

阿根廷中资企业的“走出去”与“走进来”

■ 赵燕燕 晋欣

阿根廷首都布宜诺斯艾利斯港的码头上,经常可以看到大批堆放着的集装箱,上面写有“COSCO”(中国远洋运输总公司,以下简称“中远”)的字样,数量占码头集装箱总数的一半以上。

中远阿根廷海运股份有限公司是最早进入阿根廷的中资企业,1995 年 9 月在阿根廷注册成立运作至今。公司现有员工 24 人,其中董事长和财务经理为外派员工,其余 22 名员工都是在阿根廷本地招聘。

中远阿根廷海运公司迅速成长的原因,一方面得益于中国海运事业的蓬勃发展带动了公司海外拓展,母国的经济优势是公司“走出去”的重要依托;另一方面,本土化经营与企业的社会责任感也是公司迅速成长的关键。

据介绍,中远阿根廷海运公司在当地招聘员工时,不仅遵照当地法律法规与他们签订劳动合同,同时还为他们提供缴纳养老金和医疗保险等福利保障,另外每年还以 20%的比例给员工涨薪。

除公司雇佣当地员工外,17 年来中远为阿根廷直接或间接提供了数以万计的就业岗位。中远船队基本上每个月都要在港口进出,因此公司需要大批工人负责装卸货物。中远船队抵达港口一次,需要大约 500 名工人。

中远在当地的投资不仅创造了就业,也为政府带来了大笔财政收入。中远公司每年向阿根廷政府缴纳的营业税超过 500 万美元,加上港口租用费和其他各项支出,每年阿根廷政府通过中远公司得到的财政收入超过 1000 万美元。

“走出去”容易,“走进来”难,这是阿根廷中资企业管理者们最大的感触。中国企业“走出去”靠的是资金、胆略和眼光,而走进别国市场并很好地融入当地社会,更多要靠企业的本土化经营、公司形象和社会责任,这就需要公司进行更多“软实力投资”。为拉近与当地社会的关系,塑造年轻化的企业形象,中远积极开展文化交流互动。

中远的故事只是中国企业走进阿根廷的一个缩影。在更大的时空背景下,阿根廷正在成为中国投资外溢效应的直接受益者。据联合国拉美和加勒比经济委员会最新统计,2011 年中国对拉美投资总额为 80 亿美元,其中 25.5 亿美元投向阿根廷,占阿根廷吸引外资总额的 1/3 强。投资的领域也在不断多元化,包括石油、化工、通信、交通、农业、基建和矿业。

阿根廷国家众议员埃里克·卡尔卡尼奥在接受记者采访时表示,中阿经贸交流带动了政治文化交流,两国关系也在日益深化的合作中得到加强。卡尔卡尼奥说,中国企业的发展不但可以促进两国经济与工业合作,而且还能增加政治和文化交流。阿根廷作为一个比较年轻的国家,可以向中国这样历史悠久的文明古国学习政治和文化精髓。

兴乐电缆获 2012 乐清市科技进步奖

■ 本报记者 何沙洲
特约记者 卢书友

日前,乐清市科技局公示 2012 年乐清市科学技术进步奖及第七届科技人员突出贡献奖。兴乐电缆有限公司“新型复合加强型采煤机用橡套软电缆”获 2012 年乐清市科学技术进步奖三等奖。技术中心副总经理陈小洋荣膺乐清市第七届做出突出贡献科技人员三等奖。

新型复合加强型采煤机用橡套软电缆(以下称复合电缆)是 2009 年兴乐集团技术中心根据战略供应商龙煤集团特殊采煤采掘作业面要求在立项研发。该复合电缆在导体结构设计、新材料选用、工艺参数优化方面有所创新,大大增强了电缆的柔软性和减小弯曲半径,使用寿命大大延长。此产品获得国家知识产权局发明专利授权。

据悉,科技进步奖的申报条件是对科学技术发展有明显作用的;技术发明已取得专利权(在有效期内),并已通过实施取得显著经济效益的;应用技术类成果,经实施、推广取得显著经济、社会效益的;重要工程建设、设备研制和技术改造项目在技术上有明显创新,并取得显著经济、社会效益的;科学决策研究及科学技术管理有重要创新,经实际应用推广取得明显成效的;其他对促进乐清市科技进步和社会发展有重要作用的科技成果。

今年以来服装上市公司节节下滑的财报令业内人士忧心忡忡,但九牧王前三季度的财报显示,今年前 9 个月净利润为 4.71 亿元,同比增长 30.36%,九牧王是如何做到逆市而上的呢?

林聪颖:带领九牧王转身“优雅绅士”

■ 杨玉云

一向注重形象的九牧王股份有限公司董事长林聪颖喜欢穿公司自产的西装。九牧王是中国领先的商务休闲男装品牌企业,公司核心产品九牧王男裤及茄克已经占据市场领导者地位。

把竞争变成一件好事

在中国的服装版图中,福建泉州诞生了一批以“休闲”为特色的男装品牌,利郎、劲霸、九牧王、柒牌、七匹狼等近几年迅速崛起,通过集体打造“商务男装”概念,已然成为一个具有较强竞争力的服装产业集群。

有业内人士表示,闽南男装具有较强的共性,其一是通过明星代言、广告强势轰炸打出知名度;其二是快速建设专卖店,大规模圈占市场;其三是通过发展强势单品继而延伸至商品的系列化。

然而,经济下行和欧债危机以来,高速扩张的隐忧已悄悄恶化为高库存和 2013 年新订单大幅滑落。高库存既有企业盲目乐观生产的原因,也有来自于对经济形势快速变化估计不足形成的错误决策。

出口受阻的企业将市场重心转回国内,必然会与专注国内市场的品牌产生竞争。林



聪颖称,“竞争是一件好事,竞争促使每一个企业想尽一切办法控制成本,提高质量,提高服务,努力满足消费者的需求。”

以裤子起家的九牧王在将品牌成功延伸至休闲装后,2012 年推出了“优雅绅士”形象大使评选活动,期望通过“优雅绅士方程式=大衣×西服×西裤=九牧王优雅男人”来提升与丰富其品牌内涵,进而强化品牌影响力。

从休闲装切入西装领域,开始这一尝试的并不止九牧王,才子男装正在倾力打造“便西”概念,一直声称专注茄克 N 多年的劲霸也悄悄推出了意大利风格的西装。而多品牌战略、为线上销售推出专门品牌也成为福

陕西省重点项目进京推介 西咸新区田园城市建设备受关注

■ 本报记者 王海亮 王镜榕

12 月 5 日,“京陕经贸合作项目推介会”在北京举行,西安荣华集团签约北京陕西企业商会,就西咸新区 FC-1 项目一期进行招商合作。以发挥商会资源平台优势,为项目寻找众多的合作伙伴,加速项目建设,为西咸新区的快速发展和大西安的早日建成贡献力量。

该项目为陕西省西咸新区重点打造的代表中国田园城市发展模式的标志性项目,名称为 FC-1(Farmland City No.1),即田园城市壹号实验区。位于西咸新区泾河新城泾河南岸,机场专用高速以北,泾阳县东路以东,东至泾河新城东边界,用地面积约 16 平方公里,建设用地面积约 4 平方公里,生态农业用

地 10 平方公里,生态湿地 2 平方公里。

项目包含基础设施建设、公共配套设施建设及优美小镇等,计划总投资约 120 亿元。项目将农业生产、人居服务、田园体验、文化传承有机融合,实现田、园、城三者的完美结合;融汇新城建设、生态环境建设、现代农业田园建设、优美小镇建设等生态建设内容,实现具有中国特色的现代田园城市蓝图。

据悉,本次推介会由陕西省贸促会和北京陕西企业商会联合举办,共有涉及多行业、多领域的 42 个合作项目与在京企业及企业家见面,当场签订投资项目 8 个,投资额 27.87 亿元,标志着京陕经贸合作规模不断扩大,北京陕西企业商会的桥梁纽带与综合服务功能日益彰显。

中国企业走出去应融入当地社会文化——访联想亚太拉美区总裁米尔科·范杜伊吉

■ 杨 琪

如何化解跨国经营难题是很多“走出去”的中国企业必须面对的挑战之一。作为中国发展最为迅速的个人电脑制造商和美国第四大电脑供应商,联想集团亚太拉美区总裁米尔科·范杜伊吉前不久在接受新华社记者专访时说,中国公司国际化的重点在于融入世界各地的社会文化,在秉承中国传统的同时不刻意强调“中国公司”这一概念。

2005 年,联想集团在美国北卡罗来纳州的罗利建立了研发基地,并充分融入当地的



文化及经济事务中,成为当地社会的重要组成部分。范杜伊吉表示,联想集团更愿意把

国际面孔看华为的国际化

■ 陈济朋 汪平 赵旭

保罗·斯坎兰坦承,他没想到自己会按照现在的路径,在一家中国公司取得个人职业的突破。从担任顾问开始,他目前已成为华为南太平洋区域市场的一名副总裁。

喜欢自称“保罗”的斯坎兰来自澳大利亚,在信息技术行业摸爬滚打已经 33 年,先后供职于运营商、咨询公司和移动通讯服务公司等。4 年前,他通过朋友引荐为华为提供商务和合同事务方面的意见。直到这时候,他对华为的了解才逐渐多起来。

华为在过去 10 多年迅速成长为全球领先的移动和固网通讯设备及解决方案供应商。用保罗的话说,“你无法否认华为的成功”。他认为,华之所以成为一家被业界许多人认为“伟大”的公司,是由于华为的团队精神。

“我发现华为有很好的团队精神,大家拧成一股绳,而不是各自努力。这一点让人感觉很好”,他这样谈到华为最吸引他之处。

加入华为 4 年,保罗见证了华为的转变。他说,华为原本的竞争优势主要在于产



品品质、价格和技术,现在仍以创新为立足之本,但也更加注重解决方案和策略,并始终把客户放在第一位。

华为为最近 10 多年更加明显的变化是国际化。2000 年,华为海外销售额首次突破 1 亿美元。2005 年,华为海外销售额首次超过国内。2011 年,华为全球销售额达 324 亿美元,其中海外市场约占 2/3。

华为的员工队伍也在全球化,目前全球雇员约 14 万人,一些市场的雇员本地化比例甚至超过 90%。本土化方面,华为在印度的表现尤其突出,为中资企业甚至外资企业



● 荣华集团西咸公司总经理李俊与北京陕西企业商会秘书长张亮(右)签约。

自己看做是国际性的公司,而非中国企业。

谈及联想集团近年来开拓海外市场取得的成绩,范杜伊吉分享了几点经验。首先是注重经营战略。范杜伊吉说:“联想每个季度都会制定清晰的、每个员工易于理解的战略模式,并坚持执行。”这样每个员工都有热情和企业共同发展,共同分享成功。

联想目前是在美经营的非美国公司中排名第一的电脑供应商,这主要得益于联想几年前开始调整战略,大力发展零售业务,收效不错。

第二是重视企业文化。范杜伊吉说:“企业不应只是许多单一个体的集合,而要用共

同的文化把每个人联系起来,成为统一的整体。我们这方面做得很成功,我们共同遵循的原则将每个人联系在一起。”

第三是把握市场结构。范杜伊吉说:“新兴市场的结构相似,成熟市场的结构也相似;如果我去澳大利亚、德国或英国工作,都会先了解市场结构,然后像复制一样快速执行联想的战略模式。”

另外,选择适合的员工和技术创新也非常重要。范杜伊吉说,企业必须在创新中发展,不能按部就班、一成不变。他说,联想在罗利、北京、武汉都没有研发中心,每天都在从事新一代产品的研发工作。

林聪颖称,“目前最关键的问题就是从原来比较粗放式的经营和管理,转变为精耕细作,精益管理,这是未来两三年,包括九牧王在内的所有的服装企业都需要面对的。”

林聪颖认为,推动企业发展必须具备四个“好”:好领袖、好品牌、好模式和好机制,而品牌是其中最重要的因素。

林聪颖称,中外服装品牌的差距正在缩小,在经历了对国际大牌的盲目追逐后,服装消费开始进入理性时代。林聪颖认为,最终消费者还是会更看重性价比,即最好的商品和服务,这也是品牌最核心的要素。