



本报记者 蔡宇丹 张亚楠

郭广昌、田溯宁、贾跃亭的全球化

在“十人看十年”专场中,郭广昌提到,复星这么多年做的一件事,就是“中国动力嫁接全球资源”。什么叫全球资源,就是拿来主义。

2015年,复星9亿多欧元收购了法国著名度假品牌地中海俱乐部;今年2月,复星投资110亿元人民币建起的全球第三座七星级亚特兰蒂斯酒店在三亚开业;本月,复星以4.96亿元人民币买下以色列国宝品牌AHAVA,这是一个以死海深海泥为材料的护肤品牌。

“不是中国没有工匠精神,而是工匠精神是需要社会环境的,所以,复星搞拿来主义。”郭广昌说。从上述三起投资看,复星在全球投的是那些可以满足家庭消费需求的公司。

1963年生人,比郭广昌大4岁的田溯宁借助云计算、物联网、宽带网络、大数据这四种力量进军印度。

去年11月,亚信与印度最大私营企业信实集团在印度组建合资公司,后者也是印度最大的家族企业。现在这个合资公司是印度最大的4G提供商,同时还有加油站、百货店。在这个过程中,田溯宁把“工业时代产品的提供者、服务的提供者,变成产业互联网时代的客户运营者”这个他坚信的理念,从中国传播到印度,进行了实践。

比田溯宁整整小10岁的贾跃亭身着几天前在北京五棵松体育馆召唤LeSEE概念车时那身套头衫加牛仔裤,出现在“十人看十年”专场。

“全球经济会不会被中国化?只有中国同时拥有两个能力才能达到。”贾跃亭接着项兵的话头说,一是通过努力,中国拥有世界上最强大的制造能力和一定的基础科技研发能力;同时,中国又是世界最大互联网应用大国,拥有足够多的互联网人口,当这两者结合时,恰恰就形成了欧洲、日韩企业不具备的优势。

贾跃亭说,目前整个产业竞争格局中,欧美日韩企业几乎攫取了产业中80%甚至90%以上利润,中国只能拿到微乎其微的剩余价值。为什么会出现这种现象?贾跃亭认为,这是由于中国企业自身的创造力不足造成的。他希望靠乐视生态打破产业边界,构建互联网生态企业,在全球范围内战胜日韩美企业的竞争力。

这是贾跃亭这样的互联网“新物种”的全球化野心,但他首先要到“十人看十年”现场应对马云的提问:“如果你是BAT,你怎么做?”现场一直有人怀疑马云和贾跃亭的这场“针尖对麦芒式”的问答是不是刻意设计的,但想想,实在是没有比这两位标志性人物“在一起”更能碰撞出火花来了。

“每一个时代变迁的同时,都会诞生全新的更加伟大的企业,如何突破上一代企业封锁,其实只需要一事情,判断下一个时代到底是什么,而不是在他们的延长线上做创新。”这是贾跃亭对马云的回答。那么,这个答案能不能回答全球经济如何被中国化的问题呢?

这算不算贾跃亭的一厢情愿呢?让我们看看在此次绿公司年会上,来自发达国家的心跳吧。



马云在“十人看十年”现场演讲。 本报记者 张中 摄

来自2016绿公司年会的声音—— 全球化是什么 不光是海外买买买

英国有双罗,中国有BAT

本周二,美国阿肯色州,太阳纸业董事长李洪信出现在阿肯色州州长在州议会举行的新闻发布会上。

李洪信宣布,将在阿肯色州投资13.6亿美元修建绒毛浆生产基地,“这个项目将是太阳纸业在北美的第一个工厂,将成为整个北美纸浆和纸业工业中最现代化、最高效、最环保的工厂”。李洪信说。

这是阿肯色州历史上最大的一笔投资之一。绒毛浆是儿童纸尿裤最重要的原材料。来自阿肯色州充足的南方针叶松资源,来自中国二胎政策刺激下的广阔市场,为这个项目提供了极大的想象空间。

这只是中国企业布局海外的一个缩影。

就在今月初,李洪信的济宁老乡,如意集团董事长邱亚夫刚刚斥资13亿欧元从全球顶级私募基金KKR手中收购了全球著名时尚成衣集团、来自法国的SMCP集团70%的股份。

这是如意、太阳纸业这样的“山东军团”的全球化路径,正如同此次绿公司年会上长江商学院院长项兵的预测,未来十年的重大变革之一,是,全球经济将被中国化,中国将出现一批非常优秀的,能够整合全球资源的企业,像IBM、通用电气那样的跨国集团征战全球。

在济南召开的这场中国最具知名度的三大非官方商业论坛上,我们听到了一个强烈的呼声——全球化。那么,来自各行业的业界大咖对全球化有何见解呢?他们的国际化路径是什么?

4月22日的中意商业论坛是此次绿公司年会设立的五个国际论坛之一,其他是中法、中英、中日、中加商业论坛。所以,绿公司年会组织者称这次济南年会是最具国际化色彩的绿公司年会。

中意论坛上,意大利总理派特使参加了此次论坛。这位颜值非常高的总理特使一开口,便摆出超级推销员的范儿——推销来自医药、机械制造、皮具等行业的意大利“优质标的物”,似乎在说:买买买,快来意大利买买买。

这种架势,在中英、中法论坛上也分外浓厚,可见欧洲市场对中国买家的期望值有多高。

在中英论坛上,英国首发阵容是号称“英国制造业皇冠上的明珠”的罗尔斯·罗伊斯(以下简称双罗)。罗尔斯·罗伊斯东北亚区总裁Patrick Horgan开口就点到中国正在研制的大飞机,他介绍了双罗的最新创新——世界最大的涡轮发动机,这是为波音747制造的涡轮发动机,包含了1000多个部件,每个部件都有1000个子部件,调整其中一个参数时就会影响到其他部件的运营情况。

“我们在飞机上市十年前就开始开发引擎,除了不断保持行业领先的竞争力,还要考虑20年的竞争周期。只有通过非常系统性、创新性的行为,才能够实现这么长周期的研发和商业行为。”Patrick Horgan说。

Patrick Horgan刚说完,资本大佬、信利资本董事长汪潮涌则直接表示了想买双罗的股份。而均瑶集团总裁王均豪则遗憾地表示自己采购的50多架空客,并没有用双罗发动机,他希望以后均瑶的飞机能用上双罗发动机。

这场论坛的主持人,英国驻华大使吴百纳表现出了对王均豪传奇家族的惊讶——先做乳制品,再到其他行业,如学校、百货商店、航空母舰。这样一个“中国故事”的主人公,正是英国人喜欢的投资人,吴百纳现场表达了热烈欢迎王均豪率代表团赴英访

问。

但中国也有值得骄傲的东西,那就是腾讯和阿里巴巴。汪潮涌以自己的视角解释了英国为什么没有在互联网革命中扮演太重要角色的原因,那是因为中国有数十亿计消费者,所以才能培育出BAT这样的世界级IT公司。

日本的火花塞为什么比中国贵两倍

在中日论坛上,白领时装董事长苗鸿冰列举了两个日本品牌,一个是优衣库,它的成本管理非常到位;第二个是MUJI,这个家居品牌在中国发展得很快,非常受年轻人欢迎。这两个品牌在中国的表现力,在时尚消费领域的影响力让中国品牌产生敬意。

海丰国际控股有限公司董事局主席杨绍鹏谈到中国企业转型时,尤其提到要学习日本企业把简单的事情做到极致。他说,日本一家专门做船舶用火花塞的公司,产品比中国的贵两倍,为什么这么贵?这家公司三代人做一样东西,把一个小小的火花塞做到极致。

东软董事长刘积仁和日本企业打了20多年交道,谈到和日本企业合作,他比喻这就像一场婚姻,一旦结婚,可以在一起解决问题,这样关系会走得更远。“跟日本企业长期合作会得出一个结论,所有花的功夫都很值得,快有的时候是慢,慢有的时候是快。我们的快有的时候要回去重来,他们每一步走得非常扎实。”

刘积仁特别提到,日本比中国提前进入老龄社会,日本企业在这方面积累了大量解决方案,这一定会成为中国和日本企业下一步合作的重点。

夏华给意大利人普及“粉丝经济”

依文集团董事长夏华则在现场给意大利人解释什么是“粉丝经济”,因为意大利人不明白,为什么他们在中国的业绩像坐过山车一样下滑得厉害,“这是因为中国的消费者在发生巨大的变化,

他们不会再被一个贵族式故事打动,而在于你和他之间能否产生紧密互动。”夏华提到她投的一个中国品牌,是做黑裙子的,这个品牌在半年内累计了400万粉丝。这些粉丝不光是消费者,同时也在帮忙推广这个品牌。

正和岛创始人刘东华则说,中国的民营企业投资能力越来越强,他们在全世界飞来飞去,寻找好的技术、好的创新模式,但由于信息不对称的问题,见了面没有得到多少价值就匆忙离开了。

现在,正和岛正在做一件事,就是用标签给一个行业乃至一个国家的经济,市场各种优缺点画像,以增加合作精准度。去年正和岛对中国企业家去意大利投资合作意向做过问卷调查,中国企业家到意大利去,第一需求是创意和设计,占30%以上;排在第二位的是食品;第三位是养老和健康;第四位是服装和皮具;第五位是精密制造。上述这些需求,和中国国内消费升级、食品安全需求,老年社会面临的现实紧密相连。

朱云来:经济下行期,跨国并购要谨慎

中英、中法、中意论坛上,洋溢着欧洲小伙伴们对中国买家的热情,而在民企金融化论坛上,有人问金融界人士朱云来,最近看到很多10倍估值的海外买买买,那么这些企业到底是做产业运作,还是纯粹的资本运作?

朱云来认为目前中国企业海外并购资本运作的太多,实质性的少。他说,你跟世界对标,买哪家企业,你要看你还有没有机会。朱云来在中金时,一直关注德国制造业内的很多中小企业,德国这些中小企业跟中国民营企业的特点比较相仿,“你买它,这里面可能会有机会的。”朱云来说。

朱云来认为,正常的市场主体以实业为主,有时候会在金融领域产生各种价格错位,如果进行资本运作也能赚钱。但反过来说,中国现在真的有这么强大了吗?如果印了很多钞票把全世界买来,这个也不现实。汇率是由双方定的,他认为你值多少钱,他愿意跟你换多少,是由市场来决定的。如果真的那么强大了,什么东西我们都可以做了,我们可以很好地应用最先进的技术或者最适用的技术,那你买来的东西一定升值。反过来,如果国内经济下行压力巨大,这种大规模的跨国并购就要谨慎。

出品:经济新闻中心
设计:壹纸工作室
本版编辑:蔡宇丹
美编:石岩
组版:马秀霞