

辽港集团商品车陆海联运通道出口海外汽车品牌“上新”

■ 臧永亮 齐媛媛

6月15日,150辆奇瑞品牌“瑞虎”商品车在大连汽车码头正式启动集装箱装箱作业,成为经由辽港集团商品车陆海联运通道出口海外的又一汽车品牌。

今年1月份,辽港集团成功开辟了我国首条东亚至中亚商品车陆海联运通道,进一步丰富辽宁港口参与“一带一路”建设的物流模式。今年3月份完成首批吉利品牌商品车出口业务。

此次开发的奇瑞品牌“瑞虎”商品车新货源,于6月12日自上海运抵大连汽车码头。随着装箱作业的启动,150辆奇瑞汽车将在近日搭乘中欧班列,分批运往俄罗斯克拉斯诺亚尔斯克市。

借助“滚装+集装箱、海运+陆运”物流模式在成本、时效等方面的综合优势,辽港集团将不断加强市场开发力度,拓展客户网,为国内外商品车转运提供便捷、经济、高效的物流通道和优质的港口服务,实现我国至中亚、俄罗斯、欧洲的国际物流陆海联运大通道的持续提质扩容。

▶▶▶ [上接 P1]

中国食品饮料行业绽放“食”力

“当下消费品创新需要更多驱动力共同作用,仅靠单一维度很难突围,必须以系统性的视角谋发展,除产品和商业模式外,还应考虑渠道、工艺、用户需求、品类本身能否相互促进等。”李迅雷表示,当下的消费品市场,越来越注重产品品质、购买的便利性以及设计工艺。

“网红李子柒虽然卖的是土特产,但呈现的是中国传统乡村生活,容易引起社会广泛共鸣;喜茶表面看是一杯茶,实则是在向用户兜售消费文化,传达设计的精神。”李迅雷称。

无论如何,站在“十四五”的新起点上,中国食品饮料行业只有与时代同频共振、不断创新,才能始终走在时代前面,永葆青春。而时代的发展,为中国食品饮料行业的振翅高飞奠定了坚实的基础。

“去年中国是全球唯一保持正增长的主要经济体,GDP超过100万亿元。从今年1、2月的数据来看,2021年我国依然有能力保持较好的增长水平。考虑中国仍然具有长期增长能力,资本必然看好中国。”峰瑞资本创始人李丰认为。

星元资本投资董事总经理孙东霞长期关注消费领域的投资机会,也主导了对多个食品饮料品牌的投资。

孙东霞认为,未来看好的主要有三个方向。首先是传统领域的规模化、集中化方向。还有一些更细分的领域存在出现龙头的机会。其次是健康化方向。“这个方向主要是满足消费升级的需求。”孙东霞表示,最后是便捷化方向。

企业家自述(长篇连载之六十四)

“二奢”正受热捧



■ 王纳文 / 图

“中古”,从日本流行起来的对二手货物的称呼;“二奢”,二手奢侈品简单的中文缩写。二手奢侈品在国内刚形成市场的时候,爱使用“中古”这个舶来词,不过,疫情之后,“二奢”这个纯中文词已经渐为大众所熟知。

“哪里有需求,哪里就有市场。”疫情之后,一些资金周转失灵的企业主希望转卖“二奢”来填补资金缺口,一些消费者则因为出国不便转而把目光瞄向“二奢”,中国二手奢侈品市场迎来“井喷式”爆发,线上电商更是把国内“二奢”市场推上前所未有的巅峰。

有业内调研报告显示,未来我国二手奢侈品市场可达万亿元规模,这是一个正在被中国重新定义的行业。如今,淘宝、抖音、小红书都开辟了“二奢”电商直播频道,让二手奢侈品的销量水涨船高,也让越来越多的年轻人踏进这个圈子。

直播间最多一天能卖四五十个名牌包

今年30岁出头的阿义(化名)是深圳二手奢侈品从业者,他从事二手奢侈品销售近10年,近年开始转战二手奢侈品电商。“我们

在实体店收货、验货,然后通过线上直播卖掉。”阿义介绍自己的运作模式。随着二手奢侈品市场的“井喷”,他的生意越做越红火,他向记者吐露了今年经营的小目标:销售额要达到1.2亿元。

据了解,阿义把采购和收货的实体店设在人流集中、高大上的大型商场里,而把公司总部设在租金相对便宜的地段,作为线上销售基地。

记者看到,这家“二奢”店分为几个不同的区域:办公区,主要处理日常经营、收发货等事务;仓库区,货架上堆满了各种名牌包、手表,从爱马仕、巴黎世家,到LV、GUCCI等一应俱全;拍照区,工作人员在这里给货物拍照,因为都是孤品,每件二手奢侈品都不一样,所以每件都要拍照,工作量很大;保养区,有专门技师给货物进行清洗和保养。

最核心的是直播间,主播们在屏幕前一件件地介绍货品,24小时轮播,从不间断。一名主播、一部手机、一个直播支架,平日锁在商场玻璃柜里的奢侈品不再“高大上”,而是被逐一拿到手机镜头前向网友近距离展示。除了拍摄它们的细节,主播还会展示它们背在身上的效果,与网友互动。

阿义告诉记者,如今公司旗下有20多名主播,一天最多的时候能卖出四五十个名牌包,有



几名主播单场带货成绩都在50万元左右。

两次爆发让“二奢”市场走向巅峰

记者了解到,2012年中国开始步入奢侈品消费高速增长期,2014年开始逐步向二手奢侈品交易增长期过渡。2017年起,随着电商、直播带货的兴起,二手奢侈品市场迎来第一次爆发。

以前卖二手奢侈品的都是一些小店,而随着这一次爆发,二手奢侈品跟线上电商相结合了。在很多人看来,“眼见为实”是二手商品的痛点,而二手奢侈品这样的品类天然适合直播。一方面,直播间继承了线下消费者到实体店奢侈品店消费的特点,为买家提供了专属感和一对一互动交流感;另一方面,直播间以专业的主播介绍商品,能够展示商品的所有细节和瑕疵。

2020年的疫情打乱了人们的生活节奏,却也让二手奢侈品市场又一次走向新的高峰。阿义坦言,疫情之后,他们店的营业额增加了40%以上。据他分析,一方面,生意不好或资金周转失灵时,转卖二手奢侈品是很多企业经营者的“一笔钱来盘活企业的方法”;另一方面,部分消费者因为出国购物不方便,转而把目光瞄向二手奢侈品。

阿义还给记者讲一个故事。去年有个男

阿里巴巴“数字出海湘商领航计划”落地湖南

■ 余惠芳

当湖南制造“邂逅”阿里巴巴国际站,“湘品”出海破浪前行。6月16日,“湖南制造全球共享”阿里巴巴国际站数字出海湘商领航计划发布会在长沙举行。

随着全球供需关系变化,传统企业数字化转型升级,湖南制造的全球竞争力日趋强劲。据统计,2021年1至5月湖南省实现出口额1430.3亿元,同比增长29.5%;同期阿里巴巴国际站湖南商家线上成交额同比增长105%,线上支付买家数同比增长113%。

湖南省商务厅二级巡视员楼良金在致辞中表示,在互联网、大数据、云计算等技术赋能下,数字贸易迎来蓬勃发展。湖南省将继续从政策保障、通道畅通、企业集聚等方面不断优化跨境电商发展环境,完善跨境生态圈。此次发布的“数字出海湘商领航计划”是“湖南优商优品培育工程”的延续和升级,将持续带动湖南省企业数字化转型升级,推动“湘品出境、湘品出海”,提升湖南品牌海外市场影响力,加快湖南制造、跨境全球的步伐!



此次发布的“数字出海湘商领航”培育计划将深耕湖南本地,从数字化营销、数字化电商管理、团队打造、执行提效、履约保障五大板块,通过标准化的线上、线下培训课程以及完善的服务体系,帮助企业快速提升企业建

客人拿了20多个名牌包来店里寄卖,原来都是他前妻离婚时没带走的,正是这些二手奢侈品换来的近200万元让他的企业撑过了最艰难的时刻。后来,这位男客人觉得最危急时刻还是靠前妻的名牌包拯救了自己的事业,一番思索之后,两人又走到了一起。

未来“二奢”市场可达万亿元规模

根据对外经济贸易大学奢侈品研究中心、优奢易拍等机构发布的2021年《中国奢侈品市场发展研究报告》,中国近10年的奢侈品存量约为4万亿元,但二手奢侈品市场规模仅占奢侈品行业市场规模的5%。相比之下,发达国家的二手奢侈品消费额可达奢侈品消费额的20%以上,甚至30%。若以二手奢侈品市场的平均占比来估算,未来我国二手奢侈品市场可达万亿元规模。

据报告分析,近年来,一方面国内消费者逐渐意识到消费二手商品既经济又环保,消费习惯趋于理性;另一方面,受到疫情和直播等的影响,奢侈品消费人群由于担心资产泡沫化而将商品售出。过剩消费者奢侈品的卖家与注重购买性价比的买家迅速促成了二手奢侈品市场的发展,使得2020年我国二手奢侈品行业交易量和交易额呈现双增长。

报告中提到,明星和网红带货对二手奢侈品购买行为的影响将持续扩大。据统计,41%的消费者认为之前使用者尤其是意见领袖的评论对他们的购买行为影响巨大。而另一方面,二手奢侈品真伪以及能否退货仍是消费者顾虑的关键因素,解决消费者真伪顾虑仍是打通二手交易的第一步。

业内人士认为,随着我国二手奢侈品行业标准的不断细化,人们对二手奢侈品的信任也会越来越高,将会刺激行业走向巅峰。以前对大多数人而言,进入这个领域门槛非常高,要具备专业知识以避开防不胜防的“翻新”套路。如今,中检集团奢侈品鉴定中心等“中”字头的第三方奢侈品鉴定平台已越来越成熟,无疑也净化了行业,增加了消费者的信任度。

站、引入流量、订单转化、供应商服务海外买家能力提升及行业运营能力,提供一站式解决方案。

“对任何一个有全球梦的人,阿里巴巴国际站都将从注册公司开始,提供一系列的配套服务,帮其品牌走向世界。”阿里巴巴国际站中西部大区总经理侯野表示,阿里巴巴国际站将通过更贴身的本地化服务中心帮助中小企业踩住外贸红利,用1+N服务体系,降低中小企业的运营成本,提升核心竞争力。

据了解,未来,阿里巴巴国际站将推出“三大计划”:对大量刚做外贸的商家,推出“数字化出海4.0”计划,打造外贸0门槛的服务体系;对有一定服务能力的商家,推出“1+N新铁军服务”计划,提升垂直场景中的竞争力;对已有一定国内品牌知名度的商家,推出“超级星厂牌”计划,建立快速营销品牌的阵地。帮助湖南制造打造差异化竞争优势、实现品牌化出海和高质量发展。

王建明:动力大王的传奇故事

1996年的第四项业绩是培训,为公司储备了新的能量。很多同志白天要上班,晚上培训,还有没完没了的考试,有人发牢骚,有人掉眼泪。但是一边骂一边掉眼泪一边还在认真听课,还在积极争取通过各种考试,我在这里要对他们由衷地道一声感谢。正是这些磨合式的培训在帮助玉柴去赢得未来的竞争。1996年对职工培训的课时,培训内容的实践性及深度都是历史上所没有过的。这是1996年的一项业绩,同时也是1996年为1997年退一步进两步所创造的重要条件。

1997年的核心思维有四句话:“人气要足,士气要旺,退一进二,倍夺成效”。“人气要足”,对应要否定的是鬼气。什么叫鬼气,就是我前面讲的那个行尸走肉之气。如果退了一步,败了一仗就认输,就投降、缴械,这无异于行尸走肉。人气要足,什么是人气?就是玉柴的企业精神,玉柴的理念、观念和意识。1993年中外合资时,我在职代会上总结了我们公司十六项理念、观念和意识,这就是玉柴的人气。人气的核心是强者的观念。一个强者不仅要坚,而且要韧。在1997年中,玉柴的十六项理念、观念和意识要全面倡导,要强化倡导。

第二句话是“士气要旺”,含义是相同的。对队伍来说是人气,对公司来说是志气、士气。第三、四句是“退一进二,倍夺成效”,就是前面讲的“退一步进两步”的哲学,这个哲学回答了为什么退一步以后要思进,为什么不能只思进一步,为什么一定要思进二步。以上四句话既然称之为“核心思维”,就是希望它能成为每一个员工在1997年思维与行动的依据,这样才能有统一的意志,才能有整齐划一的企业

行为。

1997年的目标有六句话,每一句话都有两句注释。第一句叫做中机收复失地。中机指中型机6108、6105,1997年6105不会多了,绝大多数应当是6108。工厂的经营阵地被人占领叫做失地,失地难免有时发生,但是一定要收复,要时时刻刻念念不忘收复,如果连这一点都做不到,那么公司确实应当垮掉。所以,1997年的目标第一条就是中机要收复失地。然后有两条注释,一条定量,一条定性。定量的注释是中机最少销售6万台,争取达到7万台,同时要创造1998年8万台的市场需求。简称为销六争七创造八。如果实现销售7万台,大体上就可以收复失地。依靠什么来实现?靠下面的一句话,“稳定可靠盖天下”。1996年北方的中型机功率普遍上到160马力,我们准备从1997年3月1日起出厂的6108功率全部上到160马力,北方160,南方160,如果仅此而已就只能叫做退一步进一步,无任何优势可言,最多是固守阵地,不再进一步被占领。那么退一步进两步的第二步表现在哪里?百分之百表现在要有特别突出的稳定性和可靠性,性能一定要比对手稳定,可靠性一定要比对手的高。只有比对手更稳定、更可靠,才能算进了第二步。我再重复一遍,如果我们的稳定性、可靠性没有明显的优势,只是上到160马力,那就叫做退一进一,叫归零。如果我们比对手有明显的可靠性和稳定性优势,那么我们就实现了进二,就能够去收复失地。

第二个目标是重机抢占市场,指的是6112。6112在1997年开始要批量进入市场。一进入市场,就必须表现出抢占的姿态。跟难

抢,国内至少有两个机型,最主要的是跟国外抢占。重型车用柴油机这两年进口的趋势在加大,我们必须扼制这个趋势,如果不扼制,可以逐步进口零部件,进口整机变成重复引进生产能力,从而对玉柴构成战略的、长远的威胁。从全局看,重复引进对盘活现有的资产存量是不利的。因此玉柴的重机一进入市场就要有抢占的姿态,抢时间,争速度,对这个目标也有两句注释:第一句是定量的注释,就是销三争五创二万,销售三千台,争取五千台,同时创造1998年2万台的市场需求;定性的一句注释,说是实现抢占的办法,就是产品性能和可靠性水平一定要赶上和超过进口机。12月25日召开了6112的专题工作会,会上公司定下来,从1997年7月1日开始出厂的6112机将经受用户问卷的调查。题目只有一个,就是请直接用户把玉柴6112跟进口机做一个对比评价,用户问卷调查的结果,就是对6112专业工作部工作质量的评判。6112产品系统的全体管理人员和生产者,他们的成绩、功过的评定取决于这一评判。我衷心希望6112系统的员工在1997年立大功、创伟绩。不仅对玉柴有意义,而且对国家、对民族都有意义,需要付出大量非凡的创造性的劳动,其中难度最大的是外购零部件质量控制,务必取得突破。

第三个目标,通机要成气候。1996年开了不少好头,希望1997年结硕果。销售能到二千台,就算干得不错,如果能到三千,就算你袁平修结了硕果。这一项目标的定量注解是销三争三创一万。即销售二千台,争取三千台,创造1998年一万台的市场需求。定性的注解是通用领域要席卷。玉柴的柴油机不能仅仅是车

用,应当能够多用途。这是多次职代会很多职工代表的心愿和心声。这件事情在1997年应该有很大的进展。

第四个目标是小挖,“小挖持续扩张”。为什么关系到小挖的目标要用如此刺激性的语言?因为小挖的竞争对手在国外,主要竞争对手是日本人。小挖从1991年进入德国市场以来,到现在连续处于扩张状态,1997年要持续扩张。定量的注解是销七争八创一千。销售700台,争取800台,创造1998年1000台的市场需求。定性的注解是争光中华敢为先。小挖的业绩在机械行业一年比一年受人瞩目,因为我国机械行业还没有一个同等技术密集的产品在最发达的工业国家里的销售在长达五、六年的时间中处于上升状态。我们祝小挖系统的员工在1997年连续扩张成功,争取更大光荣。

第五个目标,成本下降半成。一成是10%,半成是5%。全公司全部产品制造成本在1997年要下降5%以上。重点和突破口是什么?也有两句注释,都是针对公司长期以来没有能够解决的问题。第一是定员定编定限额。定员定编是公司喊了多年而又没有解决的问题,这个事在1997年要搞成功。经过1996年一系列的降成本工作之后,定员定编在1997年度成了再降成本的主途径。要做。还有定额限额,是广义的,是指各种各样的指标,都要有刚性的分解。特别是限额发料,1997年元月1日开始,凡是生产整机,一定要实行限额发料,按照入库的量来确定领料的量。领出来的,没有入库,在哪个环节发生,哪个环节就要负责任。这件事1996年落空了,是公司成本高居不下的重要原因。在1997年还做不好,公司要给重责。还有一句注释,叫

“全员全岗全负荷”,这也是新要求,也是董事会的要求。董事会希望公司在明年的生产中要推行满负荷的工作方法,或者是不生产,或者是满负荷生产,这样做有利于降耗,特别是减少单位产品能耗,是节约能耗的有效办法。全员全岗满负荷会导致公司一部分员工在竞争中下岗,脱产培训提高。也可能导致发生某局部时间的停工,以保证开工生产的满负荷。

“成本下降半成”不是只讲定员定编定限额,不是只讲全员全岗满负荷,还有其他许多内容,如减少废品损失,节约各种费用,这些工作都是要做的。

目标的第六句话:“启动构筑市场”,在今年年初职代会上介绍了玉柴“九五”期间的战略任务是“构筑成功能够容纳玉柴发展结构的战略空间”,这个战略任务在1997年要启动。有两个注解:第一个注解直接引用了一汽耿绍杰总经理与我对话中的一句总结。12月19日我在一汽与耿绍杰同志谈了三个多小时,耿总代表一汽提出,一汽和玉柴两个企业应积极地在运动中寻找结合点。他说,一汽和玉柴两个企业之间怎么合作是他脑子里一直考虑的问题,一汽有一发、二发、三发三个发动机厂,都是建厂历史悠久、技术力量非常雄厚的老企业,同时还有大连和无锡两个柴油机厂,对玉柴,耿总非常看重。耿总关于双方应积极在运动当中寻找结合点的建议是非常诚恳、非常求实的。最近一汽决定,它的重型车(9吨—15吨)选用玉柴的6112。这样一汽的重型车同时使用三种发动机,一个是直接进口的德国道依茨(KHD)发动机,一个是上海柴油机厂的D114,再一个就是玉柴的6112。

(此文系本报整理,待续)