

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

2015.7.28

星期二

乙未年 六月十三

热线电话: 400 990 3393

官方微博: weibo.com/jrwb

weibo.com/jrbs

今日 12 版

第 198 期 总第 8356 期

统一刊号: CN51-0098

邮发代号: 61-85

全年定价: 450 元

零售价: 2.50 元

经营理念冲突巨大 沃尔玛全资收购 1 号店

◎一场失败的中外联姻 ◎“老大”离去沃尔玛入主 ◎百货超市试水电商未获突出进展

« P3

本期导读 Highlights

重庆: 机器人“智造”发力 服务型机器人崭露头角

去餐厅吃饭,机器人给你端菜;在工厂上班,机器人给你当助手……机器人及智能装备产业的发展,不仅改变着我们的生活、工作方式,也推动着重庆市经济的发展。据重庆市经信委最新发布的数据统计,今年上半年,重庆市机器人产量增长了 2.2 倍,预计今年重庆市机器人和智能装备产业将实现产值 150 亿元,增速达 50%。

« P2

欲砍 40 余家百货门店 万达“减法”战略去地产化

40 多家万达百货、80 多家 KTV 门店将被砍掉,这是万达集团董事长王健林要求“尽快完成的工作”。事实上,在电商冲击下,传统百货业态都在调整,世茂、王府井等先后加入了由“百货业态”向“购物中心业态”转型的大军,增加餐饮、儿童体验业态是调整方向。

« P3

创新创业成风 广东创新驱动发展 驶入“快车道”

拥有全球最尖端 3D 打印技术的广州迈普,研制全球第一家环保监测无人船的珠海云洲,研发中国首支抗疟原创新药的深圳微芯,全球“新一机”市场份额占有率达 70% 的大疆创新……新一轮创新创业热潮正在广东蔚然成风,创新驱动发展战略驶入“快车道”。

« P5

董明珠: “铁娘子”的实业帝国

十年前,从销售员起步做到管理层征战市场,董明珠成为名震八方的营销女皇;十年后,董明珠代表实业界发声互联网思维,扛起中国制造业的大旗,坚信依靠科技创新就能做出好产品赢得市场。

« P6

许金聪: 闽商之道 传承缩影

家族企业传承,重要的并非物质财富传承,而是人的传承。培养好接班人,是给家族企业留下的最大财富。

« P7

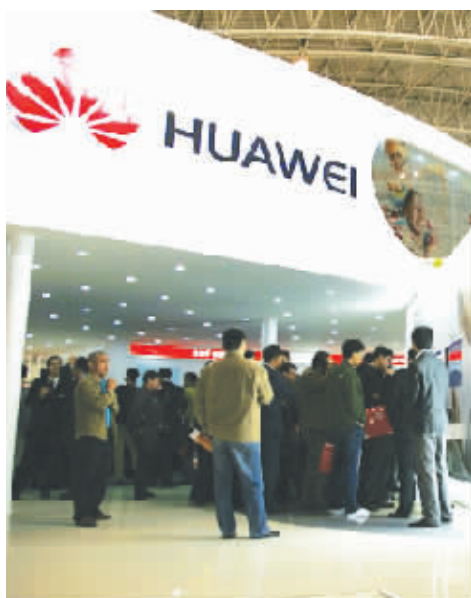
解决障碍探索途径

京津冀先行先试多领域破题

为有效纾解北京非首都功能、推动京津冀协同发展,北京、天津和河北三地计划从实际出发,选择有条件的区域率先推进,积极布局交通一体化、生态环境保护、产业升级转移、公共服务等方面,通过打造先行先试平台,以试点示范带动其他地区发展。

« P8

获批建立首家印度生产厂 华为叩响“印度制造”大门



19 个月,对于等待一份设厂申请的批复来说有些漫长,但对决心在印度落地生根的中国电信企业来说,这是一份惊喜。近日,印度内政部对华为公司在印度设厂生产电信设备的申请予以批复,这不仅意味着已入印度市场 16 年的华为将迎来首家印度生产厂,而且预示着“印度制造”的大门将更积极地向中国企业敞开。

收获信任不只靠等待

连日来,“华为很快将在印度建厂”成为印度各大媒体关注的焦点。在印度审批流程的记者清楚,华为的申请一旦过了内政部这道难关,设厂已不再是问题,没人会怀疑这家全球最大电信设备制造商的实力。

1999 年,华为以成立研发中心的形式进入印度。16 年来,考虑到相对低廉的劳动力成本以及广阔的市场,在印度设厂一直是华为的重要战略。不过这家在印度通信与信息部、工信部眼中的中国优质企业,却在印度内政部那里遇到审批问题。受此影响,华为在印度设厂的申请一再被搁置。据统计,从 2003 年开始的不到 10 年间,印度内政部至少 9 次拒绝了华为设厂或直接销售产品的申请。

但华为公司并没有因此气馁。一位华

为印度团队的负责人对记者说:“光靠等等不来机遇的,开拓印度市场,实干加吆喝,一个都不能少。”多年来,华为凭借过硬的产品质量,稳步提升在印市场份额,提高了用户的信赖度。以电视机顶盒为例,华为 2011 年就以 24% 的份额领跑印度市场,将英国的佩斯和美国的思科甩在了身后。

在过去的 19 个月里,华为印度公司不再只是一个“埋头苦干”的形象,从赞助印度顶级板球联赛,到为印度研发中心举行 15 周年庆典等,华为让更多印度人了解到,这家中国公司的“研发中心”在这里,这里约 5000 名员工中 96% 都是印度人,其中不少技术骨干都是工作超过 10 年的“老华为”。该中心负责人对记者说:“从技术、设备到人员构成,印度没有理由不相信华为。”

坚持扎根终得好时机

人努力,还得遇到好时机。华为印度团队负责人向记者坦言,习近平主席与印度总理莫迪的互访对推动两国互信及经贸合作起到巨大作用。印度内政部这次给华为在印设厂开绿灯,也与印度吸纳外国投资政策的提速有很大关系。

相对于来印发展已 16 年的华为,进入印度市场刚一年多的小米自然有许多“学费”要交。专利和信息安全问题都曾成为小米在印度开拓市场的羁绊。不过小米手机厂商高兴的是,竞争中的合作给其带来了多赢选择。据《印度时报》近日报道,一直计划在印度设厂却头痛于审批手续的小米找到了理想的合作伙伴。富士康集团总裁郭台铭近日访印时表示,该公司在 2020 年前将在印设立 10 到 12 家工厂。富士康目前在印度安德拉邦的工厂已经开始代工小米,小米手机已经开始“印度制造”。

印度另一家大型电信设备供应商中兴在印度的发展历程也不短,其间同样遭到过印度以“国家安全”为由的申请“拒签”。不过目前,中兴搭上了印度“智慧城市”项目的快车,计划投资 60 亿卢比(1 元人民币约合 10 卢比)用于该项目建设,其中 10 亿卢比用于在印度设立“智慧城市总部”。中兴软创首席执行官表示,印度新政府对中国企业传递的投资信号,印度“智慧城市”项目的总预算是 4800 亿卢比,这是中国企业的又一商机。

除了上述几家明星企业,联想、OPPO、VIVO、金立等多家中国通信名牌企业都有在印度长期扎根的打算。一位熟悉印度电信市场的业内人士对记者说,印度新政府鼓励外资

设厂以提升“印度制造”水平,有关措施正不断出台,这给中国企业提供了新的机遇。目前印度正准备把外国电信产品的进口关税从 6% 升至 12%,中国企业在印度设厂的渴求更加强烈。中印双赢正在成为现实。

拓展市场仍要有耐心

印度内政部这次给华为“松绑”,似乎意味着印度拓展对中国企业的好感在增强,但对有意拓展印度市场的众多中国企业来说,前途光明并不意味着道路一定平坦,不做长久长跑准备或许就会半路掉队。

印中商贸促进会理事普什卡什对记者说:“在印度赚钱并不容易,多数印度客户的要求是高品质低价,这本身是对矛盾,但印度人就认为这是可能的。中国企业应该有心理准备,不能总认为‘一分钱一分货’是心理的准绳。他还强调,印度消费者对中国产品的印象正在转变,但这种转变需要时间。”

从中国电信企业布局印度市场的现状来看,多管齐下或许比笃定单一渠道要保险。线上销售是小米的看家本领,其在印度市场的火爆销售业绩也证明了网购模式在印度同样行得通,但小米已经开始意识到这个国家消费者的特殊性,他们有大量的非工作时间,买东西喜欢在电脑上点一下鼠标货品就能送到家里,这些人称不上“米粉”,却仍然向往时尚电子产品,如果小米不能提供样机让消费者体验,那他们很可能会选择其他品牌。对华为来说,多年的印度市场经验,但数据卡、路由器、机顶盒等产品还不足以唤起印度普通消费者对产品的足够好感。因为以智能手机为代表的通信终端设备能够给予用户最直接的消费体验,加入原本就竞争十分激烈的通信终端设备市场成为华为新的挑战。

盘对印度市场的发展,以招商引资为先导的“在印度制造”必然向真正的“印度制造”迈进,其间对外国企业提出的资本、技术转让和人才培养等要求都很现实。面对日渐敞开的印度市场,中国企业理应怀着积极且清醒的态度为可持续实施做好准备。(中国经济网)

传统农业大省“触电”脚步越来越快 河南电子商务跨步发展上半年交易额 3860 亿

■ 本报驻河南首席记者 李代广

7 月 22 日,河南省商务厅召开新闻发布会,通报上半年河南省商务运行情况。其中,除进出口、居民消费、招商引资等方面表现优异外,电子商务的发展更是交出亮眼的“成绩单”。

据河南省商务厅厅长焦锦淼介绍,上半年河南省电子商务交易额 3860 亿元,同比增长 36.4%,其中网络零售交易额 660 亿元,增长 52.6%,传统农业大省的“触电”脚步越来越快。

河南省商务厅电子商务办公室主任吴源奇表示,上半年河南省商务的大跨步发展离不开

省政府的大力支持。在 2015 年省级高成长服务业专项引导资金申报、评审工作中,第一批 26 个电子商务项目获得了补助资金 4000 万元,目前已拨付到位,这是河南省财政第一笔专项用于扶持电子商务项目资金。

吴源奇告诉记者,河南省商务采取“双轮驱动”的发展模式,即在大力引进全球知名电商的同时,大力培育本土电商企业的发展。

据他介绍,目前河南获批的国家级电子商务示范基地达到 3 家,示范企业 7 家,升级电子商务示范基地 11 家,示范企业 56 家。

“电子商务园区的建设稳步推进,已建成省级电子商务园区 12 家,其中河南省电子商

务产业园、河南网商园等一批电商园区载体作用明显,吸引了如阿里巴巴、亚马逊、苏宁等大批知名电商的入驻集聚。”河南省商务厅厅长焦锦淼表示。

而中国(中部)国际电子商务港的建设将使这种作用更加明显。据了解,该电子商务港规划面积 5 平方公里,拟在尉氏县尉氏新区选址,目前已完成项目总体规划,意向入驻企业 15 家,包括 Google、比利时邮政等全球知名企业,预计总投资将在 200 亿—250 亿左右,首期资金 10 亿元已经到位。

除了大型电商园区的建设吸引知名电商的入驻外,河南还针对本地电商推出省级认证、培训、政策优惠等鼓励措施,也涌现出了

如世界工厂网的本土知名电商。“双轮驱动,两条腿走路,才能让河南电商更健康的发展。”吴源奇表示。

2014 年下半年,河南省被确定为首批电子商务进农村综合示范试点省,拨付国家财政支持 1.4 亿元,河南迅速启动电子商务示范县的选拔,经过十几个县的争夺,最终确定新安县、淇县、封丘县、博爱县、郟陵县、临颍县、光山县为第一批国家电子商务进农村综合示范县。

数据显示,7 个示范县的电子商务项目带动社会投资 3 亿元左右。2015 年上半年,7 个试点县电子商务交易额 70 多亿元,网络零售额 18 亿元,增幅均在 40% 以上。

iPhone, android 手机扫描二维码下载安装

本报常年法律顾问为闫永宁律师 手机:13609110893

好兄弟 干一杯

强势打造中国小酒领导品牌

WULIANGYE YIBIN CO., LTD. 400-6363-699

做食品就是做良心——杜诚斌

方便米饭 肉食 下饭菜

伊贝实业

中国高端鞋靴领跑者

http://www.js-yb.cn

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件,本报任何个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以何理由向企事业单位和社会各方面收取现金、广告等宣传费用;凡本报工作人员通过银行汇款或转账到与报社无关的其他账号,违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及社会监督。

举报电话:028-68230681 028-68230659 028-87344021 举报电话:028-87325242 企业家日报社