

探秘东莞制造业变革:“产业 + 资本”破题企业技改难

◎“机器换人”拐点至 ◎破解企业融资之困 ◎突围产业链上游

<< [P2]

本期导读 Highlights

煤老板买房豪情难再:
卖 200 万吨煤
才买得起北上广一套房

春节过后,房价涨势凶猛。有媒体报道称,四成上市公司一年利润够不上北上广深一套房,让市场唏嘘不已。究竟是房价过高,还是上市公司赚钱能力不够暂且不论,对于在上市公司中垫底的煤企来说,北上广的一套房已是可望而不可即。

<< P3

可口可乐的人才秘笈:
让人成为最好的自己

每个人才的经历都是不一样的,但是在可口可乐可以有不同的发展路径。在这里,每个人都有机会成为最好的那个自己。

<< P5

饿了么 B 端平台喊“饿”
供货商单一“有菜”没有菜

去年 10 月,饿了么悄然上线餐饮 B2B 平台“有菜”,正式从前端外卖进军餐饮后端供应链。“有菜”意欲简化上下游的渠道,帮助中小商家在采购端节约成本。然而记者近日登录“有菜”App 却发现,运营半年之久的“有菜”近乎荒废,平台上现有供应商家也数量少且良莠不齐。

<< P6

紫苏丽人:
芳香产业链传播薰衣草文化

数十年来,经过伊犁人的精心培育,薰衣草在天山脚下伊犁河畔逐渐形成规模。如今,围绕薰衣草所形成的“一条龙”产业链愈加成熟,以几个大企业为主的“农户+企业+科研”的模式已被市场认可,在这个香气与硝烟共同弥漫的紫苏,如何才能让自己更加光彩夺目?伊犁紫苏丽人生物科技有限公司(以下简称“紫苏丽人”)走出了一条与众不同的发展之路。

<< P7

山钢集团改革破题:
首次引入职业经理人团队

面对不容乐观的行业现状,钢企要想继续生存下去,改革势在必行。山钢集团官方微信“厚道山钢”消息显示,2 月 22 日,集团公司召开下属淄博张钢钢铁有限公司干部会议,首次引入职业经理人管理团队,这标志着集团公司 2016 年改革破题。

<< P8

抓住特色 打响品牌 举办活动
安县:
打造全域生态旅游目的地

安县 2016 年春节旅游市场,就跟节日期间的天气一样,可谓一片红红火火的“艳阳天”——四面八方的游客纷至沓来,大小景区都人气爆棚。据测算,安县春节黄金周期间共接待游客人数 73.3 万人次,同比增长 39.1%;实现旅游收入 13900 万元,同比增长 41.5%。

<< P12

抢滩好莱坞 中国文化企业谋求全球影响力

■ 陈寂 陈文广 任峰

在北京时间 2 月 29 日举办的第 88 届奥斯卡颁奖典礼上,好莱坞电影《荒野猎人》夺得最佳男主角、最佳导演、最佳摄影 3 个奖项,也让莱昂纳多·迪卡普里奥终于如愿捧得“小金人”。在这个全球瞩目的电影颁奖礼上,“小李”能否“称帝”奥斯卡的悬念,不仅牵动着全球影迷的心,也让一家中国企业望眼欲穿。

作为《荒野猎人》的联合出资及发行方之一,总部设在广州的奥飞娱乐有限公司一年多前便“押注”该片“冲奥”。2014 年底,奥飞与影片的制作公司、好莱坞新摄政娱乐公司建立长期战略合作关系,对后者制作的包括《荒野猎人》在内的 3 部影片,进行总额不超过 6000 万美元的投资。

奥斯卡获奖电影的“大蛋糕”中,奥飞将分享其在全球的票房收益。“借助投资这部奥斯卡力作,奥飞在影业市场的地位得以提升,有助于奥飞学习好莱坞的先进理念和运营模式,高起点切入全球电影市场。”奥飞集团公共总监曾蔚彬说。

包括奥飞在内的中国电影企业,过去一年经历了国内市场井喷式繁荣发展。2015 年,中国电影总票房达到 440 亿元,同比增长 48.7%,全年新增银幕 8035 块,平均每天增长 22 块。业内人士预测,中国将最早在 2017 年超越美国成为全球最大电影市场。

好莱坞想在中国这个大市场开拓新的资本渠道,中国文化企业也想通过成立合资公司、签订投资协议、收购创作团队等方式,进



●奥飞娱乐有限公司是《荒野猎人》的联合出资及发行方之一

入好莱坞电影制作的核心地带,熟悉其流程与“玩法”,抢滩全球电影价值链顶端。

今年 1 月,万达集团宣布以不超过 35 亿美元现金收购美国传奇影业公司。万达集团董事长王健林表示,“万达打造的是电影制作、院线、发行产业链,极大地提升万达在全球电影行业的核心竞争力和话语权。”

在万达之前,中国多家文化企业已捷足先登。2015 年 9 月,上海华人文化企业投资基金和好莱坞电影公司华纳兄弟在香港联合成立旗舰影业公司,共同开发、制作华语电影

和英语电影,面向全球市场发行。当月,浙江华策影视集团与好莱坞制片与发行公司极光影业签署协议,在京成立极光联盟影业,启动总预算高达 3 亿美元的合拍项目。

“想直接把我们的电影卖到好莱坞是很难的,但我们的投资可以先走出去。”湖南广电传媒投资和经营管理部副总经理熊跃生说。这家湖南企业 2015 年 3 月与好莱坞制片商狮门影业签署合作协议,根据协议后者今后 3 年投拍的每一部影片,广电传媒均出资 25%,广电传媒设定单部 3000 万美金和每年

总额 1.25 亿美金的上限。

中国艺术研究院电影电视艺术研究所副研究员张慧瑜表示,如果说早年好莱坞强势进入中国之时,如何“与狼共舞”是国产电影及其管理者的最大挑战,那么经过十余年电影产业化改革,羽翼日渐丰满的国产电影不仅拥有“与狼共舞”的筹码——巨大的中国电影消费市场,而且开始“与狼共赢”——变成电影合伙人。

2015 年,华谊兄弟与美国 STX 娱乐公司签署协议,联合投资、拍摄、发行 18 部以上影片,并按投资比例享有这些电影全球票房和衍生收入的 20%,并同比例拥有影片版权。

“之前中国公司都拿不到好莱坞影片的版权,只是做代理,收一些营销的钱,不具有收益分成的能力。”华谊兄弟公关总监张一君说,拿到著作权让华谊兄弟在北美的子公司真正成为了一个好莱坞制作公司。

抢滩好莱坞的中国文化企业,大多怀着华谊兄弟一样的雄心壮志。借助合作研发、设计与制作好莱坞影片,这些企业希望学习好莱坞的创意研发经验、制作发行体系及市场推广手段,成为这个行业的资深业者、国际市场的领头羊。

立志“探索做新时代的中国迪士尼”的奥飞,还在好莱坞组建了 3D 动画电影创作团队,致力于搭建一套完整的动画电影的工业体系,最终目的是打造出具有中国元素、独特的泛娱乐产品和愿景。

“我们最终的愿景是,‘花木兰’‘熊猫’等这些中国文化内容不是由外国人做出来,而是我们自己做好讲给全世界听。”曾蔚彬说。

每周时评 Observation

占领全球文化高地 万达示范“低调”的征服

■ 季文颐

2 月 29 日,第 88 届奥斯卡金像奖的压轴大奖——最佳影片奖,由电影《聚焦》(Spotlight)获得。该电影由万达集团旗下万达电影公司 Open Road Films 出品。这是 AMC 在全资并购 AMC 院线之后,旗下公司首次获得奥斯卡最佳影片大奖,也是中国电影在世界电影领域获得的最高荣誉。必须要指出的是,这并不是万达一家公司的胜利,这是中国电影在世界电影领域获得的最高荣誉。中国企业的号角没有让美国人恐慌,更没有明显的美学侵蚀,而是低调地征服,润物无声。

无声,这个特质很重要。比方说,“每一个中国第五代导演都有一个奥斯卡梦”。这曾是上个世纪的作风,也是这个世纪的嘲讽。我们在文化自信上的摇摆,受制于别人的游戏规则。但万达和《聚焦》开了个好头,那就是试图体验这条规则,并真正掌握规矩。是的,《聚



●《聚焦》剧照

焦》在外观上看上去没有半点中国人的身份,这方便我们以“竞争对手”的模样寻找制胜之道。《聚焦》出品方 Open Road Films 隶属于 AMC,历史并不长,它启动于 2011 年,也就是万达收购 AMC 前一年。

可以说,中国要占领全球文化高地,某种程度上,万达提供了一种范式。《聚焦》斩获奥斯卡,证明了 AMC 成为了王健林和万达撬动全球电影的一个支点。2012 年,万达收购 AMC 时,美国的影院行业正处于下坡路,而金融危机的负面影响也还在收尾之中。有专

家说,走向衰败的 AMC 是一个包袱,它高昂的债务众人皆知,花大价钱收购,相当于继续在这个包袱上添石头,还要自己硬抗,有不少人准备看万达的笑话。但现实无疑把某些砖家的脸,打得啪啪作响。在收购后的 16 个月的时间里,万达的股价增值一倍多,财富“聚焦”的实力,令华尔街刮目相看。

《聚焦》仅投资 2000 万美金,不过是《吸血鬼日记》惊情四百年》一半的成本,算上通货膨胀,可能更低。简单地说,这也是独立电影的尊严。独立电影最值得坚持的地方在于,它们存在的本身就是一种坚持。它们与资本无关,片中的巨星多大牌,都会自降片酬,拒绝承认与资本有染,以此宣告创作上的自由与先锋,理想主义最心安理得的实现方式,就是《聚焦》的诞生过程。于是有人就会问,为什么万达这种“土豪”做派,能与“贫寒”的独立文艺片相兼容?很简单,因为它们并不冲突。在资本与文化的角力中,创作理念的相视本就

无价。要说有价,那便是我们最初说的,收购 AMC,联手学院派,甚至是收购传奇影业,王健林和万达这个节奏,走到《聚焦》时,可以不用声张,无声胜有声。

大概从亚洲首富,有一种围绕万达的论调,就是万达会像阿里那样收购香港报纸,因为《聚焦》讲的就是报纸。万达更不会像腾讯一手企鹅影业,今年就收购 IP 孵化,这些,通过并购都能解决。做电影的奥斯卡就是最好的成效,就像被收购二十几年后的哥伦比亚,再也没有美国人的恐慌——我们不是在占领,而是成为。因此,万达旗下的 AMC 此次斩获奥斯卡,其意义绝不应该只在电影圈来解读,更重要的是,这告诉我们——占领全球文化高地,可以这样“低调”的征服。

伊贝实业
——中国高端鞋靴领跑者
http://www.js-yb.cn

Smithfield
美味源自 Smithfield
进口 Smithfield 猪肉原料
双汇集团出品

安多牧场
健康 源于自然
全国统一客服电话
400-0639-800

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任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;正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转账付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各界监督。
举报电话:028-68230681
028-68230659
028-87344621
举报电话:028-87325242
企业家日报社

好兄弟干一杯
JUST DRINK
新品上市
五洲玉泉酒业有限公司
WULIANGYE YIBIN CO., LTD.
干一杯全国平台运营中心 400-6363-699

李白若饮黄参酒
唐诗定增三百首
0871-65706028
昆明贡山酒业有限公司销售公司