



战略制胜 | Zhanlue Zhisheng

建立异业联盟 中国品牌国际化的有效途径

——访爱国者集团董事长冯军

□ 康逸

建立异业联盟，抱团出海是中国企业走出去，在海外建立中国品牌的有效途径，爱国者集团董事长冯军日前在接受新华社记者专访时这样表示。

冯军正率领 30 余位中国民营企业组成的商务考察团于 13 日至 21 日赴泰国、印度尼西亚、新加坡和马来西亚四国进行投资考察，并将最终从四国中选出他们在东盟的区域基地，开展进一步投资合作。

冯军说，目前“中国制造”遍全球，但在国际上叫得响，真正树立起来的中国品牌却寥寥无几。而当前全球经济低迷，美国和欧洲很多国家争相吸引中国企业前去投资，这正是“走出

去”，实现中国品牌国际化的大好时机。

但他表示，企业“走出去”需谨慎，盲目出海，单打独斗的风险大，成本高。需要通过组成联盟，抱团出海的方式，对资源进行有效整合和共享，增强品牌影响力，从而真正融入国际市场，实现长远发展。

为实现这一目标，2011 年 6 月，冯军联合汇源集团、格力电器、招商银行、皇明太阳能和美特斯邦威等企业负责人共同发起成立了爱国者国际化联盟。联盟旨在整体助推中国品牌，搭建民族品牌与国际化对接的平台，通过走出去建立海外孵化器，从而实现中国品牌真正国际化发展。

冯军说，联盟成立之初就对成员进行了严格的审核和筛选，选择各行业排名靠前，信誉良好的企业加入联

盟，希望通过联盟的规模效应带动和提升企业品牌。

他说，同行之间竞争存在严重的内耗问题，创立异业联盟有利于建立无矛盾模式，企业可在联盟内部更好地分享经验和教训，相互鼓励支持，更有效地实现国际化。同时有助于降低中国企业“走出去”可能遭遇的资金困难，不熟悉当地法律法规和文化习俗以及合资合作出现矛盾等问题。

冯军说，他不鼓励企业盲目进行海外并购，应根据自身情况，按部就班、循序渐进。可通过先在海外设立办事处，了解当地风土人情、市场资源、制度差异等，再进行投资并逐渐推广自己的品牌。他说，团队的本土化也十分重要，在帮助提高当地就业率的同时，也能更好地融入海外市场，是一种双赢选择。而逐步建立上下游企业联

盟是异业联盟在海外站稳脚跟后的下一步。

去年底冯军率领爱国者国际化联盟成员对欧洲进行了考察，并选定比利时作为首个海外加速器的落地国。谈到此次东盟四国行，冯军说，选定这四个国家进行考察是看中了其自然、人文环境、基础设施、市场条件以及对外资企业的优厚政策等方面的优势。考察结束后，爱国者国际化联盟代表将通过实名投票选出两个国家作为他们在东盟的先期落地国，进行进一步投资合作。

日前，在上海举行的探讨民营企业国际化途径的企业家大会上，很多参会的东盟国家代表纷纷向中国企业伸出了橄榄枝，提出了办公场地费用和税收等多方面的优惠政策，希望中国企业能够进驻本国。

大商所 牵手迪拜同行 共谋新发展

9 月 13 日，大连商品交易所与迪拜黄金和商品交易所所在迪拜签署合作谅解备忘录，这是中国内地期货交易所与中东地区交易所首次进行战略合作，也是大商所成立 19 年来与国际同行签署的第 18 个合作协议。

据了解，此次双方合作宗旨是通过建立战略合作关系，促进双方在全球范围内拓展新的业务机会。根据谅解备忘录，双方今后将在产品及市场开发、信息交流等方面进行广泛深入的交流合作。

大商所总经理刘兴强表示，大商所高度重视与国际同行的交流与合作，与合作方实现互惠互利、共同发展，并不断学习和吸收他们先进的发展理念和管理经验，为市场未来对外开放做好相关准备。

他说，迪拜黄金和商品交易所是中东地区领先的衍生品交易所，对中东地区的金融市场具有深远的影响力。中东地区是石油和石化下游相关产品的生产基地之一，中国则是最大的消费国之一，同时随着大商所塑料期货市场的发展，投资者对中东地区经济和有关行业发展的关注度越来越高。因此大商所与迪拜黄金和商品交易所所在合作方面有着共同的业务切入点。合作谅解备忘录的签署，对促进双方交流合作、共同发展具有积极意义，并为大商所与中东地区的合作揭开了新篇章。

迪拜黄金和商品交易所（以下简称“DGCX”）成立于 2005 年，是中东地区第一个衍生品交易所，也是唯一一家允许市场参与者在海湾地区进行交易清算和结算的交易所。作为一家电子化的商品及货币衍生品交易所，DGCX 在中东衍生品市场上一直处于领先地位，目前拥有来自全球的 230 位会员，产品涵盖贵金属、能源以及货币等诸多期货期权。

（胡东林）

中国民企“抱团” 赴泰国寻商机

□ 康逸

由 30 多位中国民营企业组成的代表团 14 日至 15 日对泰国进行了为期两天的投资考察，寻求拓展海外市场商机，推动中国品牌的国际化发展。

泰国国会主席兼下议院议长颂萨在接见中国民企代表团时说，东盟各成员国间经贸往来频繁，东盟与中国的贸易往来也在持续增长。

据悉，泰国是东盟成员国中第一个与中国建立战略合作关系的国家。目前中国是泰国第一大出口目的地和第二大进口来源国，泰国是中国在东盟国家中第二大贸易伙伴，双边贸易额已从建交之初的 2462 万美元增加到 2011 年的 647.4 亿美元。

颂萨说，从整个东盟来看，泰国处于东盟的中心地带，在交通和物流方面，地理位置十分优越。尤其是泰国西北部地区，地处交通要道的十字中心点，泰国政府计划把这里建成经济特区和旅游胜地。

他说，目前已有中国投资团表示愿意作为项目规划方，泰方会全力配合来泰投资的中国企业，包括解决贷款方面的问题。他说，仅靠泰国国家预算现在不能单独完成这个项目，希望借助国外投资共同开发。

中国民企代表团团长爱国者集团董事长冯军表示，优秀的中型企业成为中国企业走出去的先锋，希望中泰两国企业实现资源互补，中国企业与当地的企业和人才展开合资、合作，实现共赢，把已经建立起来的良好基础提升到更高程度。

14 日中国民企代表团还与泰国工业联合会的成员展开座谈，就彼此关心的领域进行了交流。企业家们纷纷表示，这种面对面交流的机会为中泰企业构建起直接沟通的平台，很多企业找到了对口的合作伙伴，有望展开进一步合作。

该代表团由 30 多位爱国者国际化联盟的代表组成，泰国是他们东盟行的第一站，稍后还将赴印度尼西亚、新加坡和马来西亚三国进行商务考察，并投票选定其在东盟的最佳落地国展开进一步的投资合作。

爱国者国际化联盟成立于 2011 年 6 月，是由冯军倡导并联合汇源集团、格力电器等国内十余位在各行业具有重大影响力的民营企业共同发起成立的异业联盟。

中国南北车：是同盟亦是对手

□ 李才

2011 年中国南车共中标地铁车辆 1333 辆，其城轨地铁业务市场份额占国内市场近 70%。

城市轨道交通 8000 亿项目通过审批后，沉默已久的铁路板块终于爆发。

业内人士普遍认为，随着城市轨道交通项目实施进度推进，后期从事铁路机车车辆、城市轨道交通车辆研发制造的中国南车和中国北车也将受益。

在 7·23 高铁事故之后，市场终于将目光再次聚焦在了“两车”。

南北“车”分食 1300 亿大蛋糕

9 月 5 日、9 月 6 日两天内，发改委集中发布了已批复的一批涉及资金合计近万亿的基础项目。这其中包括了全国多个城市的 25 项轨道交通建设规划，总投资规模预计超过 8000 亿。其中仅广州城市轨道交通近期建设规划调整方案预计投资就

有 1241 亿元。8000 亿的巨额投资中，到底有多少值得“两车”去憧憬？

“按照经验，投资总额中落在购车环节的比例通常为 10%-15%。”一位长期跟踪“两车”的券商研究员告诉记者，属于南车和北车的蛋糕可能有 1000 亿左右。

一名中国北车的技术人员则表示，10%-15%的比例说法不够精确，因为城市轨道交通的地质环境不同，所以用在基础设施建设费用的差异也很大。

他给出了更为科学的算账方法：对于城市轨道交通来说每公里需要大约 6 辆列车，而北上广这样的大城市则要达到 10 辆，一辆城轨列车的平均价格大致在 700 万。

这样计算的话，8000 亿的城市轨道交通投资项目中，属于两车分食的“蛋糕”将会超过 1300 亿。

2011 年中国南车共中标地铁车辆 1333 辆，其城轨地铁业务市场份额占国内市场近 70%，实现营业收入人民币 821.7 亿元，占全年收入 10.33%，较 2010 年增长 14.53%。而中

国北车 2011 年城轨地铁业务实现营业收入 61.35 亿元，同比增长则达到了 18.83%。

据测算，目前南车北车在手的城市轨道交通项目订单比例大致为 6:4。

两车的海外争夺战

南车和北车上半年营收增速分别为 6%、4%，而从营收地区构成来看，国内营收同比却分别出现了零增长和 2% 的下滑。事实上，营收的主要增幅主要来自于海外市场。

中报显示南车和北车海外业务营收均实现爆发式增长，分别增长 96%、108%。但目前整体基数较小，目前海外业务占南车和北车总营收的比例分别为 11%、10%。

中国北车副总裁、财务总监高志曾表示，“十二五”期间公司将大力拓展国际化业务，到 2015 年，海外市场收入预计占北车总收入比重重要达到 20%。

业内人士分析认为，在国内铁路投资增幅放缓的情况下，“两车”都加大了海外业务的拓展。一位中国南

车的相关人士也告诉记者，目前“两车”在海外业务方面竞争激烈。

9 月 10 日晚间，被市场热捧的中国南车再发公告，称公司于近期获得若干项重大项目，合计金额约 541 亿元人民币。这其中就包括与委内瑞拉 CME 商品 & 矿产品企业有限公司签订了约 12 亿元人民币的货车销售合同以及来自南非 Transnet 国有公司 254 亿元人民币的机车采购项目。

今年上半年，中国南车先后中标了马来西亚安邦线、新加坡等城市地铁订单和哈萨克斯坦等国内燃机车订单。截至目前，中国南车年内获得的海外市场订单已经近 17 亿美元。

在南车签订城轨大单的同时，有消息称中国北车也获得了大额订单。在接受记者采访的时候，一位中国北车工作人员表示公司确实也已签订了海外项目，目前在走订单流程，应该会在近期内披露。

他进一步表示，相比近期南车公布的订单，他们签订的项目技术含量更高，而且主要集中在欧洲、澳大利亚等发达地区。

广药牵手联合博姿 欲全球推广王老吉

售网络推广王老吉。

据了解，在电话会议上，广药集团高层与联合博姿董事长讨论了包括王老吉铺货渠道、相关并购等一系列问题。今年 7 月 6 日，联合博姿执行主席史提芬诺·佩西纳在到访广药集团时就曾表示，联合博姿可利用其在全球 20 余国家的渠道网络推广王老吉，将王老吉从民族品牌打造成世界品牌。

资料显示，联合博姿是一家国际医药保健和美容集团，其核心业务包括药品批发和零售药业两大领

域，为英国最大的医药连锁集团。其批发和分销网络通过全球 15 个国家的 360 多个库房，服务于 126 万多个药房、医院和保健中心，还在 9 个国家拥有大约 3100 个店面。

在进入中国医药市场方面，联合博姿早在 2007 年就和广药进行了合作，联合博姿在今年 6 月与美国最大的连锁药店运营商沃尔格林达成合作后，将进一步与广药集团联手推进零售平台的建设。

广药集团总经理李楚源在上半年业绩发布会上透露，“联合博姿 -

沃尔格林”已与广药达成意向，以双方合资公司广州医药有限公司为平台，共同打造中国第一大医药连锁，整合采芝林、健民医药和白云山大药房的现有零售终端，建立万家大药房。另据广药集团相关人士此前透露，伴随广药集团重组的正式启动，即将展开一系列大动作，包括对旗下零售品牌进行整合，并通过自建门店和兼并方式进行扩张等。

与此同时，红罐王老吉的产能也在不断扩张中。红罐王老吉的经

营企业王老吉大健康公司总部已于 7 月在广州市南沙区正式注册，并将在那里建立王老吉总部大厦和样板式王老吉凉茶生产线，年产能规划将达 10 亿罐，年产值达 30 亿元。目前基地土地规划正在进行中，整个工程一年内启动。在此之前，广药集团先后与银鹭、统一等 30 多家食品企业签约代工生产协议，与泰州市政府签约建立产值 10 亿元的王老吉凉茶生产基地，其首条自建生产线也在进行扩建，建成后年产能 720 万箱王老吉凉茶，将于 10 月份投产。

世界最大药企牵手中国本土企业共建合资公司

□ 张乐

世界最大制药企业辉瑞公司 13 日正式牵手中国本土企业浙江海正药业，共同成立海正辉瑞制药有限公司。新成立的合资企业将开发、生产和推广辉瑞的部分核心产品和海正药业的自主产品。

这是我国首批由跨国制药企业与本土制药企业共同组建的品牌仿制药合资项目之一。

海正辉瑞制药有限公司总投资 2.95 亿美元，注册资本 2.5 亿美元，注册地和生产企业位于浙江富阳，海正药业和辉瑞的持股比例为 51%和 49%。

“海正在生产研发方面有很多优势，辉瑞在销售和国际市场占有方面优势明显。”辉瑞中国总经理吴晓滨说，合作将使两家企业实现强强联合、优势互补。

辉瑞公司是目前全球最大的以研发为基础的生物制药公司，也是全球 500 强企业，仅在华上市的创新药物就超过 50 个，治疗领域涵盖心脑血管、内分泌、精神健康和神经系统等诸多领域。此次合作，辉瑞公司共拿出了 7 个药物，包括在中国市场占有率排名第一的一种心血管药类物质和抗生素类药物。

浙江海正药业股份有限公司为上市公司，也是在国内制药行业排

名前十的企业。此次合作，在原料药领域有着领先优势的海正药业也拿出了 70 个核心产品。“其中不少药物通过了美国 F D A、欧盟和日本的质量认证。”海正药业董事长兼总裁白晔说。

合资企业将面向中国和全球市场，开发、生产和推广包括品牌仿制药在内的专利到期药物。后期，双方还将拿出处于专利保护期的产品。海正辉瑞制药有限公司首席执行官肖卫红表示，合资公司的成立，不仅可为国内患者带来与国际接轨的用药安全保障，而且价格也会更加低廉。

“辉瑞中国主要以辉瑞自己研发



出的创新药物的生产、研发和销售为主，而合资公司则主要定位为在中国患者提供效果好、安全、质量

高且价格合理的仿制药品上。”吴晓滨表示，两者定位各有不同，不存在同质化竞争问题。