民营企业欲打造中国特色海洋技术

■ 本报记者 郝昱

编者按：《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》（以下简称《建议》）11月全文发布。拓展蓝色经济空间、推进海洋生态文明建设等，成为“十三五”时期海洋事业发展的亮点。

在海洋事业发展过程中，民营海洋技术企业是不可或缺主力军，然而在采访中，《中国贸易报》记者发现，这些民营企业在面对生存困境的同时还要面对来自国外企业的挑战。不少企业期望能与相关高校、研究院所进行有效对接，其负责人不约而同地提到希望能在中国由海洋大国向海洋强国转变的过程中作出自己的贡献。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》（以下简称《建议》）中指出：“拓展蓝色经济空间，坚持陆海统筹，壮大海洋经济，科学开发海洋资源，保护海洋生态环境，维护我国海洋权益，建设海洋强国。”

日前，上海国际海洋技术与工程设备展览会（以下简称OI海洋展）主办方——励展博览集团组织媒体团对2015 OI中国最具人气新品奖评选获奖民营企业进行了实地采访。

在此次采访过程中，《中国贸易报》记者了解到，从事海洋技术领域的中国民营企业压力不小。

在企业成立之初如资金、需求信息和订单、创新是三个大坎。

民企自掏腰包提供产品 寻求市场反馈

出生在海边的徐大伟在大学期间就读于工程测绘专业，他的第一份工作看似与大海扯不上任何关系，不过当时，中央正大力发展海洋强国战略，出生在海边，从小就与大海有着不解之缘的他眼前一亮：“中国海洋经济一定大有可为！”

正因有了这样的想法，2007年，徐大伟决定辞职，将所学专业与海洋经济相结合，和一群当时同样热衷海洋技术领域的年轻人筹资创办了杭州腾海科技公司。虽然国内设备技术落后国外多年，在公司运营几年后，徐大伟发现中国科学家一直跟着国外的技术趋势走，但国外先进设备用到具有中国特色的海域、行业，能否发挥其价值是个问题。

“这和技术含量高低无关，会根据使用者的使用理念、方法不同而改变。”徐大伟说，所以当时公司作出了较大调整，并没有放弃代理业务，同时，通过公司对海洋技术的摸索和了解，进一步将公司定位为研发系统集成的方向。从去年开始，也在尝试做一些创新和新品研发。

在徐大伟看来，海洋技术行业不能做成中国的汽车工业，汽车工业的发展远远早于高铁，且中国是世界第二大汽车消费国，在未来两年预计会超过美国，成为全球第一。但中国汽车的自主品牌少之又少，原因在于只为追逐一时利益。

据他介绍，中国汽车企业早期认为国外品牌更受中国消费者认可，自主品牌可能卖几年会面临亏损难题，于是投入大量经费、精力，或做贴牌生产，或者直接与国外合资，贴上国外牌子卖。导致多年来汽车工业没有改头换面。

其实国外成熟的数据采集器等成熟技术产品，拆开来研究，发现其内部原理都不难，而最核心的是其算法。

“海工技术装备不能光看外观，最重要的是加工工艺，即便我们拆开国外产品也看不到的，摸不透。中国海洋技术装备制作的水平很多已经达到国际水平，甚至有些领先于国外，但由于加工工艺远远落后于发达国家。因此产品使用时达不到相应的效果。”徐大伟表示。

发掘人才道路上民营企业何去何从？

在海洋技术这种高科技行业发展的企业，如何吸引人才、留住人才也是非常棘手的问题。

在采访中，珠海云洲智能科技有限公司董事长张云飞向记者反映了人才短缺的现实问题，无人船行业在国内属于首创，从事本行业的技术人才根本没有，只能吸引细分类别的相关专业型人才，由于是新兴行业以及在珠海的高新人才更少于一线城市，相关专业技术人才也非常的紧缺。

搜狗公司总裁王小川曾经在微信公众号上介绍说，在当年互联网公司成立之初，为了吸引名校学生，他以为其“订免费盒饭、来晚没有”为由吸引学生们按时上班、不迟到不早退。虽然王小川所在的是互联网企业，但企业在吸引人才的方式上往往有异曲同工之处。海洋技术公司主管们为留住人才也遭遇过类似“酸甜苦辣咸”的境遇。

当中海达副总经理罗宇听《中国贸易报》记者讲完王小川的故事后，感叹道：“我们也订盒饭啊！”公司为留住人才花了大量的时间、精力、财力，他介绍说，

“我们也去和相关科研院所对接，对接10次、20次后最终可能只吸引1个人，甚至没有。但我们引进的一定是与公司企业文化相契合的人才。”李洪江对此表示，早起的鸟儿有虫吃，民营企业没有国有企业、事业单位那样好的环境、经常与国外科学家交流的机会、高级实验室和设备等。需要加班加点，每天晚上10点办公室的灯一定还是亮着的。

“但我们的员工有对自己工作的热情、对海洋事业的热爱，不然根本无法长期这样工作下去。在我们这样的企业，实行权利下放制度和绩效考核制度，工作自由度高，大家会一起根据一个项目进行讨论，成功完成项目会获得巨大的成就感，申报无需层层审核耗费大量时间。”腾海总经理徐大伟对本报记者说。

此外，蓝创海洋科技有限公司副总经理张奎还表示，公司的产品及市场发展潜力是吸引人才的关键。

蓝创海洋科技有限公司副总经理张奎认为，技术创新是技术积累的升华，必须具备扎实的技术储备，更好的面向市场，才能产生更多的技术创新。国产设备目前存在的问题重点不在技术储备而是在产业化环节，产业化环节需要较大的资金投入。

虽说江苏中海达海洋信息技术有限公司（以下简称中海达）目前已经是家上市企业，但一开始也遇到过这样的问题，该公司总经理李洪江对《中国贸易报》记者表示，“很多企业都有销售团队。我们与每个客户有对接销售，销售人员将客户需求反馈给公司，我们会根据需求为相关单位量身定做装备产品。”开始他们都是在展会等宣传渠道、与客户对接的销售人员口中了解客户的需求，自掏腰包进行产品研发制造，为客户免费提供成品，条件是给予公司产品使用反馈。在接到相关反馈后由研发团队对产品进行相应调整，并进一步在原有基础上进行创新。

在实地采访中，杭州腾海科技公司（以下简称腾海）也表示同病相怜，有过类似遭遇。“在前期自掏腰包提供成品的同时，一旦产品在使用中出现问题，损失也要由我们自己承担。而海洋技术装备的投入不是一般的大。”其副总经理张锦良表示。在他看来，海洋技术企业前期投入巨大，这也是很多人不愿涉猎的原因。

因此目前，民营企业处于海洋技术产业各环节相对劣势低位，资金已经成为让海洋技术企业最头疼的问题，资金无法生产成品供客户使用，会造成得不到更多市场信息、从而无法支持适应市场需求的进一步创新生产，这就倒闭民营企业在竞争中努力提升。向正规化、阳光化。

产学研企亟须转变机制 促进产业良性循环

记者在多次采访中都发现，很多企业均称自己所处行业起步比国外晚，技术落后很正常。但深入了解会发现，这其中不仅是时间问题，国外成熟的产业均形成了“产学研用”的良性循环。据了解，在海洋技术领域，相关部门也在探讨，希望实现产、学、研、企四方合作机制，更加重视企业在整个产业中的作用，促进科研成果的转化。但在此次实地采访中记者发现，要实现这一产业有利机制还存在一定困难。

海洋技术不能仅靠买卖

“实践研究在国外很常见，企业需要科学家们助力研发，只需签订一份协议。企业可提出研发市场需求，一旦研发成功，双方均获得收益，在研发装备使用过程中，专家还会实时跟进。”徐大伟表示，1985年，当科学家罗伯特·巴纳德发现“泰坦尼克号”时，国际上没有人认同，他亲自出资，驾驶潜艇潜入水中取证拍照并发布，最终得到了大家的认可。

据徐大伟介绍，海洋技术领域的科学家，不管是和企业合作还是直接进入企业就职，企业都非常欢迎。但在国内似乎有这样一种现象，企业与高校、技术中心很难合作，他们更希望公司购买或直接买断其研发的项目，只希望短期之内产生效益，不考虑技术或设备是否适合市场，在市场运营过程中是否需要改进，通过这一科研成果能形成多大的覆盖、辐射范围，效益及在这一方向未来科技的进一步提升、创新和发展。徐大伟认为，海洋技术不能靠单纯的买卖。

企业现在就缺人才，如果真的有相关专家、科学家研究的项目有市场前景，民营企业非常愿意给予投入。同时我们也缺少相关检测设备，实验室等。而高校和科研院所最不缺的就是人才和实验室，而且高校的研究团队中大部分是教授带领的研究生博士生，他们一心做研究，但相关实践相对薄弱。想将海洋技术设备研发到一个高科技含量层面是非常困难的。而事业单位可以为他们提供更良好的工作环境、出国交流机会、良好的团队等，而我们实行权利下放制。

民营企业难被认可

此外，在张奎看来，由于进口设备长期占领国内的市场，国产设备的推广和入围遇到较大困难，希望国家层面给予更多的支持，海洋装备的最大客户群其实是“国家队”，但是由于长久以来崇洋思维惯性存在，倒是“国家队”并不看好国产设备，因此在各种招投标的文件中，“进口”两个字直接把我们国产设备拒之门外，有的招标则是限定设备在几年之内销售数量满足多少以上，诸如这样的限制实际上对于新研发国产设备来说实际就是判了死刑。所以希望国家在支持国产海洋装备具体政策环节上多出有利于国产设备发展的措施。

重构企业文化 塑造商业文明

■ 本报记者 袁远

日前，备受瞩目的首届中国企业文化大会在北京召开。本次大会由中国国际商会、长江商学院、东方企业文化杂志社、安徽古井贡酒股份有限公司共同主办，是中国企业界和管理学界首次高规格的企业文化盛会。

企业文化建设迎来新浪潮

企业文化在中国的发展已经有三十余年历程。这三十年，也正是中国经济取得飞速发展的三十年。当前，随着中国进入经济新常态，以“自发性、系统性、创新性、实效性”为主要特征的企业文化建设第四次浪潮正汹涌来临。

原本届大会以“企业文化：价值的证明与展望”为主题，邀请了政界领导、国内外专家学者、知名企业家、各地企业文化学会代表共计300余人参与。

著名经济学家厉无畏系统阐述了企业文化作为“企业精神的发动机”、“企业发展的原动力”和“企业管理的助推器”的重要价值意义。他还特别强调，在经济新常态环境下，随着经济体制改革的逐步深入、市场环境的日益成熟、全球一体化和互联网经济的颠覆式影响，每一个企业都必须转变经营管理方式，走绿色发展之路、可持续发展之路、创新驱动发展之路。

著名经济学家、北京天则经济研究所所长茅于轼在会上发表了重要演讲，他认为，通常而言的企业文化更多是指向企业内部的，而外部的则是市场文化，没有健康的市场文化环境，企业文化则很难发挥实效。随后，他着重阐述了在全球经济一体化的大背景下，要包容差异，构建良好的市场文化，以真正促进市场经济的发展。

安徽古井集团党委书记、董事长梁金辉，老板集团总裁赵继宏，威立雅（中国）高级副总裁兼环境服务总裁周小华，分别以古井集团的“贡献”文化渊源及落地建设、老板电器文化之道法术、环保公司威立雅的文化建设为主题，现身说法，分享了本公司在企业文化建设方面的实践经验与实效成果。

以安徽国厚董事长李厚文为代表的企业家、一线企业文化管理者与创新城市领导还联袂登台，围绕全球经济与企业文化价值、创新城市等话题，进行了深度交流与激烈碰撞，现场氛围十分热烈。

重构商业文明要重视制定规则

长江商学院院长项兵对新商业文明下的企业文化颇有心得。项兵回顾了近年来中国经济发展所取得的巨大成就，解析了中国企业从组装到制造、从制造到“智造”、从模仿到创新、从追随到引领、从“价格战”到价值竞争等发展模式的演变，提出要重构中国企业的生态体系。

项兵认为，构建新商业文明的关键在于价值取向与“心态”调整，要特别重视人文关怀，弘扬“和而不同”，建立全球视野，打造全球资源整合的能力；超越“短视与急功近利”，超越“为富不仁和巧取豪夺”；珍惜资源，关爱环境，实践可持续发展、打造美丽中国并实现“天人合一”。

重构新商业文明要积极参与全球投资、贸易与治理体系的重构，争取掌握行业规则/标准制定的参与权乃至主动权；要善于“取势”、“优术”，更加重视“明道”，强化责任担当，形成新视野、新格局、新境界、新担当与新梦想。企业文化要超越“只有永远的利益，没有永远的朋友”，重视中国再次崛起所代表的“道”（“和而不同”与“天人合一”）；为解决人类面临的生存与发展问题提供系统解决方案（气候变化、可持续发展、重大疾病等）。

项兵还强调，新商业文明下的新企业文化，应当包含开放包容、追求共赢、学习反思、感恩谦和、危机意识、责任担当等文化元素。

新常态下的企业文化

北京大学副校长、汇丰商学院院长海闻表达出他对企业文化的看法。他认为，企业文化可以分为“能、智、体、德”四个层次，相互间彼此交融、和谐统一。

海闻分析了目前中国经济的宏观环境形势及发展机遇，他指出，目前国内土地、劳动力等资源成本上升、基本物质生产能力相对过剩、改革进入深水区。而国际形势则呈现出发达国家经济增长缓慢、欧债危机持续、国际政治冲突与美国重返亚洲等情况。

海闻表示，中国经济的新常态表现为发展速度从高速进入“中高速”；产业结构从劳动密集型制造业为主转向服务业与高质量制造业为主；增长动力从资源投入为主转为改革创新和国际拓展为主。

因此，海闻认为发展的新动力来自深化改革，“改革是最大的红利”，改革才能推动经济增长。他认为，中国的经济体制改革还有空间，这表现在政府对市场的干预程度、范围、手段以及国有企业的比重上，体制改革本身能够起到提高生产率带动经济增长的作用。此外，创新必然成为经济增长的推动力，而城镇化是经济与社会发展的必由之路。

海闻号召众多的中国企业要增强信心，构建适应宏观环境的企业文化，积极寻找新的发展机遇，实现新一轮的发展。

商业观察

国家电投、中国中车纳入央企董事会试点范围

近期，国资委下发文件通知，决定国家电力投资集团公司、中国中车集团公司纳入建设规范董事会试点企业范围。

消息指出，截至目前纳入建设规范董事会试点范围的中央企业已达85家。

2004年6月，国资委下发了《关于中央企业建立和完善国有独资公司董事会试点工作的通知》，启动了董事会试点工作，宝钢集团、神华集团、中国诚通、中国国旅、国药集团、中国铁通6家央企进入首批试点。2011年后，董事会企业达到85家，占国资委直属监管企业（107家）的79%。

今年9月，中国官方发布《关于深化国有企业改革的指导意见》。意见指出，要推进公司制股份制改革，积极引入各类投资者实现股权多元化，大力推动国有企业改制上市，以推进董事会建设为重点，健全公司法人治理结构。

国资委研究中心副主任彭建国曾表示，董事会扩大试点的意义重大，自2004年试点以来，董事会不仅帮助央企实现了科学、民主决策，而且加强了对内部人的控制，从制度上约束了国企高管的权力，并在一定程度上避免了权力寻租和利益输送现象发生。

郭广昌露面 复星系股全跌 六公司市值蒸发百亿元

12月14日，郭广昌现身复星集团年度工作会议，并作了“复星组织的自我生长”的演讲。而就在12月13日晚间，复星集团副董事长兼CEO梁信军还表示，郭广昌仍在上海协助司法机关调查。

“同事们在现场都很感动，郭总出现还是很振奋人心的。”一位复星集团的内部员工对记者称。而据媒体报道，郭广昌入场时，现场响起了两分钟的掌声。不过，复星参加会议的员工都十分低调，很少有人公开在朋友圈或其他社交媒体发布有关郭广昌现身的信息。

复星集团相关负责人并未对此做出回应。据报道，郭广昌在演讲中提到，复星集团年会的主题是生长，生长要依靠重塑和创新，复星的成长根本在于根植于中国。现在也在做全球投资，但根基还在中国，未来要更加根植于中国，产业布局要体现中国优势，更加有条理地打造全球化平台。

事实上，在郭广昌协助调查后，复星集团于12月13日晚间召开了电话会议，联合创始人梁信军和汪群斌参加了会议。在电话会议中汪群斌表示，12月14日的复星年会将按时召开，根据进程安排CEO、总裁等相关人员参加，却并未提及郭广昌。

12月14日，多家“复星系”上市公司复牌后出现较大跌幅，不过郭广昌现身年会的消息传出后，不少跌幅较大的股票企稳回升。

复星控股的公司中，昨日复牌的包括复星国际、复星医药、豫园商城、上海钢联、南钢股份和海南矿业。

复星国际14日跌幅达到9.4%，复星医药H股跌12%，A股跌3.77%，海南矿业14日上涨2.47%，据悉，这6家公司昨日复牌后，市值蒸发合计超过120亿元。

“谢馥春”新三板上市 “老字号”重回“少女时代”

12月15日，江苏谢馥春国妆股份有限公司在新三板挂牌上市，交易方式为协议交易。其可溯源于清道光十年（1830年）创立的谢馥春香粉铺，有着180多年的悠久历史，是中国第一家化妆品生产企业。

业内人士表示，谢馥春这样的老字号通过挂牌新三板可以增加知名度，展现财务与公司治理优化的形象，也为未来打开融资渠道创造了条件。但谢馥春品牌的进一步发展，还需要产品、渠道等各方面的创新与传承。

早在明清时期，扬州香粉就曾作为“贡粉、宫粉、官粉”晋献皇廷，赢得了“天下香粉莫如扬州”、“苏州胭脂扬州粉”之美誉。

比欧莱雅诞生早70年的谢馥春，作为扬州香粉的唯一传承，以“香、粉、油”三绝闻名天下，其历史可追溯到清道光十年（1830年），其成名已久的产品“鸭蛋粉”曾在1915年与茅台酒同获巴拿马国际博览会大奖，奠定了国际品牌地位。

TCL与乐视联姻 旨在实现国际化

12月14日，TCL集团董事长兼CEO李东生和乐视董事长兼CEO贾跃亭的手握在了一起——34岁的TCL集团与11岁的乐视网联姻，在2015年年底是智能电视行业整合爆出的彩蛋。

根据乐视网此前发布的公告，乐视网旗下“超级电视”产品子公司乐视致新以6.5港元每股的价格认购TCL多媒体新股3.49亿股，交易完成之后，乐视致新将持有20%的股份，成为TCL媒体的第二大股东。

李东生透露，合作的谈判从今年8、9月份开始，这意味着双方的“恋爱”谈了四个月。而更多合作细节，还需要双方进一步敲定与落地。

贾跃亭表示，与TCL合作，是乐视生态开放的举措，乐视会借力TCL上游的液晶面板资源、全球运营能力；同时乐视生态开放给TCL，包括乐视网上商城、广告运营平台及电影、电视、体育、音乐、动漫等内容库和UI系统，给双方用户带来价值。

（本报综合报道）