

# “双创”成内地与香港经贸合作新亮点

■ 黄敬 王晓洁

近年来,香港与内地的经贸合作正从地产、旅游、消费等传统领域向创新、创业的新兴市场转移。香港和内地工商界人士认为,这一潮流方兴未艾,两地在“双创”方面的深入合作,将为两地的经济发展开辟更广阔的空间。

在11月28日闭幕的第十九届京港洽谈会上,创新创业也成为热点议题。会议特别设置了“创业面对面”、“科技创新”等交流活动。在会议达成的29项签约项目中,有多项都与科技创新有关。北京市科委与香港理工大学、香港科技大学、香港城市大学分别签署了京港科技创新协同发展战略合作协议,未来将共同筹建国际交往大学生创新创业孵化平台。

“内地的创业创新浪潮,香港不能缺席。”香港中国商会主席、香港经纬集团主席陈经纬说。此次京港洽谈会,经纬集团与北京市平谷区人民政府签订了战略合作协议,在平谷布局跨境电商的创业项目。

年近70的陈经纬仍走在创业路上,在他看来,创新创业是香港未来发展的必经之路,只有携手内地,香港创业创新才有可能开拓市场、获得成功。

香港特区政府也推出一系列举措支持创新创业。今年初,香港政府推出3亿元创业基金。11月20日,香港创新及科技局正式成立。12月3日,香港将迎来首个“创客节”。

内地与香港在“双创”方面的交流也在民间悄然兴起。“创客节”就是由中国互联网发展基金会、香港资讯科技联会、互联网专业协会、百川汇联合主办。主办方表示,未来还将在香



●第十九届京港洽谈会

港持续不断地组织多种形式的创客主题活动,以香港为平台,与全国各地的创客基地展开深入合作。

随着内地经济发展提速、创新创业兴起,越来越多的香港科技人才、智慧资本涌入内地寻求发展,内地的资本也开始瞄准香港的创业项目,两地的双向交流日益明显。

无人机研发企业“大疆创新”就是香港研

发、内地发展的典型案例。这家占据全球无人机市场七成份额的公司,其核心技术是在香港研发,而公司却是在深圳注册、成长。

内地移动支付软件钱方创始人李英豪是地地道道的香港小伙,4年前,瞄准内地互联网金融市场的潜力,他踏上北漂创业之路。如今,公司在全国31个省都有合作商户。

香港投资人也在寻求内地的发展机会。马

志刚是澳门著名工商界人士马万祺的后辈,在香港成立了公司。与祖辈传统的地产、金融致富路径不同,他对科技创新情有独钟。他与北京的一家创投公司共同成立了启迪金控股投资有限公司,专注于内地科技创投。

如今,内地与香港的创投生态圈正在形成。早在2013年,前海管理局、深圳青联和香港青协三方发起成立了“前海深港青年梦工

坊”,已吸引了两地近百家创业团队进驻。香港工商总会也在前海成立了创业孵化基地。

香港城市大学商学院助理教授陈立文发起成立了香港产学研促进会,正在积极寻求和内地的合作。他表示,香港与内地的科技创新的融合发展将取得取长补短、放大彼此优势的协同效应。

他认为,内地优良的创业孵化环境和巨大的市场潜力有利于项目的发展。香港的孵化器屈指可数,而内地则有北京中关村、深圳前海、南京、苏州、杭州等多种选择。香港的创新项目需要内地市场。

厚德创新谷执行总经理邓永强是前海深港青年梦工厂的投资人。他表示,香港的创业项目如果只在当地做,空间很小,而放眼内地,将拥有无穷潜力。前海深港青年梦工场孵化的香港创业项目“视野机器人”是一项森林火灾监测技术,其创始人岑榕琛表示,在香港,很少有人青睐一项前途未卜的创新项目,但他们来到内地之后,不仅收获了投资,还发展了客户、开拓了市场。

对内地而言,香港高校的科研实力雄厚,理科、工科、医科处于全球领先地位。此外,香港国际化的会计、法律、金融人才也正是内地科技企业海外融资、扩张时所需要的。

正因为看中香港的创新潜力,今年2月,阿里巴巴集团斥资10亿港元成立香港青年企业家基金,专门支持香港年轻人创业。

“香港应当成为创新之城、创业之地、创投之都。”陈经纬感叹道。他表示,希望新成立的香港创新及科技局未来能够在香港与内地的创业企业、高校、孵化器之间搭建桥梁,让两地共享创新红利。

# “互联网+”催生房地产业新机遇 房企竞相探路“房地产+”

■ 郑钧天

在“互联网+”的大潮下,房地产行业已走在转型升级的道路上。不少房地产企业正在进行业务转型的创新探索,围绕“互联网+”“房地产+”等概念的商业模式层出不穷。

在日前举办的“易居中国上海创新峰会2015”上,易居中国董事长兼宝库中国董事长周忻透露,该集团将围绕“房地产+”进行探索,围绕房地产交易进行服务创新,为置业者提供

更多服务。

“易居要做‘八爪鱼’,头在房地产,周围有大量的触角围绕房地产进行延伸和创新。例如,房地产商需要投融资,购房者需要按揭贷款,如何把房地产与金融之间有机结合?这就催生了‘房地产+金融’模式,因此易居投资了钜派;如何做好房地产的下游行业物业管理增值服务?易居投资了中奥物业;在装修领域,易居投资了全树。金融、物业管理、装修服务等都是围绕社区增值服务打造的平台。”周

忻说。

此外,从“重资产”转型为“轻资产”,也是开发商们努力的重要方向。

什么是重资产?戴德梁行中国区战略研发部主管肖恩·布罗迪解释说:“以一个典型的城市综合体开发项目为例,一个重资产房地产开发模式是,开发商投入资金到整个项目的建设。然后,开发商可以选择出售住宅,再把收益投入到写字楼和购物中心的长期运作中去。最后,通过全资持有和管理办公楼和购物中心资

产继续创造租金收益。”

肖恩·布罗迪进一步分析说:“以相同的综合体开发项目为例,‘轻资产’就是一个混合投资开发的模式,其建设完全由外部投资者资助来替代原先开发商全资的投资模式。开发商依然控制着项目选址、设计、工程建设,写字楼和商铺的招商以及物业管理等要素。而一旦运行,写字楼和购物中心物业资产的租金收入将根据初始投资份额来共享。”

戴德梁行最新发布的《互联网+,浦东发展

新契机》白皮书报告中指出,“互联网+”将对中国房地产市场的发展产生深远影响。“‘互联网+’可以利用众筹的力量,让资金由机构和个人投资者共同提供,为开发商的债务提供资金。”

钜派投资集团联席董事长兼首席执行官倪建达表示,钜派的财富管理业务就是把机构或个人的投资资金交给开发商,开发商做了产品以后,把收益分配给投资者。目前这项业务发展非常快。

# 品五粮醇酒 在平淡中畅享尊贵

■ 雷兰 报道

2015南京秋季糖酒会期间,五粮醇珍品级酒强势参会,与客户相约商务洽谈区——双门楼宾馆,取得了实际业绩与感情交际的“双赢”。一位五粮醇(珍品级)华东市场的相关负责人刘先生说道:“我非常看好华东市场。今年的南京糖酒会,商务洽谈区之间非常分散,而双门楼一家就可以容纳600家。我们感觉就光这个容纳量,效果都应该非常不错。此次南京糖酒会我我感觉良好,尤其厂商之间的默契和精诚合作尤为可贵!”

## 珍品系出名门品位尊贵

是的,相互珍惜是一种责任与缘分,拥有了便觉得尤为可贵。它需要细心呵护,需要投入时间和精力来获取,一如我们的生活,也许过程纷纷扰扰让你疲惫不堪,但是经过岁月的积累和历练之后,留在你的记忆中的都是最宝贵的部分,对白酒而言,这也是从粮食到白酒的酝酿升华过程。

五粮醇精选高粱、糯米、大米、小麦、玉米,严格按配方比例酿造而成,具有浓香、醇和、尾净的特点。全新3D包装五粮醇,让您感受真实的自我。五粮醇由五粮液股份有限公司精心酿成,于2012年隆重推出了五粮醇系列的升级版——“珍品级五粮醇”,将其作为五粮液的姊妹酒列入集团核心产品体系,并对中高端消费市场再度细分,产品定位于经典商务用酒。庄重、简约、高贵是珍品级五粮醇包装的真实写照,两款产品均采用优质亚克力外盒与精工底座。蓝瓶采用亮釉烤制的陶瓷瓶体,而红瓶采用先进的喷涂玻璃工艺,瓶身线条流畅,婀娜多姿,系工艺与美学、人间双美浪漫二尤的完美统一。

珍品五粮醇承载集团所赋予的历史使命,凭借“升华价值,至醇至珍”的品质核心诉求,持续成长为中国主端商务用酒的领军品牌。延续五粮液高质量、高速度、高效益的发展,在品牌原有的基础上,升华价值,深受广大客户朋友的热爱。珍品级五粮醇包装由国内知名大师设计,奢华的设计理念与比肩五粮液内在品质的完美酒体相



●五粮醇—畅享版

得益彰,烘托出其卓尔不凡的消费理念与品牌形象。珍品级五粮醇,采用顶级基酒,五粮特有酿造精湛技艺!醇香独厚,至尊典范。珍品级五粮醇乃名门翘楚,似酒中辉腾低调奢华,独秀华夏!

## 淡雅 平淡之中见真章

五粮醇系五粮液三大核心自主品牌之一,自诞生以来,已畅销中国18年之久。

2009年,五粮醇品牌及商标被中国工商总局命名为“中国驰名商标”。2012年,经国际专业品牌机构评估,五粮醇品牌价值达到76.02亿,位列中国最有价值品牌第41位。

有位喜欢喝淡雅五粮醇的消费者,在他的微信中写到“选淡雅好品质,品淡雅更轻松,喝淡雅真享受”。这道出了淡雅的真谛:淡雅宁静不只是一种审美追求,更是一种心境,一种生活态度,一种人生境界。淘尽黄沙始见金,往往最平淡才是最真实、最宝贵,也是最值得拥有的,所谓平平淡淡才

是真,就是这个道理。

五粮醇淡雅型白酒,浓而不烈、香而不艳的幽香淡雅型白酒新风格,其实质是减少酒体中的大分子物质,强调的是味,把香融入味中,在一种香型的基础上,既保持原香型的风格,又融合其他香型的长处,特别适合消费者口味。人们赞叹着牡丹的雍容华贵,欣赏着玫瑰的艳丽芬芳,品味着蔷薇的妩媚多情,仿佛只有如此的娇艳多姿才算作是一种美丽,但其实素白淡雅,却拥有最为馥郁的芳香,沁人心脾。饮用淡雅五粮



●五粮醇金淡雅—盒子



●五粮醇金淡雅—瓶子



●五粮醇红淡雅—铁盒



●五粮醇蓝淡雅—盒子

醇你定会感觉一股清泉缓缓注入心田,让你的心淡泊如止水,留下一份难以忘怀的感动。

据了解,五粮醇分为红淡雅五粮醇、蓝淡雅五粮醇、金淡雅五粮醇。它们都是浓香型白酒,精选高粱、糯米、大米、小麦、玉米,严格按配方比例酿造而成,具有浓香、醇和、尾净的特点。度数均为35度、42度、50度五粮醇是五粮液的全国性战略品牌,属纯固态粮食酒。五粮醇酒质纯正,入口绵甜,饮后不口干,久喝不上头。据悉,五粮醇红淡雅是五粮醇中销量最好最高的一款产品,酒瓶的红色十分靓丽,而且价格适中,很适合喜寿宴和朋友聚会使用,绵柔、淡雅、清爽为主要风格特点,不上头、口感好、酒香浓郁、价位较适中,在年轻消费群体和国际市场很受欢迎。

红色代表吉祥、喜气、热烈、奔放、激情、斗志。红淡雅五粮醇红妆展妖娆,素裹自妩媚。真情时刻,当然尽情释放,五粮醇“红淡雅”,喜气洋洋中,自然无法掩饰浓浓情意,淡雅口感,更能让您尽情投入,自然酿就的淡雅美酒,素裹红妆,为您的欢庆时光,添一份别样精彩。其消费目标群定位于朋友聚会、婚宴、寿宴等。

蓝色代表宁静、深邃、宽容、温柔、梦幻、智慧。自古圣贤皆寂寞,微饮美酒胜神仙!天高云淡情怀广,行云流水淡雅致。五粮醇“蓝淡雅”,安者自静,淡者自雅,权威品酒师力荐,柔和美酒,曼妙感受,融于悠然一杯,一品自然,再品心境。其消费目标群定位于商务人士、知识分子、朋友聚会等。

金色代表高贵、光荣、华贵、辉煌。“金樽清酒斗十千,玉盘珍馐值万钱”。自古以来,金色意味着高贵、华美与辉煌。五粮醇“金淡雅”,内藏从容,外显尊贵,聚首时刻,琼浆入杯,犹如奏响一曲金色乐章,气定神闲之间,乐享美好时刻。其消费目标群定位于政务人士、商务人士的高端宴请等。

让淡雅成为一种美丽,让生命得以升华,让珍贵如五粮醇般的美酒穿越岁月的风雨依旧芬芳弥足珍贵。根据五粮液股份有限公司对珍品级五粮醇的品牌战略规划,在不久的将来,五粮醇将承载集团所赋予的历史使命,凭借“升华价值,至醇至珍”的品牌核心诉求,持续成长为节庆与商务定位的消费用酒领军品牌。