



■本报赠阅全国人大、全国政协、中央国家机关、国资委系统、世界 500 强、中国 500 强、中国企联会员单位 ■新闻热线: 010-68735737 ■新闻监察: 010-68701250 68485798 ■广告热线: 010-68701052 ■发行热线: 010-68701057

要闻

中国企业
逐渐获得国际社会认可 P02

欧债危机下
海外讨便宜想法不现实 P02

暴雨考题: 直面下水道经济 P03

为了阳光下英雄的长眠 P04

阳光保险“再出发” P04

中国企业评论

中国应继续用投资拉动经济 P05

中国企业一周新闻榜 P06

金融·投资

下半年新增贷款预计回升 P07

投资拉动应注重结构性调整 P07

煤炭行业景气度持续下滑 P08

网媒全媒体战略投资开局 P08

产业·公司

向日葵:
阳光事业的“非阳光”投机 P09

百圆裤业盈利前景暗淡 P09

雷士照明: 两败俱伤? P10

比亚迪“深寒” P10

厨电业两极分化加速 P12

美大太阳能退市不死之迷 P12

小食品踏上奥运之旅 P13

商业·管理

奥运“逼出”商业大智慧 P15

春秋航空:
“拉黑消费者没有法律依据” P16



G01-G04



中国企业报
官方微博
weibo.com/zgqynews

伦敦奥运: 中外企业同台竞争秀

赞助奥运会需要一笔巨额资金,之后的品牌维护更需要巨额的资金。以联想为例,公开资料显示,公司获得 2008 北京奥运会 TOP 赞助商的身份就花去 6500 万美元。而在前后 4 年的时间里,联想为奥运营销付出的代价接近 20 亿元。



经过漫长谈判,安踏击败了竞争对手李宁和阿迪达斯,成为伦敦奥运会中国运动员领奖服提供商。安踏体育披露的财报预计,2012 年其奥运广告及宣传费率将升至 14%。按 2011 年营业额 89 亿元计算,这笔体育营销费用将超 12 亿元。 CNS 供图

■ 本报记者 张龙

与四年前北京奥运会中国企业的热闹相比,正在进行的伦敦奥运会上,中国企业变得低调了许多。更多的中国企业对于奥运会的巨额赞助费望而却步。伦敦奥运会上的 11 家顶级赞助商中,只有宏基一家中国企业。赞助 2008 年和 2012 年两届奥运会的中国企业,只有一家官方数字图像服务供应商水晶石,而水晶石也仅仅是奥运会的三级供应商。国际奥委会一次调查结果显示,80%的奥运会赞助商并没有取得预期的效果,有的甚至没有任何效果。赞助费用超出企业承受范围是原因之一。数据显示,在一般情况下投入 1 亿美元,品牌知名度提高 1%,而赞助奥运,投入 1 亿美元,知名度可提高 3%。长时间的高额投入无疑对企业的实力是一种考验。这也是为什么在奥运的 TOP 赞助商中,频频现身的是在此之前已经跻身世界 500 强的企业。

侧重本土市场的奥运营销

尽管中国本土品牌也在为国外

奥运代表团赞助,如鸿星尔克与伊朗奥委会达成协议等,但这些本土企业更大的重心依旧在中国。有专家表示,很多本土体育品牌依靠着“曲线救国”来分奥运会的一杯羹。其中以中国体育品牌赞助各奥运代表团及奥运代表队最为典型。从目前的情况看,国内体育品牌都在强调在奥运会上的“存在感”,比如开幕式中可以获得一些露脸的机会,比如依靠某个运动员或者运动队成绩出色博得出镜,这种方式在短期内可以获得一定的积极影响。在体育服装方面,安踏强势地抢下了中国体育代表团伦敦奥运冠军领奖服——“冠军龙服”。不甘示弱的李宁由董事长李宁亲自出马在希腊雅典传递圣火,“抢”下了中国奥运代表团中体操、跳水、乒乓球、射击、羽毛球等五支运动队的赞助权。而本土众多的二三线体育运动品牌则“八仙过海,各显神通。”361°为央视体育报道团独家赞助服装,并为中国自行车和曲棍球队打造奥运装备;匹克则赞助了新西兰、黎巴嫩、伊拉克等 7 国奥运代表团。361°副总裁朱晨晖曾公开表示,即便行业再不景气,赞助费再高,也

没有哪一家会愿意放弃这一露脸的机会。因为这在一定程度上,也关乎企业 2013 年签订 2016 年奥运会合作伙伴时的热度。就连 IT 企业方正电子也过了一把“奥运”瘾。近期,方正电子推出其最新设计制作完成的“方正经黑”字体,因其与伦敦奥运会主题字在“型”和“神”上高度相似,被业界称为伦敦奥运会主题字的“孪生字体”。方正字库业务部总经理张建国告诉《中国企业报》记者,“多家企业都曾询问有无适合用于伦敦奥运会宣传的字体。推出这样的字体,除了扩大市场外,也是为了更好地服务于奥运会的推广,同时也有利于企业在奥运期间的推广。”此外,很多企业更多的是打着奥运的擦边球,进行品牌和产品营销。国内一家知名购物网站近期准备推出奥运选手签名的体育产品销售活动。“我们无力赞助奥运会这样的赛事,打一打擦边球,确实可以增加销售量,按照预计,网站的流量将会因此活动增加一倍以上。”该网站市场部负责人告诉《中国企业报》记者。(下转第二十三版)

紫竹评论

从稳定发展角度看减税

——并回应“减税是个馊主意”说法

■ 本报评论员 李锦

税收,无论是过去还是现在都是一个杠杆,是用来调节执政者和劳动者之间的利益矛盾平衡的,税收最难的是把握一个度,一个平衡点。说明目前政府已经富裕到何种程度并不复杂,取其中四项:财政收入、国有企业利润、地方政府土地财政收入、社保收入就可以看出端倪。2010 年,全国财政收入 8.3 万亿元,同比增长 37.9%;国有企业累计实现利润约 1.98 万亿元,同比增长 37.9%;土地出让金总额为 2.7 万亿元,同比增长 70%;全国 5 项社会保险基金总收入 1.86 万亿元,同比增长 15.7%。这 4 项相加共 14.84 万亿元,2010 年 GDP 为 39.79 万亿元,占 GDP 的 37.29%之高,而且 4 项相加总收入同比增长率更高达 43.2%!我们再看前看一看,政府的税收连年以两位数的百分比高速增长已经快 20 年了。1994 年全国税收收入 5070.79 亿元,用了 5 年时间,1999 年就增加到 1 万亿元;再用 4 年时间,

2003 年就增加到 2 万亿元;再用 4 年时间,2007 年又蹦到 4 万亿元;再用 4 年时间,2011 年就增加到 89720 亿元。这种速度,堪称中国历史之最,世界历史之最!政府支配了大量的收入,有时并不能推动、刺激经济增长,反而抑制消费,这在中国经济快速增长时看不过来。而一旦经济增长放缓,这是中国目前这一阶段正在发生的,中国税负增速过快的弊端正在暴露出来。这时候呼吁减税,就更有意义了。企业强则国家强。对于中国经济而言,要保持健康快速发展,企业,尤其是民营企业的发展最为重要。只有中国民营企业做强了,中国才能谈得上真正强大。今年中国治理通胀主要的调控手段是实行偏向紧缩的货币政策和价格管制。收紧信贷、人民币升值、能源和原材料价格上涨、用工成本上升等一起,正在加剧企业,尤其是制造业的困境。这时的减税或者退税将为企业的产业升级和调整赢得时间和空间,有着重要的现实意义。(下转第五版)

很简单的道理:“拉弗曲线”

在经济学上有一个“拉弗曲线”,是说当税率的提高超过一定的限度时,企业的经营成本提高,投资减少,收入减少,即税基减小,反而导致政府的税收减少。“拉弗曲线”理论是美国里根政府时期的供应学派的首席经济学家拉弗教授提出的。2008 年他写了一本新书:《繁荣的终结:高税收如何毁灭经济——如果我们任其发展下去》,在这本书中,拉弗批评美国税收太高了,应该说减税,以恢复经济增长。尽管小布什两届政府号称是“新保守主义”,但实际上他当政期间所推行的是高税收的“大政府的保守主义”,这自然遭到了拉弗的批评。当美国金融危机来了以后,布什第一次刺激经济的计划还是减税。譬如,他在第一个 8500 亿美元的刺激经济计划中,其中有 3500 亿美元是减税。奥巴马执政美国以来,美国最重大的经济决策仍然莫过于减税。(下转第五版)

【编者按】

运动服装巨头阿迪达斯决定关闭其在华唯一一家直属工厂,大批美企被传撤离珠三角……近日,一连串新闻事件让人隐约嗅到困境中国内中小制造业山雨欲来的气息。在全球金融危机冲击下,2008 年广东中小企业经历了一场倒闭潮;2011 年,珠三角企业又闻“倒闭潮”。年初,《中国企业报》记者对珠三角重镇东莞采访时发现“用工荒”、“订单荒”、“税负重”等现实困难。时至年中,目前东莞中小制造企业状况如何?“倒闭潮”传言是否属实?外资巨头的撤离对中国企业是否有影响?为此,《中国企业报》记者再赴广东东莞进行实地采访调查。稿件分上下两期刊发,敬请关注。

珠三角企业生存困境调查(上)

东莞中小企业未现倒闭潮

■ 本报记者 陈青松

夏日里东莞工业园忙碌的表象下,难掩企业面临的种种压力。一个事实说明了目前东莞中小企业的现状。一直以来,让东莞的许多企业主们担心的夏季高峰停电问题“解决”了。公开资料显示,今年东莞工业客户每周错峰时间为“开六停一”,远少于去年的“开四停三”。然而,这个“好消息”的背后却是坏消息:经济不景气导致有些工厂直接停工,从而减少了“拉闸限电”。工厂订单大都只有去年的 1/3,利润下降近三成。

“常年招工”横幅不见

从企业家到专家学者,普遍认为目前以东莞为代表的我国珠三角地区、东南沿海地区中小企业用工困难,外需下降、经营不乐观等严峻挑战。从宏观上看,“世界工厂”东莞经济处境尴尬:第一季度 GDP 增速为 1.3%,在广东全省垫底。受国际市场影响,东莞经济再次落入谷底。东莞市台商会投资企业协会常务副会长、东莞广声五金塑胶制品有限公司董事长霍颂表示,今年经营非常不容易,“订单太少,利润不多。”东莞洪宇鞋业公司的严老板 1999 年来东莞办厂,此前在台湾办厂十多年,到东莞前还在温州、福州办过厂,不过一直都在从事制鞋业。在接受《中国企业报》记者采访时,严老板说,现在情况很不好,订单减少不少不说,利润下滑很严重,最近几个月还赔了三四十万。严老板给记者算了一笔账:最近一年来,他给工人涨工资涨了 15%,原材料价格却上涨 20%以上,唯一一项数据在下滑,那就是订单,外贸订单下滑了几乎三成。“这样一进一出,长此下去,没有哪几家工厂吃得消。”严老板说。调查中,《中国企业报》记者看到随处可见的厂房招租广告,东莞各工业区和高街挂着的大小“厂房出租”横幅表明这里的厂房空置率居高不下。采访中,记者发现除了上述“厂房出租”的广告常年存在外,较去年末和今年春节后记者到东莞采访的情况不一样的是,多家工业园原来高高的厂房上,厂门铁栏杆上,甚至厂门口到处悬挂的“常年招工”横幅和广告不见了,显得异常整洁。还有少数几家企业在厂门口用白纸贴着的招工广告,广告上也注明“保安”、“厨师”、“女工”等少数人。东莞一名厂房租售中介谢华光向《中国企业报》记者介绍,从今年四五月起,他就发现厂房出租越来越难,“尽管每平方米月租金比去年下调了快 2 元,但我们公司二季度厂房出租环比还是减少五成,有一些交通位置不错厂房在我这里挂了小半年仍然无人问津。”分析称,工厂不再大肆招人和厂房空置率居高不下,说明工厂开工率不高,企业效率不高。“厂房空置率高的根本原因,还是大环境不景气所致,企业效率不好,开工不足。”谢华光说。

企业形势比 2008 年更严峻

面对眼前低迷的经济形势,业内人士自然会想到 2008 年那场令人谈之色变的全球金融危机。四年前企业面临的金融危机形势与现在有何区别?四年间经济形势发生了什么变化?两相比较孰轻孰重?采访中,多位外贸企业主向《中国企业报》记者表达了自己的担忧,目前企业的生存环境并未见好转,甚至比 2008 年金融危机时更加困难,企业普遍压力很大。2008 年金融危机主要爆发于美国,其对欧洲经济的影响相对较小。在这种情况下,以欧洲为最大外贸出口市场的国内中小企业相对稳定,受到的波及面没有现在大,因此困难也没现在这么大。自 2011 年以来,由于欧债危机持续,外需不振,加上受劳动力和原材料成本上涨等一系列因素影响,东莞企业普遍经营困难,企业利润不断下降。而目前欧债危机仍在持续,企业未来日子肯定也不会太好过。海关最新统计显示,今年上半年,我国对欧盟出口 1630.6 亿美元,同比下降 0.8%;对德国出口连续 4 个月下降,对法国出口连续 3 个月下降,对意大利出口连续 10 个月下降。公开资料显示,比出口欧洲市场数据下降更严重的是,一些欧洲客户已将部分生产转移到东南亚、撤回本国或罗马尼亚等周边国家。就连设计、生产高端服装品牌的意大利也恢复了低端代工生产。这是十几年来从未有过的现象。此外,还有分析,尽管 2008 年外需紧缩,但国内的信贷状况良好。但今年以来的银根紧缩政策却使得中小企业的资金链面临断裂的危险。东莞洪宇鞋业公司的严老板表示,今年的经济情况和生存环境比 2008 年更为复杂和恶劣,除了订单下降外,还要面对用工和原材料成本上涨、税负沉重等压力,多重因素下,企业没有利润可言。(下转第二版)