

全国人大代表
TCL集团董事长
李东生

在正在召开的全国“两会”上，全国人大代表、TCL集团董事长兼CEO李东生提出《关于加强中国工业竞争力的建议》、《关于加强社会保险体系建设的建议》、《关于为提高航班准点率少用摆渡车的建议》等议案，其中前两条与家电制造业关系密切。

TCL是中国家电龙头企业之一，在李东生领导下，TCL于2004年连续进行了两起大金额的跨国并购，相继并购了法国汤姆逊公司的彩电业务以及法国阿尔卡特公司的手机业务，走上了一条靠跨国并购实现规模扩张的国际化之路。由于彩电业从CRT电视到平板电视的升级、转型，和并购后整合过程的复杂性和困难预计不足等原因，TCL集团的经营绩效在并购后出现了大幅下滑，公司发展一度陷入谷底。随后，李东生于2006年发布了《鹰的重生》一文，号召TCL全体员工团结一心应对危机，共同推动组织结构和企业文化的变革，使得TCL再次起航，从亏损走向了高速发展。2014年，TCL集团营收突破1000亿元，跻身中国家电千亿俱乐部。



李东生： 工业引资盼政策援助

· 商报访谈 ·

中国工业综合实力依然不强

北京商报：近年来，国内服务业在中国GDP所占比例已经超越工业，同时不少世界500强企业开始将他们在中国的生产基地迁出中国，您如何看待中国工业面临的巨大挑战？

李东生：一个国家要强大，经济首先要强大，而经济强大的标志就是要有一批世界级企业。中国已是一个经济大国，但还不是一个经济强国，主要原因就是缺少一批有国际竞争力的世界级企业。虽然中国已经成为工业大国，但工业企业的综合实力依然不够强；我们缺乏能在全球主要产业领域具有领导性的企业。

中国工业正面临着发达国家“再工业化”、新兴经济体“承接转移”、国内资本“抽逃”实体经济的严峻挑战。中国制造业处于全球价值链中低端，落后产能规模大、垄断行业进入难，生产要素成本不断上涨，投资回报率偏低。

北京商报：今年您带来了加强中国工业竞争力的建议，这与家电行业密切相关，您认为加强竞争力具体可以从哪些方面着手？

李东生：加强中国工业的竞争力主要责任在企业，企业自身要能够意识到这种转型、意识到这种变化，要适应这种变化，要努力、要有战略、要有投入，对企业来讲，加强自身的竞争力有三条：你基本的制造能力、效率、速度、成本控制；技术能力持续提升；以及全球经营能力的提升，包括品牌、渠道、服务能力，包括国际化。这是中国企业面临竞争要承担的责任，谁能够做得好，谁就能够在这轮转型当中、在这轮产业重构当中抢得更大的份额。

建议国务院为支持中国工业发展制定更为有效的政策和措施。第一，要引导更多的资金投入工业领域，当前的现状是工业投资回报率低，工业资产估值低，建议国

院支持有国际竞争力的跨国产业集团，并出台具体的政策措施。包括制定对工业企业优惠的税收和财政政策，减低产品增值税，允许集团公司合并缴纳所得税等；第二，对工业项目融资提供更多的便利，加快金融改革、加快股权金融市场改革。另外，贷款利息比较高，希望进一步减息。

北京商报：2014年，国内彩电市场遭遇过去几十年来首次下滑，您怎样看待未来几年国内彩电市场的发展？

李东生：从事彩电行业这么多年，去年第一次国内市场是下降的，今年从一二月情况来看基本上是持平的状态。在今后的一段时间内，彩电将不再是快速增长的市场，甚至是有收缩的市场。

在这样的情况下，企业要有能力在别人的盘子里面抢饭吃。今年我们制订一个18%的增长，也是立足于此，要打硬仗。机会是此消彼长，你不抢别人的，别人就抢你的。今后彩电企业的发展将是挤压式增长，就是你能够在别人的盘子里面抢东西。

北京商报：TCL在去年提出并实施了“双+”战略转型，作为转型的第二年，今年TCL在发展策略方面有哪些进一步计划？

李东生：公司2015年的发展，将进一步围绕“双+”转型战略、国际化双轮驱动战略，通过战略转型能够让公司的竞争力进一步提升，适应市场环境。“双+”转型战略是推动智能+互联网、产品+服务的模式。为了支持“双+”转型战略，公司结构做了调整，7+3+1，7个产业部门、3个服务业务部门，加上1个投资创投部门。我们要继续加大国际化的力度，今年我们提出要增长18%，海外销售收入增长20%，我们要让海外销售收入增长成为公司收入主要的动力。

北京商报记者 陈维

· 代表声音 ·

彩电增长要靠抢市场

经历30年的高速增长后，中国彩电业正式进入了一个全新发展阶段。奥维云网日前发布的数据显示，2014年中国彩电市场总量为4461万台，同比下降6.6%；销售额1462亿元，同比下降14.5%，中国彩电市场遭遇了30年来首次下滑。

李东生指出，未来彩电企业的增长将是挤压式增长，需要去别人的盘子里面抢东西。今年一二月的销售情况与2014年持平，预计在今后的一段时间内，彩电将不再是快速增长的市场，甚至收缩。奥维云网也预计彩电业的下滑趋势会延续至2015年，预计2015年中国彩电市场零售量将达4410万台，同比下降1.1%。

虽然彩电整体市场发展势头不佳，但智能化却是过去两年间彩电市场的持续爆发点。数据显示，2014年智能电视的出货量为3110万台、智能电视的渗透率为58%，同比增长14%。业内专家预计，今后智能电视将进一步加速普及。从2013年乐视跨界进军彩电市场，并在2014年取得超过150万台的销量成绩也可看出，用户对于智能电视的接受度很高。

在乐视、小米等互联网企业进入彩电市场的同时，传统彩电厂商也在不断自我改变，2014年初，TCL正式对外宣布将推行“双+”战略转型，即智能+互联网、产品+服务的模式。在过去的一年里，TCL一直都在稳步推进战略转型，构建围绕TV+平台的电视生态圈，智能电视平台运营能力大幅提升。如今TCL可运营用户超过1100万，日活跃用户接近400万。李东生也明确表示：“今年，TCL要持续加快推进‘双+’战略转型，建立新的业务能力；加快完善全球业务布局，继续提升海外业务竞争力和市场份额。”

凭企业转型和创新，尽管整个市场发展形势欠佳，但是TCL仍然提出了18%的增长承诺。李东生指出，做出承诺是TCL的一个变化，1000亿元的18%就是180亿元，这是很大的挑战。同时，我们对海外业务的增长目标是20%，主要是考虑到国内市场的增长没有前几年那么快，且国内市场是以国内品牌为主，相比之下TCL更愿意去抢占一些外资品牌的市场，让海外销售收入增长成为公司收入主要的动力。