

走一线 看企业 主动做好自己的事

生意经

大康农业

整合农业资源 打造「国际粮商」

本报记者 吴凯 《农村金融时报》记者 孙建华

“我们要努力加入农业资源竞争格局,为消费者提供持续、稳定、优质的农产品。”湖南大康国际农业食品股份有限公司(以下简称“大康农业”)董事长葛俊杰日前接受记者采访时表示:“大康农业的目标是成为能够与国内外优秀竞争对手同台竞技不落下的‘国际粮商’。”

早在多年前,大康农业就开始在国际范围内寻找合作伙伴,在世界农业资源市场上布局落子。在该公司看来,“产业+金融”“投资+并购”“海外资源对接国内市场”是成为“国际粮商”的重要途径。

布局国际大豆资源

“中国是大豆消费大国,每年都要进口大量大豆。这也是我们率先落子巴西的原因所在。”葛俊杰认为,中国农业企业必须要“尽可能深度参与大豆国际供应链,尽可能参与大豆国际定价权”。

记者了解到,当前我国大豆进口贸易中的交易价格主要参照国际大豆定价,即以芝加哥期货交易所的大豆期货价格为基准,并在此基础上加上基差。目前,国际大豆贸易主要被阿丹米、邦吉、嘉吉、路易达孚4家欧美公司(业内合称“ABCD”)掌控。“‘ABCD’掌握了全球60%的大豆贸易。”葛俊杰说:“与国际粮商相比,中国企业还有不小差距,‘卡位’国际农业资源,构建一整套供应链、产业链、价值链势在必行。”

为此,2016年8月份大康农业以2亿美元完成收购Fiagril公司57.57%股权;2017年10月末,以不超过2.53亿美元收购Belagricola公司53.99%股权。至此,大康农业在巴西的粮食获取总量接近700万吨,约占巴西粮食采购市场的4.7%,可为当地14000多农户带来稳定的销售市场。

“收购Fiagril和Belagricola两家公司,可以实现农资与粮食资源双向流动。”葛俊杰告诉记者:“一方面,种子、农药、化肥等农资服务一直是Fiagril及Belagricola的优势所在,我们要做的就是继续巩固、挖潜;另一方面,入主Fiagril和Belagricola两家公司将为大康农业进一步扩大影响力,寻找更多优质粮食资源打下坚实基础。”

拉长肉牛产业链

随着国内消费升级趋势日趋明显,我国人均肉牛消费量逐年攀升,肉牛产业发展空间巨大。针对这一情况,大康农业决定在云南瑞丽大力推动“跨境肉牛项目”落地。

根据大康农业的设计,公司将以缅甸、老挝、柬埔寨、泰国、印度等国家和地区的3.6亿头存栏役牛为牛源基础,充分利用国外土地、劳动力优势以及国内深加工优势打造一体化肉牛产业链。为此,公司已于2018年3月份在缅甸设立全资子公司“康瑞农牧”,并于今年6月份获得缅甸方面相关许可,成为缅甸第一家主营肉牛养殖的外资企业。

“巴西、阿根廷等南美国家以及澳大利亚、新西兰的肉牛产业也非常值得关注。未来,我们将努力参与全球肉牛产业布局,用更好的产品满足人民对美好生活的向往。”葛俊杰表示。

用好国际奶源

早在多年前,大康农业就在高端乳制品领域展开海外布局。目前,大康农业已成为新西兰最大的奶牛牧场集团之一,奶牛存栏量达3万头,年产原奶12万吨,公司旗下“纽仕兰”已成为国内知名品牌。

2017年底,大康农业旗下纽仕兰云公司与阿里巴巴合作,打造“纽仕兰云”食品快速销售平台,并通过垂直一体化产业链建设构建了一条“从新西兰牧场到国内消费者餐桌”的完整产业链闭环。从大豆到肉牛再到奶制品,大康农业整合国际农业资源的思路十分清晰。“目前,我们正处于国际化布局基本成形,亟需继续提升价值链水平的关键阶段。农业虽然是传统产业,但这并不意味着我们只能用传统思路去推动其发展。大康农业要以更高的视野推动农业转型升级,使消费者的餐桌更加丰盛。”葛俊杰说。

三金药业:

药企为减税降费这剂“良方”叫好

本报记者 梁剑箫

今年是桂林三金药业股份有限公司成立的第52个年头。52年来,三金药业坚持改革创新,依靠科技创新与科学管理,从一家名不见经传的小中药厂成长为全国知名现代中药企业,并跻身中国中药行业50强行列。

资料显示,早在2016年7月份,三金药业研发的治疗恶性肿瘤第一个单抗类药物就获得了临床批件,实现了广西单抗药物“零”的突破。截至目前,公司已有3个单抗药获得临床批件,其中1个为单抗创新药。多年来,公司以“四维梯队技术开发战略”为指导,自主研发出216个药品,其中三金牌西瓜霜系列及三金片系列均成为同类中药品牌的佼佼者,市场优势极为明显。目前,两大主要产品累计销售额已达235亿元,上缴税收超过40亿元。

“如果说,‘坚守、传承、创新’的匠心精神是公司走向成功的内因,那么减税降费政策则是最重要的外因之一。”桂林三金药业股份有限公司董事长邹节明告诉记者,医药产业自主创新的风险较其它行业更高,因此也尤其需要政策支持。

邹节明回忆说,19年前,公司计划收购临桂制药厂部分资产,组建桂林三金医药有限公司。“在公司发展的关键之年,西部大开发税收优惠政策‘从天而降’,这也是我们第一次享受到减税红利。在政策的支持下,公司的资金压力明显减轻。可以说,我们能成功转型为现代中药企业,这一剂政策‘良方’功不可没。”

邹节明告诉记者,税收优惠政策持续加力为三金药业实现高质量发展增添了动力。比如,2014年该公司在桂林临桂新区打造“三金中药城”,仅一期工程就投入近10亿元,5000万元的减税额对公司来说不仅是意外之喜,更是雪中送炭。

“近两年,税务部门频繁开展各种活动,为我们这些高新技术企业普及相关税收优惠政策。”邹节明在对税务部门优质服务表示感谢的同时,也对未来将享受的红利极为期待:“今年的减税降费力度空前,光是增值税税率一项就为公司减免2400万元。同时,今年还是公司享受西部大开发税收优惠政策的最后一年,预计该项税收优惠将达到4900万元左右。此外,从2020年起公司还将享受高新技术企业所得税优惠,预计每年可减免1100多万元。”

美的以创新推动高质量发展——

用“最好的行动”做“最好的自己”

经济日报·中国经济网记者 张建军

美的集团2019年中报显示,报告期内美的累计专利申请量突破10万件,授权维持量超过5.2万件,连续4年居家电行业全球第一。欧盟委员会发布的《2018年欧盟工业研发投入排名》也显示,在研发投入达到1亿欧元的中国大陆102家公司中,美的以10.9亿欧元稳居国内家电行业第一位,在民营企业中紧随华为、阿里、腾讯、百度之后,位居第5。

由于长年坚守以创新推动高质量发展的思路,美的在全球范围内打响了品牌,向着“科技尽善,生活尽美”的企业愿景稳步前进。

与时代共振

中报显示,今年上半年,美的营收1537.70亿元,同比增长7.82%;实现归母净利润152亿元,同比增长17.4%。在近日公布的上半年中国家电行业上市公司排行榜中,美的两项核心指标均位列榜首,且遥遥领先于位居第二、第三位的同行。

“家电产业体量大,竞争激烈。尤其是在今年上半年国内家电市场销售整体降速、国际贸易环境不利等因素影响下,美的增长步伐依旧强劲,这表明美的由要素驱动向创新驱动的转型比较成功,高质量发展效应正在凸显。”业内人士表示。

“美的的成长是民营企业创业发展与共和国同频共振,与时代同行的最好注脚。”美的集团董事长兼总裁方洪波表示。

1968年,美的集团创始人,当年只有26岁的何享健带领23位居民筹资5000元开办了街道塑料生产组。这也是美的的前身。

1980年,美的自行研制生产出第一台金属风扇,并由此进入家电行业。从那一天起,美的便扎根家电,力争用更好的产品满足人们对美好生活的追求。如今,美的每年为消费者提供4亿件家用电器。

当时,美的既缺技术,又少人才,偏偏竞争对手还是来自上海、南京、沈阳、广州等地的老牌家电企业。但美的创业团队并没有气馁。他们从广州等地请专业工程师来厂指导,并在科研人员的支持下从追随者一路成长为“领头羊”;在技术条件有限的情况下,他们举全厂之力先后研发出国内第一台全塑风扇、第一台全自动洗衣机……

伴随着中国加入世界贸易组织,美的搭上了时代的快车。2000年收入突破100亿元,2010年收入跨过千亿元,2017年更是突破2000亿元大关,一次次指数级跃升见证了一个奇迹的诞生。

“对于美的来说,唯一不变的是‘变’。”方洪波曾经在无数个场合、无数次道出过美的成功的秘诀:“变革、创新让美的总能提前半步把握时代的脉动。没有什么最好或者最坏的环境,只有最好的行动和最好的自己”。

以科技促转型

多年来,美的始终高度重视创新引领作用。尤其是最近5年间,企业先后投入研发资金近300亿元,开展前瞻性的技术及产品布局。2018年,美的研发投入达到100亿元,成为中国首家研发投入超过百亿元的家企业。当年,有14项由美的主导的研发项目获得国家相关机构认可的“国际领先”成果认定。



上图 在美的智能工厂注塑车间里,库卡机器人正在工作。

右图 美的广州南沙智慧工厂大数据中心内景。

本报记者 张建军摄

采集1512万组数据,经历316次试验,一次次推倒重来……这是美的“拳头产品”东风空调研发团队追梦故事。这个由8位博士带领的百人研发团队,在两年时间里从“零”开始,经历了一次又一次挫折与挑战,终于研发出无风感技术,为集团市场份额攀升奠定了坚实基础。

从巴西奥运会场馆到新加坡樟宜国际机场,从北京首都国际机场T3航站楼到浙江秦山核电站,尤其值得一提的是,全国50%的高铁站项目均采用了美的中央空调……美的中央空调的市场竞争力越来越强。

这一切源于美的中央空调工程师们自主研发的超高效双级压缩降膜离心式冷水机组。此前,由于国内企业没能掌握相关核心技术,大型中央空调市场基本被国外品牌占领。直至美的团队取得突破,一切才有了改变。据介绍,该项成果达到世界先进水平。目前,美的中央空调以接近20%的市场份额在国内市场占有率排名高居榜首。

在新时代,创新已经成为每家企业必须直面的新命题。得益于对科研的持续投入,美的以坚实的技术实力接连取得重大突破,推出了一系列重磅产品。尤其是在跨界技术上的超前思路让人耳目一新。比如,将源自航空涡轮的对旋技术应用于空调,实现可控风感;借鉴导弹降噪技术,让煮饭机器人可以更加安静地烹饪;参考太阳能发电原理,创新家电相变蓄热技术……各种天马行空的“黑科技”均指向同一靶点——更好满足人民对美好生活的向往。

统计显示,今年上半年美的家用空调产品在全渠道份额提升明显,其中线下市场份额占比27.2%;线上市场份额占比攀升至29.5%,排名第一,在京东、天猫、苏宁易购等电商平台继续保持了家电全品类第一的



好成绩。

以科技创新为突破口,美的加快从制造向“智造”转变。美的集团副总裁兼CIO张小懿说:“美的正在由制造企业向科技集团转型,这也是‘科技尽善,生活尽美’的应有之义。”

迈上全球舞台

9月9日,美的欧洲研发中心在德国斯图加特揭牌,美的全球研发网络又布下重要一子。

美的集团副总裁兼CTO胡自强告诉记者,云集了戴姆勒、保时捷等众多全球知名企业的斯图加特,是德国现代工业文明高地、科学研究和技术发明中心。“欧洲研发中心是美的全球创新生态的重要组成部分。在这里,美一方面可以‘近距离’观察欧洲本地市场,另一方面也可以‘零距离’对接当地丰富的技术资源,学习先进的技术经验,并将其注入美的研发体系,为美的创新发展提供支撑。”

全球化研发布局是美的积极应对全球化发展新趋势,努力参与国际竞争的标志性举措之一。目前,美的已经在美、意大利、德国、印度、新加坡等9个国家和地区设立了28个全球研发中心,研发人员超过10000名,并建有3个博士后工作站,4个院士工作站。

“全球经营”是美的于2016年提

出的“三大企业发展主轴”之一。基于这一“主轴”,美的正从技术创新、品牌运用、渠道整合等多方面调动全球优势资源,构筑企业发展的“护城河”。通过全球研发、生产与渠道优势资源的有效协同,美的全球竞争力显著增强。

“目前,美的海外总收入占比已经达到42.5%左右,这一数据还有较大提升空间。”美的集团副总裁兼美的国际总裁王建国表示:“我们将通过进一步提升海外本地化制造水平以及产品在海外市场的竞争力,拓展自有品牌业务的海外占比”。

研发全球化、生产全球化、品牌全球化,三大战略共同造就了美的的不俗业绩。

从2016年开始,美的进一步加快了国际化步伐。一方面,相继收购德国库卡、日本东芝等品牌,并通过设立海外生产基地等途径,支持组织形态由“中国出口”向“本地运营”转变;另一方面,在全球范围内积极拓展市场渠道,获得更大的发展空间。同时,在品牌竞争方面,美的告别“单兵突进”转向“集团作战”。一系列组合拳打下来,美的全球化征程越走越顺。

“我们正在加快建设海外工厂。”王建国说:“长期来看,我们的海外市场销售占比将超过50%。”

站在全球化探索的浪尖,美的正在国际舞台上展现出更美的风姿,开启新时代高质量发展新征程。

链接

美的携手北京新机场向世界传递“中国温度”

本报讯 记者艾芳报道:“美的中央空调将凭借优秀的产品、领先的技术、专业的服务,为北京大兴国际机场绿色建设保驾护航,让全世界旅客感受到‘中国温度’。”美的集团有关负责人表示。

作为全世界屈指可数的超大型国际航空综合交通枢纽,北京大兴国际机场自建设伊始就对标国内外先进机场,从“资源节约、环境友好、高效运行、人性化服务”4个方面提出

了54项绿色建设指标。

“新机场建设体量大、运营筹备时间紧、标准高、任务重。为此,美的实行了严格的全流程把关制度,从产品设计、制造、出厂安装到调试,每一个环节均力争做到最好。”这位负责人表示,多年来,美的中央空调成功实现了从技术引进到自主创新,再到技术输出的蜕变,成为中国暖通行业的技术引领者。“今后,我们将继续遵循‘产品领先、效率驱动、全球经营’

战略,以创新驱动产品升级,推动企业实现高质量发展。”

资料显示,近年来美的中央空调的身影频频出现在国内外多个标志性工程中。在国内轨道交通领域,美的中央空调成功为上海地铁节能改造项目、深圳地铁9号线、11号线,乌鲁木齐地铁、杭州(火车)南站,天津(火车)南站等提供解决方案,已成为国内轨道交通领域市场占有率最高的品牌;在机场建设领域,包括广州

白云国际机场T2航站楼、北京大兴国际机场、北京首都机场T3航站楼、哈尔滨机场T2航站楼等多个超大型项目均成为美的“客户”;在海外,美的中央空调成功为2018年俄罗斯世界杯场馆、2017年欧洲青年奥运会场馆、2016年巴西奥运会场馆、新加坡樟宜国际机场、意大利米兰马尔彭萨国际机场、印尼雅加达国际机场等多个标志性重点工程提供服务。