

通用航空市场亟待破冰

■本报记者 原诗萌

4月20日发生的四川雅安7.0级地震,牵动了亿万中国人的心。与此同时,通用航空在应急救援中的作用也再次成为人们热议的话题。

在近日召开的2013通用航空与媒体交流论坛上,多位与会专家指出,与2008年汶川大地震时相比,我国通用航空在应急救援方面有了一定的进步,但通用航空的发展依然严重滞后。同时,除了抗震救灾,通用航空在拉动国民经济增长方面也有重要作用,因此发展还须进一步提速。

应急救援显威力

通用航空是指民用航空器从事公共航空运输以外的民用航空活动。其中,在交通条件不佳地区的抢险救灾过程中,通用航空往往可以发挥关键性的作用。

4月20日雅安地震发生后,除了震区灾情,交通拥堵导致的大型机械设备和救援物资无法及时运达灾区的情况同样令人忧心。而如果有健全的通用航空应急救援体系,则能在很大程度上缓解这一问题。

“自然灾害一旦发生,并摧毁了交通设施,通航飞机往往是最好的甚至是唯一的救助工具。”赛斯纳飞机公司北亚地区销售及市场发展副总裁吴景奎说。

比如,借助通航飞机,可以先将伤员送到附近的医疗点进行初步的治疗和诊断,然后再根据伤员的情况送往其他医院。此外,在灾情勘察及安保等方面,通用航空都可以起到重要的作用。

目前在一些发达国家,已经建立了较为完善的通用航空应急救援体系,并在救灾过程中发挥了重要的作用。如2003年日本本州7.0级地震,10分钟后当地警察局已经把相关信息发给首相府,20分钟左右,日本的航空自卫队已经出发飞向现场。再比如2005年美国卡特里娜飓风,灾害发生24小时内已经有1000多架次飞行,其中直升机运送了1万多人,震后一周内有约600架飞机参与救援当中。

而我国通用航空在应急救援方面则较国外仍有一定差距,因此在本次论坛上,有关专家一致呼吁国家加强在此方面的建设。

“通用飞机是应急救援体系中不可或缺的部分,如果使用得当,可大幅减少人员伤亡。希望国家相关部门扫清通航发展障碍,推动通航产业发展,并将通航飞机纳入到我国的应急救援体系中。”吴景奎说。

经济新引擎

除了应急救援,在拉动经济增长方面,通用航空的作用也不容忽视。



我国通用航空市场仍处于起步阶段,在政策和基础设施方面还须进一步完善。图片来源:www.nnst.gov.cn

“民用航空是我国经济社会发展重要的战略性新兴产业,也是我国当前和未来生产方式的重要支撑。”中国民航大学校长吴桐水在论坛上指出。

他进一步解释说,在全球经济一体化进程中,我国和全球经济越来越密切地融合在一起,生产、流通方面需要航空运送的东西也越来越多。此外,我国当前正提倡产业结构调整,向电子产品、生物制品、精密仪器、现代农业等高附加值领域进行转变,而这些领域的发展在很大程度上要依赖于航空运输工具。

比如河南郑州一家专门从事小鸡孵化的企业。以前企业用汽车跨省运输小鸡,但运输成本和小鸡的死亡率很高,企业也迟迟未能发展起来。后来企业把工厂建到了机场附近,小鸡孵化出来后,经过消毒和打包装箱,可以很快运送到全国各地。“这充分体现了调结构、转方式和速度经济时代的特点。”吴桐水说。

事实上,将通用航空作为继汽车和房地产之后新的经济增长点,已成为业界越来越多人的共识。根据我国“十二五”规划目标,到2015年通用航空生产作业将从14万小时达到30万小时,年增长率达到16%,通用飞机规模由现在的1010架翻一番,超过2000架。据东方证券研究报告的推算,届时市场规模将达到1500亿元,成为我国经济增长的新引擎。

发展须破除障碍

通用航空广阔的市场前景,也使得各方力量纷纷介入。据了解,目前国内已有多个省市相继出台或正在制定通用航空产业的发展规划,一般通用航空的发展热潮正在掀起。

另一方面,从事通用航空的企业也快速增长。

2011年,我国持有通用航空经营许可证的企业是123家,比2010年增加了12家,而2012年上半年就增加了17家,还有超过100家企业正在排队等待。

与此同时,赛斯纳、西锐、钻石等通用飞机制造商,以及各大公务机制造公司,也纷纷加入了中国通用航空市场的争夺。

不过在与会专家看来,我国通用航空市场仍处于起步阶段,在政策和基础设施方面还须进一步完善。

北京航空航天大学通用航空产业发展与政策研究中心主任高远洋在一篇盘点2012年通用航空产业的文章中指出,在国家政策层面,从2010年国务院、中央军委颁布的《关于深化我国低空空域管理改革的意见》,到2012年民航局出台的《通用机场建设规范》和国务院出台的《关于促进民航业发展的若干意见》,可以看出国家已经在政策层面有所准备,不过,距离建立起针对通用航空的完整的政策、标准与规章体系还需要一段时间。

在此次论坛上,吴桐水等专家呼吁,应加快空域管理的改革力度,以及通用航空上层建筑的研究,并加强在法律、政策和体制方面的建设。

而在基础设施方面,吴桐水指出,美国国土面积和我们相仿,但美国有22万架通用航空飞机和1.8万个通用航空机场,而我国只有1000多架通用航空飞机和300多个通用航空机场,因此我国应进一步加强通用航空基础设施的建设。“没有飞机场,谁来给通航飞机加油,谁来提供气象信息和服务站,谁来培养人才?”吴桐水抛出了一连串的问题。

对于通用航空市场的发展,高远洋建议采取逐步推进的方式,在条件允许且具有一定经济基础和市场需求的地地区,由点到线,先划设低空飞行高峰期固定航线,建设FSS(飞行服务站),实现“点对点”低空飞行常态化,然后再由线到面构建区域性通用航空运营环境。

公司

近日,在北京召开的2013北京国际视听集成设备与技术展上,北京利亚德光电股份有限公司董事长兼总经理李军与来自印度的MIC Electronics Limited公司(简称MIC)董事长兼总经理Dr.Rao签署合作协议,双方就LED(发光二极管)相关领域展开深度合作。

在业内,利亚德已发展成为LED应用领域的整体解决方案供应商。目前,利亚德承做的北京天安门广场显示及监控系统、西红门媒体公园LED显示及照明工程、深圳大亚湾核电站LED显示系统工程等项目,充分展示了利亚德提供LED应用整体解决方案的能力。

面对不断拓展的产业前景和冲向国际的必要抉择,利亚德与MIC开展合作可谓必然。但利亚德人坚信的是公司理念:“利”亚于“德”,即“品德、信誉第一,利润第二”。

根据记者了解,利亚德与MIC公司签约合作,内容直指国际市场拓展和相关技术研发项目。据悉,利亚德公司将授权MIC作为印度区的独家总代理,由MIC全权负责利亚德产品在印度市场的推广和销售,第一年将预计销售利亚德产品1000万美金左右,双方约定在市场达到一定规模后,将联合成立合资企业,组装及生产LED应用产品,今后每年将实现快速增长。

另一方面,MIC则授权利亚德在中国全权开发和销售LED太阳能照明产品及软件产品,同时双方共同开发及生产LED 3D显示技术及内容创意产品。据悉,利亚德与MIC计划未来将邀请业内国际知名芯片企业携手在印度投资生产和销售LED产业链产品,以满足未来印度地区及南亚地区LED照明及显示产品业务逐渐扩大的需求,预计总投资超过数千万美金。

事实上,近年来印度政府已把LED产业发展到国家战略予以扶持,预计利亚德与MIC的合作将得到印度政府的支持和鼓励,并对双方合作谈判产生积极影响。这一签约也意味着利亚德的国际化战略取得了重大进展。

“MIC一直致力于开拓中国市场,并积极寻求与中国厂商的合作,而利

亚德可谓是其最重要的战略合作伙伴。”MIC董事长兼总经理Dr.Rao表示。

始终持续的创新,被作为利亚德安身立命之本,在持续的创新中利亚德保持了核心竞争力。依托中科院和清华大学研究院的技术平台,基于对LED产业的前瞻性及经营战略的精准定位,自2009年开始就加大了高密度小间距LED无缝拼接产品的研发力度,公司在TV25无缝拼接屏实现稳定量产的同时持续加大研发力度,2012年6月利亚德光电TV19无缝拼接屏也成功推向市场,一经上市就成功斩获北方某部指挥中心指挥系统项目,迄今为该项目成为全球最大面积PH2.0mm以下高清LED无缝拼接显示屏。

目前,利亚德自主研发的数字化高解析度LED显示及控制系统、高清LED显示控制系统软件、LED景观灯饰照明和LED路灯被北京市科学技术委员会认定为自主创新产品。2012年10月,利亚德光电股份有限公司荣获“中关村国家商标战略实施示范区商标试点单位”称号。2012年12月,利亚德光电股份有限公司通过遴选获得中关村“十百千工程”中第一代信息技术类企业的重点培育企业资格。

“一方面意味着政府对企业的认可及肯定,另一方面也体现了政府对企业的关怀,这将为利亚德Leyard的发展增添巨大动力。”李军表示,利亚德将以此为契机,妥善利用相关扶持政策与相应支持,不断完善自我,提升企业综合实力,向着成为LED应用产品全球最具竞争力和影响力的知名品牌企业迈进。

利亚德：甘为产业「照明者」

■本报记者 郑金武

心安,便是归处

——访北京派特博恩生物技术开发有限公司总经理杜转社

■本报记者 张思玮 ■李瑜

4月中下旬的北京,空气中飘着朵朵柳絮。一场淅淅沥沥的小雨,让“春意”向上攀升的气温再次“缩了回去”。

杜转社站在位于北四环环保福寿桥附近的世纪科贸大厦顶层的办公室,透过玻璃窗向外看,繁忙的车水马龙景象与鳞次栉比的建筑尽收眼底。而这些早已无法搅扰他的心情。

多年的人生际遇与商海沉浮,让他更加从容与淡定地面对周围的人和事。杜转社不会有太多的兴奋之情,更无所谓失意之举。无愧,已成彼岸。心安,便是归处。

人生转型

也许,成长是一种难以言说的积累与蜕变,每个人都概莫能外。在创立北京派特博恩生物技术开发有限公司(以下简称派特博恩)之前,杜转社的人生图谱中写满了辉煌,也夹杂着落魄。

1977年,怀揣着少年时代的科研梦,勤奋好学的杜转社在毕业之后便参与到了我国第一代战斗机的设计与研发当中。踏实认真的工作作风,让他在之后的发展路途上走得顺风顺水。

1986年,该项目完成后,杜转社直接被提调到了中科院某研究所的管理层。一路从计划处主任到开发处处长,再到纪委书记。

杜转社的卓越业绩与才华,让越来越多的“伯乐”对这个极具升值空间的“潜力股”产生了兴趣,中纪委、国家计委也曾两次向他抛来了橄榄枝。

然而,当身边很多人都认为杜转社将在仕途中青云直上时,他却停下了前行的脚步。

“我这个人多多少少有点一根筋,做什么事情就想把它做好。那时候年轻嘛,30来岁,就是想搞科研,做好本职工作。”杜转社坚守着自己的承诺,将全部精力都投入到了“技术与产品的对接”过程中,在担任开发处处长期间,主持、推动了多项科研成果向产业化过渡的工作。

比如,他曾在国外的技术垄断与封锁的困境下,配合科研人员,力主推动国内大型锅炉产品自主研发,并取得了阶段性的成果,打破了国外的垄断。

尽管当时在仕途上升得很通畅,但杜转社从未把它当成个人发迹的资本。因为在他心中挥之不去的,是知识分子的良知,是一个祖国建设者的情怀。

然而,一场突如其来变故改变了杜转社的人生轨迹。他从管理岗位调到办办电暖器企业担任总经理。

没有经费,他凭借着多年积攒下的关系网,找来了救命的启动资金;没有销售渠道,他自己

背着两个20多公斤的电暖气,手上抱着厚厚的宣传资料,去挤公交车、串商场,甚至还去过跳蚤市场摆摊。

“那时候,梦想着有个送货的三轮车该多好啊!”杜转社在离职后的许多年后如此感慨,个中辛酸,不知凡几。

功夫不负有心人,电暖器厂在杜转社的带领下,成功占据北京等大城市的市场。可正当事业“如日中天”时,一个难以克服的技术难题,再一次把杜转社逼入了人生的绝地,电暖器滞销,堆成了小山。

“我站在4层楼上,真想跳下去,一了百了。因为企业里发生的好多问题,在当时是你根本无法预测的。”

最终,是一颗责任心,将心灰意冷的杜转社拉回了现实。“等坏的东西都熬过去了,生活就会向好的方向转变了。就好像在大雨磅礴的山谷中行路,绝不能停下。”

成功需要“异类”

这段波折的人生际遇,与其说是命运之神对杜转社的捉弄,倒不如说是为他创立派特博恩提供了充足的心理准备。

1999年,在卫生部几位专家力荐之下,“无知无畏”的杜转社踏入了一个自己完全陌生的领域——制药。成立之初的派特博恩,用惨淡经营一词来形容有过之而无不及;团队只有两个人,借来的35万元是全部家底。

或许,一开始派特博恩的起航奏歌中,就弥漫着几分悲壮的气氛。

“其实,我当时完全可以将派特灵的相关技术免费收入囊中。”但杜转社坚持以大手笔15万元,买该项技术的知识产权,而这在很多人看来绝对属于“异类”。

“很多人说我纯属‘没事找事儿’。但我不这么看,知识产权必须买断,不买断将来后患无穷。另外,我觉得做人还是要老实一点,老实人不一定吃亏,能做成熟事情的人一定是老实的。”

技术到手后,杜转社利用半年左右的时间,渐渐摸清了医药市场的运营规律。但如何招商又成为了摆在这位“门外汉”面前的第一道难题。

而当时的医药行业可谓是乱象丛生,“先货后款”几乎代表了市场营销的铁律。

然而,杜转社没有因此而屈服,并且还大张旗鼓地挂出了“不赊货”的招牌。这一逆举即便是在今天也很难被理解和接受。

“那时候也不是很有信心,但做企业还是需要点勇气。人有时候不能完全遵循市场的现状,你要有勇气去改变它。当别人都这么干的时候,你真的

不一定也要这么干。”杜转社说。

其实,在派特灵产品问世之前,市场上的同类产品已是大行其道,有名有姓的产品有65种。商家们纷纷将自己的产品贴上“包治百病”的标签,吹嘘着没有副作用的“神奇”疗效。

但固执的杜转社却要求,在产品包装上明确标出只治一种病,且有一定副作用。

如果说杜转社的这些做法,可以用正确的营销理念来解释的话,那么如何将产品进驻零售药店,可不是杜转社一个人说了算的事情。

当时,业内有着一个不成文的规定,产品进药店至少要交3000元的进店费,而这笔费用,远不是探探探中的派特博恩所能消化的。

正当进药店受阻之时,一些成人用品商店为杜转社送来了商机,许多小广告商也纷纷向他提供宣传渠道。

然而,手握主动权的杜转社却选择了放弃,他不想让新生的企业打上如此低端的烙印。因为杜转社心中对这个成长中的“孩子”满怀期待,这不仅仅源于情感的倾注,更源于对技术的信心。

在经历了无数的轻蔑与拒绝之后,万般无奈的杜转社最终将主攻目标锁定在了百年老店——同仁堂。

“就是交钱也要交到同仁堂去!”杜转社的声音显得有些激动。但令他意想不到的,同仁堂居然要了他的产品,且只字未提进店费。

事后,杜转社了解到,产品之所以能够打动同仁堂药店,是因为有着一整套完整的手续、严谨的科研成果和详实的临床报告。这也从侧面证明了同仁堂之所以能成为全国知名的药企的道理。

从此,派特灵成为了同仁堂售卖的第一种“消”字号产品。

掌控自己,便在高处

就这样,杜转社的“另类”与“古怪”非但没有使企业滑至深渊。相反,他的眼界与坚守,将派特博恩推向了一个又一个高峰,缔造了一个又一个奇迹。

关于派特博恩的成功,有人说是机遇,有人说是胆识。但对于陪伴与见证了企业成长的杜转社而言,“自控”是他最为深刻的体会。

“其实,对于我们这种生存在社会夹缝中间的中小企业,没有什么值得得意的,有时候就是自己满足。”杜转社觉得最令他得意的事情,就是始终让企业自己掌控企业发展的命运。“在企业的发展过程中,我始终坚持‘合则双赢,退则自立’的原则。”

渐渐地,派特博恩从当初的销售渠道枯竭,



杜转社在昆明滇池。

走到如今的多元化。创造的不仅仅是一个喜人的销售纪录,更深层藏着对于传统营销理念的质疑与建构。

在医药行业,杜转社坚守着自己的道德底线。坚持用产品的质量和疗效去打动医者的良知,而不是拿金钱去触碰他们的灵魂。“你要让医生觉得,你的产品是不可或缺的,而不是因为经济关系才用产品。”

概括地说,杜转社眼中的“自控”是一种“做减法”的哲学。知道了什么事情是不该做的,那么把剩下的东西努力做好,成功便会不期而至。

“实际上,所有的营销法则、社会法则,它一定与人性和社会的发展相匹配,否则是一定会出问题的。社会发展前进了,我们为什么不前进呢?相信人性化的东西会越来越来的。”

不要忘记缘何出发

在任何一个企业运营中,经济利益与社会责任之间的权衡,角力常常令众多企业家们耗尽心力。市场大潮的驱动,让一部分商人成为了利益的绝对拥趸,与之渐行渐远的,是作为一个企业者的责任与良知。

尽管很多人都认为企业逐利是如此的天然地义,但杜转社却觉得,当一个企业违背了自身社会责任的时候,是赚不到钱的。真正把企业做成成功的人,一定是平衡了两者之间的关系。

在派特博恩,这对儿被多数人视为“天敌”的矛盾体形成了良好的共生格局。

“你做的事情承担不了那么多社会的大责任,但是你在自己的小领域里别做危害社会的事情,那你就承担了社会责任。这个责任不要弄得太高,要在自己的能力范围之内。”杜转社表示。

其实,派特博恩的这种责任意识,不仅体现在服务社会的维度,也指向了每一个员工个体。职业生涯的设计与规划、成长空间的预留与保证、相处中的诚挚与温情……在许多青年员工眼中,杜转社是更像是一个人生导师。

对于如何管理企业中层方面,杜转社再次展现了一个开拓者的勇气。他留给下属绝对的自主

权,放宽了预设的种种边界。

但这绝非是逞匹夫之勇,也并非不顾企业代价,他的目标只是为了让员工和企业获得更好的成长。

“我为什么讲企业不能总是把利润放在前面,如果出于这样的考量你就会有意无意地阻挡干部和员工的成长。干部的成长需要环境,要给他们犯错误的机会。一个企业的主要组成人员,必须是忠诚于企业的。这些人需要你细心培养,慢慢栽培,这样的企业才能永远打不散。”

此外,在服务患者方面,杜转社坚持这样一条原则:一定要对症下药,并且要在治好病的情况下获得利润,而不是为了获得利润而治病。

“不是这个病的,我绝对不卖产品,是这个病的,我们还要一定把人家的病治好。千万不要因为走得远,而忘了我们为什么出发。”杜转社说。

懂得放下

在绝大多数拥有创业梦想的年轻人眼中,成功往往被描绘成一个个辉煌而励志的故事,甚至成为可以复制的样本。

“人不是从一个成功走向另一个成功,而是在一个失败中不断向前。克服了一次困难,解决了一个问题,跨越了一道沟渠,你就前进了。”在杜转社眼中,创业者必须具备三种素质:对梦想的执着、百折不挠的毅力和对自我的准确定位。

但有时候,年轻人很难将自己当初的梦想与眼前的想法区分开,只是看别人干得好,自己也这么干。

对此,杜转社建议,打算创业的人在作某个决定之前,要好好地想一想自己到底适不适合,创业需要综合型人才,而非专才即可为之。

“成功,需要勇气,但不是冒险。成功,需要耐得住寂寞,而不是心猿意马。”杜转社平日里会翻阅日本著名经营大师稻盛和夫的书。周末,他也尽可能地选择多陪陪家人。

在杜转社看来,一个人只有学会放下,才能得到。