境内外商协会联手推川货闯世界

■ 张卓敏

近期，四川省礼品行业协会、四川省旅游协会携手美国国际商会共同组织近20家特色产品企业，参加了在美国拉斯维加斯举办的国际消费品及礼品展。此次活动推动了四川特色产品“走出国门”建立销售渠道，积累了境内外商协会联合拓展的经验。

初闯世界　脱颖而出

本次美国国际消费品及礼品展规模大、竞争强。展商有来自全球88个国家的近3000家企业，汇集礼品、工艺品、休闲用品等行业的知名企业。如何在众多展商中脱颖而出，这批“初闯世界”、名不见经传的四川企业想了很多办法。

遂宁市闻喜阁旅游工艺品有限公司以本地传统为特色，推销优势产品。此次参展，该公司主推手工真丝地毯、挂毯、刺绣、手工编织等展品，颇具中国原创传统特色，深受许多客商喜爱。拉斯维加斯赌场礼品处主管彼特·斯通和伊朗客商对其赞叹不绝。闻喜阁4天达成意向协议超过200万美元。

北川羌族自治县振兴茶叶种植专业合作社则主打文化牌，吸引了不少客商眼球。振兴合作社展会上的纯手工工艺品和民族服饰，因为独具羌族文化特色大受欢迎。身着羌族服饰推销的企业人员吸引了很多客商购买产品。开展不到3天，振兴展示的样品销售一空，并与一些美商、华商达成电商销售协议。

成都多吉户外用品有限公司以精致做工为根本，赢得客户订单。其研发的“神獒藏獒铲”做工精致，展场签单50万美元，目前已收预付款。企业还与美国大型户外用品公司BassProShops和RecreationalEquipmentIn达成200万美元的意向合作协议。两家美国企业相关负责人将于4月赴川实地考察。该企业以质取胜成为本次美国拓展的亮点。

遂宁市天禧文化艺术有限公司以市场需求为主导，调整设计产品，推出的莲花文化陶瓷产品，受到美国石榴庄园庄主的青睐，受邀开发设计石榴的文化艺术产品。

积极备战　收获满满

此次展会取得良好的预期效果，与四川省礼品行业协会、四川省旅游协会和美国国际商会成都代表处的分工合作密不可分。本次活动境内商协会负责组织企业，收集企业产品和参加人员信息，指导展样品准备等工作；境外商会负责衔接组委会争取展位，落实境外活动。经过双方商协会的分工协作，活动成功让国际市场了解了四川企业的特色文化礼品。

在展会筹备期，组办方对外方商协会的渠道资源了解明晰。活动期间，四川企业拜访了美国国际商会总部，深度了解其更多的合作渠道。商会亚太区主席热情地向大家介绍了美国的市场环境和商会的优势资源，表明了商会在哪些渠道能为四川企业拓展美国市场的牵线搭桥，让更多的美国消费者了解四川产品。

通过本次活动，四川企业梳理了国际礼品需求的市场信息。在展场上，企业接触到的美国、中东、东盟采购商人数较多，而且这些采购商积极坐下来洽谈，下单意愿明显。在与斯坦福大学客座教授、中国艺术家和研究人员的交流中，四川企业深入了解了国际礼品市场的趋势和潮流。

品质突出　“礼”行世界

四川“万企出国门”活动开展以来，起到了促进四川企业利用国际市场优化配置资源的良好效果。本次美国参展是又一次成功的拓展，把四川“深藏”的特色礼品推出国门让“天下知”。

在“政府引导、商协会组织、企业主导”的原则鼓励下，越来越多的商协会开启了国际市场的拓展之路。参与活动的省内商协会从最初的17家增长到目前40家。在商协会的帮助下，把产品成功推向国际市场的中小企业越来越多，很多如遂宁市闻喜阁旅游工艺品、成都多吉户外用品一样的中小企业大胆“走出去”，初次参展就喜签订单。

美国国际商会成都代表处是国外商协会在四川成立的办事处，四川省商务厅支持此类商协会的驻川机构主动与本地商协会的互动交流。本次活动印证，境外商协会与本地商协会的联合，能更好地服务川企的国际市场活动，有效找到国际市场的需求信息。

通过此次展会，四川本地商协会意识到应不断提升服务企业向外拓展的水平。境内商协会指导参展企业找准了市场定位，争取到了订单。针对印度、巴西等新兴市场“价格至上”的特点，指导企业在产品功能和包装设计上“舍繁求简”，降低生产成本，争取到更多客户。针对欧美等传统市场“更重品质”的特点，指导企业在材料、工艺、设计上推陈出新，并创新营销方式，直接与终端市场对接，赢得了客户的认可。

日媒：中国上市企业业绩下滑

据日媒5月4日报道，中国上市企业的业绩正在恶化。根据大智慧公司的数据进行统计显示，2862家上市企业2015年净利润合计达2.48万亿元，同比减少1.1%，自2008年经济危机以来首次出现下降。除了直接遭受业绩恶化冲击的钢铁、资源行业外，家电、机械等多个行业也出现业绩恶化的情况。

据《日本经济新闻》日前报道，继2014年后，存在产能和人员过剩的钢铁及资源行业相关企业业绩欠佳的问题仍旧突出。宝钢和鞍钢等行业巨头均出现亏损和收益大幅下滑的情况。亏损近60亿元的重庆钢铁自有资本比率跌至10%，致使重庆市政府不得不研究重组措施。

通过变卖资产增加收益的企业也不在少数。中国铝业虽然从去年的162亿元亏损转而实现盈利，但很大程度上是由于业绩中计入了出售旗下子公司获得的50多亿元资金。

报道称，中石化、中石油两家油企合计获得政府近100亿元的补贴，类似这样以国有企业为主的财务不透明问题屡见不鲜。

此次发布年报的特征表现为经济减速的影响开始波及家电、机械等相对坚挺的行业。家电业巨头四川长虹因市场饱和以外币结算的债务出现汇率损失导致巨额亏损。TCL集团也出现接近两位数的收益下滑。机械行业领军企业三一重工净利润跌幅也超过8成。　（刘　林）

白电三巨头去年营收均下降

行业低迷，使一直掌握市场话语权的白电巨头们也面临挑战。近日，海尔、格力、美的相继发布2015年业绩报告。去年，三巨头的年度营业收入均下降，是近三年来首次。

营收下滑幅度最明显的是格力电器，同比下降29.04%，比上一年缩水420余亿元。归属母公司的净利润下滑最明显的是青岛海尔，同比下跌19.42%。相较之下，美的集团的营收和净利润数据理想得多，总营收仅同比下滑2.28%，归母净利润同比涨幅高达20.99%，远超同行表现。

与彩电等“黑电”企业市场竞争激烈、利润日趋稀薄不同，在国内家电市场，几大白色家电巨头一直掌握着市场的主导地位。但是，在过去的一年，白电行业也受到经济增速放缓的影响。数据显示，2015年国内白电企业家用空调产量10385万台，同比下降12%，累计销售10660万台，同比下降8.6%。

相比冰箱、洗衣机等产品，空调和商品房销售的关联性更强，加上发动多起价格战，产品结构较为单一的格力业绩下滑也就更加明显。

不过，有业内人士表示，财力稳健的格力电器仍然是投资者强大的“现金奶牛”，甚至吸引了其“老对手”。格力年报显示，持股排名第10位的是宁波普罗非投资管理有限公司，其法定代表人为美的控股股东何享健之子何剑锋。　（刘映花）

中国最低时薪直追韩国　在华韩企负担加重

据韩联社5月1日报道，韩国贸易协会北京代表处发布的报告显示，2015年中国五大城市每小时最低工资标准平均为18.4元，相当于韩国的59.2%。和2010年(40.3%)相比，与韩国的最低时薪差距拉近了近20个百分点。

具体来看，中国五大城市每小时最低工资标准为北京18.7元、上海18元、天津18.5元、深圳18.5元以及广州18.3元。考虑到中国劳动者享受的福利种类更多，上述比例实已达到韩国的70%左右。在2016年公布工资标准的6个地区中，上海的月最低工资标准最高，为2190元，2010年至今年均上调11.8%。这就表明中国已不再是廉价劳动力市场。

报告指出，提升生产率水平成为在华韩企的当务之急，以往韩企在华投资设厂倚重低薪优势，如今工资水平大升，优秀人才轻易跳槽，企业切身感受到的人工负担明显加重。

韩国贸易协会北京分部部长崔龙民(音)表示，随着中国工资的上涨，离职率也有所上升。鉴于此应当通过研修和与韩国业务交叉培训等方式提高生产率，建立与中国当地员工工资水平和业绩相匹配的工资体系。　（欣　华）

专利拍卖招商公告

受专利权人委托，北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利权进行拍卖，欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com，或致电010-57110083索取详细资料。

1.一种折叠扇(ZL201420570607.9)
2.一种双人骑增速自行车(ZL201520262878.2)
3.一种柴油发动机供油系统(ZL201520877658.0)
4.一种高速高精高效动静压电主轴(ZL201520168844.7)
5.具有仿真动作的女性自慰器(ZL201220054318.4)
6.一种新型筒灯灯饰(zl201520888122.9)

5月4日上午，来自奥凯航空的波音737NG客机在湖北宜昌三峡机场降落，随后缓缓开进贝迪克·凌云(宜昌)飞机维修工程有限责任公司的维修厂房，开始为期5天的3C定检。贝迪克·凌云公司是由凌云科技集团与以色列宇航工业公司下属的贝迪克航空集团合资，于今年1月7日在宜昌签约组建，是中以两国首次合资组建民航维修企业。此次客机定检，标志着该公司正式运营投产。
中新社　周星亮　摄

戴尔拟590亿美元并购EMC

据国外媒体ZDNet报道，戴尔创始人兼CEO迈克尔·戴尔日前在拉斯维加斯举行的EMC World大会上宣布，今年晚些时候将完成对EMC的590亿美元并购，新公司将定名为“戴尔技术”。

迈克尔·戴尔说道，该公司的新名称意在“传达家族企业和技术能力均衡的感觉。在家族名称方面，我个人偏爱‘戴尔’。”

据悉，新公司的结构将由数个品牌组成，这些品牌全都将归属在一个私有架构之下，尽管当中有部分业务上市。

迈克尔·戴尔说，正当其它公司纷纷“寻求通过精简业务来取得成功”，戴尔和EMC则反其道而行之，合并后的公司将能够提供“下一次工业革命所需的基础技术结构”。

他表示，新公司的客户服务将定名为“戴尔”，强调戴尔PC的品牌资产。与此同时，合并后的企业业务将名为“戴尔EMC”。

他说道，作为一家实施私有结构的公司，“我们能够投资公司长远的发展，而不只是未来一个季度的发展。”戴尔和EMC形成互补，“甚至连我们的文化也很相似。”调查显示，戴尔和EMC最主要的5项文化属性是一样的，其中居首的是“客户导向”。

他表示，合并交易仍在进行当中，进展符合最初的条款和时间表。

该交易已经在数个主要的市场获得监管部门的批准，其中包括美国和欧洲(目前尚缺中国)。戴尔上个月提交了第三份经修订的委托声明书，一旦该声明书获得美国证券交易委员会(SEC)的批准，EMC股东投票表决即可启动。之前业内人士认为该股东投票表决将于5月进行，但现在来看更有可能会在6月发生。
（乐　邦）

◆ **商会动态**

江苏省国际商会举办“走进泰国”系列活动

近日，由江苏省贸促会(国际商会)和泰国国家投资促进委员会联合主办的“走进泰国”系列主题活动在扬州举行。

活动期间，举办中泰经贸合作与投资研讨会，省内医疗器械、机械、电子等行业70余名企业代表参会。期间，扬州市副市长汪志坚表示，扬州正积极响应国家号召，加强与“一带一路”沿线国家合作，希望通过此次研讨会的契机，引导和鼓励更多的扬州企业赴泰国开展经贸合作，全面推动双方的经济贸易和投资合作。江苏省贸促会(国际商会)副会长丛苏峰表示，江苏与泰国经贸合作已逐步形成多层次、多渠道、全方位的合作格局，希望与会企业抓住此次双向投资交流的契机，积极开展经贸合作，进一步扩大扬州与泰国的合作空间。

泰国投资委代表团一行深入考察了牧羊集团、恒春电子、金世缘乳胶制品、美德莱医疗器械和迈安德集团5家拟赴泰国投资的企业。　（毛　雯）

◆ **会员新闻**

工行在美成功发行首张信用卡

中国工商银行日前在美国纽约成功发行了首张银联品牌信用卡。这不仅是中资商业银行首次在美国自主发行信用卡，也是在美国市场上首次推出的银联品牌信用卡。同时，工商银行还与中国驻纽约旅游办事处签署了中美旅游年合作协议，将为“2016中美旅游年活动”提供专业可靠的金融服务支持。

中国工商银行副行长王希全在信用卡首发仪式上表示，此次工银信用卡在美国首发，是工商银行促进中美经济交流、助力中美旅游年、服务美国本土客户的一个有力举措。美国是信用卡的发祥地和全球信用卡最重要的市场，在美国发行信用卡对银联和工商银行来说都是国际化发展的重要一步，对中国银行业服务链条的全球化延伸及国际市场地位的提升具有重要意义。

目前，工商银行信用卡发卡量已经超过1.1亿张，稳居全球第三大、亚洲第一大发卡银行。作为全球唯一与银联、VISA、万事达、美国运通、JCB、大来等六大国际卡组织合作发行信用卡的商业银行，工商银行已经在亚洲、欧洲、大洋洲、北美洲、南美洲的22个国家和地区成功发行了信用卡。

中粮我买网五仓同开　冷链布局向区域性纵深发展

日前，中粮我买网沈阳、郑州、南京、福州、成都5个仓储中心同步启用，标志着我买网冷链体系建设已从全国性布局向区域性纵深发展，冷链这个生鲜电商最核心的竞争环节也已从单纯比拼配送速度，升级到了比拼配送范围、配送效率和产品品质等用户关注的更高层面。

新开仓库进一步丰富了五大区域的生鲜食品种类，方便用户更快速便捷地品尝到来自全球的生鲜美食。我买网负责人表示，今后还将继续完善全程冷链，加大对冷链技术和保鲜技术的研发，依托中粮集团在全球的采购网络，为用户打造更安全、更便捷、更有品质的美食新体验。

历经三轮融资后，我买网已迅速完成全国性冷链布局。目前，其生鲜配送可覆盖全国192个主要城市，下半年还将有5个区域仓储中心投入使用，今年我买网冷链配送范围将扩展到300个以上城市。
（本报综合报道）

虽败犹荣 余音不绝

雅虎衰落启示录

■ 方兴东

肢解和抢购雅虎，近来成为业界最关注的话题之一。这个当年互联网的第一旗帜，今天沦落到这个地步，当然是令人唏嘘的事情。雅虎虽然今天衰落了，但是其在互联网历史上的地位却不可低估。

曾经的开拓者

雅虎的第一个重大成就，就是开创了互联网第一个重大的商业模式，那就是门户模式。过去20年，雅虎一直是全球第一网络媒体，第一个真正成功的互联网内容公司(之前的网景主要是互联网软件服务公司)。门户模式以广告收费实现用户免费访问的模式，几乎奠定了整个互联网的基本模式，影响深远。同时，雅虎是中国互联网浪潮崛起的第一榜样，也是最早进入中国，并且开始大投入的美国互联网企业。

其第二大成就是，雅虎在11年前投资阿里巴巴的决策，迄今为止是互联网领域最成功的战略投资，也堪称最成功的中国战略。杨致远迄今也是华人在互联网界最成功的创业典范之一。

当年，雅虎的成功来源于两位创始人，他们在互联网早期敏锐地捕捉到网站导航和内容的重要性，并且开创了内容免费、广告收费的门户这一互联网领域最早成功的新商业模式。当时，雅虎在网站导航、搜索、网络新闻和电子邮箱等方面，都是引领业界的。雅虎财经、雅虎体育等，当年都是很多人的当然之选。所以，可以说，早期中国互联网第一次浪潮中最成功的、以新浪、搜狐、网易为代表的三大门户都是雅虎的追随者和模仿者。十多年来，雅虎都是全球互联网流量最高和人气最旺的网站，直到2009年才由谷歌得以超越。所以，在中国互联网领域，雅虎不但是榜样，也是偶像。

落伍的价值观

雅虎走向衰落，根本原因是价值观未跟上发展潮流。多年来，职业经理人而不是创始人主导公司的发展，使得公司在一波接一波的变革和创新浪潮中，逐渐落伍。迄今为止，互联网领域最成功的公司基本都是创始人主导，无论是国内的BAT还是美国的谷歌、脸谱和亚马逊等三巨头。创始人使公司创新的价值观能够一以贯之，在快速变化的创新浪潮中，能够不断自我革命。因为雅虎过于成功，两位创始人杨致远和费罗很早失去了公司的主导权。依赖于一波波职业经理人的努力，它从成功企业最终沦为边缘化的命运并不奇怪。1995-2001年期间，担任雅虎CEO的蒂莫西·库格尔，与两位创始人形成了三位一体的最佳组合，与谷歌非常相似。库格尔将一个年轻的创业公司带到了互联网巨头的高度。可惜，互联网寒冬来临，将他也掀翻了。2001-2007年期间，担任CEO的特里·塞梅尔，带着鲜明的好莱坞传统媒体特征，将雅虎带上了一条错误的窄路上。随后，2007-2009年期间的杨致远、2009-2011年期间的卡罗尔·巴茨、2012年的斯科特·汤普森以及2012年至今的现任CEO玛丽莎·梅耶尔，都无人能让雅虎再回到互联网的主航道来，其中不乏忙中添乱的辛酸泪。

不过，眼下对雅虎感兴趣的竞购者还是不少，有40多家之多，包括传统电信运营商威瑞森、德太投资以及贝恩资本等，也有日本电商巨头乐天株式会社，甚至一度传出谷歌也有兴趣。雅虎的核心业务究竟花落谁手，还是很值得关注。

创新的力量

当然，互联网革命远未完成，依然处于快速变化和演进的过程中。所以，这个阶段，互联网的本质精神以及商业成功的精髓，依然是创新！从最早以浏览器崛起的网景，到随后崛起的门户雅虎和电子商务的亚马逊，再到搜索引擎的谷歌，到社交网络的脸谱以及今天的推特、优步和空中食宿，新的公司在创新中崛起，老的公司在创新中与时俱进。这方面最成功的案例大概是亚马逊，这家和雅虎几乎同时诞生的电子商务公司，也堪称骨灰级的互联网公司，但是，亚马逊在电子书方面几乎变革了整个出版行业，而它最成功的就是今天最大的风口——云计算。亚马逊在云计算方面是最早的开创者，也是今天的领先者。它通过开创性的创新，手中紧紧掌握着下一个十年的船票。

（作者系互联网实验室创始人，海外网特约评论员）