

总理之问警告中国企业 慎言“弯道超车”

丁是钉

中国制造的笔能不能和国外的
一样书写流畅?这是国务院总理李克
强的发问。

中国号称是世界工厂。在世界
500 多种主要工业品中,中国有近一
半产品的产量居世界第一。中国企业
可以制造出上九天揽月的“神舟”,也
可以制造出探万丈海底的“蛟龙”,但
是却生产不出一支好用的笔芯,就连
陶瓷、中药这些被视为国粹的产品,
中国制造和发达国家的产品也有很
大的差距。同是中国制造,为什么火
箭能上天,而马桶却不能下水,问题
出在哪里,总理之问如何回答?

消费者“胃口”升级倒逼中国企
业转型。超过 13 亿人的庞大市场曾
经是中国经济迅速发展的最大动力。
中国老百姓“填饱肚子”式的基本需
求,让中国企业过了 30 多年能够轻
松赚钱的好日子。然而,从 30 多年
前的“缺衣少食”到如今的“酒足饭饱”,
中国老百姓的“胃口”已经“变刁”了。
他们不再为那些粗制滥造的产品买
单,相反却是满世界去寻找让他们
心动的产品。

就在许多国内企业为产品卖不
出去而叫苦连天时,有大量中国游客
到法国、日本和韩国去疯狂扫货。仅
2015 年春节期间,就有 45 万中国游
客到日本购物,消费总额达 60 亿人

“互联网+”的概念提出以后,许多中国企业立刻
炒作,要借助工业 4.0 实现弯道超车。但有报告称,
中国工业的某些指标,比德英等国大约落后 100 年。

民币。中国游客喜欢购买的不仅有香
水、服饰等奢侈品,也有像剃须刀、菜
刀这类小玩意儿。如何生产出老百姓
喜欢的产品,是中国企业必须要做的
功课。

众多小微商机累加起来就是巨
大的市场。任何一个不起眼的商品,
放在一个有 13 亿人口的国度里,都
意味着巨大的销量和利润。就以总理
关心的“圆珠笔”为例,2011 年全国
两会上的一份政协提案显示,中国每
年生产的圆珠笔达 380 亿支。即便按
中国市场每支圆珠笔 1 元人民币的
价格计算,数百亿支圆珠笔就可以创
出数百亿的销售收入。

目前,中国化妆品市场差不多都
已被外资品牌所占领,婴幼儿奶粉在
国外品牌的进攻下极其之疲态,而像
高端电子产品,更是难见国货身影。
随着跨境电商等“海淘”市场的进一
步放开,中国企业在更多领域里处艰

难境地。如果不重视这些小产品,中
国企业就会把更大的市场空间拱手
让人。

好产品最终卖的都是科技附加
值。一支好用的圆珠笔其实是一件
“高科技”产品。生产一支圆珠笔要涉
及墨水制造生产、笔尖芯材料生产等
多项关键技术。由于相关技术、工艺
和设备落后,中国生产的圆珠笔笔尖
珠芯近 90%来自进口,墨水 80%进口
或用进口设备制造。常用的圆珠笔,
美国卖 1.99 美元,中国制笔厂利润才
1 美分,仅占产品售价的 1/200。大量
利润落入国外公司手中。

只有巨额的投入才能换来巨大
的收益。已经有 5000 年历史的中国
中药本应当是中国企业的优势项目。
但目前在国际市场上,日本中药占据
了 80%的份额,韩国占据了 10%,中国
只有不 5%的市场份额。并且“洋中药”
已经占据了 中国国内 1/3 以上的市

《商鉴·争议公司系列》之五

撕得这么欢,Uber 跟伙伴们还怎么玩啊

宋笛

这几天,营销圈和互联网界的热
闹话题,莫过于神州租车生生的将 U-
ber 当成了假想敌,用撕 X 的形式,替
消费者做了一个“我该使用谁家专车
的决定”。

在武侠的世界里,剧情往往是这
样的:两位巅峰高手在山顶对决,刀
光剑影,势均力敌后,回剑入鞘,握手
言和,然后共同成为武林的传奇。

而在打车软件的市场,剧情似乎
更加跌宕起伏:一番激战后,滴滴、快
滴结成秦晋之好,本可以尽享市场的
绝对份额,而一直低调的打车软件
“宗师”Uber 却突然发力,迅速在国内
市场站稳了脚跟,但就在 Uber 提刀
四顾时,神州专车在 6 月 25 日用一套
Beat U“迷踪拳”,让 Uber 有种腹背受
敌的感觉。尽管,神州租车 12 小时后
立马“道歉”,Uber 似乎未战而退人之
兵,但“专车”乱象由此可见一斑。

这种情况也让人们的原先预计
出现了变动——在其他的行业中,排
名一二名的企业“相爱相杀”的故事
后,受伤的往往是行业的老三,而 U-
ber 明显并不甘愿做那一位无辜的
“受害者”。

对滴滴和快滴而言,这显然并不
是好事,在持续两年的补贴大战中,

【点穴道】

专车出行市场的竞争短时间内恐怕是难以趋于缓和。
内部斗争以外的外部政策压力,才是让这个行业焦虑不安的真正原因。
包括上海、北京、深圳等在内的地方政府,针对专车开展的整治行动,让这个市场随时有“灭灯”的
可能。

程维为滴滴砸出了 15 亿元的补贴资
金,而正在原有的补贴模式渐渐无力
为继的时候,Uber 又敲响了补贴的战
鼓,宣布今年将在内地市场投入 10
亿美金。

从目前的情况而言,滴滴正在做
好充分的准备以迎接新一轮到来的
补贴战,据相关报道,滴滴正在敲定
新一轮的融资,而融资的金额是 15
亿美元。

与两年前不同的是,这次的补贴
主战场将不会是在打车市场,而是专
车和拼车市场。Uber 目前在国内的日
单量据外媒报道已经超过了 100 万
单,而其在国内的主要业务正是专车
业务和拼车业务。

如果细细品味,就会发现滴滴与
Uber 之争并不仅仅是两个公司之间
的竞争,而是两种“共享经济”模式之
间的争斗。

滴滴程维曾在多个场合说到过,
滴滴要做的是“出行市场”,在这个市
场中,不仅包括出租车、专车甚至包
括公交车、飞机、轮船,一切与出行相

关的市场都在滴滴的未来计划中。

而 Uber 要做的是“共享经济”,所
有传统的服务行业都在 Uber 的改造
计划之中,其核心理念是“充分调动
所有服务资源,实现大范围的去中介
化的服务资源共享”。

两者最大的不同是在共享中所
扮演的角色,滴滴模式所扮演的依然
是“弱中介”的角色,而 Uber 企图扮演
的是“强中介”甚至于“管理者”的角
色。

在这个过程中,滴滴只是沟通连
接了服务方与消费方的平台,而 Uber
则是一个横架在两者之间的强势角
色——一方面它主导了所有订单的
方向,另一方面其独特的“算法体系”
又给消费者提供了另一套不同于“传
统市场价值”的“物价系统”。

从目前的情况而言,在专车出行
市场的竞争短时间内恐怕是难以趋
于缓和的,最终鹿死谁手也难以猜
测,毕竟,入局的几家企业各自的优
势都尚在:滴滴、快滴依然占据
这个市场的最大份额,Uber 强大资本

场。造成这种差距的原因是投入严重
不足。据统计,美国开发一种新药需
要持续 10 年,高达 10 亿美元的投
入。相比之下,中国企业却是抱着急
功近利的“炒股”心态,希望能够在短
时间内赚大钱。

“互联网+”的概念提出以后,许
多中国企业立刻炒作要借助工业 4.0
实现弯道超车。但有报告称,中国工
业的部分指标比英法等国落后 100
年。中国科学院中国现代化研究中心
发布的《中国现代化报告 2015》表明:
如果按工业劳动生产率、工业增加值
比例和工业劳动力比例三个指标的年
代差的算术平均计算,2010 年中国工
业经济水平,比德英等国大约落后
100 年。事实上,大部分中国企业还没
有达到工业 2.0、工业 3.0 的水平,实
现工业 4.0 严重缺乏物理基础的支
撑。不要幻想借助什么“葵花宝典”一
步登天,而是踏踏实实地上欠下的
功课,认真真地修炼内功,才会在更
高级别的较量中站稳脚跟。

当下,许多中国企业正在经历着
“产品过剩”的痛苦。其实,并不是中
国市场消失或完全饱和了,而是中国
企业在舒服中把市场混丢了。由于在
很长一段时间里,中国市场的钱太好
赚了,导致相当数量的企业失去了创
新的激情和动力。什么时候中国企业
能够回答总理之问,什么时候市场就
会重新回到中国企业的手中。

图说企业登记之五

许可经营项目
必须取得
前置许可

名称类别：北京XXXX餐饮管理有限公司

经营范围：餐饮服务。“餐饮服务”
中的餐饮服务许可证属于经国务院
决定由前置审批调整为后置审批
的事项。在领取营业执照后，及时到
食药部门办理餐饮服务许可证后，依
批准的内容开展经营活动。此外，餐
饮企业的住所应选择独栋的办公楼
或商业楼，不能在住宅楼或住宅楼
底商注册。此外，根据企业自身经营
需求，还可申请其他一般经营项目。

名称类别：北京XXXX汽车配件有限公司

经营范围：销售汽车零配件。根据企
业自身经营意向，还可核定：汽车装
饰；洗车服务；汽车租赁（不含九座
以上客车）；机动车维修。其中“机
动车维修”项目需先取得环保部门前
置许可后方可登记，同时“机动车维
修”属于经国务院决定由前置审批调
整为后置审批的事项。在领取营业
执照后及时到交通管理部门取得许
可后，经批准后依批准的内容开展
经营活动。

名称类别：北京XXXX书业中心

经营范围：企业申请的行业特点为
“书业”，主营项目应为批发/零售出
版物。该经营项目属于经国务院决
定由前置审批调整为后置审批的事
项。在领取营业执照后及时到新闻出
版部门办理该项目的审批手续，经批
准后依批准的内容开展经营活动。

名称类别：北京XXXX动画制作有限公司

经营范围：电脑动画设计；设计、制
作、代理、发布广告。上述项目可
以体现企业的主要经营范围。另外，
根据企业自身经营意向，还可以为
该企业核定与文化、咨询相关的经
营项目，如：组织文化艺术交流活
动（不含营业性演出）；经济贸易咨
询等。

名称类别：北京XXXX园林绿化有限公司

经营范围：城市园林绿化。根据贵企
业自身经营意向，还可核定：建设
工程项目管理；工程勘察设计；工程
和技术研究与试验发展；销售花卉。

名称类别：北京XXXX国际贸易有限公司
XXXX销售分公司

经营范围：如上级单位的营业执照
经营范围中已经包括“销售服装、
鞋帽、日用品；货物进出口”等项
目，则分公司经营范围与上级营业执
照范围核定一致即可。如果内资企
业分公司或分支机构经营范围超出了
上级单位现有的经营范围，即上级单
位的经营范围并无该经营项目，则需
上级单位出具加盖上级公章的情况
说明，注明允许分支机构从事超出上
级单位经营范围的具体项目即可。外
资企业的分公司或分支机构的经营范
围不得超过上级单位。

名称类别：北京XXXX会议服务有限公司

经营范围：会议服务。也可申请其
他经营项目，如承办展览展示活动、
展厅的布置设计；销售小饰品、工
艺品、礼品、电子产品等。如果需
要向客户销售食品的，食品销售属
于经国务院决定由前置审批调整
为后置审批的事项。在领取营业
执照后及时到食药部门办理该项
目的审批手续，经批准后依批准
的内容开展经营活动。

地产融资风声再起

（上接第六版）

值得一提的是，作为红筹上市
公司的恒大地产本身无法在境内发
债融资，此次发债的发行主体是其
境内子公司，发行条款上增加了其
境外母公司进行差额担保的条款，
此次应为首次在债券发行中引入境
外主体担保，还是有较大的创新意
义。

我们同样应该关注事件的另一
方，也就是投资者方面的反应。地产

公司突然大规模进入市场融资，投
资者应该用怎样的心态去看呢？一
方面很显然，地产公司毁誉参半，
高利润伴随着高风险；一方面，其
相对的高票息还是有着不可忽视的
投资价值。那么合理评估房地产行业
风险，并甄选优质企业的能力便成
为关键中的关键，大胆心细的投资
者将成为地产债券淘金潮中的幸运
儿。从目前看来，“招保万金”加上
大型国有房地产企业无疑已是市场

宽儿，对于他们来说，只是发行时机
和发行成本的问题。对于其他的房
地产商，区域性的小规模的券商很
难被投资者接受，而那些中等规模、
跨区域发展又不够全国性的房地产
商将是一个需要被探索和挖掘的地
带。对于这一类地产公司，很难一
概而论给出一个标准或结论。但目
前可以肯定的是，战线集中在二三
线城市的、高负债而且靠融资而不
是靠现金流支撑发展的房地产商，即

使规模够大品牌也已建立，主流
的债券投资者也很难接受其信用，
那么其发债所面向的群体就只能是
市场上小型的、口味偏重追求收益
的机构投资者了。

恒大债券定价的次日，深交所
首只公司债新政后的小公募公司债
券即公开发行人，获批规模 59 亿
元，首批发行 18 亿元，发行人为 A
股上市公司荣盛地产，地产公司债
券融资大潮已滚滚而来。

餐饮管理

汽车零件

书业

电脑制作

园林绿化

国际贸易

会议服务

北京海淀工商专栏

王利博制图