

中小企业海南探讨“突破之路”

文/陈超

十八大报告明确指出：“中小企业、小微企业是中国经济发展的动力所在，是我国市场经济体系中最具创新活力的‘经济细胞’。然而，金融危机以来，经济复苏之路曲折多变，中小企业自身也存在诸多问题，制约着中小企业的成长。在此情况下，中小企业的发展需要引起社会各界的广泛关注，从而帮助中小企业实现可持续发展。”

12月10日在澄迈闭幕的“2012年APEC中小企业峰会”，正是以“突破之

路”为主题。这传递出会议主办方海南及澄迈地方政府对中小企业发展的高度关切，和借助中外政商界精英的智慧，为海南中小企业发展及地方经济发展的努力。

正如此次峰会通过的《澄迈宣言》所言，当今世界经济局势总体向好，但全球经济复苏缓慢，下行风险依然较大。中小企业在促进就业、活跃市场、改善生活等方面起着不可或缺的作用，由于信息不对称及融资渠道的匮乏，中小企业的发

编者按“2012年APEC中小企业峰会”12月8日至10日在海南澄迈举行。峰会的召开，使得中小企业的生存发展状况得到社会各界的高度关注。本次峰会的主题为“突破之路”，超过800位来自跨国公司、中小企业、政府机构的代表及海内外各界精英共聚海南，围绕“资本通道”、“实业”、“海外市场”、“品牌与文化”等焦点议题展开探讨，包括“时尚”、“物流”、“移动应用”、“社会化媒体”以及“海洋经济”等备受关注的特色话题成为本届峰会的重要亮点。现特精选本届峰会上国内外专家精彩观点选登，敬请关注。

展面临很多挑战。作为亚太地区级别最高、覆盖面最广、各成员国经济体参与度最深的行业盛会，峰会要为亚太地区中

小企业发展提供重要的沟通、交流平台，促进亚太地区中小企业间交流，支持中小企业获得与大企业同等的待遇或优惠

于大企业的待遇，倡导政府出台更多促进企业跨区域合作的经贸政策支持和便利措施。

“海南正在落实国务院刺激中小企业发展的有关政策，在财税、金融、技术创新、市场开拓、社会服务和权益保护等方面给予积极扶持，帮助中小企业克服困难、持续发展。”在2012年APEC中小企业峰会开幕式上，省委副书记、省长蒋定之峰会中国际经济交流中心副理事长兼秘

书长魏建国建言，除技术创新外，中小企业的成长还须提高专业、个性化服务水平。英特尔中国董事总经理黄节提出，中小企业应高度重视质量流程控制建设，积极谋求进入跨国公司强大的产业链和供应链，才能实现突破发展。

当北方大地风雪交加时，海南温暖的阳光、湿润的空气，能给焦灼的心灵以沉静力量。首次落户澄迈的“2012年APEC中小企业峰会”，也让关注中小企业发展的人们，看到了希望的方向。



银河证券首席总裁顾问、经济学家左小蕾

银河证券首席总裁顾问、经济学家左小蕾：减税政策要真正落实到中小企业

机后，美国经济的成长方式是要改变的。因此，中国经济对出口的依存度受到了很大的挑战。

国内的形势，我的观点是中国经济根本不存在硬着陆的问题。只是人们的思维停留在高增长的偏好上，不能接受中国经济正常放缓的事实。过去高增长建立在人口红利的比较优势上，随着经济的发展，中国劳动力成本大幅提高，这对中国经济的潜在增长率会产生非常大的影响。

在这种情况下，中国经济放缓是非常正常，非常符合规律的。

那么潜在增长率的水平是多少呢？中国现阶段如果没有大规模的技术进步，进一步的制度性红利释放，在现在的投入产出比下，中国的潜在增长水平的区间应该在7%到8%之间。

今年十八大以后，要按照科学发展观、按经济规律来发展，作为经济学家，我们希望平稳的过渡，这样才不会因为短期的高速增长带来结构调整上更大的问题。

据报道，现在的一些地方政府都有投资

的冲动，而且各方面也都在等待着利好的政策释放出来，进一步拉大投资。我个人认为这非常危险。

尽管按照规律发展，在正常的情况下政策最好是“放水养鱼”。但在危机下，我认为，明年宏观调控的政策会以积极的财政政策为主，体现在可能会有一定比例的减税。最重要的是怎样落实到位，真正的落实到中小企业的主题中来，调动中小企业投资意愿，增加他们的利润和收益。

另外还有货币政策，稳健仍然是货币政策的基调，但实际上从今年第三季度的数据可以看出，货币量的增长已经超过了GDP的5.3%，这个不是稳健，而是宽松。需要注意的是明年受全球资本的流入，大宗商品价格的上升，对中国产生的输入性通胀的影响，对中国新兴市场国家资本流入的压力，通胀的压力，在2013年会显现。所以货币政策也应该保持非常大的宽松。

而未来的所谓第三次产业革命，能源加上高速网络的变化，可提供非常多的机会给中小企业。



渣打银行大中华区研究主管、首席经济学家王志浩

渣打银行大中华区研究主管、首席经济学家王志浩：中国房地产行业进入复苏周期

个转型的趋势。从制造业到非制造业再到服务行业，这是中国需要走的一条行业转型之道。

中国经济的增长一大部分来自于固定资产投资，如果要检测固定资产投资周期的话，可以看水泥、钢材、发电量的增长率，最近两个月，国内水泥和钢材的增长率已经开始有反弹，我们认为将持续增长下去。

反映中国经济的各项数据中，领先的指标是房地产。近几年大家都关注房地产市场，到目前为止，这个行业已经进入了一个复苏的周期。中国最大的35个城市，楼市成交量今年一直保持很健康的水平，这个行业会拉动包括买车、家装、家电等在内的很多消费行为。如果开发商要开发新的项目，也会拉动钢材、水泥、玻璃等行业。

在房地产库存预测上，一线城市库存已经转好，到明年二月份，会消化掉大量的库存；二线城市包括天津、大连、青岛等，目前的库存量情况还比较严重，但

如果能维持现在的成交量，到明年库存量都会继续下降。

明年的外需和今年差不多，对中国的出口商来说，这个痛苦要等到2014年才会有结束的迹象。

中国的消费因为今年制造业缓慢而减缓了很多，但还有一定的涨幅。我们认为明年中国的CPI(消费物价指数)会达到4%到5%左右。有几个原因，包括食品价格，尤其是猪肉价格，总体来讲还是高企的；中国明年可能开始加息。

中国的城镇化目前是50%左右，城镇化指标涨的时候，GDP要涨，GDP涨的时候，城镇化指标也要涨。我们认为接下来五年，GDP的增速在7%到8%之间，但不能只靠城镇化。投资房地产需要对经济模型、增长模型做出大的调整，尤其是会涉及到户籍改革，这就需要引发财政、土地、国有企业、银行、利率、汇率等一系列改革。期望看到明年出现很多新的改革。



中国国际金融有限公司总经理陈十游

中国国际金融有限公司总经理陈十游：PE要学会寻找成长性企业

量2011年底达到4.77万亿，而整个证券基金的融资量才2万多亿。这导致VCPE自己也产生很大问题，很多时候有点类似于抢钱、投机。看着要上市了，很多人跳进去投一把，基本上是投机的生意。但是从常态的情况下看，欧美做了几十年的VCPE，他们很分散，有各种各样的基金，有投很早期的基金。

有次我去美国的硅谷，硅谷一家基金负责人这样告诉我们他们的投资理念：美国的牛肉销量非常大，牛肉从哪里来？从牛过来的。牛从哪里来？牛要吃玉米这些饲料转换成牛肉，转换过程中60%能量是损失的，是巨大的浪费。有人发明了一种东西，可以把玉米饲料不经过牛的阶段直接转化成牛肉。投资基金觉得这是个主意，就投了一百万美金。这件事情在中国现在不可能发生，没有人大胆投这个东西。

大家前一段集中在成长性企业阶段，现在觉得成长性企业竞争激烈，大家要考虑自己专长在什么地方，专长在VC还是更早期的，是天使阶段的或者成长性，或者往后走兼并购收购的企业。我们力争的方向是做成长型企业后面的阶段。

另外，我们在募一些早期VC的基金，往前阶段走，把产品做到更精细化、专业化，我们对医疗、消费、节能减排、高科技等行业看得比较多，希望在这些专业把行业上下游都理得很顺、很清楚，才能够比较谨慎地投资。另外在退出机制上，不一定要上市才退出，最近尝试了兼并收购退出，卖给战略投资人、专业化基金，这也是我们未来的方向。

另外，我们在募一些早期VC的基金，往前阶段走，把产品做到更精细化、专业化，我们对医疗、消费、节能减排、高科技等行业看得比较多，希望在这些专业把行业上下游都理得很顺、很清楚，才能够比较谨慎地投资。另外在退出机制上，不一定要上市才退出，最近尝试了兼并收购退出，卖给战略投资人、专业化基金，这也是我们未来的方向。

另外，我们在募一些早期VC的基金，往前阶段走，把产品做到更精细化、专业化，我们对医疗、消费、节能减排、高科技等行业看得比较多，希望在这些专业把行业上下游都理得很顺、很清楚，才能够比较谨慎地投资。另外在退出机制上，不一定要上市才退出，最近尝试了兼并收购退出，卖给战略投资人、专业化基金，这也是我们未来的方向。

另外，我们在募一些早期VC的基金，往前阶段走，把产品做到更精细化、专业化，我们对医疗、消费、节能减排、高科技等行业看得比较多，希望在这些专业把行业上下游都理得很顺、很清楚，才能够比较谨慎地投资。另外在退出机制上，不一定要上市才退出，最近尝试了兼并收购退出，卖给战略投资人、专业化基金，这也是我们未来的方向。



中国银行金融总部(中小企业)总经理王建

中国银行金融总部(中小企业)总经理王建：应完善中小企业金融生态环境

业有需求，银行也想做，可中小企业融资难就是解决不了？

我觉得是我们国家的中小企业金融生态环境还没有建成。这需要从三个方面去解决：

首先是政府。政府有不可替代的责任和作用。特别在目前金融危机、经济环境不好的时候，政府应该帮助我们的中小企业。政府可以帮助中小企业减税，一些国外政府，帮助中小企业搭建论坛平台，甚至要求一些大企业买中小企业的产品，一般的产业链中，中间是大企业，产业上下游都是小企业；有国家政府规定，大企业不能拖欠小企业贷款；很多国家在金融危机的时候，小企业还不了款政府代还或者垫款。把金融环境建设好，政府有很多可以做，特别在减税这方面。

从银行角度说，中国银行有专门为中小企业服务的模式，以前银行都是要一些担保、抵押，正在我们正在研究不要担保、不要抵押，不财务报表、在做一些

农业贷款时，拿收入做保障，或者有一些专利、文化产业的，拿合同做银行的贷款保障。未来中国银行还会通过一些科技手段，让小企业登陆中国银行的门户网站，就可以直接申请，可以在网上去提交你的文件，可以在网上去批，可以在网上7x24小时使用中行的产品，可以通过网上视频交流，我觉得银行不能按照大企业的模式去做小企业的金融服务。

最后给中小企业提三个希望：第一，依法合规经营，守信。千万不要因为眼前的利益损害消费者，这是非常重要的。第二，财务。一些中小企业财务很不透明，希望政府帮助中小企业搭建能反映财务状况的平台。

第三，不仅要了解自己的生意，还要了解身边宏观环境，包括全球、中国、对未来的发展有好处。

总之，政府、金融机构、小企业三方共同努力，才能让金融生态环境越来越好。



敦煌网创始人兼CEO王树彤

敦煌网创始人兼CEO王树彤：中小企业要学会使用微品牌

第一，首先中小微企业需要走出去、需要有订单、有生意。

第二，在全球包括移动、社会化媒体的兴起，可以给中小微企业带来巨大的空间，可以摆脱传统企业建立品牌的路径。可以形成中小企业的微品牌。

第三，我们也倡议中小企业抱团，以中国成品的集体品牌走出去。中国在外贸出口方面黄金时代已经过去了。所谓过去“6+1”，中国在供应链里处在最低端，只能加工和生产。这样的出口模式我们的中小企业必须要改变，中小企业必须能够走进渠道，直接跟客户互动，了解客户的需求，才能谈上中小企业有自己的设计、自己的品牌。曾经有个在深圳卖耳机的小工厂，现在

已成长为年交易额超过三千万美金的品牌企业。它就是在美国的视频网站上卖单品耳机引爆卖点的。有个美国客户特别喜欢这款产品，就在优酷、facebook上营销。美国客户自编自导告诉粉丝们这款耳机性价比好，讯息立刻就在社交媒体上传开。就这样通过互联网、美国视频病毒化的传播，深圳小工厂的产品、品牌立刻在美国市场打响，订单源源不断。他说，我很难想象，如果在传统领域，要通过多长时间、花多长时间才能建立这个客户群体，这样的品牌效益、这种渠道。

对于中小企业来说，国际化的路径肯定不是像中国的大品牌，更多的是怎么抱团，更好利用国际化社交的发展，建立微品牌、建立集体的品牌。



中邮集团上海研究所所长周焕烽

中邮集团上海研究所所长周焕烽：中国呼唤快递物流业航母

其中民营快递企业业务收入量收增长超过了70%。这种快速的发展在当今世界少有的，很难找到第二个增长如此快的产业。

但国内物流业的飞速发展也带出了很多问题，首先是整个市场客户的需求不成数，客户对哪些是自己的核心需求，哪些是非核心需求，目前还不是很清楚。同时，我们国家现在有两千多个物流快递配送企业，但要应对如此飞速发展的市场，企业都没有准备好。市场不够成熟，政府监管不到位，企业面对如此快速的市场也没有做好准备。

这直接导致快递物流市场投诉率增长达到198%。目前，国内整个快递物流行业基本上都处于一个低成本的恶性竞争状态；企业

发展缺乏清晰的战略定位。大家都在飞速扩张、飞速发展，但是有的都是在同质化发展，同质化通过降低工资，用的压榨基层员工的劳动成本、劳动价值，用这种方法来获得企业的发展和利润。我认为这是不可持续的。

如果看看西方工业发达国家在二次世界大战以后，物流业和邮政业所走过的这些路，我们发现，必须通过管理的科学化提高企业的管理水平、运营水平，尤其提高企业的运营水平；走机械化、自动化来提高生产效率；通过信息化管理来稳定全网的质量来提高整个行业的管理水平。

国内快递行业很快迎来的大趋势是出现并购、大资本进入后进行的升级换代，形成几大巨头共同发展快递业。



2012APEC中小企业峰会12月8日至10日在澄迈召开。本版照片由王家专摄

北京吉芬时装设计有限公司董事长兼艺术总监谢锋：时尚产生需要伟大的消费者

化，这种洗脑过程使得我们消费当然会倾向于欧美的一些时装品牌。这是国内时尚界需要面临的很大突围

中国时尚的发展已经面临着一个非常关键的时期。中国从产品的制造到时尚

的制造面临几个大的瓶颈：时尚的瓶颈、文化的瓶颈、国策的瓶颈。我们有很多理念和国际上不太一样，使得我们品牌进入世界作为一个产品制造，而不是一个时尚制造。

银泰网CEO廖斌：传统零售业迎来变革

作为一个传统的零售业态，百货业目前能通过什么样的技术应用改变现状？我觉得首先是到线上来，进入电子商务，把线上线下的会员打通，非常精准地提供相关信息给客户。客户只要在商场里面打开WiFi，当客户感兴趣的品有了活动了，立即就能收到商场的相关信息。这样才能让客户发现，我们是最懂他的，才能增加

客户对店铺的黏性。未来的零售渠道，并不是零售商所设定的渠道，并不是你在商圈的中心，未来是以用户需求来定义的零售渠道，并不是单纯的在哪个商圈或者是一个什么样的运营，可能会在各种不同的环境中，这对于传统零售业其实带来了机会。

如果目前的零售业不做任何调整和改变，将会面临危机。

做传统零售业的，常有最大的感触是，并不知道在门口的用户是谁？他需要什么，或者是他喜欢什么。但是通过移动互联网、通过未来用户的一些携带的信息设备，我们可以知道客户来了，想要什么，我们有什么可以满足他。

这就是接下来的零售模式。如何去以客户为先，如何能够在发现识别和分析用户以后，能够给到用户精准的购买需求，这个一定是未来零售业变革的最重要的、最基本的环节。