



服务外包企业锁定创新 推动“中国服务”走向世界

■ 本报记者 范丽敏

“经过‘十一五’、‘十二五’时期的发展,我国服务外包产业规模持续扩张,正进入量质并举新阶段。”近日,商务部国际贸易经济合作研究院研究员李西林博士在接受《中国贸易报》记者采访时如此表示。

根据商务部统计数字显示,截至2014年年底,我国服务外包企业已达28127家,其中16家服务外包企业拥有员工上万人,承接离岸服务外包执行金额上亿美元企业62家。

“整体来看,我国服务外包企业仍以中小企业为主,研发投入水平较低,创新能力有较大提升空间。”李西林建议,各级政府应不断提高公共服务水平,着力激发企业创新动力和市场活力;服务外包企业应找准定位,着力在“专、精、特、新”上下功夫,努力培育在特定区域、特定领域或特定环节的核心竞争力,推动“中国服务”再上台阶、走向世界。

创新成业内主旋律

“我们正在和北京一家高校洽谈合作,准备成立创业学院。”东软睿道教育信息技术有限公司总裁李印杲在接受本报记者采访时表示,创业学院将对该大学全体在校大学生进行创业教育培训,包括创新能力、创业精神和相关的经济管理才能等。他们将探索实践既适合社会需求、又融汇贯通中西方创业理念和管理经验的创业教育新路子,力争将创业学院办成创业里的“黄埔班”。

李印杲坦诚,其实,他之前认为,大学生由于缺

乏资金、社会经验、人脉以及好项目等,是不能自主创业的。

“然而,随着国家对大学生创业扶持政策的出台,我也开始解放思想、破除老观念,开始想着怎么为大学生创业搭建更好的平台。”李印杲说,目前,创新已经成为服务外包企业塑造品牌、摆脱低成本同质化竞争、培育竞争新优势的必然选择。可以说,不创新,只能等着被淘汰。

李西林表示,在服务外包领域,部分领军型企业面对劳动人员工资上涨等成本压力,持续加大研发投入水平,创新人才培养及引进模式,在增强自主创新能力的同时,通过跨界融合,开拓垂直行业领域业务,并在服务模式、交易模式、客户关系等多方面不断创新,不断增强发展后劲和可持续发展能力。

记者了解到,博彦科技运用现场服务、近岸服务以及多级离岸交付中心等多种方式,构建了高质量的全球交付能力;浪潮集团大力实施知识产权战略,建立了独具特色的“三级研发体系”,将“技术专利化—专利标准化—标准国际化”梯次攀登作为知识产权发展目标;中软国际与400多所大专院校及教育机构合作,建设培训中心,确保企业中端人力资源供给。

根据商务部统计,2014年我国知识流程外包(KPO)国际服务外包执行金额快速增至186.7亿美元,同比增长30.9%,占国际服务外包业务执行金额1/3以上,并且这一比重不断提升。

规模偏小、人才缺乏致企业创新能力不强

“当前,我国服务外包企业在创新方面存在如下

制约因素。”李西林认为,一是规模偏小,客观上制约了企业的研发投入。

博彦科技股份公司副总裁张靖告诉记者,中国服务外包企业虽然数量众多,但还没有形成像IBM那样的大公司,没有企业带领国内同行共同创新和转型升级、克服企业规模偏小的不利因素。

“中国服务外包企业在尝试创新发展的同时,常会遇到一个悖论。”张靖说,如果企业在创新上花费了大量的时间、精力、财力,那么必然减少服务客户的人力和时间,企业的短期收入势必随之减少,这将遭到员工尤其是管理层的反对。

“二是中高端人才,特别是复合型人才和国际型人才缺乏导致企业创新团队能力不强。”李西林说。

中国服务外包研究中心的问卷调查结果显示,约有73%的企业认为人才缺乏是其发展过程中面临的主要问题,其中接近50%的受访企业认为难以招录到合适的中高端人才,行业平均人才缺口约为20%至30%。同时,我国服务外包产业人均产值不足3万美元。

李西林认为,三是关键领域知识产权积累不足,缺少自主知识产权的行业专属解决方案。

找准定位 培育核心竞争力

《国务院关于促进服务外包产业加快发展的意见》(国发[2014]67号文件,以下简称《意见》)明确指出,我国服务外包产业发展,要坚持改革创新,面向全球市场,促进大众创业、万众创新,推动“中国服务”再上台阶、走向世界。

“本质上,服务外包是在科技革命和产业变革推动下的生产组织方式变革的产物。特别是随着云计



算、大数据、移动互联网、物联网、社交网络等新兴信息通讯技术大规模应用推广,服务外包已覆盖至国民经济社会的方方面面,业务领域不断拓宽,业务模式不断创新。”李西林建议,各级政府应贯彻落实《意见》精神,不断提高公共服务水平,着力激发企业创新动力和市场活力,形成互利共赢的企业组织结构。

李西林认为,服务外包企业应摒弃传统的“大而全”、“小而全”的经营理念,特别是数量众多的中小企业应把握机遇,找准定位,着力在“专、精、特、新”上下功夫,努力培育在特定区域、特定领域或特定环节的核心竞争力。具备一定规模和实力的服务外包企业尤其是领军型企业应多措并举,统筹利用国际国内两个市场、两种资源。在壮大规模的同时,持续强化研发投入,积极围绕创新团队建设;在引进复合型和国际型高端人才的同时,培养中高端人才,打造可持续的人才供应链,加强产业知识产权布局,培育关键领域自主知识产权及行业专属解决方案,逐步形成产业竞争新优势。

阿里巴巴布局班加罗尔创业孵化器 专注移动互联



■ 吴菁

据《印度时报》消息,中国阿里巴巴集团计划携手印度 GLOBALS 公司在班加罗尔建立创业孵化器,专注于移动互联网和移动电子商务产

业。

印度 GLOBALS 公司 CEO Suhas Gopinath 在接受《印度时报》采访时表示:“周一在新德里,我们见到了阿里创始人马云先生及其团队,双方就孵化器合作原则上达成一致。”

班加罗尔本土公司 GLOBALS,专注于移动互联网分析解决方案。其创始人 Suhas Gopinath 被誉为全球最年轻的企业家之一,曾荣获世界经济论坛2008-2009年度“全球青年领袖”称号。在他看来,合作建立移动互

联孵化器不仅顺应了产业发展需要,也符合双方集团利益。阿里靠做PC端电子商务起家,现在正试图在移动互联网上重建一个“电商帝国”。

印度的大多数孵化器都是通用的。Suhas Gopinath 表示:“如果你有一个专注移动互联的

孵化器,指导创业、融资都会相对容易些。目前,已经有几个创业公司确定加入孵化器。项目计划从今年5至6月正式开始,为期一年,首批选择的5家创业公司将获得阿里等出资者提供的种子基金。”

本周一,马云受到印度总理莫迪接见,双方就如何利用电子商务帮助印度中小企业发展和建设B2B电子商务平台等问题交换了意见,印度的农产品、手工艺品和小企业产品有望通过该平台销往全球。

Suhas Gopinath 认为,阿里的专业技术和商务经验对孵化器而言是一笔巨大的财富。同时,他表示希望得到来自卡纳塔克邦政府的支持和帮助,有助于孵化器的迅速壮大。

今年年初,阿里宣布对印度移动支付和电子商务公司 Paytm 投资5.75亿美元,不久之前又传出阿里正与印度电商 Snapdeal 磋商高达10亿美元的融资事宜一事,毋庸置疑,印度已经成为阿里集团着力布局的海外市场。

中企海外投资不能当“冤大头”

■ 刘洪

“一带一路”战略提出后,中国海外投资将大幅增加,这也是中国经济发展的必然。但值得注意的是,如果没有精心的准备、周到的规划,海外投资也可能遭遇风险,乃至血本无归。这对中国企业来说并不陌生。

比如,中投公司早年投资百仕通(即黑石)和摩根士坦利,出现过数十亿美元的巨额亏损;中海外在波兰承建高速公路,到现在路也没建成,反而亏损了10多亿元人民币;三一子公司在美国投资风电厂,最终被一纸禁令取消,损失至少过亿。

投出去真金白银,收回来破铜烂铁,甚至血本无归,背上巨额债务。在让人扼腕叹息的同时,不难发现,在有关海外投资“陷阱”的案例中,有企业自身的问题,也有一些不可抗力因素,而前者占相当大比例。

比如中国中铁旗下的中海外,几年前在波兰揽下近5亿美元的高速公路项目,原本想打造样板工程进而进军欧洲市场,不想风险失控、管理失调,工程拖拖拉拉,最终一地鸡毛,公路未建

好,损失一大把,进军欧洲更成幻影。

“环境账”也让中国公司在海外付出过代价。波兰等不少国家对环境保护格外看重,中海外承建的公路须经过一个有某种珍稀雨蛙的地段,开始并未将这当一回事,但政府方面最后下令,承建公司必须将这些雨蛙转移到安全地带,不然将面临巨额罚款。为此,公司不得不停工“搬运”蛙类,损失惨重。

还有,不少国家对输入外国劳工有相当多禁令,尤其是一些技术性工种,往往要求必须是本国工人。而中国公司报价较低、竞争力很强,很大程度上是因为中国劳工便宜且勤劳。中国劳工输不进,进去往往成非法;雇佣外国工人,磨洋工时常有,要加班比登天难。由此,中国公司中标工程成本飞涨,很多最终赚钱很少乃至出现亏损。

此外,一些中国公司高管管理不善、沟通不佳,使得当地民众与公司产生对立情绪,最终导致投资项目遇阻,公司蒙受损失,中国企业形象也遭拖累。

当然,在中国“冤大头”投资中,有不少是不容抗力因素。如三一事件,就是一些美国政客以

所谓国家安全为借口,认定三一拟投的风电场靠近美国军事基地,无理要求终止交易。这些年,华为、中海油等中国公司,就在很多西方国家遭遇了类似妖魔化的待遇。

不当“冤大头”,一方面需要中国企业有市场意识、风险管控,既要保持自己的竞争优势,也要入乡随俗适应当地情况,更切忌不顾条件乱拍脑袋决策;另一方面也需要政府保驾护航,对那些妖魔化中国企业的国家采取必要的应对措施。

今天的中国,对外投资正处于爆发式增长的前夜,而且更加多元化。比如,万达开始在海外买楼买影院,联想在美国设厂研发新电脑,华为则布局世界电信市场。即使新兴的电商微商企业,也开始放眼全球,比如最近钱宝网就与西班牙皇家社会足球队合作,助力中国足球发展尤其是青少年足球。

这其实符合中国经济发展的逻辑——手握四万亿美元外汇储备的中国,确实到了充当全球投资人角色的时候;中国也不仅仅只会筑路造船修高铁,还可以有很多人文的交流与合作。“一带一路”战略则提供大量新的机会。只是,真诚地希望中企海外投资可以多些回报,少些“冤大头”。

Apple watch10日开启预购 取货需出示身份证

4月10日下午3点01分,苹果 Apple watch 在国内开放预购。信息显示,在发售之初,所有 Apple Watch 的销售只接受预约购买。

苹果近日通过官网提前放出 Apple Watch 预购指南。官网信息指出,国行版 Apple watch 在线商店预购和零售店在线预约购买开始时间为:4月10日下午3点01分后。苹果表示,预购及取货渠道分为两种,“你可以通过 Apple Store 在线商店预购 Apple Watch,我们会为你送货上门。或者前往你喜爱的 Apple Store 零售店预约购买并取货,我们会按照你的喜好为你设置妥当”。

对于希望通过 Apple Store 零售店预约购买的用户,指南指出,4月10日下午3点01分后可以在线预约试戴或4月10日起前往 Apple Store 零售店现场预约试戴。

值得注意的是,相关信息显示,预约到店试戴成功的用户,仍需要在线下单预购,然后等待预购产品送货上门或是前往苹果零售店取货自提。苹果预购指南同时提示,预约购买 Apple Watch,用户需要一个 Apple ID。此外,前往 Apple Store 零售店取货时,用户需要出示由政府签发的有效身份证(附带照片)。据悉,Apple Watch 将于4月24日起在包括中国在内的全球首批市场正式发售。

微点评:不“作”不苹果!

松下发展战略全面转型

近日,日本松下公司发表了2015年经营战略,决定逐渐缩小家电等生产,扩大汽车和住宅相关产业的发展,加强 B2B 业务。为此,松下专门设立了总额为1万亿日元的投资基金,用于收购与汽车和住宅有关的企业,以达到快速进入汽车和住宅市场并扩大市场份额的目的。

松下曾因收购三洋电机公司和大规模投资平板电视而出现巨额亏损,而且今年以来家电产业总体发展缓慢。为此,松下于前年开始调整结构,集中力量发展前景广阔的汽车关联产业和住宅电器业务,从而使企业走出了发展困境。最近,松下和丰田、本田等几家大企业联手研制自动驾驶汽车,松下先进的电子信息技术加速了自动驾驶汽车的成功。在住宅方面,松下去年在东京郊区首次创建了“智能住宅园区”,该园区采用了最先进的电子信息和节能技术。松下计划在未来两年将这种“智能住宅园区”推广到日本其他地方,并适时向国外出口。在海外,松下决定适当集中和收缩在中国等亚洲国家的家电生产,减少通用家电的生产,扩大商业和住宅用大型家电产品的生产。

微点评:街边小摊都开始微信支付了,大公司还敢墨守成规吗?(本报综合报道)

