

中国企业如何赢了世界杯

大企业的战略与小商品的门道

■ 本报记者 姜业宏

“7家企业,53亿元赞助费”“今年,中国赞助商的数量从4年前的1家增加到7家,并覆盖三个赞助级别,创下本土企业赞助世界杯的历史新高”“中国选票贡献排名世界前列”……无论世界杯赛场上是否有中国队的身影,中国影响力已经实实在在地刻在本届世界杯的赛场上。中国足协常务副主席、国际足联理事张剑认为,借助世界杯,“中国品牌正在走向更高的国际舞台”。

大企业布局品牌战略

研究公司 Zenith 的调查显示,中国品牌在2018年世界杯期间的广告投入达8.35亿美元,占中国广告市场的1%。2018年世界杯期间的广告费用总计24亿美元,中国品牌的广告投入占近40%,超过所有其他国家。

“官方赞助商”海信通过推出限量版电视和在世界杯足球场悬挂显示屏进一步扩大品牌知名度;vivo则为俄罗斯世界杯推出了限量版智能手机;蒙牛推出FIFA官方指定饮

料,提供给选手和观众。

据统计,企业品牌知名度每提高1%,就要花费2000万美元的广告费。而借助体育赛事,同样的花费可以将知名度提高10%。因此,赞助世界杯对于渴望进一步提高全球知名度的企业来说是一笔划算的生意。

在成为世界杯赞助商后,今年第一季度,在中国电视行业普遍不景气的大背景下,海信电器营业收入达到78.11亿元,同比增长16.54%。雅迪电动车在2月初成为亚洲区域赞助商后,在电动车销售淡季成功逆袭,第一季度营业收入同比提升59%。

“与欧美等跨国公司相比,中国企业的品牌国际化程度相对较低,而通过赞助世界杯这样的全球顶级赛事IP,最重要的价值就是能够帮助企业实现国际化。”北京关键之道体育咨询公司CEO张庆这样阐述大企业的世界杯品牌逻辑。

其实早在世界杯初期,通过赞助赢得世界杯的例子已不胜枚举

——1950年成为巴西世界杯赞助商之后,可口可乐销售额即翻倍,成为其营销史转折点之一;1974年德国世界杯,阿迪达斯彻底奠定了世界顶级运动品牌的形象;2002年韩日世界杯,现代汽车成为官方赞助商后,其在美销量大涨40%,品牌认知度从32%—一跃跃升至67%。可以说,欲通过世界杯打响世界品牌的中国企业,虽然不是最早,但决策着实正确。

小企业摸索销售门道

除了大企业抓住俄罗斯世界杯难得的机遇、搭建起中国品牌盛宴之外,无处不在的中国商品也成为世界杯赛场内外一道亮丽的风景。而作为中国“小商品之都”的浙江义乌,自然成为世界杯的另一片火热赛场。

据义乌海关统计,1—5月,义乌市出口足球类等体育用品13亿元,同比增长14.8%;出口旗帜类产品5.5亿元,同比增长13.6%;出口玩具41.2亿元,同比增长7.3%;出

口假发1.1亿元,同比增长21.9%。同期,义乌对巴西等夺冠热门国家出口也有不同程度增长:对巴西出口27.9亿元,同比增长34.8%;对阿根廷出口5.8亿元,同比增长25.9%;对西班牙出口12亿元,同比增长10.7%。可以想象,世界杯赛场内外,球迷们挥舞、摇动的小商品,多数出自中国义乌。

与众多批发价只有不足一元的国旗、喇叭、帽子等小商品相比,本届世界杯吉祥物“扎比瓦卡”的授权企业——中国的杭州孚德品牌管理有限公司摸索出中小企业涉足世界杯的另一条门道。“扎比瓦卡”的市场零售价为128元,而它的定价权则掌握在孚德公司手中。自2013年7月,孚德成为国内首家直接从国际足联获得世界杯吉祥物官方授权的企业后,每四年一届的世界杯便成了他们工作的重中之重。

“做传统贸易时,我们没有定价权在手上,主动权都在客户手上,有时候你比人家价格高1%,可能订单就没了。而拿到授权后,预计利

润会是原来的两三倍。”孚德董事长李宏透露。

从南非世界杯“呜呜祖啦”,再到巴西世界杯上的“卡塞罗拉”,在这两个加油神器的全球流通链中,承担了大半产量的浙江制造商仅有微利可寻,始终处于最下游。目睹了行业困境后,孚德借助世界杯这样的体育赛事IP向品牌授权商寻求转型。

借助拿到世界杯IP授权的东风,再加上站在国内体育产业蓄势待发的风口,孚德也开始将目光转向国内市场。“我们从2017年开始接洽国内足球俱乐部,目前拿到了北京国安的授权。”孚德市场负责人李智佳说,国内未来还有很大运作空间。

相比之前做微薄利润的传统外贸,借助世界杯,孚德现在的舞台反而更大了。俄罗斯世界杯上,像孚德这样的“中国元素”还有很多,他们告别传统的贴牌代工,不仅从世界杯获利,也成功打开通往世界的一扇窗。

从“没人要”到“抢着要”——看广垦橡胶如何拓展国际市场

■ 常理



用“举步维艰”4个字来形容。“国外的政策环境、政治环境、风土人情与国内完全不一样,农业又是高风险行业,我们的每一步都是在摸索中前行。”

2005年,广垦橡胶组建了第一支海外队伍,走进泰国的沙墩府,与当地橡胶企业展开合作,以参股方式在海外生产橡胶。然而,现实却没有他们想象得那么简单,泰国作为世界上橡胶生产大国,其橡胶行业被四大家族企业把控,外来企业根本进入不了泰国橡胶业的“核心圈”,生产出来的橡胶产品卖不出去,更卖不上价。“那时我们的销售人员为了推销橡胶产品,到轮胎厂大门口与保安拉关系,然后混进去找到销售部门,向人家推介自己的产品。刚开始时提供样品让人家免费用,用得好了再合作。”杨福云说。

在广垦橡胶开拓海外市场过程中,这样的事情不胜枚举。凭借坚韧不拔、勇于探索的“农垦”精神,广垦橡胶逐步在泰国橡胶业站稳脚跟,2007年又在泰国的董里府建厂。随后,广垦橡胶还在马来西亚、柬埔寨、印尼、老挝、新加坡等东南亚国家开辟橡胶种植基地和加工厂、创建国际贸易公司,逐步树立起良好的企业形象与品牌影响力。相关国家都十分欣赏和信任这位勤劳能干的“中国合伙人”。

杨福云告诉记者,广垦橡胶始终服从于国家战略和外交大局,服从于农垦农业主导产业对外延伸的国际化经营战略,服务于项目所在国的经济社会发展规划。为此,广垦橡胶提出了“低调进入、先易后难、务实推进、早见成效”的十六字方针。在投资区域方面,选择与中

国外交关系良好、政治社会环境稳定、项目所在地发展规划与垦区优势产业形成互补的国家;发展策略是“先主要产胶国,后次要产胶国;先投入加工业,后发展种植业;先控有现存资源,后开发未来资源”。

杨福云说,农业企业走出去既要产生经济效益,更要融入当地社会,实现互利共赢,共享发展。“在泰国,我们定期支持当地社区举办公益活动;在柬埔寨桔井省,当地教育资源匮乏,我们投资兴建了‘胶林学校’,为当地职工、周边村庄的孩子传授文化知识;在马来西亚砂朥越州,我们与当地‘长屋’居民建立良好的关系,亲如一家人。”

2016年,对于广垦橡胶的发展来说,是至关重要的一年。这一年,广垦橡胶收购了世界第三大橡胶生产商泰国泰华树胶公司,成为其控股股东。由此,广垦橡胶的年加工能力达到了150万吨,规划种植面积150万亩,成为全球最大的天然橡胶全产业链经营企业。

杨福云认为,收购泰华的意义重大。从国家宏观战略上来讲,此举可大幅提升我国天然橡胶的供应保障能力,增强我国在全球天然橡胶领域的定价权和话语权;还可打通东南亚农业资源陆路进口的战略通道,具有重大的经济、外交、国防战略意义,是深入推进落实“一带一路”建设和中央关于农垦改革33号文件精神的具体体现及重要举措。

从企业战略层面考虑,这项收购顺应了全球橡胶产业加速整合和资源加速集聚的大趋势,是积极进军国际市场的迫切需要。同时,借助泰华公司国际知名品牌和准上市企业的优势,通过有效整合,迅速占领国际高端市场,实现海外上市,大幅提升国际竞争力和品牌影响力。

◆ 市场前沿

中国医学装备市场 将有更大发展空间

本报讯《中国医学装备发展状况与趋势(2018)》(中国医学装备绿皮书)近日在江苏苏州发布。绿皮书指出,中国海关数据统计,2017年中国医学装备进出口总额420.6亿美元,同比增长8.1%。

绿皮书指出,中国医学装备市场规模从2013年的3556亿元增长到2017年的6500亿元,一直保持高速增长。书中列举的7家国际知名医疗器械生产企业,其在中国主营业务收入增速均超过国际市场。

绿皮书称,受中国卫生健康需求逐步增加、医疗卫生机构数增多、老龄化与疾病谱改变等因素的驱动,并伴随“互联网+”和“远程医疗”等新模式的拉动以及医疗卫生保障体系建设向基层拓展,预测中国医学装备市场还将会有较大的发展空间。(钟欣)

《2017年中国 进口食品质量安全状况》发布

本报讯 海关总署日前发布的《2017年中国进口食品质量安全状况》显示,随着我国居民生活水平不断提高,对进口食品需求逐年增加。2017年,我国共进口食品贸易额达582.8亿美元,同比增长25.0%,近5年进口食品贸易额年均增长率为5.7%。

2017年,食用植物油、乳粉、肉类、水产品等大宗产品进口量分别达941.9万吨、132.4万吨、427.4万吨、408.9万吨,进口食品安全已经成为保障我国消费者安全的大事。

2017年,我国从187个国家(地区)进口食品142.9万批、5348.1万吨,582.8亿美元,同比分别增长7.9%、36.5%和25.0%。其中进口食品贸易额列前10位的分别为:欧盟、美国、新西兰、印尼、加拿大、澳大利亚、巴西、马来西亚、俄罗斯和越南;肉类、油脂及油料类、乳制品类、水产及制品类、粮谷及制品类、酒类、糖类等为主要进口食品种类。

海关总署进一步完善进口食品安全监管体系,严格进口食品监管,大力落实进口食品生产经营主体责任,积极推进食品安全国际共治,有效地保障了进口食品安全,全年没有发生重大进口食品安全问题。2017年共从94个国家(地区)检出不符合我国法律法规和标准、未准入境食品6631批,4.9万吨,共计6953.7万美元,其中,主要是饮料类、糕点饼干类、糖类、粮谷及制品类、酒类;不合格主要原因包括:品质不合格、证书不合格、标签不合格、食品添加剂超范围或超限量使用、微生物污染等。

(何春中)



更好发挥投资的关键性作用

■ 林火灿

合评判,也在一定程度上会对投资造成一定的影响。

不过,我们也要看到,我国是世界上最大的发展中国家,仍处于工业化和城镇化快速发展阶段,固定资产投资仍然有着巨大的空间和潜力。从基础设施看,我国交通、水利、能源、信息、管网等基础设施领域仍然存在不少“短板”,发展不平衡不充分的问题还比较突出。从产业发展角度看,我国要优化供给结构,实现质量变革、效率变革、动力变革,就必须改造提升传统产业,培育壮大新兴产业,发展服务业特别是现代服务业,这都需要增加有效投资。今年的《政府工作报告》提出,要“顺应居民需求新变化扩大消费,着眼调结构增加投资,形成供给结构优化和总需求适度扩大的良性循环”。

要发挥好投资对优化供给结构的关键性作用,首先需要灵活运用

“疏堵结合”的宏观政策搭配,精准引导要素资源向新兴产业配置。继续推进去产能,对产能过剩行业要削减投资力度,对新兴产业要加大投资力度,使要素资源更多流向高科技、高附加值行业。要通过拆解影子银行、规范资管市场,切断僵尸企业和产能过剩领域的隐性资金脐带,为新兴产业腾挪出市场空间和杠杆空间;同时,应缩短资金链条,以降低实体经济的融资成本。

其次,要管好用好预算内投资,更好发挥积极财政政策效应,突出抓重点、补短板、强弱项。要进一步加强水利、铁路、公路、水运、航空、管道、电网、信息、物流等基础设施网络建设,特别是要加强中西部地区的重大基础设施投资,进一步加大在补齐民生短板领域的投资,使投资更好地增进民生福祉。创新政府投资方式,通过投资补助、资本金注入等方式撬动民间资本参与重点

◆ 企业动态

速卖通 加速布局俄罗斯

俄媒称,阿里巴巴集团旗下的速卖通同Dynamic Parcel Distribution(DPD)合作,从7月19日起开始送货至提货点和自助取件箱。

该公司希望,俄罗斯买家能更快收到包裹。取货新形式在俄100个城市的1800多个自取提货网点启动。开始阶段在自助取件箱内可以收取300多万件最流行的电子产品和服饰类商品。

从7月19日起,莫斯科消费者将享受到速卖通旗下天猫俄罗斯站的免费当日达服务,服务覆盖电子产品和家用电器这两个最热门品类。据悉,这也是俄罗斯当地第一次迎来免费高质的“当日达”服务。

“当日达”的基础在于海外仓。7月,菜鸟网络科技有限公司(该公司由天猫控股)正式启用了位于多莫杰多沃机场附近的全新海外仓,面积超过2万平方米,是莫斯科最为领先的物流仓储中心之一。

智能物流骨干网已经深度影响了俄罗斯的物流效率。仅仅在5年前,国内包裹通往俄罗斯的妥投时效还长达60天。经过菜鸟5年来的努力,俄罗斯的物流服务已全面完成数字升级,包裹平均时效已提升至平均10天。

目前,菜鸟已在莫斯科、吉隆坡、列日、迪拜、香港、杭州等6个城市陆续布局eHub,通过这些关键节点布局世界级的数字枢纽,一张“全球72小时必达”的智能物流骨干网正形成雏形。

中资进军西非拓展商机

外媒称,中国多年来投资援建非洲,目前已是非洲最大的投资来源国。中国在非洲的投资历来主要集中在北非、南非和东非,不过近期中企开始把触角延伸至投资环境获得改善的西非国家。

当西非国家科特迪瓦经济首都阿比让招标兴建一座跨湖大桥时,18家投标企业当中,10家是中国企业或是有中资入股的公司。招标结果今年5月公布,赢得工程的是中国建筑工程总公司。

报道称,南非标准银行企业与投资银行部主管班尼指出:“来到非洲法语地区寻找投资项目的中企越来越多,每两个月就会有代表团抵境。”

根据美国约翰霍普金斯大学统计的数据,中国对科特迪瓦的贷款在2010年至2015年间激增1400%至25亿美元(约34亿美元),对另一个西非国家塞内加尔的贷款飙升1268%至近14亿美元。

报道称,中企目前主要把目光投向科特迪瓦,因为该国先前政局动荡,错过了中国的非洲投资热,直至2011年新政府上台之后,科特迪瓦经济起飞,才推出众多基建和能源项目。

报道称,科特迪瓦将其数十年来首个水电站苏布雷水电站的建设项目交给中国水利水电集团时,规定工作用语必须是法语,中国劳工最多只能占劳动力的20%,水泥等建筑原料须在当地采购。(本报综合报道)

建设。对属于竞争性领域的产业,可由直接支持具体项目改为设立投资基金,吸引社会资本投入。

再次,要进一步激发民间投资的积极性。加快推进简政放权、放管结合、优化服务和营改增等改革措施落地,落实鼓励民间投资政策措施,在铁路、民航、油气、电信等领域推出一批有吸引力的项目,务必使民间资本进得来、能发展。

最后还应注意的,尽管投资增速放缓,但在一定程度上恰恰符合我国转方式、调结构的目标要求。因此,在强调发挥投资的关键性作用时,必须改变经济增长对投资的过度依赖,不能盲目贪大求快,更不要让粗放的投资拉动模式回归;同时,应继续重申财政纪律,规避个别地方政府的无序举债行为,对地方债风险保持高度警觉,建立风险警示提示机制,对造成严重后果的要严厉惩处。