



# 在缅甸与高僧交朋友, 没错

## 华商建议中国企业要摸透当地文化

随着“一带一路”战略推进,越来越多的山东企业走向了世界。有着亚洲最后的商业处女地之称的缅甸,更是吸引了不少山东商人。低廉的人力成本、富饶的资源成了缅甸吸引企业投资建厂的主要原因。

本报记者 韩笑

### 迁移佛塔毁了一个项目

缅甸从2010年开启改革进程后,国内政治和经济格局发生很大变化,政府发布了大量外商投资优惠政策,吸引了全世界的眼光,山东省地矿工程勘探院就是其中之一。

2011年,山东省地矿工程勘探院进入缅甸市场,从事矿产勘探。谈起在缅投资经验,山东省地矿工程集团缅甸办事处主任常乐说,“不了解缅甸,不了解当地的习俗,就没办法在这里立足。”

“缅甸人纯真实,要对他们以诚相待。如果你尊重他们的宗教习惯,他们是不会过分关心薪水高低的。”常乐举了个例子,几年前,一个中国企业在缅甸做矿产,本来是双赢的项目,但为了开矿要迁移当地一座佛塔,结果引发民众强烈反弹,项目也被迫停了。

常乐说,中国商人喜欢傍官员,但这在缅甸不奏效。缅甸各地高僧有着非同寻常的影响力,和僧人真心交朋友会事半功倍。

潍坊人陈永刚在缅甸开了一家广告公司,从事户外广告牌的喷绘写真业务。陈永刚认为,缅甸人生活节奏慢,员工非常知足,可能因为对工作不满而进行罢工或突然辞职,相对来说较难管理。

“这就需要适应当地人的习俗,并且摸索出一套管理办法。我的办法是,注重给员工增加福利,这一点缅甸工人很看重。此外,日常由和我搭档多年的缅甸中层和工人们沟通,减少中国管理者和缅甸工人直接接触,避免因文化差异而产生误会。”陈永刚说。

### 做慈善,搞援建一样重要

公开数据显示,2014年,缅甸利用外资近80亿美元。截至2014年底,中国累计对缅协议投资金额146.7亿美元,居外国对缅投资第一位。中国对缅投资以资源开发为主,水利、油气、矿产几乎占中国对缅投资全部。

而在一资深缅甸华商看来,资源开发、原材料领域并不受当地人欢迎,也容易引



在缅甸,佛教深入到生活的角角落落。 蔡宇丹 摄

发环境问题。“中国企业在这方面有过不少教训。”上述人士指出,2011年,缅甸单方面宣布搁置中国投资的大型水电项目密松水电站。2012年,中国在缅甸的莱比塘铜矿项目发生大规模抗议,铜矿建设工作被迫全部中断。

今年,常乐所在公司在进行矿产勘探的同时,转变投资思维,为缅甸当地做一些水文勘测等基础性项目,通过慈善项目、援建项目、免费项目,改善同当地政府、百姓的关系。

潍坊人刘国栋来缅甸打拼已经有20个年头。刘国栋创办的缅甸凯马实业有限公司,致力于农业和发电设备领域。公司把缅甸的杂交种推广工作推进了一大步,创建了自己的品牌,涉及柴油发电、天然气发电、秸秆发电等领域。随着缅甸房地产业的发展,刘国栋带领着公司开始进入了商业地产领域。

“缅甸有许多耕地,气候条件优越,种植与这里气候相适应的农作物,以及引进更好的种植技术,会有很好的收获。缅甸严重缺电,公司的柴油发电也造福了当地民众。”刘国栋总结他的投资心得。

### 政局未稳,投资者持观望态度

“缅甸就像上个世纪80年代的中国,遍地黄金,是亚洲最后一块商业处女地。缅甸正处于改革的初期,工业、城市建设等方面空白很多。”陈永刚分析。

近年,缅甸国内改革及经济快速发展,泰国、新加坡、马来西亚等东盟国家持续对缅投资;日本计划运用日元贷款帮助缅甸改善基础设施;美国企业拟对缅甸通信、电力、机场、能源等领域实施投资。

但由于在政策环境及硬件等方面不足,缅甸仍被视为投资风险最高国家。缅甸去年11月举行完大选,很多外国投资者都在担心局势和政策会出现变动,不少人采取观望态度。

刘国栋和常乐建议,对于有志来缅甸发展的山东企业,一定要多了解社会、法律和政策的变化,做好可行性研究以及整体规划,最好能够找到有缅甸投资经验的伙伴或朋友,陪同调研和考察。另外,缅甸处于改革初期,很多法律条文不完善,所以,生意合作伙伴的诚信就更加显得重要。

## CEO

### 一周财经言论

融创孙宏斌:  
开发商拿地跟大  
妈炒股一样

“别人都在抢地的时候你别抢,别人都不抢的时候你力度大一点。结果现在开发商拿地和大妈买股票没什么区别,市场不好时候便宜都不买,贵了都抢,这就跟大妈的水平一样。”

——融创集团董事长兼融创集团董事会主席孙宏斌提到当前开发商拿地热潮时表示,一定不能把自己弄进一个坑里,买了一块很贵的地放手好几年。

“如果有遗憾的事,就是中粮的画还没有绘完。”

——中粮集团董事长宁高宁将出任中化集团董事长,告别中粮时他写下上面的话。2004年掌管中粮以来,宁高宁对并购和资本的运用使中粮实现快速扩张——11年间共完成50起并购,拥有蒙牛乳业等8家上市公司。



### 创富荐书

创富荐书:《触点管理:互联网+时代的德国人才管理模式》

作者:安妮-许勒尔

在数字化商业世界里,公司内部员工与组织和领导之间接触点的数量直线上升,任何真相都无法对员工隐藏,任何一个触点上传递的不利因素,都会带给员工“真实感受”,也会被迅速传递出去,对企业可能产生无法挽回的影响。

互联网时代,作者思考的公司内部互动模式的创新正是这个时代所需要的。这种管理模式要求企业推行一种贴近客户的管理,以及一种新的领导风格:以客户为导向的领导方式。这种方式的基础就是掌握内部触点,即员工、领导与企业之间的互动点。

“移动互联网时代需要伴随性媒体,你一边做事情的时候一边不会受影响地获取信息,这可以填补很多移动互联网的场景,我们是在重构音频的生态链。”

——喜马拉雅FM CEO 余建军认为,移动互联网时代有这样一个机会:眼睛已经被利用过度了,但耳朵空着没人照顾它。

“接下来你会看到连路边卖红薯的,根本没有POS机,都可以使用‘刷卡’服务,只要你有两个银行的APP,打开就可以转账。”

——中信银行信用卡中心副总裁王宁桥说,中信银行和百度的合作叫做“天地对接模式”,网络的平台跟线下1000多家中信银行网点对接。

本报记者 张頔 整理

# 苏宁万达联姻动了谁的奶酪?

本报记者 任磊磊

### 一部TVB式商业大片

说苏宁和万达联姻,是一场不折不扣的TVB商战片桥段一点都不为过。这段联姻剧情曲折离奇,被烟幕弹层层包裹。苏宁和万达的“闪婚”从露苗头到宣布在一起,仅有一个月时间。

苏宁和万达“联姻”的苗头是出现在2015年8月10日由苏宁主办“互联网+零售紫金峰会”上。当时,王健林和李彦宏双双作为演讲嘉宾现身。全国上百家媒体到场采访,媒体纷纷猜测,会不会出现一个“苏百万”来对抗阿里。

之所以会如此猜想,是因为之前万达、腾讯、百度三家共同出资组建了一个探索商业O2O的“腾百万”模式,并且已孵化出一个适用于万达商业广场的O2O服务App飞凡。百度在积极拓展线下,苏宁和万达在努力拥抱互联网,而BAT和零售企业都在发力布局O2O。

但下午却峰回路转。因为当天,另有一帮记者被阿里拉到镇江,但阿里方面却并没有向与会记者透露任何信息,这在以往的采访邀请中极为罕见。

眼看纸包不住火,“猪队友”阿里按捺不住率先在微博宣布:苏宁和万达合作。这一条微博炸开了锅,媒体为“国民公公”扼腕叹息,白白为别人作嫁衣,到手的婚礼临了换了新郎。

可就在大家以为剧情告一段落时,事情再次峰回路转。一个月后,苏宁在北京宣布全面合作,苏宁易购云店等品牌将进驻万达广场经营。

大招总是憋到最后。这一连串的举动,颇有点睛捕蝉黄雀在后的意味。

### 无限细分的市场

说到苏宁云店进驻万达广场,山东苏宁

济南万达百货撤柜半年后,终于迎来苏宁易购云店的入驻。这距离2015年9月6日,万达和苏宁云商宣布合作恰好四个月。2015年11月6日德州万达开业时,我省首家联姻产物的苏宁云店已经同步入驻。苏宁和万达联姻动了谁的奶酪?业内人士称,“苏万联姻”就像鲶鱼效应一样,将改变山东零售业现状。

云商总经理陈琦描述了这样一个场景:当万达住户进入到苏宁云店后,不再像以前一样只是看到一台家电。他可能先到苏宁的咖啡店点一杯咖啡,然后跟苏宁工作人员聊一聊今天苏宁理财是几个点收益。而未来家电卖场也会做成体验式的,可能是家里客厅的布置,可能是一个3D场景展示等。

如果是女顾客,她可能会发现当天店里有一个泡芙美点的培训。她在这里上了一堂课,不经意间,她可能接触到了某款家电。培训过程中,工作人员已经完成了对这款产品的营销场景。

据陈琦介绍,万达定制版苏宁易购云店电器经营部分将改造为360°场景式体验区,以家庭氛围进行出样展示,展现客厅、卧室、厨房等真实的生活场景;并新增加PPTV、金融等板块。

记者了解到,未来苏宁云店不只是卖家电,还会增加母婴卖场、百货超市等零售业态。“我们不同于传统大杂烩式的商场经营方式,苏宁会把不同品类的卖场打造成独立品牌,比如经营母婴卖场的是苏宁的红孩子品牌,不同类型卖场有专业团队进行打造。”另外,苏宁易购云店还开设了餐饮课堂、会员专区,将以周为单位进行不同主题的活动展示。

中国零售专家朱丹蓬表示,互联网时代的商业领域将每一个领域进行了无限细分。

让专业的人做专业的事,这是连苹果都在走的道路,这种模式如今已经转移到零售业态中。

### 巨头合作更看重大数据共享

2015年上半年,万达百货关闭了国内40多家店。4月份,王健林在深交所举行了一场创业家思享汇,提出了万达轻资产化概念。业内普遍认为,苏宁和万达合作也是其轻资产化的一种方式,把亏损的商业地产打包给苏宁,达到强强联合的目的。苏宁看中了万达广场聚集的大量人气,万达商业也需要苏宁提升品质。

根据苏宁和万达合作协议,首批将有40个苏宁易购云店等品牌入驻万达广场;从2016年起,双方将根据万达广场开业情况每年确定成批合作项目。在山东,2016年,苏宁易购云店将入驻济南经四路万达广场、济南高新万达广场、青岛CBD万达广场、烟台芝罘区万达广场、东营万达广场和潍坊万达广场,双方首批合作项目达到7家。与此同时,苏宁易购还将下潜到乡镇,2016年山东地区将有105家以上苏宁易购直营店相继开业,其中仅济南区域就将达到50家。

“双方合作将不仅是租赁和承租关系,未来我们的大数据也会分享。”济南经四路万达广场总经理傅武韬向记者表示,这样双方可以根据消费者的需求实现精准营销。

陈琦表示,苏宁在山东的活跃用户有200万,经四路万达日均人流达5万人次,双方实现数据共享之后,那么互联网时代的大数据营销就很容易实现。

此前,王健林对此提出的设想是:未来消费者进入商场后,商场将通过人脸识别全程追踪消费者的购物过程,从而得出消费者的购物大数据。如果未来这一设想能够实现,那么对苏宁的影响将不可小觑。

朱丹蓬认为,苏宁和万达趟出的一条没有参照的O2O发展道路。零售百货业能否通过这样的转型,实现弯道超车,亟待市场检验。