

来自大凉山的呼唤：会理石榴熟了

本报讯(记者 喻永国) 8月28日下午,由会理县人民政府主办、凉山州商务局,四川国源农业投资有限责任公司(简称“国源农投”)承办,四川知名果品供应链服务商——成都缤果农业开发有限公司协办的“会理石榴,闪耀中国”——2017中国会理石榴上市发布暨缤果“红钻”品牌推广会在成都举行。

有着中国石榴生产第一县、“石榴之乡”美誉的凉山州会理县,这里32万亩土地上产出的40万多吨石榴上市了!

会理县人民政府副县长沙正才、凉山州商务和投资促进局副局长马雄成、中国果品流通协会石榴分会秘书长王正兴、美国驻成都领事馆农业领事Evonne、国源农投董事长邹艾艾、总经理严仕忠、成都缤果农业董事长刘雯等领导出席推介会。鑫荣懋、湖南绿叶、天天果园、四川九曳等国内各省市优秀经销商代表、会理石榴产业链上下游企业负责人参加活动。

推介会上,会理县人民政府与国源农投签署战略合作协议,双方将秉承“资源共享、优势互补”的理念,在石榴等农产品销售、品牌推广等方面开展务实合作;进一步探索打造石榴农旅融合产业园,引进、打造果品精深加工项目,打造会理石榴产业示范项目,充分发挥示范带动作用,促进会理石榴产业发展,助力脱贫攻坚。

凉山州会理县副县长沙正才说到,凉山州自然条件得天独厚,气候类型立体独特,享有“万紫千红花不谢,冬暖夏凉四时春”之誉,是绿色、健康农产品的优质出产地,是开展农业投资、发展特色高端精品农业的沃土。特别是地处凉山州西南部的会理县,全年日照充



足,蒸发旺盛,雨量集中,干湿季分明,得天独厚的自然环境孕育了一大批特色优质果品,尤以“果大皮薄、色泽艳丽、粒大籽软、味甜汁多”的会理石榴最为著名,也造就了会理县成为全国石榴生产第一县及中国“石榴之乡”的美誉。近年来,会理县委、县政府把石榴产业作为当地农民增收、脱贫奔康的特色支柱产业来推进,截至目前,全县石榴种植面积32万亩,产量40万吨以上,每年为当地农户带来了20亿元左右的收入,果品远销全国20多个省市区和东南亚、中东及欧美各国,并大幅拉动了运输、劳务、包装、农资、营销等等相关产业发展。会理县政府及人民诚挚邀请各位企业家及经销商朋友们和我们一起共同促进会理石榴产业的进一步发展、助力会

理脱贫攻坚。

凉山州商务和投资促进局副局长马雄成在致辞中说到,凉山脱贫奔康,既需要各级党委、政府加大投入力度引导产业发展,更需要进一步发挥市场的力量,吸引各方资本因地制宜发展支柱产业、特色产业、富民产业。当前,凉山州正成为新的投资热土。这里战略机遇叠加汇聚,与企业合作发展的前景十分广阔;基础设施显著改善,与企业合作发展的环境日益优化;资源要素富集齐备,与企业合作发展的平台更加坚实。真诚欢迎各类企业、各位有识之士常到凉山领略秀美的山水,呼吸清爽的空气,感受加快发展的新气象,对接独具潜力的新商机。

中国果品流通协会石榴分会会长王正兴



在致辞中盛赞会理石榴品质独特,广受海内外消费者认可和好评……

“我们十分看好会理石榴产业在脱贫攻坚行动中的强大带动能力。”为此,公司充分发挥作为省级农业投资平台的资源整合能力和农业全链投融资服务能力,邀请了产业链各方共襄盛举,希望通过下游联动,尽最大的努力,把会理石榴这张“名片”更响亮地打出去。”国源农投董事长邹艾艾说。目前,国源农投正携手相关产业链关联企业,大力开展会理石榴的市场销售和品牌推广,全力布局北京、上海、浙江等全国20余个省市市场及线上销售,并向俄罗斯、东南亚等海外市场拓展。

据悉,国源农投系四川发展(控股)成员企业,是为贯彻省委、省政府以及省国资委关于

“国企入凉、产业扶贫”指示精神,于2016年8月成立的国有农业产业投资平台企业,致力于探索农业产业化、市场化扶贫新路子,打造集农业生产种植、农产品精深加工以及贸易销售为一体的全产业链投融资运营及服务体系,打造产业扶贫可复制推广的典型示范,在农业产业扶贫方面发挥创新引领和示范带动作用,助力凉山及全川现代农业产业发展和贫困地区脱贫攻坚。

下一步,国源农投将紧紧围绕“国企入凉、产业扶贫”这一核心任务,充分发挥省级农业投资平台强大的资源整合能力和供应链优势,积极联合各大市场渠道商及产业链关联企业,高效整合资源,全力助推会理石榴产业的发展,助力当地脱贫攻坚。

福特选择众泰背后：新一轮新能源合资潮 是喜是忧？

福特牵手众泰的消息,让人始料未及。

8月23日,福特汽车公司宣布任命罗冠宏(Jason Luo)为福特汽车(中国)有限公司董事会主席兼CEO,任命于9月1日生效。这位新上任的中国区CEO被寄予厚望,他将主要推动福特电气化车型在华拓展以及林肯的本土化生产。

就在任命他的前一天,福特毫无征兆的宣布已与中国电动汽车制造商众泰汽车签署合作备忘录,双方将合资建立一个集电动汽车的研发、制造、销售和服务于一体的新公司,为中国消费者提供采用自主品牌的纯电动汽车。

福特看上众泰,消息一出,业内众说纷纭。虽然今年上半年众泰汽车在新能源汽车销量上表现出色,但深陷抄袭门的“丑小鸭”一年之内便完成了与百年汽车巨头谈婚论嫁的“白天鹅”的蜕变,还是打了整个汽车圈一个措手不及。

“人家双方牵手,只要不违法就行了。”8月27日,一位不愿公开姓名的权威人士在接受记者采访时表示,目前国家有关部门并没有收到福特众泰相关投资项目的申请。

为什么是众泰？

进入2017年,福特遭遇多事之秋,在华

销量下滑、人事动荡,福特常常登上媒体头条。

今年上半年,福特汽车在华销量下滑7%,其主要合资公司长安福特销量下滑幅度达17%。福特汽车二季度财报也显示,其在华营业收入和营业利润率同时下挫,同比损失1亿美元,净利润率下降5.4个百分点。

值得关注的是,今年5月,由于第一季度股价及财务数据表现不佳,福特汽车进行了大规模人事调整,此前担任福特汽车旗下的智能移动出行公司CEO的吉姆·哈克特(Jim Hackett)出任CEO,取代在重压下辞职的马克·菲尔兹(Mark Fields)。

就在今年4月上海车展前夕,曾任福特集团CEO的马克·菲尔兹宣布在华电气化战略,将在2018年上半年上市国产蒙迪欧Energi和一款插电式混合动力新能源汽车。到2025年,70%的福特品牌在华销售车型将提供电动版本。

而与众泰的牵手,成为福特在华战略加速扩张的重要举措。

可是,福特为什么选择众泰?众所周知,众泰新能源主打低端车型,它是中国纯电动汽车行业的前驱,也是中国首批进行纯电动乘用车生产的汽车生产企业之一,主要面向三、四、五

线城市。

今年前7个月,众泰汽车已经累计销售超过16000辆纯电动车,同比增长56%。上半年,众泰新能源销量甚至超过吉利、奇瑞,在新能源销量排名中位列第五。

有分析认为,福特选择众泰,一是看中了众泰的新能源制造基础,二是众泰体量不大,利于掌控;三是2018年我国双积分政策将落地,为了应对积分政策以及燃油排放指标的趋严,福特此时选择众泰,有利于满足政策要求。

对此,福特方面表示,新拟建的合资企业将成为推进福特汽车公司电气化战略的重要举措。同时,福特汽车将继续与现有的两家合资企业长安福特汽车有限公司和江铃汽车股份有限公司,进一步强化其在中国的发展。

所以,福特只要在技术和产品上不与长安福特和江铃福特产生冲突,就没有其他顾虑。

况且,今年6月4日,国家发改委和工信部发布的《关于完善汽车投资项目管理的意见》(以下简称《意见》),提出外籍不再受到只能与两家本土企业合资的数量限制,更提出一些技术要求,达到技术要求就可以项目获批。

毫无疑问,外资企业进来达到技术要求更

容易一点,这个《意见》打开了这扇门。

新能源合资该放还是收？

“不出所料,新能源领域合资潮正在升起。”电动汽车技术创新联盟技术委员会主任,原中国汽车技术中心主任王秉刚在接受记者采访时表示。

在此之前,江淮大众新能源投资项目获批,戴姆勒继南下牵手比亚迪建立腾势品牌后,又在今年6月与北汽新能源签订合作框架协议,有意入股北汽新能源。

“原以为新能源的强国战略是清晰的,现在看来却未必。大众江淮开的头,福特众泰一跟进,新能源后续不乐观。自主尤其新能源车刚刚看到点希望,现在合资潮骤然开始,后续积极性和定力该如何保持?建议马上开个行业会,形成共识,这么做不靠谱,需要行业发声阻止。但这并不容易,其实新一轮的合资已经暗流涌动了。”一位学者认为,未来将会出现更多新能源合资品牌。

“国家可以不批新能源合资或者批慢点,到后年落地,先考察下婚姻双方的真实意图。在自主新能源车企业与外方合资中,要么完全放开要么把关严格,中间状态尺度比较难把握。”一位业内人士担忧。

汽车行业分析师钟师认为,光靠保护不是办法,索性都放开也不见得洪水滔天。中国未来电动汽车的市场走势,外企也困惑,没有现成的解决方案,也在走一步看一步,不像当初的合资,简单移植车型即可赚钱。

当然,也有人认为,中外成立合资企业本是市场行为,在不违反产业政策和不影响产业发展的长远利益情况下,政府应该少管。

“市场行为还是市场来决定,政府只是起到监管作用,我认为正常的潮流无法阻挡。”上述权威人士表示,国家扩大开放,没有理由限制外资。

他告诉记者,现在新能源合资只批了江淮大众一家,只要其他合资企业没有违规,政府就起监管作用,“该管的可以管,不该管的没有必要管,也管不了。”

现在,新能源汽车的技术门槛提高的主要原因在于,产业发展初期,技术不成熟,前期政府出台相关补贴政策,是为了扶植市场、培育企业,到成熟阶段,就变成了正式的市场竞赛,企业需要按照市场规则来竞争发展,企业是市场竞争的主体,政府需要做好监管职能,其他事情留给市场解决。

(来源:21世纪经济报道)

海底捞张勇的“进击”与“危机”

海底捞的危机比张勇预知的来得更早一些。

早在2011年海底捞及其服务被捧上“神坛”不久,掌门人张勇便多次公开表达过自己的焦虑,“盛名之下其实难副。”2013年他还曾预判:“五年以后,海底捞有两种可能性。第一种可能性是不行了,管理跟不上,肯定完蛋。第二种可能性是活下来,那五年后一定面临国际化的问题。”

近日,以服务成名的海底捞在后厨安全上失守。北京海底捞劲松店、太阳宫店被曝多次发现老鼠爬串,餐具清洗不到位等问题,北京市食药监局26日要求海底捞北京各门店一个月内实现后厨可视化,海底捞次日发声明,表示落实整改、接受监督。

这位早年信奉卢梭“人生而平等”理念、靠四张桌子起家的海底捞的“神”如今或许不得不重新思考餐饮业的原点,以及从中暴露的“家文化”经营模式短板。

一天客户量下降50桌 张勇亲自坐镇整改

8月28日晚10点,记者来到海底捞崇文门店。门口右侧的海底捞免费美甲点坐着几位顾客,排队区还有三四桌客人正在等座。该店员庞丽平在海底捞工作一年,她表示“没有感受到什么变化”。

据大堂经理田野介绍,崇文门店有71个总桌,从28日下午5点40左右就有消费者在等位。“肯定还是有影响,客户量下降一天有50桌。”田野介绍,海底捞免费美甲消费大概是300元。田野称,事件发生后总部要求所有门店进行整改,“出现这样的问题还是在管理上有问题,对员工的要求不到位,员工的自律性不强”。

据接近张勇的知情人士透露,8月25日媒体报道出海底捞个别门店存在的问题之后,张勇第一时间召集海底捞董事会和相关管理人员紧急开会,并商量出一份《关于海底捞火

锅北京劲松店、北京太阳宫店事件的致歉信》以及《处理通报》。随后,他要求管理层将《致歉信》和《处理通报》第一时间发给海底捞每一位员工,要求引以为戒并落实整改。

“事情发生之后,公司从上到下都在整改。作为公司董事长,张勇目前将全部精力都放在整改上面”。上述知情人士说,海底捞有那么多个门店,他亲自坐镇整改,倾注了全部精力,因此,他不方便也没有时间接受采访。

8月25日,记者第一时间致电张勇,他拒绝了采访。28日,记者多次致电均提示已经关机。记者试图通过海底捞新闻负责人联系张勇,该人士称“无法联系到张勇”。

据记者观察,海底捞店门口有一张名为“邀请函”的易拉宝上面称,消费者可以到海底捞后厨参观并拍照。记者说明身份后,田野带领记者参观了海底捞后厨。进后厨前,田野递给记者一个一次性网帽让记者戴上,再递给记者一张“参观证”。记者在海底捞后厨看到,工作人员都十分忙碌,分工明确,遇到参观的顾客还会停下来问好。

海底捞崇文门店经理在海底捞工作已经有14年,他认为海底捞董事长张勇做事严谨,负责任,并常常跟他们强调食品安全的重要性。

顾客王女士对记者表示,自己是四川人,是海底捞的忠实粉丝,聚会都是来海底捞。看到这样的新闻第一反应是不相信,就算有也没什么,哪里都有。但海底捞还是要加强管理。顾客唐先生带着自己女朋友一起在海底捞等位区等候,桌子上还放着一束玫瑰花,两人也十分开心。唐先生告诉记者,自己今天才看到海底捞的新闻,但是认为什么店都是这样,“更愿意相信这样的品牌,我们也不是常来。”

对于两家涉事门店何时再开业?前述知情人士表示,劲松店本身是十几年的老店,设备老化,装修简陋,本计划就要重新装修。被媒体曝光之后,现在正在全力整改,待符合标准后

再重新开业。

白手起家 张勇用四张桌子成就传奇

今年4月23日,记者曾在郑州的绿公司年会上见到张勇,他身高约1米7,寸头、略黑的圆脸上大眼睛显得精神抖擞,略带沙哑低沉的嗓音,发言时专业又不失幽默。

1988年,张勇技校毕业,被分到国营四川拖拉机厂当电焊工。不满足于93.5元拖拉机厂月工资的他,总想着干点大事,却又相继在赌博扑克牌游戏机和倒卖汽油上栽了跟头。

1994年,这位出生在简阳县的年轻人召集三个死党,凑了8000块,打了四张火锅桌,创办了海底捞餐饮股份有限公司。事实上,当年海底捞刚开张时,张勇是个彻头彻尾的“门外汉”,不懂火锅甚至不懂厨艺,不会做菜、不会炒料、不会熬汤,只能拿着书本现学现做,结果火锅口味一般生意冷清。但随着其周到的服务口口相传,熟客逐渐增多。

海底捞开业不久,张勇就依靠优质的服务为海底捞赢得了第一批熟客。几个流传颇广的细节是:他帮客人拎包、带孩子;有邻居夸他的辣酱好,第二天张勇便送了一瓶到她家;一位当地干部下乡吃火锅,张勇发现他走走路鞋脏,便安排一个伙计给他擦鞋子。

回溯张勇的创业生涯,最明显的印记就是其敢想敢干,从中学时代开始他就憋着一股想干大事的劲头。儿时在四川简阳县城的贫穷生活令张勇确信,“只有自己的双手才能改变命运”,这也成为以后海底捞给员工传递的理念之一。

2011年初,北大教授黄铁鹰的著作《海底捞你学不会》热卖,进一步令海底捞成为现象级品牌,在黄铁鹰看来,张勇创造了一种“家庭的氛围”,尊重员工把员工当家人。

进击的张勇 快速扩张带来“规模不经济”

创立5年之后,海底捞走出四川,从西安、郑州到北京、上海……火锅版图不断扩张,据其官网数据,海底捞目前在57个城市有190家直营餐厅。

2012年,海底捞走出了国门,海外第一家店在新加坡开业,现在海外已有9家直营餐厅。据海底捞底料供应商颐海国际的数据显示,2015年,海底捞海外7家店总收入约为18.4亿元,相较2014年增长180%。

今年4月,张勇对外表示,今年海底捞可能新开80家门店,其中将有10家店开在海外。同时张勇预计,今年海底捞的营业收入将达到100亿,这一数据在2016年为70亿。

不过,也有观察人士在海底捞急速扩张初期就注意到一些问题。据颐海国际的数据计算,海底捞2014年新设了18家店,当年营收增加了6.4亿元,而2015年新设31家店,当年营收却仅增长了9500万元。北京志起未来咨询集团创始合伙人李志超受访时曾表示,“增加门店却不增加收入,利润对任何一个企业来说都是特别危险的信号。”他谈到,“一方面,海底捞的创新放慢了不少,过去以服务创新,这种创新没法做到持续推陈出新,无法持续吸引消费者;快速扩张带来了‘规模不经济’的情况,这就需要企业停下脚步进行消化。”

张勇也曾对黄铁鹰谈到对快速扩张的担忧:“别人都以为现在海底捞很好,可是我却常常感到危机四伏,有时会在梦中惊醒。以前店少,我自己能亲自管理。现在这么多店要靠层层干部去管,有些很严重的问题都不能及时发现;加之海底捞现在出名了,很多同行在学我们。我总担心搞不好我们十几年的心血就会毁于一旦。”

做大的烦恼 “过度关注增加了生存难度”

在今天的绿公司年会上,当主持人伊文集团董事长夏华在介绍张勇时,盛赞海底捞是一个

“总是让人排队的有温度的世界级企业”,张勇立刻接过话筒说,“海底捞远远没有夏华讲得那么好”。他回应称无论企业名气大小,“惶恐的是,内部都有问题”。他担心海底捞被“捧杀”,“盛名之下其实难副,这就是海底捞的现状。”

有人认为张勇太谦虚,但实际上,问题已经接踵而至。2011年,一种针对海底捞“全能”服务的“海底捞体”开始在微博出现。例如,天涯论坛上的一位网民说,一次在海底捞吃完饭,要赶火车却打不到的士,随后海底捞的店长把自己的SUV开出来,说:“赶紧上车吧时间不多了”。最初的段子多是对海底捞服务的褒奖,不过随着送房子、送女友这类荒诞内容的出现,一些网友开始质疑海底捞在发动水军策划病毒式营销。

在“海底捞体”越传越离谱的同时,海底捞又陷入“勾兑门”,青岛的海底捞骨头汤和饮料均为勾兑。店方事后承认,骨头汤、酸梅汤和柠檬水确为兑制,但都由正规厂家提供,合乎食品安全。不过,海底捞此前并未做过相关说明,引发舆论质疑。

危机之中,张勇表示,责任在管理,不在下属。现在看来,当年的反应与如今海底捞的应对颇有相似之处——高层承担责任,不回避问题,但也有评论指出,将主要责任都揽到自己头上,还安抚员工别恐慌,看似高风亮节,其实是对责任分配的和稀泥。一个组织结构明确的企业,其责任边界一定是清晰的。谁犯错谁负责,这是最基本的责任分配承担机制。

张勇所倡导的以员工归属、信任 and 感恩为核心的“家文化”管理机制曾为外界津津乐道,而随着其内在管理和外在服务的失调,该模式的短板已经显现。有评论认为,“这种模式在商业拓展中可以大行其道,但在风险防范上,却存在先天不足。”

张勇曾在微博上表示:几家火锅店而已,能走多远实在难说。过度关注增加了我们的生存难度。我们会竭尽全力,努力改进。

(来源:新京报)