

百度们出海 中国企业走出去新浪潮

章鱼

7月18日,百度在巴西推出巴西版搜索引擎,习近平、罗塞夫共同出席百度葡语搜索引擎发布仪式。作为新兴企业的代表,百度此次出海,是中国企业拓展国际市场的标志性事件,对于中国和中国企业走出去具有里程碑意义。一周之后的25日,李克强考察山东浪潮集团,企业负责人大胆“提要求”:希望向支持高铁一样支持“云计算”应用主机走向海外。李克强随即当场承诺。

中国企业亮出“智造”名片

从传统产业到新型产业的升级。百度出海,成了中国“智造”走出去的名片。

此次出海,百度搜索引擎整合了百度旗下Hao123、Spark浏览器、百度杀毒等产品线……百度以其人工智能和大数据基础架构的葡语搜索服务,融合了全球顶尖技术。有分析称:百度正在成为向全球输出技术的中国样板。

除了巴西,“在移动端,百度的产品已经开始服务于印尼、泰国、印度、美国和菲律宾的广大用户”。百度董事长兼首席执行官李彦宏在与巴西签署合作协议之后,所发内部邮件称,百度国际化已崭露头角。专家分析:百度以技术为核心竞争力,科技创新的“领头羊”地位已经确立。

百度商业模式推广之的背后是技术实力的长期领跑。近年来,百度的商业触角向新兴市场快速渗透,招募全球技术精英……2012年7月,百度与新加坡科学技术研究局达成合作,双方成立联合实验室,对东南亚语言处理技术进行研发,主要方向为越南语和泰语,为下一步推出东南亚语言搜索引擎提供技术支持。

7月21日,百度股价创历史新高,涨3.43%,报199.09美元,市值逼近700亿美元,投资者看好的原因,就是巴西百度葡语搜索的上线。从今年6月开始,百度股价已经累计上涨了20%以上。

两化融合是企业实现全面现代化的金钥匙



本报记者
林瑞泉/摄

陈玮英

在中国企业联合会日前承办的“两化融合管理体系贯标试点企业培训”班上,相关专家指出:两化融合是企业实现全面现代化的金钥匙。

工业和信息化部信息化推进司处长王建伟提出,两化融合管理指标体系从管理角度看,工业要素和信息要素的融合是一个方法论,需要企业从顶层设计全员参与,最终目的是提高企业的竞争力,提高企业经济效益。同时,充分发挥政府和企业在两化融合推进中的重要作用。需要营造良好的产业发展环境,帮助企业解决相应问题,是当前我们政府所面临的巨大挑战和考验。尤其是在当前全面深化改革的大背景下,推进两化融合更需要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,履行政府与企业在推动两化

14亿人口的中国造就了百度700亿美元市值,未来,百度有望将其商业模式复制到超过4亿人口的拉美国家,预计收益不会差。

从产品出口到文化出口

搜索引擎,被理解为是一国文化实力的重要组成部分,巴西百度上线运行,显示中国和中国企业的软实力与日俱增。

百度的hao123在巴西的市场占有率排名第一,已成为巴西人民最常用的导航网站;使用百度的杀毒、安全卫士等产品的巴西用户已经超过1000万;百度贴吧很受巴西人民的欢迎,帖子总量已经达到68万个;百度的PC端导航、安全和优化类产品在巴西已经拥有超过30%的用户渗透率……

根据百度与巴西科技和创新部部长签署的合作协议,百度将在巴西建立研发中心,为培养巴西青年工程师计划提供支持,为巴西创业公司提供支持,帮助巴西一批科技企业崛起……百度与巴西的合作,不仅为巴西经济发展注入一股强劲动力,同时也进一步提升了中国在金砖五国中的科技领导地位。

巴西拥有两亿人口,2013年底网民数量1亿左右,是世界第五大互联网市场。巴西百度上线运行,巴西通信部部长和科技部长感言:期待着百度能尽快参与巴西的互联网普及项目,利用百度的技术和产品,帮助更

多巴西人通过互联网改变生活。相信未来,百度和巴西会有更多的合作,巴西会成为百度国际化版图上的一颗明珠。

从国际化战略上看,巴西人口众多、经济即将迎来爆发式增长,发布葡语搜索是百度海外战略的一个里程碑式的事件,预示着百度在海外市场不仅掀开了新的篇章,其与政府合作、技术输出实现国际信息技术合作,也亮出了中国企业凭借技术实力海外大发展的中国企业新标杆、新模式。

从一般物质产品出口到中国文化出口。百度出海,为巴西葡语搜索引擎运行打下了中国企业走入葡萄牙、巴西、安哥拉、中国澳门、西班牙等葡语国家的基础,中国新兴经济体的软实力影响,更为广泛而深远。

中国“影响力”升级

据报道,先期登陆巴西的产品中,百度贴吧巴西站点拥有近3万个,帖子总数近70万个;百度旗下的Hao123桌面端用户突破3000万,月活跃用户数为1500万;百度Spark浏览器在巴西的装机量将近1000万……百度相关负责人还表示:“我们计划在更深入了解如何最佳服务当地用户需求之后,在时机成熟之时向其它拉美国家推出公司的PC端与移动端产品。”

地球人都知道,搜索是信息技术

器抓取和自然排序,但人工干预是不可缺少的重要一环;在确定搜索结果排序时,同样存在价值观的判断、倾向性的干预;可以说,任何搜索引擎都是有立场、有倾向的,这种倾向无论自觉或不自觉,其商业的、文化的抑或政治的影响是自然的。巴西百度搜索引擎需要对巴西网络空间的数据进行全面深入地收集整理,随着巴西民众生活、工作日益深入的互联网化,对巴西互联网海量信息整理和分析的巴西百度,对巴西网民甚至整个巴西无不带来中国式影响。

互联网的发展加速了文化全球化的蔓延,各国都希望在互联网上有自己的声音和影响,这其中的抓手,就是搜索引擎。抓住搜索引擎,也就意味着抓住了互联网时代话语权,抓住了互联网信息传递的主动权。以中国精神为源头的巴西百度在为巴西语言文化的大规模、高质量传播提供路径,推动巴西民族文化在世界上传播的同时,中国式人文精神影响必在其中。

搜索引擎关系着文化与社会的安全,关系着信息处理标准掌握在谁的手上,也关系着一个民族、一个国家的文化传承,巴西搜索不是中国主导的百度去占领,就是美国主导的GOOGLE去占领,从物质影响到精神影响,百度巴西搜索是中国影响力和中国企业出海的三级跳,对于中国和中国企业出海具有标志性意义。

大宗商品现代流通 将终结企业单体竞争

蔡进

日前,第二届大宗商品电子商务与现代物流发展论坛在安徽合肥举行。中国物流与采购联合会副会长蔡进接受了《中国企业报》记者鲁扬、朱莹的采访。

电子商务已成为全球一体化生产和组织方式的重要工具,将带来传统产业和商品流通方式发生根本性、革命性的变化。发展大宗商品现代流通方式和平台经济,实施全球化供应链管理已成为我国企业参与全球化,提高国际竞争力必不可少的环节。

当前,我国多数工业企业产能严重过剩。行业无序竞争、重复生产严重;市场机制作用未能有效发挥,落后产能退出渠道不畅,产能过剩矛盾不断加剧。传统产业的商品流通过程,通常会经过经销商、代理商、批发商、零售商等诸多环节。流通环节的层层加注,不仅在产品价格不断上扬的同时,带来了时间成本与物流成本的双增长,而且直接导致存货的流动性降低和社会综合库存的居高不下。

在20世纪90年代以后,企业

合作发展成为主流,一些企业围绕着核心企业形成复杂的网链结构关系,链条上的各个企业之间相互协调,通过整合供应链中的物流、信息流以及资金流,从而在满足顾客需求的前提下最大化整体利益。协调性战略带来了单个企业不可能产生的供应链效应,形成了供应链企业的竞争优势,链条中企业之间的配合也变得更为密切,大宗商品现代流通因企业经营的迫切需求而迅速发展。

大宗商品交易市场与传统产业融合发展有着诸多的有利条件,两者之间的协作有着基于共同利益诉求的坚实基础。从供应链协同管理的效能来说,链条中各成员合作的一致目标是使整个供应链系统的利润实现最大化,而不是追求个体利润最大化。在这一大前提下,将大宗商品交易市场作为供应链协同管理的核心企业,增强企业采购行动的协调性和竞争力,带动产业链上下游企业协同联动,将有助于满足社会精细化职能分工的迫切需求,为全产业链客户提供高效便捷的服务集成,是实现企业供应链管理中各方利益最大化与整体利益最大化的最优途径。

(下转第十五版)

攻略



当创新遭遇政策性困难

沈闻润

当企业的商业模式创新遭遇了国家的政策限制,是该躲开还是直视。显然,在当前的商业环境下,只有灵活的用足政策,并最终促进和推动政策的改变,才是唯一的发展创新之路。

视频网站乐视网,过去一年多时间内,巧妙借道第三方的互联网电视内容集控平台建立了乐视网品牌专区,完成了将互联网上的海量视频内容从电脑端、手机端直接跨界推送到电视端,并试图开创多屏合一的“内容收费、广告收费”全新商业模式。

日前,随着广电总局落实181号文的强力监管,宣告乐视当初向社会和投资者所描述的“商业创新蓝图”遭遇了政策锁门。

企业创新,不能突破政策底线

国家广电总局早在2011年就已经公布出台了严禁商业视频网站企业直接将视频内容从电脑屏、手机屏推向客厅中的电视屏,面向互联网电视的181号文,为商业视频网站企业进入电视屏提供了可以操作的路径和方向。

但是在企业商业利益最大化、在互联网创新颠覆能力无所不能的意识驱动下,受企业掌握全产业链的商业逻辑驱使,乐视网忽视了政策监管的底线,也忽视了电视这一作为中国舆论传播最核心平台的地位,更忽视了企业在追求商业利益同时所应该主动承担的社会责任。

对于乐视网来说,这是一次及时的“被动刹车”。因为对于中国的电视产业来说,无论过去、现在,或者未来,都是一个“政策高度关注”的领域,不仅要通过大量的视频内容来丰富人们的娱乐生活,还需要行业规范。

以乐视网现有的商业创新逻辑,将网站上的海量视频内容,从电脑屏推向电视屏,并对用户收取相关的节目视频服务费,并完成电脑、手机、电视等多屏之间的广告精准投放,并不复杂。但是按照中国现有的电视监管政策,却要经过广电总局授权的七大牌照供应商的集成播控平台,必须要受到行政部门的实时监管和控制,根本不可能由一家商业视频网站来主导电视屏幕的内容供应。

当企业的商业创新模式遭遇了国家政策和法规的阻力,是以“企业一己之力”逼迫政府政策的变革和调整,还是积极主动地适应政策进行商业模式的变革和调整,答案只有一个,那就是积极主动适应政策监管的调整,并在政策的监管之下找到适合企业健康可持续的商业化发展道路。

主动转型,背靠政策做互联网创新

近年来,诸如此类的“企业商业创新遭遇国家政策限制”的案例并不鲜见。一方面是近年来互联网浪潮冲击下,带来了新技术、新手段,突破了传统的行业范围和传统的法律法规,实现了跨行业、跨领域、跨平台的发展;另一方面则是中国对于相关产业和领域的开放程度越来越高,也引发了大量民资、外资进入一些全新的行业和领域,因为不熟悉和不了解而频频触碰到政策的禁区。

当年,美国谷歌无视中国对互联网的监管政策,试图以退出的姿态,逼迫中国政府修改互联网监管政策。其结果则是谷歌失去了在中国这个全球人口最多、市场最为庞大的国家,商业化开发的机会和平台。也间接推动了百度等中国本土搜索引擎企业的快速成长和发展,迅速在全球互联网搜索市场上占据了一席之地。

近日,中巴两国元首共同出席百度巴西葡语搜索引擎启动仪式,这也拉开了百度国际化扩张的序幕。毫无疑问,在这一轮中国对于互联网监管过程中,百度与谷歌,前者灵活、用足政策,并促进了政策的发展和演进,将互联网搜索服务变成了一个价值平台,从搜索到生活、娱乐、服务等多个领域进行转型式创新,从而开创了百度特有的商业模式。而后者却一味地强调自身的商业立场,试图让一个国家的政策为一家企业的商业利益而改变,显然得不偿失。

同样,在过去几年,作为中国最大的网络交易平台淘宝网,得益于互联网时代和新一代年轻消费群体生活方式的变化,快速成为全球也是中国最大的第三方交流平台,聚集了成千上百万的个人卖家,也吸引了上亿人次的消费群。

不过,伴随着淘宝网的扩张,也出现了“假冒伪劣”、“三无”产品,搅乱了市场秩序,甚至危及到诚信以及社会安定。

一方面是淘宝网聚集的大量个体商户生计需求,以及数以亿计的消费者购买需求;另一方面是维护整个商业生态。

淘宝主动根据国家的法律规定和商业规则,进行淘宝平台的合规化、合法化改造,一方面淘汰一些假冒伪劣产品的经营者,另一方面通过相关优惠政策推动经营者合法、合规经营,并推动有实力的经营户做大做强,专门开辟了“天猫商城”这一大商家经营平台,从根本上解决了“企业经营发展”与“国家政策监管”之间的关系,推动了淘宝这一第三方电商平台的发展。

对于任何商业企业来说,国家法律法规等政策从来都不是阻碍企业持续创新的绊脚石。相反,规范而清晰的法律法规可以起到“良币驱逐劣币”的作用,保证大企业合法、公平地参与市场竞争,并在市场竞争的大潮中实现做大做强企业的梦想。