



■ 本报记者 霍玉茜 魏小央

近日,在法蓝瓷举办的设计大赛上,其总裁陈立恒略带自豪地向记者表示,此次大赛已经是法蓝瓷举办的第五届,而其最大的特点就在于突破了“界”,让大赛跨出两岸,迈向世界。

法蓝瓷是来自台湾的品牌,在上世纪90年代成为世界顶尖礼品制造商。而其创始人陈立恒自创业之初便与创新结缘,引导了传统古老的瓷器与新时代的创意碰撞,由此成就了今天的法蓝瓷。目前,法蓝瓷在多个国家和地区都有了自己的销售网点以及工厂,是文化创意企业“走出去”的佼佼者。

分众传媒的董事局主席江南春曾经说过:“科技创新和文化创新曾在山脚下分手,但当它们在山顶会和,便会抢占经济的制高点。”由法蓝瓷的经营思路可以看出,中国的科技创新正与文化创新结合,新一代的文创企业正在不断强大。由于中国文化正在逐步为世界所认知,这些带有东方色彩的企业也在迈向国际化的发展道路。

“走出去”的契机

据南开大学东方艺术系教授宁宗一介

绍,中国的文创企业“走出去”,相对于其他企业,最大的特点就在于承载着中国文化,是将传统文化向外界输出的载体。此外,其他行业出口的是有形产品,而文创企业的产品更大程度上需要国外消费者的文化认同。

以法蓝瓷为例,瓷器本来就是中国的代表。“雨过天青云开处,诸般颜色做将来”,古往今来,中国瓷器不知换来了多少文人墨客的浅吟低唱。从三国的“南青北白”,唐代的三彩,到宋代的“定汝官哥钧”五大名窑,明代的青花,清代的粉彩,都是中国瓷器的代表。而将瓷器作为产品,一定意义上,也会突出中国文化的精髓。宁宗一认为,目前中国文创企业“走出去”已经有了一些起色,本土的华谊兄弟的电影产业可作为代表,而香港和台湾地区文创产业发展较早,值得大陆同行学习和借鉴。

之所以有大批中国文创企业迈出国门,是与其“走出去”的优势——中国文化分不开的。宁宗一说:“以中华文明为基础的文化容易被世界认知和接受,所以承载这种文化的企业也就具备先天‘走出去’的优势。而中国文化在几千年的发展历程中,已经形成很多成熟的表现形式,而企业要做的是将

文商并举 助力文创企业“走出去”

它们用新的表现形式展现给世界观众”。

此外,世界范围内流行的“中国热”也为文创企业“出口”打下基础。中国国际经济交流中心徐洪才教授表示,北京奥运会以来,中国文化热在全球初见端倪,市场覆盖空间也更加广阔。而自改革开放以来,中国积极倡导和推动区域经济合作和自由贸易,为企业参与全球经济一体化开拓了更加广阔的空间。目前,中国与亚洲、大洋洲、拉美、欧洲、非洲等的29个国家和地区建设了12个自由贸易区。自由贸易区已成为中国对外开放的新形式、新起点,这也为中国企业施展“功夫”搭建了平台。

跨国营销的重要性

谈及中国文化,陈立恒认为“老祖宗的智慧是最棒的”,但面对国外不同的文化背景,如何营销自己的产品也是一个问题。法蓝瓷选择在进驻欧洲时,与法国设计师Jean Boggio合作推出副品牌“Jean Boggio For Franz(JBF)”,以“法式中国风”吸引国外消费者。此外,在设计上采取“模棱两可”的技艺。以“蝶舞”系列来说,中国人看到瓶身上的彩翼会想到敦煌的飞天,而西方人看到时则更容易联想到维纳斯的双翼。

这种“中西合璧”的做法经常被企业采

用。在《功夫熊猫》中,即便电影里所有的元素都体现中国的传统,但熊猫阿宝确是一个实实在在的美国小伙。

对此,徐洪才表示,文化差异对于在国外谋求发展的企业来说是一个门槛,产品被认同也需要一个过程。因此,营销的技术与手段也决定了“走出去”的企业能否在市场上站稳脚跟。

目前,美国的电影作品、日本的动漫产品、韩国的影视剧、欧洲的畅销书等经营企业在国际市场取得了巨大的成功。这些企业之所以能成功,就是因为他们市场营销理念的引导下,将本国以及全球的文化作为市场的经营资源,做成符合不同消费群、拥有各种包装形式、灌入多个市场层面的文化产品。因此,中国的文创企业在营销过程中,要不断巩固自己的文化产品定位,也要巩固在消费者心目中的定位。总结为一句话,中国的企业应该建立自己特色的产品营销,将自己的“专长”展示给世界消费者。

培养人才与政府支持

此次法蓝瓷举办的陶瓷设计大赛,吸引了来自韩国、法国、芬兰等20多个国家及地区的队伍。之所以如此大张旗鼓地办比赛,在于文创企业最离不开人才的支撑。



重庆“猪肉事件”成导火索 沃尔玛中国CEO辞职



■ 本报记者 静 安

就在沃尔玛重庆门店销售假冒绿色猪肉事件受罚后不久,近日,沃尔玛方面宣布沃尔玛亚洲总裁兼首席执行官贝思哲(Scott Price)将暂时兼任沃尔玛中国临时总裁兼首席执行官,代替沃尔玛中国原总裁

兼首席执行官陈耀昌,即时生效。陈耀昌由于个人原因将离职。此外,沃尔玛中国人力资源高级副总裁王渝佳已辞职。此消息一出,立即在业界引起巨大反响。

猪肉事件是导火索

沃尔玛表示,陈耀昌由于个人原因离

职,但并未予以详述。尽管沃尔玛在相关的声明中只字未提重庆“绿色猪肉”事件,但外界普遍猜测,陈耀昌的离职与此事关系甚大,颇有为之负责的意味。

10月9日,因以普通猪肉假冒绿色猪肉高价销售,重庆市工商局对沃尔玛在渝的7家分店处以停业整顿15天的行政处罚,并处以269万元的罚款。据估计,沃尔玛重庆门店在15天的停业整顿中,损失或达亿元。而在此次“销售假冒绿色猪肉”事件之前,重庆沃尔玛过去5年间已经被处罚20次。

据悉,目前,沃尔玛已提交了整改方案,重庆市工商局对媒体称,若再无其他问题,沃尔玛在10月24日可重新开业。

在沃尔玛进入中国的15年来,此次重庆事件是其名誉上受到的最大一次打击。不少业内人士揣测,陈耀昌要为此负责也是在情理之中,而且同时辞职的还有沃尔玛中国人力资源高级副总裁王渝佳,更表明陈耀昌离职不是个人原因那么简单。

5年任职功过各半

原就职于香港牛奶公司的陈耀昌于2006年11月加入沃尔玛,任沃尔玛全球高级副总裁、中国区总裁兼首席执行官,负责管

理沃尔玛在华业务。5年来,沃尔玛在中国的分店数由70家增加到353家。陈耀昌曾说,沃尔玛要想在中国市场继续扩张,必须贴近当地消费者的需求,变得更加本土化。

由此,他极力推动一系列的本地化采购,否定沃尔玛中央集权的模式,2010年3月份,沃尔玛正式推行大区建制,设立华北、华东、华南、华西等大区,并分权给各个大区总监。在采购方面,沃尔玛深圳总部除了掌管100多个全国供应商外,其他商品的进场权、定价权、促销谈判以及陈列等权力都下放到各大区。沃尔玛内部员工称,此次改革相对于之前的中央集权模式来说,是“翻天覆地的变化”。

但是有专家指出,沃尔玛的假冒绿色猪肉等事件也暴露了一些跨国公司在华实行双重制度的弊端,该事件就是因为沃尔玛在中国实行分权制度导致的。

此外,在整合好又多方面,陈耀昌依然采取铁腕政策。据悉,2010年第二季度至第四季度沃尔玛份额下降,主要是源于在沃尔玛和好又多整合过程中,好又多份额的不断丢失,其购买家庭渗透率从2010年第二季度的7.3%降到了2011年第一季度的6.0%。

相关资料显示,自从陈耀昌上任中国区总裁后,沃尔玛中国区的高层“地震”就接连不断。2010年,沃尔玛首席运营官于剑奔、公司事务部副总裁李成杰、采购部副总裁林静华相继离职。2011年5月,沃尔玛中国区首席营运官罗世诚、高级营运总监向国荣及首席财务官罗睿澜三位高管辞职。

中国市场脚步不会放松

最让美国总部难以接受的,应该是沃尔玛中国至今仍未摆脱亏损的状况。据咨询公司摩立特集团(Monitor Group)的数据显示,以销售收入计算,2010年沃尔玛购物广场在中国的市场份额为5%。去年在中国的营业额为75亿美元,仅占其4200亿美元全球收入的2%。沃尔玛前不久发布的数据显示,其在华业务出现了季度性亏损。虽没有明确表示具体的亏损金额,但沃尔玛说,消费者同比减少了8%。

下一步,如何令沃尔玛中国迅速实现盈利,并加速发展,似乎成为对新任者的考验。

公司报道

百事中国 否认涨价传言

针对近日来关于百事计划在未来几周内上调部分饮料和食品价格的传言,百事大中华区主席孟可仕予以否认,他表示,鉴于中国市场竞争激烈,百事目前尚无提价计划。

在华德企 明年将涨薪10%

中国德国商会近日发布调查报告显示,德国企业对其在中国市场的商业发展信心不减。同时,被调查企业针对不同职位制定的薪水额度将在明年平均上调10%。

三星向日澳法院申请 禁售iPhone4S

韩国三星电子公司近日宣布,因美国苹果公司推出的新款手机iPhone4S涉嫌侵犯三星电子所拥有的专利,已向日本东京和澳大利亚新南威尔士法院提交了禁止销售iPhone4S的申请。

泰国发洪水 日本汽车生产商停产

近日泰国发生的洪水使在泰国的日本汽车生产商陷入困境,生产线处于停产状态。虽然各公司从日本提取了可替代的零件,但将零件积聚需要一定时间。各工厂停产期或延长。

青岛啤酒 进军东南亚

记者从青岛啤酒股份有限公司获悉,中国啤酒行业首家海外工厂落子泰国曼谷,并于近日在曼谷举行了青岛啤酒(泰国)有限公司签约仪式,青啤成功进军东南亚。(本报综合报道)

跨国一周