

【对话老杨:园区那些事】

“互联网+”成产业园区发展助推器



杨建国

中国产业集聚研究专家、中华民营企业联合会副会长、民生证券研究院特约研究员。从事产业园区理论研究20年,被誉为招商引资实战专家,著有《集聚——河南决策者》、《产业隆起领跑中原》,先后荣获“金麒麟2010年度产业聚集区建设贡献奖”、“推动中国产业咨询领域经济发展·最具影响力功勋人物奖”等荣誉称号。

■ 本报记者 李致鸿

自国务院总理李克强在政府工作报告中提出制定“互联网+”行动计划以来,“互联网+”便为互联网与传统行业的融合提供了无限的想象空间。“互联网+”与产业园区能够碰撞出哪些火花?对此,《中国企业报》记者与中国产业集聚研究专家杨建国进行了探讨。

“互联网+”
催生园区化学反应

《中国企业报》:“互联网+”与产业园区存在着哪些联系?

专访仁达方略研发中心周宇华

“海外工业园”路在何方?

■ 本报记者 王敏

作为“一带一路”战略的一部分,中国计划建立更多的海外工业园区以提振低迷的对外贸易。经济相连,星罗棋布的产业园区正成为“一带一路”战略实施的纽带和引擎,重塑国际间产业发展的合作模式。在一个陌生的国度里生根发芽,中国企业怎样才能少走弯路,海外工业园区如何为走出国门的企业提供支持,目前进展如何,园区在海外建设应该注意些什么,怎么样设立风险共担机制?《中国企业报》记者为此专访了仁达方略研发中心周宇华。

“一带一路”成重要支点

《中国企业报》:据您研究了解,目前“一带一路”战略下海外园区建设进展如何?

周宇华:浙江省官网显示,2014年浙江省6个海外工业园区建设总投资累计达6.18亿美元,吸引入园企业投资达15.2亿美元,年带动出口额达11.07亿美元。6个海外园区中5个位于中国“一带一路”战略的沿线国家。乌兹别克斯坦鹏盛工业园为首个由中国民营企业直接在乌投资的大型项目。

2015年辽宁省将沿“一带”方向推进俄罗斯巴什科尔托斯坦石化工业园、中俄尼古拉商贸物流保税园区、哈萨克斯坦远大建材产业园等5

杨建国:从两会至今,“互联网+”风头正劲,与产业园之间的融合也在逐步深化。

从产业方面来看,互联网技术与产业的结合,不断催生出新的产业、新的模式;另外,互联网的信息技术和方法论也在不断的助推着传统制造业的转型升级,大数据+云计算成为连接一切和智能化的根基,金融、汽车、物流、教育、智能硬件、O2O、泛娱乐这些行业都被互联网“+”了。

从产业园区方面来看,从重速度到重质量、重创新,中国产业园区历经30年高速增长,愈加重视对技术引领与创新带动的依赖,在产业园区的平台之下,信息、技术、人才、金融加快融合,形成了互联互通的体制。这也为产业园区平台打造提出了更高要求,体制创新、服务创新、技术创新需要统筹推进,任何一个软肋都可能引发水桶效应。在当前互联网技术快速发展的背景下,“互联网+”通过聚焦资源、让利市场、加强资产流动性,正在逐步成为中国产业园区升级发展新的动力,塑造出一批更具生命力的产业园区。

《中国企业报》:“互联网+”是否能够成为产业园区发展的助推器?

杨建国:“互联网+”必然会成为产业园区发展的助推器。以物流产业为例,目前我国物流产业在发展中普遍存在着两大问题,从宏观上,基础设施不配套、自动化程度低、同质化严重等;从具体的物流企业上看,存在着企业规模小、规划不合理、专业化程度不高、专业人才缺乏等问题。而在目前“互联网+”热潮中,随着互联网产业和信息数据产业的蓬勃发展,互联网、智慧化已经渗透到传统行业的各个领域,物流作为电子商务发展至为关键的一个环节,金融互联网、物联网是发展的必然趋势。物流园区的信息化特别是移动互联的发展,大数据等高新技术的运用,将有力促进物流资源的社会化整合和物流园区的集约化经营,全面提升物流业的专业化、市场化、社会化和信息化水平。

物流园区的“互联网+”效应只是“互联网+”助推产业园区发展的一个具体案例。从整体上来看,“互联网+

将会开启产业园区升级新纪元,而目前对产业结构升级的推动才刚刚开始,这种作用力绝非是简单的叠加和拼凑,而是从表到里的化学反应,产业园区必须构筑新的平台体系和产业生态,促进生产要素的流转,打造现代产业体系。

“互联网+”产业园
首先要找准产业

《中国企业报》:“互联网+”是否会沦为产业园区的炒作概念和噱头?

杨建国:自从今年两会政府工作报告提出“互联网+”之后,各地纷纷推出或抓紧制定“互联网+”行动计划。但目前“互联网+”概念已经渐渐有了过热的趋势,这未必是一件好事。

因为,首先“互联网+”战略是相对超前的,从提出到实施再到效果显现会有一个漫长的过程,虽然在电商等领域互联网企业取得显著的效果,但相当一部分传统产业并没有找准、找好与“互联网+”战略的结合点,甚至是抵触的。地方在积极推进“互联网+”产业或产业园的同时,要加强对传统企业的扶持和培育,帮助他们学习、接受和转型。

其次,产业才是“互联网+”产业园的灵魂,真正意义上的“互联网+”产业园首先应该做好的就是找准产业,而盲目的追求和建设互联网+产业园,容易脱离实际,不可取。以互联网金融产业园为例,目前,互联网金融概念愈炒愈热,也促使互联网金融企业犹如雨后春笋,不断涌现,包括政府和企业在内的多方力量都在积极谋划互联网金融产业园的建设,这其中,很多二三线城市也开始纷纷上马互联网金融产业园,但互联网金融的发展程度与水平主要取决于当地中小企业的活跃程度,而二三线城市相对缺乏建设该类型产业园的客观条件,在没有足够繁荣的市场支撑情况下,互联网金融产业园很容易就变形走样。

总的来看,“互联网+”是趋势不假,但也绝非永远“风平浪静”,稍有懈怠就有可能被风浪拍打下来。对于产业园区来说,切忌为“尝鲜”而不

“择食”,盲目跟风、一哄而上,忽略了因地制宜和差异化发展,“互联网+”带来的也可能只是一个注定要破碎的泡沫。

要做好“互联网+”的
输入与输出

《中国企业报》:如何才能使“互联网+”更好地服务于产业园区?

杨建国:我认为,应该从三个方面着手:

第一,首先需要做的就是转变观念,很多地方政府其实早就看出了运用互联网技术手段进行招商引资的便捷和高效,但在实际操作过程中,却更多止于表象,没有真正活学活用,结果把“互联网+”弄成了“+互联网”。

从今年4月份开始,湖北省各级党政机关多次组织“一把手”级别领导针对互联网+产业的集中学习。部分政府机构甚至筹备成立专业的互联网+产业管理部门。湖北的动作很有典型意义,这表明,地方已经认识到,产业园区想要借势“互联网+”首先要从思想认识上解放,高新技术产业变化迅速,思想不革命、举措不革新,对互联网、经济业务一知半解,似懂非懂,缺乏互联网思维,甚至无法与互联网企业深入交流,遑论抢占发展先机?

其次,要做好“互联网+”的输入与输出,输出是一个广而告之的过程,即打造软环境,那么对于产业园区来说,可以借助互联网平台进行形象、品牌的输出,来加深投资者对产业集聚区的环境认同;而输入,则是做好招商引资工作,强化对产业关联度、产业协同能力,以及产业链的引入。

第三,需要创新服务模式,面对“互联网+”战略,产业园的管理服务必须秉承开放理念,“互联网+”时代不断产生的新模式、新业态,对产业园区的管理服务产生颠覆性的挑战,而这些挑战往往超前于各种法规和规范。因此,如何在“互联网+”的时代背景下创新政府管理服务,是产业园区管理部门必须深入思考研究的重要课题。

定性作用和各类企业的主体作用,同时发挥好政府的作用。

沟通政策,连通设施。就经济发展战略和对策与当地充分交流对接,共同制定相关规划和措施,协商解决合作中的问题,获得当地最大政策支持,保障园区顺利建设;此外通过核心城市节点,连接综合交通运输干线,并以其为发展轴线,带动经济带的发育。

低碳建设,文化融合。在境外建设工业园区,努力遵循节能减排和绿色低碳原则,爱护所在国的环境和资源,尊重当地人民的文化、风俗,积极参与公益事业,树立良好的形象,为所在国带去发展契机。

《中国企业报》:企业在园区中又该注意些什么呢?

周宇华:众多海外工业园将成为走出去企业的重要平台,发挥着战略支点的重要作用。然而,企业进驻园区又撤走的情况也时有发生,从企业层面看,企业在进驻海外工业园前,应综合考察研究,充分调研所在国投资环境、商业法规、市场信息等,尽快调整生产、用工等方式;此外,从政府层面来看,中国政府应积极参与到国际经济合作中,将海外工业园区建设纳入到整体战略中,挖掘具备投资潜力的国家和地区,从政府战略合作层面与当地共同商讨,克服建设运营中存在的风险和问题,从而更好地实现国家战略并为企业“走出去”保驾护航。

搜狐焦点 | 产业新区
CHANYE.FOCUS.CN

专访世鳌国际联合创始人、总裁刘天鹰
中国版 WeWork 如何本土化

WeWork 爆红,效仿其模式的办公项目在中国被迅速复制,但关于该模式的中国本土化能否成功,以及可否实现持续盈利,都是问号。在“双创”的风口,世鳌国际显然也幸运地赶上了“联合办公”的大潮,不同的是,野心勃勃的世鳌国际已经开始计划,“未来一年,推动上市进程”。

“ServiceOffice+ 互联网社群”

搜狐焦点产业新区:2007年到如今,经历8年时间,世鳌国际在国内多少个城市有项目布局?管理面积约为多少?年收入规模约为多少?

刘天鹰:8年来,世鳌国际一直稳步增长,增幅保持在70%—80%,这也符合当时我们的模型设计。目前,世鳌国际在国内7个城市布局,3个城市在建,管理面积将近8万平方米,收入超过2亿元,可以说是行业的“隐形冠军”。

搜狐焦点产业新区:这一规模,让世鳌国际在同业中处于什么位置?

刘天鹰:在本地,我想我们可以是行业第一,是“隐形冠军”。投资界认为我们是中国版的雷格斯,但我们不这么看待,世鳌的模型是“ServiceOffice+互联网社群”,更接近于 WeWork。

按照规模看,世鳌和外资企业的差距是正常的,因为外资的模式成熟,起点较高,有非常标准的复制模型,不过世鳌国际在这8年间,通过不断迭代,研发新的技术模型、服务模型,不断提升。

项目选址锁定超甲写字楼

搜狐焦点产业新区:在创新创业的风口上,可以说联合办公等新型办公模式都得到了资本、地产等势力的关注,世鳌国际是否也遇到这样的情况?有无相关的合作计划?

刘天鹰:过去8年,世鳌国际专注于稳健发展,我相信有了精细化运营的核心竞争力,机会会慢慢来。今天,风来了。借助风势,世鳌计划,未来一年,推动上市进程。下一个时间段,世鳌进入扩张阶段,将与众多地商启动战略合作。2015年,是世鳌的品牌资本年。

搜狐焦点产业新区:能否透露具体的扩张计划?

刘天鹰:我们的模型很清晰,从一线城市开始布局,扩展到130多个三线城市以上城市。

按照城市级别划分的新标准,如今的一、二、三线城市分别有19个、34个、76个,此外,四线城市70多个,五线城市200多个。

世鳌计划,三线城市以上的城市布局130多个。除了现有的7个一线城市,将加速进行另外12个一线城市的布局。项目的选址标准很清晰,锁定城市的超甲写字楼。

另外,我们的另一个品牌汉督国际,则致力于独栋商业楼宇,第一个项目是双井的创客孵化中心,计划签约引入40多家孵化器,形成创客集散中心。

精细化运营成核心竞争力

搜狐焦点产业新区:雷格斯和 WeWork,世鳌国际更接近哪种商业模式?在国内,世鳌国际将哪些企业视为竞争对手?

刘天鹰:世鳌国际更接近于 WeWork,是 ServiceOffice+互联网社群。尽管资本界总把世鳌说成中国版的雷格斯,但事实上,世鳌做了大量本土化的运营,跟雷格斯差异巨大,如果世鳌是雷格斯,早死了。我们三年前就在做云端测试,下一步基于社群和云端开始深入实践,把它变现。

搜狐焦点产业新区:世鳌国际向市场提供哪些办公产品类型?将哪些企业作为目标客户?

刘天鹰:高端智力密集型企业和世鳌的主要客群。我们覆盖了0—100人规模的企业,之后提供会议室服务。办公室和会议室产生的需求和流量,都汇集到最后的一站式云端服务上,这就是世鳌的互联网模型。

搜狐焦点产业新区:世鳌国际的核心竞争力是什么?

刘天鹰:如果非要给一个答案,我想应该在于“精细化运营”。世鳌8年来一直专注中国本土创业者,运营模型、服务模式都是基于中国人的习惯这些细节。过去8年间有六千多家企业选择世鳌,目前服务中的也有两千多家,我想,“感受舒服”可能是重要原因,我们希望能够提供超越海底捞的服务。

“我们是互联网公司”

搜狐焦点产业新区:世鳌国际的企业定位和远景目标是什么?

刘天鹰:世鳌未来会成为一家互联网公司,一家基于O2O的2B互联网平台。以OFFICE作为平台入口创造流量,基于流量,产生云端增值。

搜狐焦点产业新区:批零差价并不显著,购买服务的消费习惯也未养成,这成为当前不少新办公模式遇到的盈利障碍,世鳌国际如何解决?

刘天鹰:这个行业传统上认为,有三种盈利空间:批发-零售差价、地产增值和服务溢价。随着竞争的加剧,三大空间都变得越来越狭窄,怎么办?

互联网公司给了我们很多启发——免费模式、不盈利模型。互联网公司的很多免费产品是因为用户量足够大,产生边际成本无限接近于零的产品。那么,在服务式办公领域,什么能够带来类似的效果?答案就是精细化运作,通过服务型产品创造溢价,守住三大盈利空间的最后一个命门,增值服务产生收益。

如果把服务式办公当做一家互联网公司,是不是不那么期待“利润”,而是更期待“增长”?这也是 WeWork 为什么价值50亿美金的重要原因。(来源:搜狐焦点产业新区)