

从“中国制造”到“中国智造”

——华为的巴西品牌之路

■ 王正润

华为在巴西可谓家喻户晓,在巴西各大商场和当地运营商商店都可以看到华为手机、路由器、机顶盒等各类商品的身影。华为更是巴西各主要网络运营商的重要合作伙伴,在巴西网络设备市场的份额高达40%以上。

华为从1996年起开拓巴西市场,1999年在巴西正式注册公司,经过近20年发展,目前已成为巴西第一大综合网络设备供应商,2014年合同销售额达15亿美元。

华为巴西公共关系经理汪颖介绍说,华为巴西总部位于圣保罗,并在里约热内卢、巴西利亚、累西腓、库里提巴等主要城市设有分支机构,提供的服务覆盖整个巴西。华为在巴西有员工3000人,本地员工达80%以上,是华为全球本地化率最高的子公司。

汪颖说,最初华为在巴西的发展也是困难重重,但华为一直遵循以客户为中心的原则,努力拓展市场,聚焦本地能力的提升,“我们最终借助巴西从CDMA制式向GSMUMTS转化的契机,在2006年和2007年开始大规模进入巴西无线市场”。

华为巴西公司市场部主管张兵感叹:“自进入巴西市场以来,我们做了很多努力提升华为产品的品质,现在巴西人对华为品牌的认可度非常高。”华为巴西客户对中国产品的评价是“价格实惠、品质保证”。

汪颖说,除了过硬的产品质量,产品研发和创新也很重要。目前全公司有45%的员工投入研发,研发人员总数达7.6万多。截至2014年底,华为累计专利授权38825件;申请中国专利48719件,申请外国专利23197件,其中90%以上为发明型专利。

在巴西近20年来,华为不仅获得了自身发展,还给当地带来巨大收益,包括税收、就业、人才培养、提高当地技术水平等。

华为在圣保罗州坎比纳斯市设立的研发和培训中心占地2000平方米,每年培训超过2000名信息、通信和技术(ICT)人才,目前已累积培训4万人。华为还与圣保罗大学、巴西利亚大学建立联合实验室,与巴西国家通信学院签署共建网络技术学院协议。

2014年华为分别与巴西科研机构BRISA以及CPQD开展研发合作,并与南大河州知名科研大学PURC合作开发电信类软件和业务,以及数字城市类产品业务及测试。目前华为正在和巴西云计算领域领先的院校UFUC洽谈合作事宜,联合开发适用于巴西当地的云计算业务和产品。

可以说,让“中国制造”升级为“中国智造”,华为已经迈出了坚实的一步。中国企业扛着“中国智造”的旗帜,未来在海外一定会走得更远。

新颖粉碎方式破解常温下非金属材料超细化难题 浙江丰利超细辊压磨成非矿深加工设备首选

超微粉碎技术在国民经济的各个领域起着越来越重要的作用,特别是非金属材料超细粉碎,能同时完成微粉粉碎和微粉分选的两道工序。

其优越性能有:一是与雷蒙磨、气流粉碎机相比同等动力条件下生产效率高一倍以上,磨轮对物料的碾压力在高压离心力的作用下提高30~40%。二是产量大,粉碎碳酸钙时,细度为10微米时,每小时产量可达1吨以上。三是产品细度指标好:d97=35~3微米,达到流化床式气流磨的细度指标。四是装有分级叶轮无级调速器,不用停机即可调整产品的粒度,且细粉能全部回收,不污染环境。五是成套设备安装方便,无需大型土建工程,设备安装后即可投入生产。六是除尘效果完全达到国家粉尘排放标准。

读者咨询热线:0575-83105888, 83100888, 83185888, 83183618 网址:www.zjfgli.net

银行海外布局“一带一路” 哪些企业会受惠

■ 孙璐璐

4月底,习近平主席访问巴基斯坦并签署50多项双边合作文件,标志着中国倡议的“一带一路”战略项目的正式落地。

随着该战略的实施,银行等金融机构通过为企业跨境贸易提供融资、资金管理等多种服务,可以搭上“一带一路”的顺风车,分享发展收益。

布局“一带一路”

事实上,包括政策性银行、国有大行等在内的各家银行早在去年就已开始布局“一带一路”。

记者了解到,近日进出口银行也加快审批与“一带一路”有关的信贷项目,甚至此前搁置多年的贷款项目也借着“一带一路”之势重启推进。中国银行截至2014年底,累计为“走出去”项目提供贷款承诺1219亿美元。该行行长田国立在年报发布会上透露,中行为把握“一带一路”机遇,对海外业务制定了包括完善沿线国家机构布局、紧盯重大项目、加强境内外机构多边合作、推动人民币走出去等四点发展规划。

工行行长易会满近日接受媒体采访时也表示,工行将针对“一带一路”在信贷投向、授信授权和信贷创新等方面给予资源倾斜和政策支持,并在项目中多使用人民币。目前已在“一带一路”沿线18个国家有120家分支机构,准备了130多个重大项目,投资金额达



1588亿美元。

外资行也不甘落后,凭借丰富的国际投行经验、海外网点布局、海外资金优势等,加强与国内大型银行合作,形成优势互补,抢抓“一带一路”先机。

法国兴业银行(中国)公司向记者提供的数据显示,法兴中国在2014年对公司业务作出大的战略调整,整合联动所有相关产品线服务客户。以在法兴中国贸易融资业务中占比近1/3的保函业务为例,截至2015年4月底,保函业务较年初增长远超此前预期的15%,法兴中国预计今年该项业务的增速可能会达到50%。

汇率风险需靠人民币国际化缓解

创·变 ——中关村管委会主任郭洪谈创业呈现六大新趋势

■ 余晓洁

去年12月3日国务院常务会议部署在更大范围推广中关村政策试点。今年5月7日,李克强总理亲临北京中关村创业大街,为创客点赞,为创新创业加油。

推广试点已有半年,中关村这片缔造了联想、百度、小米等卓越企业,创造了北京近四分之一GDP的热土上,创业呈现哪些新变化新模式?中关村科技园管委会主任郭洪11日就此接受了记者采访。

“YOU+”:创业社区让创客不孤独 创业,很无助? 有你,不孤独。

2009年国务院批复建设中关村国家首个自主创新示范区。同年,李开复创建了首家创新型孵化器——创新工场。2014年,随着新一轮创新创业大潮在“深改元年”涌动,海淀图书城“变身”创业大街。不到一年,这里云集了3W咖啡、36氦、天使汇等26家各具特色、不同模式的创业服务机构,吸引了全球目光。

“怀揣梦想的人才纷至沓来,碰撞思想火花,展示创新的技术、产品,路演创业项目,寻找合伙人和天使投资者……中关村,成为创业者的精神家园。全球首家国际青年创业社区——‘YOU+’应运而生,为青年创业者提供办公、居住、学习、交流等全方位服务,降低了创业门槛,提高了创业效率。”郭洪说。

在“YOU+”、清华嘉园等创业社区,北漂

的创客不孤独,在互助。

钱从哪来:天使投资+合伙人制+股权众筹 创业,最抓狂的是没钱?

随着大众创业和“互联网+”兴起,“天使投资+合伙人制+股权众筹”成为中关村初创企业的“金融支点”。

如今,中关村活跃着1万多名天使投资人,他们中有不少是269家上市公司的高管或中层。越来越多的高校老师成为学生创业的天使投资人。

“天使投资成为中关村创业生态的‘腐殖层’。‘长板理论’改变了传统思维。个人不可能单枪匹马创造一个伟大企业。‘谁是老板’逐渐淡化,取而代之的是合伙人之间形成各取所长、优势互补、合作共赢。股权众筹越来越受创业者青睐,因为筹的不只是钱,还有经验和资源。”郭洪说。

内部创业:大企业的必然选择 创业,“小众”的专利还是“大众”的机会?

大企业为应对各种不确定性和激励的市场竞争,必须不断寻求新增长点。集中资金和技术优势推动内部创新创业,成为大企业的生存之道。

“企业内部组织结构正悄然转变:传统的母公司、总公司与子公司分公司、事业部等层

“一带一路”虽是新概念,但中国企业的海外“出游记”早已书写多年。多位从事跨境贸易融资的人士表示,随着中国企业这几年的发展,在海外与东亚、东南亚很多国家的企业相比,有很强的竞价能力。尤其在非洲地区,中国很多企业都有重要的业务布局,如水电、火电、高速公路建设等领域,甚至很多上市公司海外业务的利润贡献绝大部分来自非洲。

在人生地不熟的新地方开展业务自然存在很多特殊的困难。法兴中国贸易融资部总经理臧萌升表示,早些年中国企业“走出去”多是肩负国家战略目标的使命,但近些年越来越多的企业转为以营利为目标,因此,风险管理的重要性也随之增强。而中国企业“走出去”遇到的最大的风险或问题就是对当地市场的了解,尤其是在政策法规、外汇、风俗等方面。

以外汇问题为例,臧萌升称,中国很多企业都在非洲发展业务,但非洲很多国家在汇率方面至今仍是高度管制,当地货币的购买力不高,汇率波动较大。“如果在当地使用当地货币,风险并不大,真正的汇率风险主要来自两方面:一是当地货币兑外币的风险,二是当中国企业在当地的项目产生盈余时,如果资金汇出的过程麻烦,仍会造成一定风险。”

据了解,大部分非洲国家还存在汇款速度缓慢的问题。例如,在阿尔及利亚,一般企业汇出利润资金快则需要2~3个月,慢则长达1~2年。臧萌升表示,要减轻中国企业“走出去”所承担的汇率风险,应继续加快人民币

国际化的步伐,为中国企业在海外使用人民币提供更为便利的环境。

此外,非金融企业在海外开疆拓土的同时,也是国内金融机构延伸海外触角的机会。同为“走出去”,国内金融机构同样会面临人生地不熟的问题,并且即使规模再大,也无法做到将网络覆盖全球各地。因此,国内大型银行多与外资行签订战略合作协议,共同开发海外业务。

哪些企业会受惠

随着“一带一路”概念的不断普及,记者了解到,不少企业从去年下半年开始制定相应战略规划并已开始实施。臧萌升向记者表示,按照政府的规划,“一带一路”严格意义上来讲从北往南有五个通道,相当于一个辐射状的总体布局,是一个泛亚的概念。初期主要发力基础设施建设,终极目标还是资源的再分配。

“因此,从我们对企业的了解看,基建类企业将会从‘一带一路’最快受益,比如公路、铁路建设企业,这些都是立竿见影的;随后也会带动一些消费,消费行业也会得到一些受益;最后是能源行业,能源行业虽然会花一些时间,但终将会使得中国能源行业受益。”臧萌升说。

据记者了解,目前国内一些非基建类民营企业已经布局搭乘“一带一路”顺风车,计划与基建类国企合作,借助电力、交通等项目开发相关消费领域工程。

互联网创业有句名言:产品型公司值10亿美元,平台型值百亿,生态型值千亿。

腾讯做科普,京东做众筹,乐视做汽车……互联网巨头纷纷涉足貌似“风马牛不相及”的领域,让置于传统思维产品链的人看得“云里雾里”。

“过去,人们强调打造垂直的产业链。今天,则更加注重跨界融合创新,打造开放式的创新创业生态圈。比如小米公司,一方面专注于智能手机、电视、路由器、机顶盒和可穿戴设备这五个产品;另一方面通过对别的公司少量投资进行布局,从而建立一个以大数据挖掘、分析、应用为核心的智能硬件生态圈。”郭洪说。

瞄准尖端:把核心技术做到极致 创业,何惧尖端?

旷视科技Face++三位“85后”创始人的青春身影上闪烁着六个字:中国梦创新魂。

15人的团队中有7人获得过国际信息学和物理奥林匹克竞赛金牌。他们自主创新的金融级精确人脸识别技术在汉诺威国际电子展上引起轰动。这个能竞赛更能创业的团队已获得2000余万美元的B轮融资。

“娃娃”创客颠覆了父辈“复制、跟随国外先进技术”“先做大再做强”的路径依赖。在创业的起点就心无旁骛地专注于把“核心技术做到极致”“先强基再做大。”郭洪说。

云计算领域,麓柏科技制定了国际级的标准和规范;生物医药领域,泛生子子公司开发了肿瘤疾病基因个性化治疗技术;新材料新能源领域,集盛兴泰研制了超级电容……中关村骄子们正披荆斩棘,脱离传统的“COPY(复制)”轨道,开创属于中国人的“INNOVATE(创新)”时代。

期权激励OUT啦! 股权激励受青睐 创业,为找不到团队犯愁?

“人”是创新创业第一要素。企业风险高,团队的智力创造力,决定着创业成败。

如何在创业大潮中揽到关键人才?传统做法以期权激励为主。给予员工未来按约定价格买入股票的权利。只有当到期行权时,股票的市场价格高于行权价格,期权激励才能兑现收益。而股权激励是无偿给予被奖励人的股权。

“传统激励方式正逐步丧失对人才的吸引力。股权激励,打破了传统期权激励的单一性与滞后性,使员工直接获得收益,成为吸引优秀人才的主要手段。如INNOTREE股权激励平台的几位创始合伙人在公司成立之初,就预留了30%的股权奖励池,用以吸引互联网技术、金融领域的优秀人才。”郭洪说。

产业是封闭的“链条”么? 创业,在产业链上,还是在生态圈里?

产业是封闭的“链条”么?创业,在产业链上,还是在生态圈里?

中国品牌走出去:老字号的新征途



■ 刘云非

中国高端制造、科技和电商“出海”,全球产业和消费图景因中国元素重绘。全球化时代,资本和技术牵动中企翱翔海外之翼;而对中华老字号来说,传承与创新助力海外新征途。

德行天下

“既要满足海外顾客的‘胃口’,更要让他们细品中华饮食文化的‘味道’。”谈起百年老店全聚德的海外新征途,总经理邢颖如是说。据悉,全聚德集团1993年成立以来海外

战略稳步推进,目前以特许经营方式开设5家分店。“国际化战略正在渐进实施,不能为国际化而国际化,不能砸了全聚德的牌子。”邢颖说。

在邢颖看来,不冒进是为了更好地推进。他说,对全聚德这一中式正餐而言,用特许经营方式拓展海外市场面临三个问题:原材料鸭坯供应、技术劳工签证、对加盟店的督导。公司考虑了应对之策,比如在当地寻找原材料、为合作伙伴培养烤鸭技师、开业前派技术指导等。

从日本东京和澳大利亚墨尔本等店的经营看,当地人和海外华人对著名中餐有较大需求。而从更广的视角看,随着中外交流更为频繁,以及海外对中华饮食文化认知度的提升,知名中餐品牌迎来了拓展海外经营的机遇期。

“公司已选定一些国家和地区作为重要目标市场,正在创造条件有计划有步骤地加快‘走出去’的步伐”,邢颖说。他透露,按照特许经营模式,今年启动海外拓展计划,前不久向北美派出品牌代表,考察市场并寻找合作伙伴。此外,公司还在同欧洲的一些意向合作伙伴进行接洽。

筑牢本土市场根基将助力企业“走出去”。从集团上市到投资公司注资,从打造餐饮业与食品业的产业链再到专业化经营,传承与创新激发出勃勃生机。邢颖说:“对全聚德而言,要让传统中华老字号成为在市场上有一定影响力的现代商业品牌公司。”

医者仁心

“刚开业时患者不多,许多人是在其他医院医治无效后,抱着试试看的态度找到中医诊所,结果却获得了很好的疗效。”迪拜同仁堂店梁树旗医生说道。

在海外,医者仁心、济世养生,中医所推崇的理念让中医药渐被接受并赢得口碑。让更多的海外友人了解并信任中华医学瑰宝,历经300多年风雨的同仁堂成为践行者。如今,同仁堂在70个国家和地区注册商标、开设110家海外零售终端,诊疗超过3000万海外患者。

同仁堂的海外之路并非一帆风顺。长期以来,由于中西医理论体系差异,中医药标准模糊、功效模糊、含量模糊、副作用模糊等原因,中医药国际化“屡屡碰壁”,中医药企业“走出去”步履维艰。以欧盟为例,中成药要进入欧洲国家,需在欧盟地区使用15年以上、在中国使用30年以上并提供相关证明。此外,还必须申请许可,而许可的前提就是对中成药中的每一个成分进行检验。

从陌生到熟知、从怀疑到认可,中医药的“身份认证”对同仁堂来说尤为重要。据悉,同仁堂正与海外医药研究机构开展数据与理论研究。澳大利亚同仁堂获得TGA三年生产线免检资格,标志着西方主流市场对中药生产标准和质量的认可,给进入西方主流市场带来利好。

北京同仁堂集团副总经理丁永铃表示,

今年开始,同仁堂的海外布局将从华人聚居区逐渐扩大到西方主流市场,“随着全球消费者健康理念提升,对中医养生保健的需求也越来越大。未来我们将打造集种植采购、研发生产、批发零售、养生服务、文化教育为一体的全产业链,把同仁堂这一民族瑰宝推向世界,让中华国药飘香四海”。

“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力。”同仁堂已“出海”远航,而对古训的坚守恒久不变。

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下
购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销