

服务业成为上海经济社会发展的重要支撑



众所周知,光明集团主要承担的责任是为上海市民服务、是政府的菜篮子和米袋子。在此次理事会上,我想向大家汇报一下光明集团的整个发展思路。

首先,光明集团是一个有使命的企业,它的使命是三句话:“安全、优质、健康食品的模范供应商,上海城市主副食品的主要承担者,全球布局、跨国经营的中国食品领军品牌”。这45个字是光明集团的企业使命。因为我们有承担上海城市主副食品的职责,那么我们就有责任去整合全球好的食品。光明集团承担的三大使命,

光明食品(集团)有限公司党委书记、董事长吕永杰:

保持战略定力 加快创新步伐

第一是做安全食品的模范;第二是做保障供应的中坚;第三是整合食品资源的领头羊。

其次,光明食品集团是一个有愿景的企业。我们对光明食品的愿景做了这样一个描述,或者说是一加三即一个战略目标和三个全面。

一个战略目标,就是光明集团要成为一个核心主力突出、行业领先的综合实力企业。从内容来讲有三个战略举措:市场有竞争力、品牌有影响力、职工有凝聚力,这三个“力”应该成为我们这样一个全球布局跨国经营的本土化企业的支撑。“核心主业突出、行业领先,市场有竞争力、品牌有影响力、职工有凝聚力的综合食品跨国集团”,这37个字是光明奔向未来的愿景。即成为一个核心主力突出的、行业领先的一个综合实力的跨国公司,并通过影响力、凝聚力和竞争力这三个力来支撑,这是我们的使命。

第三,光明集团是一个有战略的企业,这个战略主要表现在四个方面,第一是战略导向;第二是战略结构;第三是战略支撑;第四是阶段性的战略目标。也就是说从使命出发,中间的路径我们提出了这四个战略:

战略导向:我们叫“5+1”,“5”就是专业化、市场化、国际化、证券化、规范化,“1”就是人才战略。这五个“化”,前面三个化是上海市委2013年的20号文件当中提出的国有企业深化改革的三个导向:专业化、市场化、国际化。我们的专业化,主要就是光明食品集团要做好

这个城市的菜篮子、米袋子,运行当中要按照市场化的运行规则来发展和深化改革,然后要整合国际的食品资源,推动国际化。光明集团目前在国内有四个上市公司,另外在新西兰有一个上市公司,推进资本的证券化是我们的一个方向。我们要求企业做事情一定要讲规矩,要成为一个安全食品的模范,一定要通过严格的规范化来运行,最后加一个国际化的人才战略。

战略结构:我们称为“8+2”,主要是讲产业的分布。我们产业的分布是10大类,涵盖了第一、第二和第三产业。围绕食品和现代农业有8类,简单说叫奶、糖、肉、米、菜加上现代农业、食品和流通。目前,光明集团鲜奶在上海市场占了90%;糖在上海占了70%,在全国占了25%;肉类在上海占了40%以上;粮油在上海占到65%左右;蔬菜占了75%;水产在上海市占三分之一。另外,光明集团组成部分农工商集团的八个农场、上海郊区的六大农场,安徽、江苏的农场构成了现代农业板块,这是光明集团的8大核心主力板块。“2”是指光明集团地产和金融服务,由此形成了“8+2”的产业结构。

战略支撑:就是我们企业的核心价值观,即“创业、激情、诚信、勤俭、包容”和“自强不息、开拓创新、凝聚众力、追求卓越”与时俱进的光明文化。这十加十六字成为了我们的战略支撑。

阶段性战略:我们按照上海市委20号文件和国资要

提出的三到五年的改革目标,又提出了3—5年的阶段性目标,我们用了一组数字叫12550888500十一位数字来表示这一个阶段性目标。先不讲开头的“1”和末尾的“500”,从中间的2550888说起。“25”是指我们国际化的指数,按照商务部的要求,如果成为本土化跨国公司国际化的指数要达到25%。去年我们的国际化率是13%,愿景是跨国公司,那么3—5年后,国际化指数要从现在的13%达到25%,所以,我们国际化的指数是25;“50”是证券化比率,现在我们的四大上市公司加上海外的公司,去年年底时证券化率是18%,3—5年以后要从18%达到50%。很高兴地说,今年我们的证券化率可以达到30%。“888”是指主营业务收入、主营业务利润、混合所有制企业三个占比分别达到80%。这样,就形成了2550888,其中“25”是国际化,“50”是证券化,第一个“8”是专业化、第二个“8”是规范化,第三个“8”是市场化,前面加一个“1”,就是成为上海5—8家全国布局的本土化跨国公司企业之一。后面的“500”就是进入世界500强企业。

因此,“12550888500”的寓意就是经过3—5年时间的努力,成为上海市5—8家全球布局、跨国经营的本土化跨国公司之一,国际化经营指数达到25%,资产证券化率达到50%,主营业务收入、主营业务利润、混合所有制企业三个占比分别达到80%,自然进入世界500强企业。

上海均瑶(集团)有限公司总裁王均豪: 创国际化现代服务业百年老店



均瑶集团是以实业投资为主的现代服务业企业,创业于1991年7月,现已形成以航空运输和商业零售为主营业务,涉及教育、食品、高科技投资等领域的集团公司。2013年集团总资产200多亿元,员工9200多人,名列2013年中国服务业企业500强第175位。

1991年7月28日,均瑶集团首开中国民营包机先河,承包开通了长沙至温州的包机航线。2002年,又以18%的比例入股“东方航空武汉股份有限公司”,成为最早入股国家控股航空业务领域的民营企业。

均瑶集团旗下的航空运输板块,目前以吉祥航空为主。自2006年9月开航以来,吉祥航空秉承“如意到家”的服务理念,致力于为中高端公务、商务和商务休闲旅客提供差异化的增值服务,保持着良好的安全记录和持续盈利的能力。到今年年底,吉祥航空将拥有50架飞机,并构成国内平均机龄最年轻的机队。依托上海的区位优势,吉祥航空不断完善自身的航线网络,开通了上海往返全国各主要城市及国际(地区)70多条航线,为旅客提供更多安全、正点、高价值(HVC)的旅行服务。

均瑶集团旗下的商业零售板块包括上市公司——大东方股份(600327),目前已包括百货零售主业、汽车经营服务、食品制造经营等产业的经营格局。

均瑶集团旗下的上海市世界外国语小学、中学是上海知名的品牌学校,通过引进国际文凭组织(IBO)课程,打造了一条从PYP(小学)、MYP(初中)到IBDP(高中及大学预科)的完整教育产业链,探索素质教育创新模式,致力打造“百年名校”。

此外,均瑶集团旗下传统的均瑶乳业也在向现代服务业转型中依托品牌营销、产品研发,为消费者提供更多安全健康的产品。均瑶集团于2005年进入文化创意产业,先后成为国内外顶级文化体育赛事衍生产品的品牌授权特许经营商,是北京2008年奥运会特许经营商和零售商、中国2010年上海世博会首批高级赞助商、2011年西安世界园艺博览会全球合

作伙伴。

均瑶集团积极投入教育和项目扶贫的公益事业,捐款设立“大学生志愿服务西部计划均瑶基金”及“均瑶育人奖”奖教基金;开通老少边穷地区航线;支援新疆喀什等中西部地区;在三峡库区的系列投资已经成为中国光彩事业的案例;是第一批联合国“全球契约”组织的中国成员企业;携手国内十余家著名企业共同发起“中国企业社会责任同盟”……在企业社会责任的推广和实施方面积极发挥表率作用。

2014年对于均瑶集团来说是一个非常重要的年份,在传统主营的航空运输业,均瑶集团完成了东南两翼的整体战略布局,由吉祥航空投资控股的九元航空于去年12月2日在广州完成首航;吉祥再加上一个九元,九元因为是廉价航空,它的综合想象空间也很大,特别是在广州码头不错,东南亚的市场也很广阔。九元的财务模型、成本模式是非常有竞争力的,比传统航空公司单座成本要低40%左右,这是非常可观的。吉祥后面还有故事,也有一些机遇,它毕竟在上海有主基地。对于吉祥的未来,我们已经确定了目标,到2020年,要达到100架飞机。同时,均瑶集团在金融板块布局上也取得了突破性进展,由银监会批复,均瑶集团作为主发起人的上海首家民营银行——华瑞银行,已经获准开业资格。

华瑞银行作为中国上海自贸区的第一家民营银行,也是第一批里面我们获准开业的第二家民营银行。整个银行的定位,是围绕自贸区的改革、创新、可复制、可推广,针对金融领域对小微服务融资难、融资亏、融资慢去做探索,做创新。华瑞银行的使命和特点就是8个字:“历久恒新,百年银行”。恒新就是永远保持它的创新能力,这是最主要的生存法则。百年银行是要把银行考虑到长远,不能做短期行为。

去年我们发布了很多战略,例如探索教育领域有没有互联网化转型的可能性,也在探索互联网领域里是否有弯道超车,利用技术我们也在辐射一些新的可能性项目。包括我们组织了一些团队,组建了几个公司,都是作为下一步互联网化转型的一个布局。

均瑶集团的使命定位有两句话,第一是为社会创造价值,第二是创国际化现代服务业百年老店。均瑶集团过去十年的所有行动,都是围绕这两句话去开展工作。包括去年九元航空的开航、银行金融业务的发展,都是围绕现代服务业百年老店的一个逻辑。过去十年我们一直在转型,这是我们永恒的主题,我们从不是服务业转成服务业,食品是一个典型,那么服务业不够现代,我们开始往现代的去。涉足金融,包括去年布局了一些互联网转型的一些基础,整个是围绕我们的百年大计。均瑶集团的转型不是阶段性的,而是永恒的,转型的核心是要符合百年老店、百年企业每个阶段的创新能力。

均瑶集团所做的事业就是现代服务业,我记得前年有一次交流,说为什么做现代服务业,现代服务业到底是怎么标准。我们最后也给自己定了一个目标,就是高素质的人才、中高端的定位、高质量的服务、高技术的应用产生高效率的回报。

美国博通企业管理(上海)有限公司大中华区总裁 全球高级副总裁李廷伟: “互联网+”:一个新时代的来临

看到了中国的发展、上海的发展,非常高兴。作为一个全球的领先企业,我从另外一个角度和大家分享一下这个时代的变化。

“互联网+”不是互联网与传统行业你死我活、争夺饭碗的零和游戏,也不是互联网与传统行业的简单相加,而是利用互联网技术与互联网平台,使互联网与传统行业深度融合,协同增效,创造新的价值与新的发展生态。比如,有一家上市公司才3个月,其市值就从40亿上升到300亿。而一些同类上市公司的股票却没怎么涨。生产差不多的东西,为什么差距如此悬殊?实际上是其背后一个有“互联网+”的概念,一个没有“互联网+”的概念。因为“互联网+”给大家一种可能,过去你不能的一种可能。

我们知道,企业的经济行为是交易,而“互联网+”重新定义了交易的时间、空间和资源配置,甚至重新定义了交易当中的几个基本变量:产品、地点和交易的人群,这些都与从前完全不一样。同时,“互联网+”的一个重要特性是从一个小的数字变成了一个大的数字,但它又不是仅仅是从小变大这么简单。由于“互联网+”能够让一个企业连接全世界几十亿的上网用户。因此,这个变化不是2次方、3次方的量变,而是完成了10次方、几十次方的质变,完全改变了所有,所以这个世界完全不一样了。也就是说,当数量变化以后,我们会进入另外一个范畴,而范畴的规定不是过去有的,人们没有这样一个经验。学过物理的人都知道,在现实社会中我们都生活在“牛顿世界”里,但如果当速度达到或接近光速的时候,我们就会进入另外一个“爱因斯坦世界”。这时候就完全不一样了,1加1可能等于1,不会等于2,因为光速是世界上最快的速度,你在光速上面再走光速还是光速,在接近光速的范畴里,一定要用爱因斯坦理论而不能牛顿理论。不是说牛顿不对,因为当尺寸变得很小时,也要用回量子理论。因此,不同的环境要有不同的理论。

什么是“互联网+”?我个人的理解是,一些基本的变量有了重新的定义,给了其新的生命。而这些变量的重新定义是了不得的,我们知道爱因斯坦有一个著名的公式

$$E=mc^2$$

,即能量等于质量乘以光速的平方。质量改变一点点能量就能产生巨大的能量,最经典的案例就是原子弹。所以我认为,首先,过去的规律在新的环境下,已经不适用了,不是全部不适用而是有很多不适用。第二,交易的内容和方式有了完全不同的形式。做生意就是做交易,即交易产品。如果你有一款非常好的产品,通过互联网推广,很可能就意味着巨大的交易量,因为互联网拥有众多节点,而每一个节点都可以像原子弹一样的爆发,这是“互联网+”的一个概念。“互联网+”的另外一个概念,就是要为他人创造价值,只有这样,你才能拥有更大的价值,即你的成功是建立在别人成功的基础之上。只要把这些闭环打通,回报就会来到你的眼前,而且比你想像中大的多,你都会惊讶收获怎么会这么大!这就是“互联网+”的能力,而过去是没有这样能力的。

总之,“互联网+”彻底改变了人类的几个基本要



素,时间、空间、资源、交易都被重新定义,而且它对应的是一个巨大的数量级。基于此,我认为“互联网+”是一个新时代的来临。

当“互联网+”时代来临的时候,人们会感到非常困惑,因为人们的知识都是基于我们能看到的或者从过去经验中所得到的。因此,在“互联网+”的时代,要认清你是谁、你在其中如何发挥作用,如果不清楚就很可怕。有能力的人可以做得非常好,比如做一个果园平台,要能够把这个平台做成一个闭环,知道如何服务和满足顾客需求。我不需要认识顾客,但是顾客有什么样的需求我知道,我知道顾客的心理。另外,市场上有许许多多的果农在种植各种各样的水果,我也不需要认识他们,但是他们都可以利用这个平台接上来。这样就会把这个平台做成闭环,也就会获得非常高的利润。

“互联网+”对于各行各业来讲,其发展动力都是不容小觑的,智能化的发展手段提升了行业的发展速度与效率,并改变着用户的消费行为和模式。互联网加上一个传统产品,就是一个新的时代。过去在路上叫计程车,现在网络加上一个叫计程车的服务,就变成了“Uber”。过去到卖场买生活用品,现在网络加上一个买生活用品的动作,就出现了“淘宝网”。而随着互联网的消费服务愈来愈成熟和多元化,时间、空间的概念也在逐渐被改变。假如在上海,你可以随时上网订购澳洲还在树上的樱桃,三天后,这些樱桃就会出现在你家门口。这些改变,让互联网后面可以加的产品愈来愈多,这些就是新时代未来的机会。

博通将携手上海现代服务业联合会共同打造中国的“互联网+”及大数据的生态链。博通非常高兴能够与上海现代服务业联合会共同创建“‘互联网+’科创服务”专委会,其目的就是为了打通产业链、创造新的价值,为企业用户、运营商、政府的项目提供“互联网+”的解决方案和各种服务,并且提升会员企业的整体创新能力。