

金融危机后期，中国大机遇时代即将来临

后危机时代的



企业篇

中国机会

16位知名企业家共献『中国机会』，
启示危机过后中国企业的发展

大量数据和事实告诉我们，当前全球经济已进入「后危机时代」，中国机会开始显现！
三一重工、格兰仕、俏江南、小肥羊……行业巨头议论危机过后中国企业将面临哪些机
遇？金融风暴过后，幸存者的竞争必将更加激烈，中国企业又将面对怎样的未来？

阳光卫视《阳光评论》栏目组◎编

后危机时代的 中国机会

【企业篇】



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

后危机时代的中国机会：企业篇 / 《阳光评论》栏目组编. —北京：新世界出版社，2009.8

ISBN 978-7-5104-0490-0

I. 后... II. 阳... III. 企业经济—经济发展—研究—中国

IV. F279.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第137390号

后危机时代的中国机会：企业篇

作 者：《阳光评论》栏目组主编

责任编辑：董晶晶

责任印制：李一鸣 黄厚清

出版发行：新世界出版社

社 址：北京西城区百万庄大街24号 (100037)

发 行 部：(010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总 编 室：(010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部：+8610 6899 6306

版权部电子信箱：frank@nwp.com.cn

印刷：保定天德印务有限公司

经销：新华书店

开本：720×1020 1/16

字数：150千字 印张：13.25

版次：2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

书号：ISBN 978-7-5104-0490-0

定价：23.80元

版权所有，侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页等印装错误，可随时退换。

客服电话：(010) 6899 8638

危机意味着艰难的调整，这是痛苦的；但危机同时又是一所大学校，能够启迪思想，这又是幸运的。从这个角度来看，目前有关走出危机的思考，仅仅只是一个开始。

——沈明高，《财经》杂志首席经济学家

在阳光下的思想碰撞，会迸发出发人深省的思想火花，无论是对话者还是旁听者，都会在这本书中找到继续思考的乐趣。

——金岩石，国金证券首席经济学家



为阳光卫视书系面市而自勉

阳光卫视董事长

为天地立心，为生民立命，为中华立言，为当代立德，为往圣继绝学，为世界启未来。秉笔直言，继往开来。

倡思想自由，邀群贤纵论天下；引学术争鸣，请百家点评古今。大众传播，公共平台。

铁肩担道义，镜头纪历史；妙手著文章，影像录春秋。民族窗口，国家像册。

虽知天下熙熙、皆为利来，天下攘攘、皆为利往，然若唯利是图，岂可名曰阳光卫视！

二00九年六月十二日于香港



编委名单

总策划：陈平

主 编：周勇 刘祥亚

丛书编委：王静 贾毓婷 陈奕新 余瀛波 卫威

节目编委：王涛 石卫岩 张瑞娟 赵永鑫 欧阳春丽

王冠明 刘利霞 赵晟 张宁 倪惠

周婷 王雪晶 由业迅 孟娜 丁高波

李静 马慎 李淑仪

推荐序

新华都总裁 张跃

六月的上海，在经过短暂的春意盎然之后，更显得生机勃勃！

傍晚的黄浦江畔灯火通明，世博会的筹建工程还在紧张地进行，钻塔的敲击声似乎能穿透整座城市。在过去的10个月里，尽管季节已经从隆冬跨越到了盛夏，但是城市的繁华与喧嚣却无法掩盖在经济严冬拷问下的垂死挣扎的企业，它们或许已奄奄一息，或许正浴火重生！

山雨欲来风满楼，持续繁荣多年的实体经济，在一片热闹之中静静地等待着衰退拐点的到来。这不是中国企业的第一个冬天。冬天对于某些企业来说，也许正是模式改变的天赐良机。于是，“如何过冬？”就成为所有都要面对和回答的问题。作为个人、领导者或是企业，如何在同样恶劣的环境中存活下来迎接温暖的春天，是静态地冬眠自守，还是动态地狩猎扩张，成为企业经济强化的一个转折点。

本书集结了阳光卫视专访恒天集团董事长张杰、商务部国际贸易经济合作研究院副研究员梅新育等众多企业家和学者对于企业过冬的独特观点，从房地产、家居、纺织、家电、新媒体等多行业入手，较为详实地描叙了寒冬到来时，企业的众生相，并且深入浅出地挖掘了企业过冬的本质与形成冬天



的原因，还以不同的视角为我们呈现出各种不同的过冬方式与策略。

攻守亦有道，采取“剩者为王”的稳健策略，或是“逆势出击”的进攻策略，我们如何蹒跚着脚跟过冬，能否抓牢站稳？希望这本书能够给正在苦苦挣扎的中国企业以启示。

2009年6月20日

前言 | Preface |

进入二季度以来，各国政府的强势介入已经起到了明显的效果，市场维持了相对充裕的流动能力，人们的信心开始逐渐恢复。从中国到美国再到英国，似乎传来的所有信息都是令人振奋的，数据显示，世界主要国家的经济已经触底反弹，金融产品和市场的流动性也开始增加，全球股市大幅上涨20%以上，主要商品价格的涨幅更是在40%以上。似乎金融危机已经过去，就连最谨慎的人也开始打算要重新杀回股市，收复失地。

事实真的如此吗？我们认为，从实际情况来看，**当前的经济形势充其量只能说是进入了“后危机时代”，危机只是处于一种被控制的状态，还远未完全消解。**

但危机被控制住了是否意味着全球经济从此就会扶摇直上了呢？我们认为，“经济危机被控制住”和“经济恢复增长”两者之间还有着漫长的距离，这中间的距离就是我们所说的**“后危机”时代——对于中国来说，真正的机遇会在这一时期出现。**

毋庸置疑，随着国内外环境的变化，在“后危机”时代，中国经济将实现一次巨大的转型：人民币将走出国门，成为全球性强势货币；传统的出口优势将消失殆尽；内需结构将会得到进一步调整，中国将不再仅仅是生产大



国，同时也将发展成为消费大国；中国的消费结构和产业结构也将得到显著调整，由日用消费品向汽车、住房等耐用消费品和装备制造工业转变；同时伴随着中产阶级的崛起，中国将成为真正意义上的世界最大的消费市场、全球重要的资金等生产要素资源配置中心，成为危机之后推动全球经济增长的最强动力。

对于此时的中国各行各业的企业来说，机遇究竟在哪里？当一部分人还在寻找时，另一部分人已经紧紧抓住了机遇的缰绳，在全球市场上放马狂歌！比如说俏江南，它在整个危机之中扶摇直上，不仅成功融到了3亿资金，还一跃成为了“中国餐饮业的LV”；比如三一重工，就在危机最凶猛的时候，于温总理访欧之际斥资1亿欧元，在德国科隆市建设欧洲研发中心及机械制造基地，为整个欧洲注入了一针强心剂；再比如格兰仕，当LG等挟汇率变化之机卷土重来时，他们却围魏救赵，开始在海外狂揽人才……他们是怎么做到的？中国的其他企业又能如何借鉴他们的经验？

希望本书能够给大家带来一些有益的启示！

《阳光评论》栏目组

2009年6月20日

目 录 | Contents |

第一章 房地产行业的“危”与“机”

——访中体奥林匹克花园管理集团有限公司总裁陈顺

2008年，中国楼市结束了长达10年的黄金时代，保障性住房的入市，更是让房地产行业的困境雪上加霜；与此同时，消费者们却在持币观望，期待着房价一路跌进尘埃。面对这样的局面，中体奥林匹克花园选择了“冬眠策略”，等待着春天的到来。

- ① 进入21世纪后，中国楼市价格产生了怎样的波动？ /3
- ② 房子卖不出去的原因在哪儿？ /4
- ③ “拐点论”如何完成从量向质的转变？ /5
- ④ 面对经济危机，地产企业的命运将会如何？ /7
- ⑤ 中体奥林匹克花园采取了什么样的过冬策略？ /9
- ⑥ 楼市泡沫的真相是什么？ /9
- ⑦ 面对保障性住房的价格挑战，地产商们该如何出招？ /10
- ⑧ 房价节节败退时，政府还有哪些救市措施力挽狂澜？ /11
- ⑨ 对未来的房地产行业前景，陈顺有什么样的看法？ /12



第二章 家居行业如何寻求产业化之路

——访东易日盛家装集团董事长陈辉

2008年以来，全球楼市交易量锐减，而作为房产下游的家居制造业同样受到了严重的冲击和影响。很多出口型企业纷纷转向国内市场，从一二线城市开始往三四线城市延伸。在整个家居、家装市场的格局悄然变化之际，东易日盛却推出了“完整家居”这一新概念。

- ① 家居行业十年间，客户需求发生了怎样的变化？ /17
- ② 东易日盛推出“一站式服务”的原因何在？ /17
- ③ 经济危机中的家居行业面临着怎样的挑战？ /19
- ④ 家居行业将发生什么样的格局变化？ /20
- ⑤ “完整家居”是否是一次概念炒作？ /21
- ⑥ 怎样应对现阶段家居市场的客户需求？ /22
- ⑦ 东易日盛占领市场的策略是什么？ /24
- ⑧ 高度分散的行业现状未来是否会发生某些变化？ /26

第三章 纺织品行业的现在与未来

——访中国恒天集团董事长张杰

在纺织行业，很多人说冬天到了，但张杰说没有。他说，这个行业一直就没有春天。十年前，从淘汰压锭到下岗分流，纺织业改革矛盾重重；十年后，从产能扩张到产业升级，行业面临着阶段性逆转。而恒天正是抓住了产业升级带来的机遇，资源效应最大化才得以实现。

- ① 中国纺织业现状究竟如何？ /31
- ② 如何积极调整产业结构，应对纺织行业的困境？ /32
- ③ 纺织业感受到了怎样的经济寒冬？ /34
- ④ 中小纺织企业的突围之路何在？ /36

⑤ 对于中国纺织企业来说，产业升级是挑战还是机遇？ /37

⑥ 中国的纺织企业应怎样落实科学发展观？ /38

第四章 新兴媒体的未来之路

——访易观国际总裁于扬

资本寒冬中，不少广告主明确表示，2009年度将压缩营销推广费用，不再增加广告投入。一边是广告市场的需求减少，另一边是风投资本的大幅萎缩，在夹缝中生存的易观国际，却将这种局面比作大浪淘沙的过程，经受着危机的考验。

① 新兴媒体究竟能带给广告客户什么样的价值？ /43

② 广告主为什么会对新兴媒体的广告效果持怀疑态度？ /43

③ 怎样看待新兴媒体与传统媒体的区别？ /44

④ 面对双重夹击，新兴媒体该采取哪些措施？ /45

⑤ 经济危机是否到了最困难的时刻？ /46

⑥ 新兴媒体该如何发展？ /47

⑦ 什么样的新兴媒体最能过冬？ /48

⑧ 易观国际怎样降低经济危机带来的影响？ /50

第五章 风投资本的理性回归

——访NEA全球合伙人、中国董事总经理蒋晓冬

中国作为一个巨大的高速增长的市场，一度让国际私募资本趋之若鹜；然而，风险投资对于内地众多嗷嗷待哺的中小企业来说，却总是如同水中望月。当风投资本开始冷静下来，不再“疯投”时，中小企业融资难的状况有望得到一定的改善。

① 蒋晓冬怎样看待风投资本市场的变动？ /55



- ② NEA在中国的投资有什么特点? /55
- ③ 当前中国中小企业的生存环境如何? /56
- ④ 怎样解决中小企业融资难的问题? /57
- ⑤ PPG带给了我们什么警示? /58
- ⑥ 如何看待经济周期带来的行业洗牌? /59
- ⑦ 此次世界经济危机中的“中国机遇”究竟何在? /60
- ⑧ 如何应对资金周期中的泡沫隐患? /61
- ⑨ 未来两年能否成为风投的好时机? /62

第六章 担保行业能否成为中小企业的救命稻草

——访浙江中新力合担保公司董事长陈杭生

金融危机爆发后,中小企业面临着严峻的挑战,急需资金帮助自己度过难关;银行却选择收紧银根,导致中小企业普遍出现了资金窘境。作为架接企业与银行之间的桥梁,担保行业成了中小企业真正贴心的“小棉袄”,如何帮助它们安然过冬,已成为这一行业关注的焦点。

- ① 怎样认识与风险共舞的担保行业? /67
- ② 中国担保行业的现状怎样? /67
- ③ 金融危机下的中小企业状况怎样? /69
- ④ 怎样解决联保圈里不合理的“谁最好,谁先死”的情况? /69
- ⑤ 如何为中小企业做风险测评? /70
- ⑥ 金融危机对担保公司产生了怎样的影响? /71
- ⑦ 什么是“政企银”的新融资模式? /72

第七章 温州模式的启示

——访温州中小企业发展促进会会长周德文

2008年召开的广交会,温州的摊位是最多的,参加的企业家也是最多

的，但得到的订单虽然算不上是最少的，却是明显下降的。温州民营经济的提升与转型已经成了迫在眉睫的问题，而政策的支持，则是中小企业发展的必要保护之一。

- ① 什么是“温州模式”？ /77
- ② 温州企业现在面临的最大问题是什么？ /78
- ③ 温州民间信贷资本的游走痕迹是什么？ /80
- ④ 小额信贷合法化的道路有多曲折？ /82
- ⑤ 小额信贷合法化对中小企业来说意味着什么？ /83

第八章 GDP增速回落带来转型机遇

——访商务部国际贸易经济合作研究院副研究员梅新育

2008年，号称全球最大玩具代工商之一的合俊集团旗下两工厂倒闭，被称为“美国金融危机波及中国实体经济企业倒闭第一案”。GDP增速回落一方面意味着外贸型出口企业的“倒闭潮”才刚刚开始，而另一方面，却是中国经济转型的良机。

- ① 如何看待GDP增长的个位数时代？ /89
- ② 中国经济的结构调整应该是怎样的一个方向？ /89
- ③ 国际分工中，中国的位置在哪里？ /91
- ④ 应该用什么样的眼光看待企业倒闭？ /92
- ⑤ 出口企业的下一步该怎么走？ /93
- ⑥ 怎样从根本上解决创建品牌的问题？ /94

第九章 格兰仕的突围之道

——访广东格兰仕集团副总裁俞尧昌

金融海啸席卷全球，以出口为主要导向的珠三角哀声一片，出口量占产品总量70%的格兰仕更是首当其冲。国外市场急剧下滑、国内产业升级压力、国



外对手藉汇率变化疯狂反扑中国市场……在强敌四伏、危机重重的紧要关头，这位驰骋全球的家电霸主选择的是负重前行。

- ① 格兰仕在国内外市场上遭遇了怎样的危机？ /99
- ② 俞尧昌是如何看待竞争和市场占有率的？ /100
- ③ 面对金融海啸，格兰仕该怎么走？ /103
- ④ 格兰仕的新市场在哪里？ /104
- ⑤ 格兰仕的核心技术是什么？ /105
- ⑥ 怎样才能掌握核心技术？ /106

第十章 炙手可热的俏江南

——访俏江南集团董事长张兰

张兰一直坚信，只有民族的才是世界的。凭着对艺术和商业的直觉，她成功打造出了中国餐饮业的LV。在全球经济趋缓的状况下，中国餐饮业却受到了国际资本的青睐，这也给俏江南提供了一个进入国际市场的难得机遇。

- ① 俏江南是怎样产生的？ /111
- ② 如何打造中餐品牌，推广中国的饮食文化？ /112
- ③ 金融风暴来袭时，俏江南如何把危机化作机遇？ /113
- ④ 怎样将民族元素融入品牌战略？ /113
- ⑤ 融资3亿后，张兰将把俏江南带向何方？ /114
- ⑥ 俏江南如何逆势而上，成为中国餐饮业的路易威登？ /115
- ⑦ 俏江南的长远规划是什么？ /118

第十一章 悠视网演绎“剩”者为王

——访悠视网创始人兼CEO李竹

2008年底，红杉资本致旗下超过100家CEO的邮件被曝光，邮件中高喊着“现金比你母亲更重要”的宣言。对网络视频这个曾经轻松融资、大笔烧钱的