

Companies



2007年“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”五大洲获奖选手

女性创业 梦想源于生活点滴灵感

随着女性自我意识的不断提升,女性创业已成为全球关注的话题。2007年数据显示,在美国,55%的新企业由女性创办;在法国,女性企业家占企业家总数的30%。而在中国,调查数据显示,女企业家经营的企业,盈利比例比男企业家高出7.8个百分点。也许正是看到女性创业活动对于市场发展已起到越来越深远的影响,自2006年起,卡地亚等知名跨国公司纷纷参与到女性企业家评选的活动中来。

2008年5月中旬,第二届“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”亚洲区决赛者名单在中国上海揭晓,其中包括中国上海选手在内的三名女性入围。该创业评选大赛是目前国际众多创业大赛中较少只针对全球女性人群开展的创业评选,由卡地亚和世界女性经济与社会论坛联合创办,并由国际首席顾问公司麦肯锡以及欧洲工商管理学院(INSEAD)作为第三方学术机构协办。

作为一个年度国际奖项,卡地亚希望借此能对由女性领导的具有创新意义的商业企划案进行正面的表彰和鼓励,激励更多女性抓住天赋灵感,实现创业梦想。据悉,该评选每年都将在五大洲分别评出五名最终的获奖者,他们将分别获得卡地亚灵思

“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”就是要推崇这种卓越不凡的企业家精神。希望通过此奖项,鼓舞更多耀眼的明日之星在世界舞台上展现璀璨光芒,成为未来世代的典范。

◎本报记者 姚音

涌动女性创业家奖杯以及两万美元的企划案启动资金。

卡地亚全球总裁伯纳德·福纳斯表示:大奖只针对那些尚处在萌芽阶段的初步创业概念,由来自五大洲的杰出商业菁英组成的评审团将从企划案的创意性、可持续性发展性及对社会的正面影响力三方面进行评分。卡地亚作为全球顶尖珠宝及腕表品牌,

创造了跨越一个半世纪的经典传奇。“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”就是要推崇这种卓越不凡的企业家精神。希望通过此奖项,鼓舞更多耀眼的明日之星在世界舞台上展现璀璨光芒,成为未来世代的典范。”

对比第一届,创新性、可持续性和社会影响力,仍是对入围该奖项的商业企划案的评判标准。此次入围亚洲区决赛的三位女性分别来自中国上海、菲律宾和柬埔寨。她们的创业项目不仅饱含了热情的创业梦想,另一个显著的共性在于创业项目都是从生活点滴中寻找灵感,其商业计划对社会具有长远意义。比如,中国上海女孩巫曼看到很多上班族由于工作繁忙,几乎每天都在餐馆里吃饭,于是萌发了在白领上下班必经之地的地铁和写字楼等地出售有机净菜的商业模式,巫曼希望以此给现代人传递健康饮食的概念;来自柬埔寨的陈姐·柴的企划案名为“你的商务解决方案”,其商业计划是为柬埔寨当地的非赢利性机构,或是无力支付大会计师事务所昂贵费用的小企业,提供便宜的、客户定制式的会计解决方案;而年仅23岁的菲律宾女孩凯洛林·库阿,则立志将纯净健康的菲律宾饮食文化推向世界;她将着手将菲律宾有一种常见的柑橘类水果广泛

地应用于食物、调味品和饮料中,创业想法是将这种水果加工成无糖、无需压榨、可以保存6个月的浓缩汁。据悉,卡地亚公司将针对三位入围者分别提供相应的辅导人员展开为期5个月的专业顾问团的培训,入围选手将于今年10月进入决赛阶段。届时,她们将向评审团提交一份详尽的企划案,将与来自五大洲的入围者进行角逐,并对评审团严格的评审。并最终将有产生一位胜出者参加2008年10月17日在法国多维尔的世界女性论坛全球大会,代表亚洲参赛者参与全球女性创业项目的夺冠评选。

在中国乃至全球,女性活动在很大程度上代表着经济的成功。我们深信,该奖项将把商业领域中越来越多最具创意的女性集合在一起,成为她们分享彼此观点、战略和经验的平台,为建立一个可持续发展的商业社会而努力。”世界女性论坛的创始人欧德女士这样诠释该奖项。

事实上,对于卡地亚所主办的这次女性创业大赛而言,更多地是提供了一个女性展现的舞台,一方面,它向世界展示着女性成功创业的榜样,另一方面它也在放大着这种创业成功的乘数效应,对许许多多怀揣着女性灵感与激情的女性来说,这种模式意味着事业选择的崭新空间。

■点评

女性创业成功的关键在于执着和自信

◎简雅汶

对女性创业者来说,最重要的创业灵感的源泉是兴趣。我们观察到,很多女性的创业,最初都启蒙于其个人过去的的生活体验和现实。而创业灵感对于一个成功的企业家来讲,无疑是非常重要的一个元素。总的来说,女性创业者相比男性创业者,最大的优势在于女性的执着与信心。我们认为在中国,女性创业的空间很大,原因在于女性群体很早就进入职场,因而所背负的职业包袱和障碍较少。

“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”,与目前其他的创业大赛相比,最大的不同在于,我们是鼓励还没有成功的人,陪着她们一起完成企划案,而不是在已经成功的创业项目上锦上添花。奖项的宗旨有三个,一个企划有原创性,二是

持续性,三是有社会的正面意义。至于将来创业成功与否,我们并没有直接的利益在其中,因此卡地亚在这个奖项中的角色与天使投资人不一样。

从评选过程来看,奖项比较独立,评选过程由全球评选团队——包括麦肯锡和欧洲国际工商管理学院主要承担,卡地亚方面也有一两位高管担任评委,但公司对评选结果没有任何决定权。

就目前来看,女性创业成功主要取决于三大因素,首先要有“知本”,即对所创立的企业业务知识要充分了解,能掌握熟悉行业资源;第二个是“资本”,我们通过调研发现,目前在中国只有30%的女性企业家可以从银行贷款到创业所需款项,但这个数字如果换成男性则有45%的比例,这表明了资本层面对女性创业信心不足;第三

是个人的自信。当然,随着年龄的增长,我个人认为企业应从个人烙印时代走向专业的团队经营时代。

目前全球都出了共同的趋势,即越来越多大学毕业生并不安于朝九晚五的普通职业,也不希望早早进入传统的婚姻生活,而是希望能创立一份属于自己的事业。我觉得这个势头是好的,但女性创业需要的是执着和决心,也需要有一个好的概念去执行,希望她们都能坚持下去。对卡地亚全球来说,这个项目是很重要的一个起步,我们目前也在企业内部对于女性经理人进行一系列的培训,未来关于各种女性项目的关注和投入将是一个持续的过程。

(简雅汶为卡地亚中国华东区总经理,姚音采访整理)

■2007年“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”胜出项目链接

亚洲获奖者项目:绿芒果(印度)

为发展中国家的低收入创业群体及其顾客创建基于手机的虚拟交易平台。在为贫困人口提供贷款的同时,帮助他们取得商务信息和市场准入。

非洲获奖者项目:“圣玛丽亚医护中心”(科特迪瓦)

依据顾客自身的医疗预算来提供量身定制的社区健康通行证系统,使得即便最贫困的个人也能享有医疗护理服务。

欧洲获奖者项目:“低成本”运营法律顾问咨询(西班牙)

积极筹划在西班牙开设六家“法律商店”,组建专业团队通过电话、网络等为客户提供便利而价格透明的服务。目前已将新的电子商务分部作为现有

商业模式的补充和完善。

拉丁美洲获奖者项目:“Globe 幼儿教育中心”(哥伦比亚)

针对3-6岁的幼儿教育服务中心,主要提供幼儿教育工作室、多媒体互动故事会,以及父母和教育者提供的教育方法研讨会等等,开发广泛的幼儿产品与服务,如儿童电子图书、父母交流工作室、幼儿电子图等。

北美洲获奖者项目:“LLC 个性智能女装”(美国)

“特性女装或智能服务产品线”基于时装材质的创意风暴;热敏感变色材料、三维印花、点亮服装的发光管,以及带有iPod播放控制器的服饰——每件服装的设计都融入了纽约最新的科技元素。目标客户锁定于那些走在时尚尖端的潮流女性,同时在网站上建立电子交易平台,以获得比传统服装经营更高的商业回报价值。

■专家访谈

用生态观念 打造未来企业枢纽



◎Narayan Pant

所有的国家最初的发展都是从“成本”开始——希望找到成本上的优势。早在殖民时代,英国、德国、法国扩张殖民地时期,其目的也是在全世界找到更便宜的原材料。新加坡是1960年底之前开始发展起来的,当时发展的重点也是基于成本优势。

比如新加坡零售业的发展。在新加坡可以以相当低的价格买到昂贵品牌的产品,因为其劳动力比较便宜。如此一来也将产生劳动力问题。在新加坡街上走一上,所有的店员看上去没有什么差别的,几乎是一样的。如果其他地方的商品足够便宜,顾客就会流失到吉隆坡等地。

大约90年代末到2004年这一段时间,新加坡零售业也开始走下坡路了。其中的另一个问题是过分重视成本,如此一来企业就会丧失对业务能力方面的关注。而业务能力的发展在不同国家却都可以进行。比如印度的呼叫中心。这项业务非常出名,其重点就是成本相当低。但是世界各地任何相似的地方都有呼叫中心的能力。比如非洲的一些国家,像加纳、坦桑尼亚、肯尼亚,他们这些国家原先也是英国殖民地,也说英语,成本同样很低,并且有很多人失业,存在大量劳动力。如此看来印度作为呼叫中心的成本优势瞬间就没有了。

以“树的生长”模式打造企业生态环境

首先,企业需要建立在某一个特定的行业里面能够建立起全球性的、国际性的卓越中心或者枢纽的意识。所谓的中心或者枢纽实际上是一种生态系统。如果我们把一个国家看作一棵树,树的生命力决定了它是否能存活。希望这棵树增加它的存活率,那就需要有一个生态系统来帮助它,使它长得好。形成这样的系统后,若其他植物的叶子落下来会变成肥料,然后进一步促进树的成长。我们所说的建立国际性的枢纽也是一样,是在一个特定行业里建立起一个生态系统。

对于发展中国家,包括中国,面临的挑战在于我们要选择什么样的行业,以建立起国际性的生态系统或者卓越的中心枢纽。这样的例子也有很多,比如美国的硅谷是非常好的一个IT创业中心;纽约是出版的一个中心;而米兰是工业

设计的一个枢纽。

比如上汽集团,它之前和大众合资,主要生产汽车。但在90年代,上汽逐渐意识到,仅仅如此是无法建立产业枢纽的。后来上汽和通用合资。当时通用在其他各国是处于亏损状态的,但在中国却是非常成功,而且通用也预测到中国将成为世界上最大的一个汽车市场。所以,通用就把他们最新的技术及设计搬到上海,在上海建立一个合资企业,然后建立一个生态系统来支持合资企业的发展。通用做了大量前期培训和准备工作,不仅对上海的合资企业做了大量的投入,使上海的合资企业具备一定竞争能力,更重要的是建立起了完整的一套基础行业生态系统,包括技术方面、物流方面和供销方面等等,形成具有国际水准的生态系统。因此,生态系统可以进一步实现创新,从而把整个行业进一步地向前推。这会不会成为未来全球汽车制造的一个枢纽中心呢?现在来说,做这个判断还为时尚早。但毫无疑问,重要的一些准备条件已经做好了。

如何创造企业枢纽?

发展中国家在建立全球性、国际性的枢纽过程中是启动得比较晚的,所以不能依靠自然的发展,按照自然规定来进行,而必须要人为的采取一些措施来创造一个枢纽,这可能会比较困难。

另一个例子有关制药行业。制药行业在印度建立起了枢纽,印度已经向国际申请专利,改变了整个游戏的规则。在印度,保护专利就是保护辛勤的劳动过程。学术研究如此,市场方面也是如此。大家都觉得能赚钱,行业就迅速发展起来。到2003年,印度又重新返回,签署国际性保护的专利协议。这个时候人才都已经具备了,他们懂非常复杂的生产工艺、包装、培训,所以这个行业的发展也很快。

那么,如何创造这样一个枢纽或者这样一个中心?前不久新加坡投入近80亿资金建设了一个健康科学的枢纽。但那只是一个雏形,以后是否能发展得很好,还不得而知,因为它不是自然发展的过程,而是人为的空降军、空降兵。当然我们希望它能快点成长。

(Narayan Pant为欧洲国际工商学院INSEAD战略学教授;高级经理教育执行院院长,姚音采访整理)

■管理点睛

因您而变是我们银行的定位,因为服务必须有服务的对象,如果客户不认可,你怎努力都毫无意义,这就是葵花和太阳的关系。“因您而变”也意味着要不断地满足客户的需求,随着社会的发展不断的创造新的需求,这个需求不会停止在一个水平上。所以银行必须不断地满足客户的需求,这样在客户的心里你才是一个好的银行。

——招商银行行长马蔚华

我们针对客户不同需求提供差异化的服务,为居民提供“全球眼”,为农村提供“上门服务”,为中、小客户提供公共信息平台,这些都是不同的价值提升。目前,服务与体验走向充满人性化和独特个性是一个大的潮流,只有不断致力于客户需求,才能实现服务的最佳平台。

——中国电信股份有限公司上海公司总经理张维华

只有服务提升了,我们的客户才会越来越多运用我们的服务,才会树立这样一个便捷、可靠、专业行业领先的品牌,反过来这个品牌又会带动客户不断使用我们的服务。现在,我们80%的利润来源我们的老客户,老客户占了客户总量的60%,这体现了服务与品牌的良性循环。

——携程旅行网副总经理汤安

(以上观点选自复旦大学服务营销与服务管理研究中心、美国亚利桑那州立大学服务制胜研究中心共同举办的“2008上海服务论坛”)

■商学院链接

中欧国际工商学院——“与中国人的有效谈判”课程

课程简介:本课程旨在向外企新任驻华高级管理人员传授有关如何与中国人进行有效谈判的知识。受制于错综复杂的商务环境,当今中国商界人士的价值现正游走于传统与现代之间,不断地变化着,影响着他们对事物的判断与决策。本课程将洞悉他们的变化,深入了解他们的价值观,为提高谈判的成效提供保障。

课程时间:2008年6月5日-6日

北京大学——中国金融投资家高级研修班

课程简介:伴随着中国资本市场进入新时代,中国的企业面临着前所未有的机遇和挑战,如何有效地利用资本市场使企业获得跨越式的发展?北京大学金融投资课堂顺应时代发展,以智慧投资为指导,引领学员以价值投资为宗旨,倾力打造能在风云变幻的市场上,善于把握投资良机并能取悦私人财富的金融投资者。

课程时间:2008年6月27日

“上证商学院”学术支持单位:

- 中欧国际工商学院 CEIBS
- 长江商学院
- 复旦大学管理学院
- 埃森哲咨询公司
- 华信惠悦咨询公司
- 上海交通大学安泰管理学院
- 北京大学光华管理学院
- 清华大学经济管理学院
- 奥纬咨询 OLIVER WYMAN
- 沃顿知识在线
- 科尔尼管理咨询有限公司
- 美国马里兰大学史密斯商学院
- 麦肯锡公司 McKinsey & Company