

中日韩俄印五国互贸平台启动

平台向 50 个国家上千家商协会及中小企业发出加盟邀请

■ 本报记者 郝帅

2013 年, 中日贸易额突破 3100 亿美元、中韩贸易额突破 2700 亿美元、中俄贸易额接近 900 亿美元、中印贸易额突破 650 亿美元。

中日韩俄印(CJKRI)人口总数超过 30 亿, 几乎占世界人口的一半。

随着电子商务的迅猛发展, 包括中日韩俄印在内的很多国家、很多传统企业也在互联网上寻找突破, 但是由于在信息审核、买卖监管及信誉评定等方面的缺失, 使得电商平台鱼龙混杂, 尤其是针对国际间的市场采购, 电子商务更需要一个强有力的组织维系。

五国互贸必需平台

“在国际贸易中, 如果将一个有公信力、有资源整合力、有商务执行力的组织嫁接到电子平台中, 那么, 实现商务活动的多快好省, 可能性会大大地提高。”环球相互贸易联盟执行主席兼秘书长姚海涛日前告诉记者, 通过这个组织, 筛选一批业务对口、信誉良好且具规模的企业与国外的相关组织、部门或企业直接接洽, 能促进国内外企业和商会多赢局面。

由环球相互贸易联盟打造的首个国际 N2N 贸易定点采购平台——“中日韩俄印(CJKRI)互贸定点企业展销平台”暨“民营企业‘走出去’论坛”, 10 月 28 日在京召开。

“因中国生产企业众多, 产品质量、企业信用良莠不齐, 贸易多基于采购商完全自发性的单一采购, 缺少民间组织联手引导, 导致日本、韩国、俄罗斯、印度的采购商选择企业和产品难度过大, 以致出现了诸多纠纷和争执。”姚海涛认为, 由于信息不对称, 相互贸易采购环节出现很多不良中间商, 在价格、诚信、货款支付、货物支付等方面也出现了一系列问题。同时由于俄罗斯、印度的优质优势产品在中国市场宣传推广力度较弱, 中国中产阶级所需的俄、印产品市场上较少, 造成了中国与俄罗斯、印度出现贸易逆差。

如何才能搭建成功且稳定的贸易



五国互贸前景可期

平台? 姚海涛认为, 通过扶持优秀企业、优质产品, 使各国采购商在 30 家企业内定向选择, 形成集群性采购, 进而避免“小作坊”企业以“质次价低”产品冲击中大型企业“质优价廉”产品, 提升“中国制造”整体形象。规避中间商、外贸翻译群体人为设置的壁垒和障碍, 使“互贸定点企业”产品直接供给采购商, 缩短贸易链, 提高利润。

同一个愿望

五国企业互贸定点展销平台推出后, 一边推动各国优秀企业做大做强, 一边将产品质量、售后服务及信誉作为第一生命力介绍给各自的商业伙伴, 从而提高企业的市场份额。其实, 这个平台在设立之前, 就得到了相关企业和外国商会的肯定与支持。

10 月 23 日上午, 俄罗斯乌兹别克斯坦工商会主席安德烈·别谢金夫妇和斯维尔德洛夫斯克州(首府为俄第四大城市叶卡捷琳堡)工业和企业联合会副主席米哈伊尔·切烈潘诺夫夫妇, 专程来到环球相互贸易联盟总部, 与相关负责人会晤, 了解中日韩俄印互贸定点企业展销平台的建设和经营情况。在听取姚海涛秘书长的介绍后, 别谢金主席和切烈潘诺夫副主席均表

示, 希望能够早日就此项目进行深度合作, 与联盟和其他各国商协会一道, 为共建“中日韩俄印相互贸易定点企业展销平台”这样的国际性大平台贡献出自己的一份力量。

据介绍, 中日韩俄印相互贸易定点企业展销平台, 是环球相互贸易联盟历经三年多的反复论证后, 启动的一个重大项目。其打造的 N2N 相互贸易模式, 在联合国商协会等 NGO 组织间, 为广中小企业进行国际贸易提供更好的服务平台, 是一种国际首创的新型相互贸易模式。目前, 环球相互贸易联盟已联合了中日韩俄印各国商协会, 并向世界其他 50 多个国家的上千家商协会发出了邀请, 共建国际相互贸易平台, 共商企业发展大计, 共同促进本国经济发展。

共赢示范

在活动时, 前中国驻阿富汗、印度、波兰、意大利特命全权大使, 现中国外交部首任阿富汗事务特使孙玉玺, 在出席本次活动时接受了记者的专访, 就建立“中日韩俄印(CJKRI)相互贸易定点企业展销平台”对贸易领域的重大影响发表了自己的看法。

孙玉玺大使认为, 五国互贸平台的

建立, 将打破中日韩俄印各国之间的贸易信息壁垒, 形成一个国际性的贸易平台, 并促进各国之间贸易的互补、贸易额的极大增进, 以及各国企业、产品之间更顺畅地交流与流通。

“实际上, 环球互贸联盟此次发起建立这个五国互贸平台, 是有着足够的信心和充足的准备的。”孙玉玺说, 因为这个平台项目在此之前已历经三年多的反复酝酿, 是在帮助上千家中小企业对接国际资源、走向国际的实践经验基础上组建而成, 是多年沉淀与总结的成果。

在五国互贸平台走上正轨之后, 互贸联盟还将陆续建立“中国与中东欧互贸定点企业展销平台”、“中国与中亚五国互贸定点企业展销平台”、“中国与东盟互贸定点企业展销平台”等, 为各定点企业建立更多展示平台, 争取更多贸易与投资机会, 寻求更多利益保障, 帮助定点企业走向国际, 扩大影响, 提升品牌。

孙玉玺大使评价说, 五国互贸平台的建立, 将在世界范围内形成国际贸易平台搭建的连锁示范效应, 吸引更多的世界其他国家、各商协会及相关机构参与进来, 为各国入选企业开拓更多、更大的国际贸易平台, 让更多的人选企业获利, 得以进一步发展和壮大。

深圳商协会首创“秘书长班底”

■ 江金骐

深圳毗邻香港, 深圳社会组织的发展也借鉴了香港的很多经验, 据不完全统计, 深圳现有的社会组织总数达 6800 多家, 商协会的数量为 588 家, 这组数字证明, 深圳社会组织的发展已走在全国的前列。

随着社会组织的迅速发展, 如何将组织的发展融入到各自事业之中, 如何发挥组织对所在行业的影响力, 如何整合组织内外各种资源等, 直接影响着组织的未来和进一步发展。对此, 深圳的做法是, 首创性地将各自的“秘书长”推到了前台, 率先在国内组织和搭建了“深圳商协会秘书长联盟”, 这个联盟是专用于秘书长交流和沟通的“次级平台”。

自发结“盟”

社会组织的快速发展, “倒逼”着管理机制创新。

2011 年 11 月, 深圳市 10 多位各商会、协会的秘书长, 在一起交流各自的工作心得, 大家虽有各自的苦衷和乐趣, 但都认为, 各商会里相当大量的日常工作, 都是由秘书长带领秘书处处在执行, 也就是说, 商会日常工作的大事小情, 秘书长可谓一本全知, 有了这种资源“禀赋”, 秘书长之间如果形成联盟, 对各自工作的改进当然起到“互通有无、共同提高”的目的。正是有了这种共识, 大家开始策划、组织了多种形式的聚会和活动开展沟通, 并对将要组建的联盟的宗旨、理念、运作思路, 形成“白纸黑字”, 很快, 深圳商协会秘书长联盟



车瑜: 利用联盟平台整合资源, 服务深圳商协会高开高走

落地生根。

“现经联盟秘书处审核通过、填报加入联盟经常活动的成员有 160 多位, 并呈快速增长的态势。”联盟发起人车瑜告诉记者, 通过多次活动, 经常沟通交流的核心会长秘书长就有 50 多人。

据介绍, 联盟里边既包括行业性商会, 如深圳商业联合会、深圳市贸促委品牌促进委员会等, 又包括许多地域性商会, 如深圳江苏商会、深圳市河南商会、深圳市天津商会等多个大型商会和一大批中型商协会的会长、秘书长、副秘书长。

能人为伍做大事

深圳商协会秘书长联盟, 作为深圳

首个由深圳商协会及秘书长自愿发起组成的行业联合体, “非盈利”的性质定位, 要求联盟必须实现社会效益的最大化。

“实现社会效益, 路径设计重在商协会及秘书长间的沟通、交流与合作。”车瑜说, 促进联盟成员之间信息共享、资源倍增、项目对接, 进而推动深圳商协会、秘书长及企业合作在新形势下的重新定位, 拓展新的发展空间, 让深圳商协会、秘书长及企业更好地利用联盟平台整合资源, 进而拓展市场与人脉, 参与国内和国际竞争。

实现目标的路径有了, 关键就是看人、看执行力了。对这个组织而言, 既然是秘书长之间的联盟, 那么秘书长当然就是“第一责任人”, 对秘书长的素质要求, 由此可以想见。

“秘书长”原本隐于会长之后, 现在让秘书长的独特作用呈现出来, 所以秘书长这个职位, 在商协会里的位置非常重要。

从工作关联性上看, 秘书长承上启下, 对上要服务政府相关部门、对下要服务好会内的几百上千家的企业; 从具体的工作执行上看, 一个协会全年工作的规划、策划、执行、跟进、对企业的各项服务和实地走访、调研等, 都需要秘书长亲力亲为。

“一个合格的秘书长, 首先是一个综合素质非常高的全才。”车瑜说, 工作性质决定了秘书长这个角色, 既要在商会会长、副会长的领导下, 统筹协会全年工作, 又要能够综合各种资源和有利于商会发展的因素, 创造性地开展作。

盘活资源优势

以“交流、整合、协作、共赢”为宗旨的联盟, 通过 2 年的运作, 各商协会相关活动的组织策划、社会影响、资源整合等在很多企业家群体, 都具备了相当的知名度。

两年来, 联盟分别与深圳清华大学研究院、中国风险投资研究院、亚欧商协会联盟、深圳高新区孵化器联盟(14 个孵化器), 结成战略合作伙伴关系; 与部分中央媒体签订深度战略合作协议, 与此同时, 与深圳市的主流媒体保持既有的合作关系, 为相关工作赢得较好的舆论环境。

为扩大与企业资源的对接, 联盟在争取到翰宇药业、国农科技等多家国内 A 股或香港上市公司的支持下, 各联盟成员单位的一些优质会员企业, 都积极参与联盟组织的各种活动, 有效促进了更广泛、更深层面的信息即时分享。

联盟地处中国改革开放的最前沿, 毗邻港澳台, 因此联盟自运行以来, 就有与生俱来的优势, 比如一边与港商、台商、澳商保持良好的合作关系, 一边与国内多家商务厅发起的“商会国际联盟网”形成业务互动, 其中, 与深圳市科技创新委指导的“深圳市国际科技商务平台”进行了有成效的对接, 另外, “联盟志愿者服务中心”和“专家智囊团”已开始筹备和吸纳成员。类似活动, 使得联盟内的商会及企业, 或在此进行有效地横向沟通, 或在此对经营要件适时对接, 相关项目合作的成功概率, 由此大大增加。

商会人物



他乡创业不忘慈善

记东莞市河南商会会长程恩波



程恩波

■ 本报记者 杨照钦

程恩波来莞近 20 年, 从身无分文到亿万身家, 他对这片充满机遇的土地满怀感恩。他心怀慈善, 积极回馈社会, 据不完全统计, 近些年来他用于捐赠慈善和公益的资金已达 500 多万元。今年, 他先后被评为“东莞好人”和“第二届东莞十大慈善人物”。

“东莞好人”

程恩波是河南省驻马店市上蔡县芦岗乡文楼村人, 现为上蔡县文楼村党支部书记、东莞市河南商会会长、东莞市清溪旺润塑胶五金制品有限公司董事长。他也是东莞各商会中唯一获评“东莞好人”称号的会长。

程恩波回忆起当年白手起家的情况仍感慨不已。1995 年 5 月, 从未出过远门的程恩波随同村里人南下东莞务工。没有技术, 没有学历, 也没有工厂工作经验, 再加上民工大量涌入, 劳动力过剩, 以及部分工厂管理层对河南人的偏见等因素, 程恩波在找工作的途中四处碰壁, 一年间他前后到东莞 13 次, 但都无功而返。最短的时候只待了 3 天, 最长也只有 1 个月。最惨的一次是和老乡在山坳里住工棚, 晚上任由蚊虫叮咬, 可以说风餐露宿, 吃尽了苦头。

第 14 次南下东莞时, 程恩波来到凤岗镇雁田村。晚上挤在几个老乡合租的房子里, 白天到处打听招工的消息, 但仍难以找到工作。眼看到了山穷水尽的地步, 1996 年 5 月, 程恩波凭借在家开饭馆时练就的手艺, 摆了一个小摊, 卖家乡饭菜。生意还不错, 他就接济那些遇到困难的老乡, 有时甚至有十几个人在他那里免费吃住。那时, 公益助人的种子在他心中开始“萌发”了。

但小店开了 4 个多月之后, 渐渐难以为继。1996 年 9 月, 25 岁的程恩波几经周转, 终于进入一家台资塑胶企业当学徒工。得到这难得的机会, 他用更多的时间和精力去钻研模具技术, 日夜待在车间里摸索。3 年间, 他实现了从学徒工到技术员的蜕变。

1999 年, 这家台资塑胶企业为提升效益, 实行每位技术人员承包 2 台机器单干模式。程恩波 3 天 3 夜守在机器旁, 困了就睡在车间的编织袋上。功夫不负有心人, 仅一个月, 他就挣到了 3.8 万元提成奖金, 而别人却只有几千元。连续 3 个月, 他都实现了最高产量, 让老板刮目相看。

后来, 老板看到程恩波不俗的业绩和踏实的干劲, 将他连提 7 级, 聘为该公司副总经理。此后两年间, 他使两家亏损的子公司扭亏为盈, 使经营效益不足亿元资产猛增到 3 亿多元, 从而积累起人生第一桶金。

兼任村支书

程恩波来莞近 20 年, 他对东莞这片充满机遇的土地怀着感恩, 不断回馈社会, 关注慈善, 热心公益。多年来, 在生活中受过他恩惠、被他帮助过的人不计其数。据不完全统计, 近些年来他用于捐赠慈善和公益的资金已有 500 多万元。

但是, 程恩波身为企业家, 远在千里还兼任着家乡的支部书记, 这是作为一个异地商会会长少见的现象, 当记者问到为什么会兼任家乡的支部书记时, 程会长说, 离开家乡心里放不下父老乡亲们, 每年都要回去看几次, 至今他的父亲都住在村里, 村里有什么事情父亲都会及时告诉他, 他都会牵肠挂肚地去想, 每次回去乡亲们都会到他家唠家常, 几个党员说, 你就做我们的支部书记吧, 不能发财了不管家乡啊。他想了想, 就答应了, 他觉得这不仅是对家乡的一份牵挂, 也是一个党员的一份责任。有一次, 程恩波回老家, 偶然得知家乡有艾滋病孤儿考上大学的消息, 他觉得这些孩子需要帮助, 就捐了 10 万元给孩子们; 另外, 他还号召上蔡县企业家协会的同仁捐款, 当天大家就给孩子们捐了 37.8 万元。

2011 年 4 月家乡修路, 程恩波捐资 20 万元并积极组织“上蔡乡友联谊会”, 为需要帮助的打工老乡排忧解难。他先后资助和帮助融资支持上蔡同乡在东莞兴办实业, 资助资金和融资累计达 500 多万元。他还向河南驻马店上蔡县芦岗乡敬老院捐资 20 万元; 向红丝带家园、阳光家园和同仁文武学校孤儿院捐资 10 万元; 他还为老家的 6 个村庄道路安装了 LED 路灯, 价值近 20 万元。他说, 他看到家乡漆黑的夜晚亮起一盏盏明亮的路灯, 把人心照亮了, 他在地心里也亮堂。