交易中,约有 13%最终失败,主要受阻于外国监管机构。

“许多外国公司害怕中国的投资,这当中有地缘政治的因素,哪怕交易与国家安全无关,也有出于对知识产权的尊重。”罗宾·布说。而有意思的是,在会上一名自称来自中国商务部的人士提问黄怒波,问其希望政府为他们做什么,黄怒波回答,希望政府对外要善于解释,如中国的民企是怎样的概念,要善于给民企争取权利。

对于最近热议的富豪移民和财富转移海外的问题,黄怒波告诉记者,他 6 年前到美国投资时就申请了美国绿卡,因为这是一个信用社会,如果老是拿着护照去办事,就很麻烦。所以他就办理了绿卡,现在美国投资使用的金融资源,都是美国当地的银行。“出去投资的魅力就在于,一旦立足,所有的投资都融入到当地,就在国际上找到了自己新的资源。”

对于富豪移民的原因,黄怒波认为有两个,一是对于私人财产的保护不够,没有安全感,害怕财产无故被没收;二是外国人到中国拿绿卡,中国人也可以去别国拿绿卡,心胸可以开阔些。

“做企业就是应该全球化,没有意识形态,哪里有钱赚就去哪里。”黄怒波说,如果中国有很多人可以出去,说明中国人很有能力,为全球化做贡献,这个不是坏事。而刘倩也向记者表示,事实证明,许多选择了移民的人往往在几年后还是会回到中国,因为对中国的发

唐海云的坚守:用大视野布局未来

□ 林立丰

唐海云妙语连珠、诙谐幽默,跟他聊天,总能笑倒周围一大片人,但是在笑过之后,总能感到那直率的话语中蕴含着深层次的宏观视野。17 岁当兵,21 岁当老板,从四川到湖北再到深圳,在唐海云近 15 年的创业历程中,我们可以看到“川商”的敏锐、魄力、顽强和坚定。

求职成功 开始接触对讲机

唐海云 17 岁当兵,之后做过保安,开过餐馆。2001 年 3 月,唐海云又踏进了深圳这块土地,通过面试后,唐海云选择了一家对讲机企业,到了那家企业,老板跟他聊过之后,发现他是个人才,当即决定招聘他做销售,底薪 2000 元。唐海云说:“对于饥寒交迫的人来说,底薪 2000 元意味着天文数字了。”

自此,唐海云开始接触对讲机这个行业,命运的转机也从此开始了。进了这家公司之后的第二个月,唐海云的收入就超过了 1 万元,他感慨:那个时候的生意是真的好做。2001 年在深圳卖对讲机的没有几家,随便一个建筑单位就要三五十台的对讲机,一台对讲机能赚 500 元。

唐海云赚到了钱,还清了以前所有的欠款,还给别人算了很高的利息。这时的他,一个人根本忙不过来,还把父亲从老家叫出来帮自己送货,一开始买了辆破自行车,后来发现效率太低了,又赶快买了一辆汽车,一下子效率高了很多。唐海云辞职去找经销商,自己从公司提货再卖给经销商,从中赚差价,第一年赚了 20 多万

元,到 2002 年的时候,唐海云一年就赚了 45 万元,他说:“这个行业真的是迅速崛起,我从一无所有,到第二年就买房买车、结婚生子,一步到位。”

打造世界品牌 完美收官

2006 年,唐海云创办了自己的公司——深圳市海云通对讲机有限公司,这是目前为止,全球唯一一家以“对讲机”命名的企业。

唐海云特别注重品牌价值的塑造。2008 年,对于刚刚成立两年多的海云通来讲,无论是资产还是规模都只是默默无闻的小辈,但是,就在这一年,唐海云作出了一个惊人的决定:在中央电视台推广自家的对讲机品牌。而真正让唐海云意识到品牌的重要性、并萌生打造世界品牌的决心,还是源自于另一个曲折的故事。

2011 年,深圳成功举办了大学生运动会。在与多家同行企业争夺这个项目的时候,自己的“海云通”品牌幸运地中了标,但是中标后却并不如想象中顺利。

唐海云被相关主管领导叫过去,跟他面谈时,那位领导意思讲得很明白:“如果我们用的是摩托罗拉对讲机,在赛事中,通信保障设备出了任何问题,别人不会认为我是受贿了,我不用担任任何责任,因为我用的是世界一流品牌,世界第一都出了问题,世界第二就更加会有问题了。更何况你还是海云通,我们没听说过这个小品牌,跟摩托罗拉比起来,这不会是一个档次的,不是一个重量级的。”

唐海云听出了这位领导的意思:

“人家对你表示质疑,即使你通过正规的渠道竞标进去了,人家还是带着质疑的眼光跟你合作。我们为什么一定要做品牌,就是因为你在同等的情况下会被设下一个门槛,而且别人对你会提出更苛刻的条件。”

唐海云意识到,那位领导的担心,也代表着大多数消费者的采购心态:要买就买一个不会产生后患的名牌产品。结果唐海云带领自己的团队采取了一系列措施,他知道,对讲机这个产品,涉及到功率的问题,质量的问题,尤其是对讲机这个专网通讯行业,是有世界标准的,而全世界最认可的就是欧洲的 CE 和美国的 FCC,唐海云找来认证公司帮助改善产品质量,成立一个品质部,专门负责这个试验。

唐海云告诉那位领导:“全世界做得最好的就是摩托罗拉和日本的建伍,虽然我们跟美国的摩托罗拉不是一样的开发原理,但是我们 90%以上的零件跟日本建伍是一样的,我们采购过来的零件比他们的成本要高 17%,可是我们卖出去的价格却只是人家的一半。而且我们用的是日本瑞恰的芯片,他们用的是 10 年前的芯片,我们用的是目前最新的,比他们的版本高得多,所以我们的机子比他们的容量大得多,性能也先进得多,运输速度也快得多。”

或许是唐海云这种热切地打造民族品牌的坚持和坚守打动了那位领导,那位领导终于同意选用“海云通”对讲机。唐海云带领团队花了半个月时间,把产品所有的系统调试好,测试好,排除了自身的干扰。比赛的前一天,有一个真正的预赛,就是

适应赛,检查时出了个故障。赛场同时放 16 个发射台,功率太大,距离太近,频率太近,几千人在用,相互之间的辐射干扰,导致无法精确传输数据,这是专业技术上的问题。

之前没有遇到过类似的突发事件,也没有想到相互之间会干扰,因为按照唐海云之前的算法,16 个发射台,一个是 50 瓦,就相当于 800 瓦的机子,相互在工作,而且是方圆之间。应该不会有影响才对。但是,此时离第二天的比赛只有一天的时间,如果第二天 8 点钟之前没有解决好,就会耽误赛事的进行。

唐海云发动整个公司的工作人员参与其中,连夜对全部选用的对讲机的频率作了修改。最后有惊无险,第二天 8 点钟,全部机子准时修改好,没有耽误赛事。而唐海云的员工却因为通宵达旦地检验、测试,疲惫不堪,还有人晕倒在现场。

用一辈子的时间做好一件事

听过很多企业家说过这样的话,10 年达到世界 500 强。可是没多久,这个企业就销声匿迹了。反观中国改革开放 30 年波澜起伏,很多企业成为了“流星”。究其原因,可以看到一个显著共同特点,这期间倒下去的企业,多数因为不够专注、过于追求多元化,而成为转瞬即逝的流星。

唐海云表示:百年企业的决心和行动,以及世界品牌的打造,不仅是企业家个人的战略,也应该是国家的战略,他会用一辈子的时间坚守在对讲机领域,把“海云通”对讲机做好、做成功。

▶▶▶▶▶▶ 【紧接 A1 版】

华泰五高管“倒戈” 入职奇瑞路虎 合资项目

而随着“阿波罗项目”和与量子公司合资的观致汽车项目的启动,奇瑞的国际化战略拉开了新的帷幕。

“与大多数自主品牌车企一样,公司发展

进入欧美受阻

奇瑞一直以来实行的都是自主创新和国际化战略并行的原则,海外市场被视为与奇瑞国内同样重要的市场。按照奇瑞汽车董事长尹同跃的计划,奇瑞走向国际化的途径有三条,即扩大出口、海外设厂和与跨国公司的资本合作。

“走出去”是奇瑞国际化战略的第一阶段。实践也证明,随着出口量的增长,奇瑞依靠简单的走出去的方式已受到了一定的制约。“船期难以保证,运输成本高、关税高导致的竞争力不强,这些都使我们觉得必须转变出口战略。”金戈波告诉记者,“所以在一些已经取得一定容量的市场,奇瑞逐渐改变策略,将走出去战略,调整为走进去战略。”

所谓“走进去”战略意味着必须在当地 CKD 或者直接投资。奇瑞走进去的第一站是在伊朗。在伊朗,奇瑞先后建了两个工厂。此后,奇瑞又启动了巴西圣保罗、委内瑞拉、波兰等项目。不过,无论是走出去还是走进去,奇瑞仍徘徊在主流市场之外,对于任何一家有雄心壮志海外战略的企业而言,进入到欧美等主流市场,一直以来都是不懈的追求。

“第三步”成功法则

2008 年 2 月,奇瑞与以色列量子子公司的合资公司奇瑞量子在安徽芜湖成立。奇瑞量子进展没有想象的快,以色列量子集团在提出增加股比的同时,还推迟了上市进程,而瑞麒和威麟旗下推出的 G6、X1、M1 等车型,无一例外被边缘化,最后,尹同跃不得不将两大品牌整合到奇瑞品牌下。

进入欧美饱受挫折以后,新的合资合作项目,对奇瑞国际化的成功显得尤为重要。如果奇瑞再不能进入合资合作的第三阶段,此前在海外市场上的领先地位,很可能被国内其他的自主品牌企业赶超。

“我们正在按照在中国建立合资公司的规定流程向前推进。”对于奇瑞与捷豹路虎的合资项目,金戈波这样告诉记者。据了解,该合资项目总投资 175 亿元人民币,将包括一个整车厂和一个发动机厂,最终产能将实现 18 万辆。工厂计划在 2014 年正式竣工投产。

随着越来越多的外资在中国市场找到合资伙伴,留给奇瑞的合资机会越来越少。在这个关键时刻,奇瑞也多方押宝。去年 11 月 28 日,一家名叫观致汽车有限公司(下称观致汽车)的企业在上海挂牌,并发布了全新品牌“Qoros”和第一款车。观致汽车就是 2007 年奇瑞汽车与以色列集团按照 50:50 股比投资成立的奇瑞量子。

奇瑞常务副总兼观致汽车董事长郭谦直言,观致要成为汽车行业中的“苹果”。而为了品牌塑造的需要,观致在前期将与奇瑞作完全切割。