

李宝根:实力揽走“运输大单”

□ 田天柏

从卖鞋中捕得新商机

壮实的李宝根看起来更像个北方人,但骨子里依然透露出南方人的精明。他经营的哈尔滨市南方物流运输公司,如今已成为当地规模最大和最有影响的物流公司之一。

他二十出头就开始做生意。家乡温岭做鞋的企业多,他把鞋拿到千里之外的哈尔滨搞批发,甚至远销到俄罗斯。创办物流公司是他在卖鞋过程中得到启发的。

天气寒冷的哈尔滨对鞋的需求量大,生意好得让他发愁。愁什么呢?愁鞋的运输。鞋的运输量越来越大,每次找车运输都要费些周折。由己及人,他想到,其他人运输货物也不方便。这就是商机啊,为什么自己不买几辆车跑运输呢?

大胆创办“南方物流”

看准了就大胆地干!这是台州商人的共性。

他买了几辆货车办起了托运站。刚开始,业务拓展很不容易,许多北方人看不起这个“南蛮子”。一次,与几个哈尔滨人一起吃饭,他们那不屑一顾的神情激怒了他。他一口气连喝两大碗白酒,让这些以“豪饮”著称的北方人目瞪口呆。他的豪爽一时

传开。

随着业务量的增加,他于1991年创办了“南方物流”,运输的货物从原先的鞋类、水泵和百货,发展到粮食、化工原材料和电力设备。

电力设备属特种行业,对运输企业的资质、信誉度要求特别高。2006年,他开始涉足这一行业,并接到了台州发电厂的业务。当他将哈尔滨电力设备企业生产的发电机、汽轮机、锅炉组机和维修设备等顺利运抵台电时,两地厂家都给予了好评。

廖志勇是海南海口发电厂的物资供销采购员。去年年初,单位领导要他到哈尔滨采购5000多吨的电力设备。采购过程很顺利,但要从南到北运输这么多的电力设备,这绝不是一件容易的事。

经多方打听,他得知“南方物流”的运输能力和信誉在当地有口皆碑。他找到了李宝根。李宝根底气十足地接纳了这笔业务,并于去年下半年圆满完成任務。李宝根说:“这是我自办物流公司以来,运输里程最长的一次。”

这次“长途跋涉”让李宝根打开了电力行业运输的市场,江苏、湖南、广东等地的发电厂先后将“运输大单”抛给了“南方物流”。

迄今,李宝根已拥有载货汽车20辆。公司年运输量突破7万吨;年跑总里程400多万公里,相当于每天一趟“长征路”。



李宝根:要从传统物流走向现代物流,还有很长的路要走!

靠实力赢得社会地位

从2003年开始,李宝根每年上交的税收均超过100万元,成为当地的纳税大户。有实力才有地位。2005年,他当选为哈尔滨市道外区政协委员。当初,他靠酒量扩大了一些社会影响;如今,他靠实力赢得了社会地位。他感慨万千地说:“这让我更加明白,发展才是硬道理。”

他积极参政议政。道外区货运市场周边环境不理想,交通拥挤,既影响车流人流,又影响市容。他在提案中建

议:将所有货运市场全部迁出市中心。这一提案引起了当地党委政府的高度重视,要求有关部门积极采取措施,落实提案。据了解,目前,该区市中心已无一家货运市场。

“发展现代物流是中国经济发展的必然选择,从经济大国走向经济强国,物流业不可或缺。”李宝根深信,物流业是个朝阳产业,发展空间很大,前景广阔。

但他也非常清醒地认识到:“南方物流”和眼下许多“物流公司”、“物流中心”一样,实际上还是货运公司,从

事的仅仅是物流中的运输环节而已,尚未具备从事真正意义的物流业所需的基本条件。

“要从传统物流走向现代物流,还有很长的路要走。”李宝根说,现代物流包含仓储、运输、货代、包装、配送、信息处理等一系列环节。目前是启动现代物流产业的最好时机。眼下,李宝根正在考虑发展电子商务物流。

经过李宝根和台州老乡的共同经营,如今,在哈尔滨市已经有了3家台州人开办的大型物流公司。

民间游资集聚,成私募股权投资基金的“必争之地” “基金中的基金”将登陆义乌

□ 陶后夫

义乌民间游资集聚,近年来已成私募股权投资基金的“必争之地”。而随着国内私募股权市场的迅速创新发展,来到义乌的基金类型也日趋多样化。日前,诺亚(义乌)财富管理中心总经理夏勇强向记者透露,国内首只人民币私募股权投资的“基金中的基金”(PE FOF)将于近期登陆义乌,目前这一全新投资方式已吸引义乌一些异地商会关注。

何谓PE FOF

PE(Private Equity的英文缩写),即私募股权投资,指的是通过私募形式对私有企业,即非上市企业进行的

权益性投资,退出机制主要是上市、并购或管理层回购等方式。

FOF(Fund of Fund的英文缩写)对于许多专注于传统投资领域的义乌投资者而言是个新鲜事物。它是指一种专门投资于其他证券投资基金的基金,业内称之为“基金中的基金”。简单而言,将PE和FOF结合起来,就是私募股权投资的“基金中的基金”。

看好义乌资本市场

PE FOF基金早在上世纪90年代初就已进入亚洲。但整个亚洲的PE FOF市场的发展速度非常缓慢,直至2005年才开始出现改观。这与中国PE FOF市场成长发展密切相关。2005年之后,进入中国市场的外

资PE FOF频繁出现,得到较大发展。

尽管PE FOF早已进入中国,在多数金融界人士看来,即将登陆的这只PE FOF仍将是义乌投资者全新的理财工具。他们解释,投资者的资金流入私募股权市场的渠道主要有直选PE基金或通过FOF精选PE基金,而此前活跃在中国市场的FOF主要是外资的,此次登陆义乌的PE FOF是国内首只人民币PE FOF。

在即将举行的2010中国私募股权基金创新与投资义乌论坛上,这只人民币PE FOF将以路演方式首次与义乌投资者见面。此前,其仅在江苏南京等少数城市路演。分析人士认为,由此足见该基金对义乌市场的重视程度。

作为上述论坛举办方之一的诺亚(义乌)财富管理中心夏勇强也说:“义

乌民间资本充裕,但投资渠道相对狭窄,限于房产、股票等,该人民币PE FOF无疑将获得义乌投资者青睐。”而此前,这家独立第三方理财机构也在义乌发起过多个私募股权基金项目,大都获得了较大关注。

他说,从目前情况看,义乌投资者也十分关注这一全新的理财产品,来自义乌宁波商会、湖南商会和温州商会等诸多商会的不少人士已决定受邀参加该论坛。

PE FOF 回报稳健

这只人民币PE FOF投资相对稳健的原因是多个层次的。众所周知,相对于其他理财产品,基金投资回报相对稳健。据统计,美国的PE创投基金

回报率是11.8%,中国PE创投风景这边更好,如截至去年5月31日,此次FOF将投资的“赛富资本”在中国投资项目的年内部回报率达到79%。

在此基础上,为了保证收益的稳健性,PE FOF将投资于利润率排名靠前的PE基金。而相关统计数据显,PE投资行业的高回报基本集中在排名前25%的基金中,如全美排名前25%的基金的回报率是30.2%,而风险基本由排名靠后的PE基金承担。

据透露,“达晨”、“鼎辉”、“赛富”,以及一只复合型的PE创投、一只专注在清洁能源领域的PE创投、一只全球最顶级的酒店管理PE创投以及一只国内最活跃的房地产基金都将成为这只人民币PE FOF的备选子基金。

爱我茅台 为国争光 ——国酒茅台文化理念解析笔记(4)

□ 罗仕湘 郭孝谋

“爱我茅台,为国争光”的国酒茅台企业精神,彰显着中国特色的普遍的现代企业意识与茅台百年辉煌所积淀的独特的企业个性的融合,代表着国酒人彼此共鸣的一种内心态度、价值取向、思想境界和理想追求,一直是企业克服发展困难、应对竞争挑战的强大精神支撑和动力源泉。

这一企业精神的基本内涵是:将个人利益、企业利益和国家利益相联系。个人应坚持“立足国酒,奉献社会,成就自我,完美人生”的价值导向,通过企业这个平台实现人生理想;企业则应坚持将事业做强、做大、做久、做美,为员工发展提供平台,为社会奉献产品、创造财富。

茅台集团董事长、总工程师季克良认为:“企业精神是企业崛起的支撑。没有‘爱我茅台,为国争光’的企业精神的支撑,国酒茅台不可能拥有那么巨大的创造力和发展力”。

茅台集团党委书记、总经理兼茅台酒股份公司董事长袁仁国深切感慨:“从一定意义上说,一部茅台的历史,就是茅台企业精神逐步孕育形成、

发展成熟的历史。一部最近10年茅台跨越式发展的历史,就是茅台企业精神与时俱进,发扬光大的历史。”

一种强大的精神力量并不能在一夜之间形成。国酒茅台从小到大、由弱变强的发展进程,同样就是国酒人在实践“爱我茅台,为国争光”的企业精神的基础上,不断推进企业“物质变精神,精神变物质”的辩证转化、统一的过程。

1952年,由“成义”、“荣和”、“恒兴”三家私人烧房舍组合成立的茅台酒厂,茅台酒年产不足80吨,销售收入不过几万元,只能算是个“酿酒作坊”。近60年沧桑巨变,今天,屹立于世界酒林之巅的国酒茅台,已是一个大多数经济指标居行业第一、在产品和资本两个市场屡创“中国纪录”、具有广泛海外影响力的现代化新型企业。

茅台60年深刻的嬗变在2008年有两个鲜明表征:一是茅台酒年产能突破长期缓慢增长的瓶颈,达到204万吨,并正以每年2000吨的速度继续稳定增长,标志着国酒茅台应对消费需求增长、抵御市场风险的基础能力日益得到夯实,开始步入全面协调可持续发展的健康发展期。二是打造“百

亿集团”的目标提前两年实现,各项主要经济指标在连续9年跨越增长的基础上再创新高,中国国酒和白酒行业“排头兵”的地位更加巩固。

纵向比:茅台在1999至2008年间实现的人均利税、人均利润,均居全国白酒行业之首,分别为行业平均水平的5倍、9倍左右,创造了全行业15%的利税、11%的税金。销售收入、实现利润、创收税金三项指标,已持续两年居白酒行业第一位。

横向比:茅台的人均利润、人均创税、人均利税,分别为业内规模最大的另一家名酒企业的2.56倍、3.22倍、2.9倍。在贵州省65家规模白酒企业中,茅台的销售收入、实现利润、创收税金分别占据82%、99.8%、90%,成为贵州经济社会发展历史性跨越征程中的一支先行军。

西方人类学家玛格丽特·米德在阐述精神力量对于推进经济社会发展必然产生重大作用的论断时说:“一小群有思想并且有着献身精神的公民可以改变世界。不要怀疑这种说法,事实上,世界正是这样被改变的。”国酒茅台60年的巨变、尤其是过去10年的跨越发展,深刻印证了这一

论断。

“国运兴,国酒兴”——这绝非牵强附会,而是国酒人从自身发展实践中获得的深切体会,是国酒人内心情感的真实袒露。作为一种社会人文意识,这种情感引领下的企业行为,就是全体国酒人都把千方百计为国家多做贡献当作“为国争光”的具体体现。

近10年,茅台集团上缴给国家的税金共计177亿余元,为建厂以来58年累计上缴总额1934亿元的91.52%;参与社会公益事业、抗灾救灾等方面的捐资达3亿余元,其中,向汶川地震受灾群众捐赠款3700万元。此外,用于扶持地方经济发展和反哺农业的资金仅2008年即有1000万元之多。

“不读亚当·斯密的《国富论》,不知道应该怎样才叫‘利己’;读了他的《道德情操论》,才知道‘利他’才是问心无愧的‘利己’。”悉心领会温家宝总理此番意味深长的话,再看看国酒茅台以实际行动弘扬的“爱我茅台,为国争光”的崇高精神境界,或许,我们应当引用亚当·斯密的另一句话来诠释这一企业精神的深刻蕴涵——“如

果一个社会的经济发展成果不能真正分流到大众手中,那么它在道义上将是不得人心的,而且是有风险的,因为它注定要威胁社会稳定。”

在国酒人心目中,“爱我茅台,为国争光”绝不仅仅是一句口号,更是一系列的行为准则,包括,深爱茅台、维护茅台荣誉和利益的忠诚意识,热爱本职、恪尽职守、遵章守纪和恪守职业道德的敬业意识,崇尚奉献、积极支持和适应企业改革发展需要的奉献意识,以及把昨天的优良表现当作今天的最低要求、把昨天的卓越绩效视为今天的一般水准、不断追求一流产品、一流管理、一流企业品牌和一流企业团队的卓越意识。

“爱我茅台,为国争光”作为国酒茅台企业文化体系和精神体系的重要组成部分,高度概括了国酒人对于历史、国家、民族的责任情怀,凸显出国酒人特有的“居安思危,居危思进;自讨苦吃,迎难而上;自出难题,奋发图强;自加压力,争创一流;自强不息、永不言败、追求卓越”的精神气质,展示了国酒人“坚持发展,创造财富,以人为本,关爱民生”的良好品格风范。

经济与法

协办单位:成都市青羊区人民法院

不申请鉴定 印章真实性 无法否定

近日,成都市中级法院审结一起劳务分包合同纠纷案,认定上诉人不申请鉴定,印章的真实性无法否定,维持了其支付劳务费的原判。

2005年6月某建设公司承包一项城市道路改造工程,交由其下属分公司承建,并成立了市政配套工程项目经理部。分公司将其承建的市政工程埋管、回填、做井、涵洞、电力浅沟等工程的劳务部分分包给杨某,杨某即组成班组进场施工,项目经理部对其完成的工程量按月验收。

2007年4月29日,项目经理部与杨某进行结算,确认该班组完成工程的劳务费为629715元,建设公司已支付518200元,尚欠111515元。项目经理部在该结算单上加盖市政配套工程项目经理部技术资料计量签证业务专用章。建设公司向杨某支付6万元,余款未付,杨某提起诉讼。

一审法院认为,某市政配套工程项目系建设公司承建。杨某有理由相信,其与项目经理部进行的结算,就是与建设公司的结算,结算所产生的法律后果应由建设公司承担,判决其支付杨某劳务费51515元。

宣判后建设公司提起上诉,称杨某提供的结算单上加盖的印章,系私刻仿造的假章。况且建设公司原使用的技术资料计量签证业务专用章,仅用于工程技术资料计量签证,不可能用于费用结算。杨某提交的结算单等证据上的签名人王某、冯某并非建设公司的职工或受托人,不能代表建设公司。建设公司不拖欠杨某任何款项,请求撤销原判,驳回其诉讼请求。二审法院经审理,驳回上诉,维持原判。

在本案中,建设公司虽然否认杨某提交的工程结算单上加盖的印章的真实性,但又明确表示不申请鉴定,因此该印章的真实性无法否定。建设公司系某市政配套工程项目承包单位,杨某进行部分劳务分包后组织民工进场施工,完全有理由相信对方以项目经理部名义与其结算能够代表建设公司,建设公司应对结算单确认的劳务费承担责任。

杨某的劳务费是按照完成的工作量计算,项目经理部在结算单上加盖技术资料计量签证业务专用章确认工作量,同时计算出劳务费的情况符合情理。建设公司关于该印章只能用于技术资料计量签证业务,不能用于结算的上诉理由不成立。

建设公司否认结算单上的签名人王某和冯某为其职工或受托人,否认与杨某存在劳务分包关系,但未对其工程具体实施情况作合理说明,也未举证证明涉案劳务分包的承包人另有其人,因此不足以推翻杨某的主张。

鉴定是司法机关为了解决案件中某些专门性问题,指派或聘请具有这方面知识或技能的人,进行分析、检验、鉴别和判断的一种活动。在民事诉讼中,对某些只有通过鉴定才能认定的事实,如负有举证责任的当事人不申请鉴定,就可能承担于己不利的后果。

经济纠纷,重在预防。可一旦涉诉,即应高度重视,全力应对,切不可因措施失当,陷自己于被动,甚至造成损失。

(成法 青法 张俊 朱新朝)