

中国应赢回自己的消费者

■ 金改 □ 杜静

每年一到节假日，中国游客海外大举扫货的新闻就不绝于耳。当全世界都在想着法子赚中国游客钱的时候，我们除了感叹，是不是更应想想：为什么中国人非得大老远地跑去国外购物？怎样才能改变中国人“国内挣钱国外花”这样的怪象？

对去年超过8000万人次的出境中国游客来说，绝大多数都是对价格极为敏感的理性消费者。新华社记者的全球调查发现，如今大多数中国游客海外购物目的性、针对性都很强，很多人甚至会在购物前先去淘宝代购店比价。

著名管理咨询机构贝恩资本的研究显示，去年中国人消费了全球25%的奢侈品，金额高达3060亿元人民币，但其中60%花到了国外。既然LV、爱马仕都在中国开店了，为什么大家还去国外买？

理由很简单：价格。国内高品的进口关税和其他各种税费导致同款产品国内外价差巨大，难怪不少中国人海外购物时惊呼“好便宜”。贝恩资本的统计显示，随着中国消费者价格敏感度的提高，去年中国内地奢侈品市场增速由前年的30%骤降至7%，而同期中国人海外购买的奢侈品金额却暴增31%。

如果这钱非得要花，为什么不放在自己口袋里？固然利润大头依然会被品牌商拿走，但至少可以把零售业就业机会，把消费税，把店租租金，把物流配送餐饮等一系列关联利益留在国内。为此，大幅调低关税，降低种种国内税费，营造良好的商业环境是政府部门亟待解决的问题。究竟是高关税创造的利益大，还是带动国内零售业发展带来的利益大，有关部门应把账算清楚。

记者的调查还发现，除了国内太贵之外，国内买不到也是把消费者“逼”去海外购物的重要原因。最典型的例子是苹果手机，由于在中国市场iPhone 5无法做到全球同步上市，导致消费者不得不利用旅游机会出国购买。再例如，很多中国消费者到海外后发现，同一品牌在海外的商品多样性比国内丰富很多。

一个不可忽视的现实是，全球化时代的消费者已变得越来越心急，很多新商品想买的时候一天都不愿多等；同时消费者也变得越挑越挑剔，会通过全球零售网络来挑选心仪商品。

因此，如何让包括苹果手机在内的全球商品及时进入中国市场，如何丰富国内市场的商品多样性，成为把消费者拉回国内所必须解决的问题。这既需要商家调整自己的销售策略，也需要我们的监管部门去扫除其他人为设置的障碍，令商品进入中国市场变得更为及时、便利。

面对一年数千亿元的零售业大蛋糕，中国不应再“望洋兴叹”，而应通过政府和市场的共同努力重新赢回自己的消费者。

台湾商品带动厦门大嶝旅游热

据厦门大嶝小镇市场管委会消息，春节期间该市场客流居高不下，大年初二和初三连续两天游客接待量突破2万人次。琳琅满目的台湾商品带动大嶝成为厦门除鼓浪屿之外的又一热门旅游点。

春节期间，厦门大嶝人潮涌动。在大嶝小镇经营的台湾休闲食品、调味品、烟酒、茶叶等，都受到游客欢迎。大嶝小镇还举办“台湾小吃会”、“高甲戏表演”等富有台湾风情的活动，让不少来厦游客兴致满满。

据介绍，厦门金莲升高甲戏剧团将于大年初六(15日)登台大嶝小镇，表演传统经典折子戏。金莲升高甲戏剧团在厦门、香港、台湾乃至东南亚等地均享有较高的知名度。

大嶝岛是位于福建省厦门市东南海面，与金门岛最近距离仅1800米，面积13.2平方公里，下辖9个行政村，近2万人。

这里是大陆唯一一个将数千个台湾品牌、数万种台湾民生用品集合在一个集市的地方，其前身是大嶝对台小额商品交易市场，1999年5月1日正式营业。

截至目前，入驻大嶝小镇的商户约210多家，其中约40%为台湾商户，60%为大陆经销商。

经国务院批准，从2012年11月起，厦门大嶝对台小额商品贸易市场每日免稅携带额，每人从3000元提高到6000元，进一步促进了市场的繁荣。2012年，大嶝小镇的销售总额接近10亿元人民币，客流量突破250万人次。(项开来 温晖)

华为创始人任正非，中国最神秘低调的总裁。在他的带领下，华为挺进世界500强，成为全球第二大电信设备供应商。

任正非：军人总裁缔造“狼性华为”

■ 稿件采写 孙寅 钟荷

2012年，当整个电信行业业绩惨淡时，全球最大的电信网络解决方案提供商——华为技术有限公司(以下简称华为)却交了一份不错的成绩单。数据显示，2012年华为销售收入同比增长8%，达到2202亿元人民币，净利润达到154亿元人民币，同比增长达到33%。特别引人关注的是，蛇年春节前，华为对外宣布2012年华为员工总奖金高达125亿元，对比2011年增长了38%。目前华为员工约15万人左右，以此粗略推算，员工去年年终奖平均大概有8万元。

适者生存大器晚成

很多人喜欢拿华为和联想作比较，因为两者皆为中国最优秀的民营高科技企业代表。其实，两家企业创始人还存在一个巧合：同为1944年生，柳传志创业时40岁，任正非创办华为时是43岁。

任正非能在43岁“高龄”勇敢创业，是源自他对通讯设备的精通。他19岁考上重庆建筑工程学院(现并入重庆大学)。后来，任正非入伍当通讯兵，参与一项军事通讯系统工程时取得多项技术发明创造，两次填补国家空白。33岁时，他还因技术突出成就被选为军方代表，到北京参加了全国科学大会。

1988年任正非创办了华为，启动资金只有区区2万元，业务是销售通讯设备。

最初两年，公司主要是代销香港的一种HAX交换机，靠打价格差获利。代销是一种既无风险又能获利的方式，经过两年的摸爬滚打，公司又获得了了好不过，生活没有拿辛辛苦苦赚来的钱去改善生活，而是投入到经营中，华为很快就进入了发展的轨道。

卖出产品赢得人心

任正非酷爱《毛泽东文选》，他重新注解了“枪杆子里面出政权”这句话：企业最重要的是将产品卖出去。

为了销售，华为不吝投入，甚至不计成本：在与爱立信血战的黑龙江，华为派出人数多过对手10余倍的技术人员，在每个县电信局展开肉搏战。哪里出问题，华为立即赶到现场。为拿下个项目，华为会花费七八个月时间和与回报不符的投入……做法看似愚蠢，却能从跨国巨头手中抢下客户。

2000年，华为参加香港电信展，邀请世界50多个国家的2000多名电信官员、运营商和代理商参加。2000多人往返一律头等舱或者商务舱，住在五星级宾馆，还拎走上千台笔记本电脑——为此，华为耗费2亿港元。这是华为第一次高调地在国际电信界展示自己的实力。事实证明，任正非的“出手阔绰”，得到了高额回报。2000年，华为开始大举全球扩张，市场份额不断提升。

“虎口夺食”牵手巨头



众所周知，任正非在华为内部提倡“狼性”文化。他认为狼是企业学习的榜样，“狼性”永远不会过时。“华为发展的历史，其实就是一部不断从虎口夺食的历史，他面对的是老虎，所以每时每刻不能懈怠。”一名华为内部员工说。

华为进军美国，就是一场经典的“虎口夺食”战。当年，华为的脚步一进入美国市场，在数据通信领域处于绝对领导地位的思科公司就开始阻击。2003年1月23日，思科正式起诉华为及华为美国分公司，理由是后者对公司的产品进行了仿制，侵犯其知识产权。

面对思科的打压，任正非一边在美国聘请律师应诉，一边着手结盟思科在美国的死对头3COM公司。2003年3月，华为和当时已进入衰退期的3COM公司宣布合作，华为已“入股三康”，3COM公司的CEO专程作证——华为没有侵犯思科的知识产权。

任正非在诉讼最关键时刻祭出的纵横连横奇招，瞬间令思科的围剿土崩瓦解。最终，双方达成和解。从此，华为在美国的扩张，没有了拦路虎。

与此同时，任正非凭着超乎常人的谋略和视野积极寻找跨国巨头做合作伙伴。华为与IBM的合作，就彰显了这一点。

2007年初，任正非致信IBM公司CEO彭明盛，希望IBM公司派出财务人员，帮助华为实现财务管理模式的转型。当然，华为将支付巨额费用。

为什么要雇IBM？因为任正非注意到，虽然华为销售收入保持高速增长，净利润却逐年下降，他甚至不知道一个单子接下来是否会赚钱。尽管从2000年开始华为公司的财务部门已经参与成本核算，但是公司还是缺乏前瞻性的预算管理——中国绝大部分企业很难做到这点，但这却是跨国企业擅长的。

不久，华为公司正式启动了IFS(集成财务转型)项目。与此同时，IBM正式把华为公司升级为事业部客户——在其全球几十家事业部客户中，华为是唯一一家中国企业。单从国内企业来看，任正非的眼光，超出其他国内企业。

农民企业家自创节能产品赢全球订单

2月1日，来自法国汽车制造企业的几位工程师与邢台市任县农民企业家吴文芳告别时，仍不忘翘起大拇指连声称赞。通过连日来的考察，这家法国企业痛快地点出了每月约100万元人民币的订单，购进吴文芳自主研发生产的节能型汽车空调压缩机。

吴文芳今年49岁，是邢台任县天口乡一名土生土长的农民。他高中毕业考大学时以数分之差遗憾落榜，随后便从事摩托车减震器的改造经营。1996年开始，由于任县摩托车减震器市场的逐渐饱和，吴文芳开始转而研究制造经营空调压缩机，2003年起他又开始研究节能环保的涡旋式空调机。

为了提高产品技术含量，吴文芳不停地进摸企业，并向北京、上海等地科研院所及先进企业取经。由于对机械有着高度兴趣和热情，再加上那股百折不挠的精神，经过多次失败后，吴文芳终于率领研发团队

于近年自主研发出了高效节能的涡旋式及无氟无刷直流空调压缩机。

2012年，市科技局科技情报研究所了解到吴文芳的技术成果后，既惊讶又非常重视，多次主动帮其向省科技厅申报，并邀请省内外专家展开论证。经鉴定，业内专家一致认为吴文芳自主研发的产品填补了相关领域技术空白，省科技厅则出具科技成果转化项目鉴定书，认定其产品具备国内领先水平。

有了官方认定与认可，吴文芳自主研发的产品销路更广泛了。目前除了法国企业向他下订单，美国、加拿大、阿根廷、爱尔兰、俄罗斯等全球10多个国家都已在购买吴文芳生产的节能型空调压缩机。而这位农民出身的企业家丝毫不改厚道本色，他说：“咱还得继续研发更节能环保的产品，多为咱邢台创造价值！”(刘哲)

企业家二代陈兆年：爱拼才会赢

■ 林志文

位于广州市番禺区的亚运城东南面，有一幅面积达50万平方米的土地。20年前，当这里还是一片香蕉林的时候，番禺珠江钢管有限公司就在这里打下了第一根桩，在这里开创了国内生产大口径直缝埋弧焊管的先河，连续创造多项全国第一，发展成为中国最大直缝焊管制造商和出口商。

1月29日，站在珠江钢管厂房前，历数珠江钢管值得骄傲的发展历程，公司副董事长陈兆年言语间颇有几分巾帼不让须眉的豪迈。

陈兆年现任珠江石油天然气钢管控股有限公司执行董事兼番禺珠江钢管有限公司副董事长、副总经理、广州市女企业家协会副会长。她告诉记者，打下江山的是自己的爸爸陈昌，一位传奇的企业家。作为企业家二代，陈兆年从小对父亲艰苦创业历程耳濡目染，得到父亲手把手的教导，也暗暗立下远大志向。2002年，她从英国硕士研究生毕业后加入公司，与父亲并肩作战，承担起企业发展的重任，成功将企业推向一个又一个高峰。

陈兆年被业内人士誉为金融奇才，这指的是她成功带领企业在香港上市等一系列成功运作资本的大手笔。陈兆年大学本科读的是国际贸易，之后在英国里兹都市大学攻读国际会计硕士研究生。回国加入珠江钢管公司后，她参加了一次重要的企业债务重组，挽救企业于困境，这也让她才能初现。2006年，她不顾父亲反对，到深圳一家大型证券公司打工两年，这段经历对她的人生产生了重大影响，用她的话说，

“老板的女儿，谁敢真正教你呢？打工就不同，多苦多累都要自己挨，但能学到真本领。”

2007年，她重回珠江钢管公司，开始负责筹备公司上市工作。2010年年初，在她的带领下，珠江钢管终于成功在香港联交所挂牌上市。这是陈兆年的得意之笔，她因此被业内人士誉为金融奇才。人们不仅认同她的能力，更钦佩她的拼搏精神，因此她被委任为集团公司执行董事。

任职10年间，陈兆年为企实现跨越式发展立下了汗马功劳。如今，珠江钢管的产品被广泛应用于石油、天然气、石化、城市燃气、大型工程等领域，应用于西气东输、南海深水天然气开发项目、国家电网、国家大剧院等大型工程，远销中东、欧美、东南亚、非洲等50多个国家和地区。

陈兆年还担任广州市第十二届妇女代表执委、市女企业家协会副会长、番禺区人大常委会、番禺区工商联青年协会会长等社会职务。她告诉记者，企业的发展离不开社会的支持，有责任和义务回报社会。在公司内部，她千方百计为女职工建功立业创造条件。在社会上，她身体力行参与公益事业，截至2012年年底，珠江钢管为公益事业累计捐赠超过1亿元。她积极建言献策，提出“如何加强地区外来子女的教育”、“提高妇女的素质”等议题，引起重视并得到了采纳实施。

想做世界最大的钢管企业，陈兆年说，自己会努力实现这一目标。谈起梦想，她告诉记者：“内外兼修，做简单又有内在美的女人；平衡有术，把个人小家庭和企业大家庭建设好；带领公司实现更大发展，做世界最大的钢管企业。”



“中国客”的购买力使世界瞩目。

春节火爆“全球购” 境外商家“笑纳”中国客

■ 杜静 马丹 叶书宏

近年来，中国消费者在境外形成强大购买力，春节期间中国游客的海外消费更是红红火火。新华社记者的全球调查发现，中国游客“全球购”在很多国家发挥了拉动经济、增加就业的积极作用，各国也为吸引更多中国消费者不遗余力。

中国购买力

国家旅游局的数据显示，在欧美日等国出境旅游持续萎靡情况下，2012年中国出境旅游超过8000万人次，以高达15%的增长率成为全球跨境旅游的领跑者。

美国《华盛顿邮报》刊文指出，2012年中国人海外消费额高达850亿美元，相当于全球营收最高企业——石油巨头埃克森美孚公司全年营收额的两倍。

新加坡旅游局大中华区首席代表兼署长周振兴在接受新华社记者采访时说，2011年中国游客人均在新支出约达1337新元(约合1081美元)，而2012年这一数字仅为467新元(约合377美元)，10年间增长近三倍。

随着加拿大成为中国游客出境旅游目的地，节假日到加旅游的中国人越来越多，给当地商家带来商机。据中国银联(加拿大)的工作人员介绍，每到中国长假期间，加拿大银联签约商户的POS机交易总量都会急剧放大。温哥华机场免税店管理人员对新华社记者说，近两年来，包括春节、五一和国庆假期在内的中国游客节假日消费额大约占该免税店全年销售额的近两成。

争抢中国客

海外消费的中国游客带来巨大商机，引得各国纷纷争抢。新华社记者日前在美国弗吉尼亚州一家奥特莱斯购物广场采访时发现，为迎接中国游客到来，这里的服务中心特意提前告知所有店家从2月10日

至24日(农历初一到十五)为中国游客做好促销提示，“有些店家还在门口用汉语写着‘金蛇贺喜’，‘蛇年春节快乐’的告示牌。

该购物广场旗舰店的中文导购黄女士告诉记者，近两年来，中国顾客已成为这家店的主要买家，占到每天销售额的三四成以上。虽然已配有两名中文导购，但有时候仍然忙不过来。为满足中国消费者的需求，今年还新开了一家蔻驰男包旗舰店，并聘请了两位大学毕业、会讲中文的导购。

为了更好地接待中国游客，加拿大温哥华机场免税店通常会做一些特别准备，比如在节假日高峰来临之前把热销货品准备充足；根据中国不同节日，在店内设立不同主题的特色食品免费品尝活动等。除此之外，由于华人占温哥华机场免税店消费人群的八成左右，免税店超过半数的销售人员能用中文提供服务，店内商品的标签采用英文和简体中文双语，中国游客购物可以用银联卡或人民币现金支付。

在俄罗斯，一些商家允许使用银联卡购买大件商品，一些商家聘用懂汉语的当地人或中国人当导购。莫斯科红场旁知名的国营百货商场里开始出现汉语标志。另外，不少当地餐馆已使用中文菜单，会讲中文的当地导游也越来越吃香，薪酬越来越高。

泰国各大百货公司早在春节到来前就准备了一系列促销活动吸引中国游客。记者在曼谷尚泰购物中心看到，商场用300个红灯笼装点通道，并在春节前夕举行了大规模中国文化巡游活动，商场内也到处悬挂有“中国新年促销”标志。