

整合七大产业 张金钢 欲打造首都“商业航母”

3月17日，在北京一轻控股有限责任公司旗下第二个百年企业——龙徽酿酒百年庆典上，一轻董事长张金钢表示：正与北京控股集团合作，欲注册首都酒业集团，把“龙徽”、“红星”、“丰收”三企业资产相继注入，随后通过兼并、收购等手段整合北京酒类市场，并计划3年A股上市。首都酒业集团目前已经获得北京国资委批准成立，并于今年上半年挂牌成立，而整合还在进行中。

----- [A3版]

王宁国： 中芯发展路上不畏惧谁

张江路18号中芯国际里，现在的状况比去年好得多，员工也比去年“精神”，这让出租车的生意也好多了。而沉默4个月后，中国这家第一大半导体代工企业的决策层也到了说些话的时候。记者约好中芯国际总裁兼CEO王宁国，这位曾在贝尔实验室、美国应用材料、华虹集团任职的职业经理人，细数其上任以来的日子。

----- [A4版]

魏蔚： 享受职场的“铂菁女性”

“成功人士背后都有很辛苦的历史。”麦肯锡的全球董事合伙人魏蔚从来不相信关于成功的花哨故事，“路要一步一步走，饭要一口一口吃。”虽然这位长相酷似影星林青霞的女人加盟麦肯锡短短6年就成为其大中华区首位女性董事合伙人，但她一直坚信一个人之所以优秀，在于日复一日压力冲刷下的细致思考和坚持。

----- [B1版]

王利芬不经意间华丽转身

3月17日，原央视著名主持人、《赢在中国》总制片人王利芬和她的优米网成为新浪微博最火的词语。当日，王利芬首度证实已于2009年9月辞去央视的公职，创办网络电视平台优米网。新创立的优米网将是一个网络电视平台，打造公信力是目前的第一要义。

----- [B3版]

钨铋稀土 限采量确定

国土资源部近日决定，2010年继续对钨矿、铋矿和稀土矿实行开采总量控制管理；2011年6月30日前，原则上暂停受理新的钨矿、铋矿和稀土矿勘查、开采登记申请。

国土资源部发出通知，2010年全国钨精矿（三氧化钨含量65%）开采总量控制指标为80000吨，其中主采指标66480吨，综合利用指标13520吨。铋矿（金属量）开采总量控制指标为100000吨，稀土矿（稀土氧化物REO）开采总量控制指标为89200吨，其中轻稀土77000吨，中重稀土12200吨。

通知要求各省（区、市）国土资源行政主管部门要按照国土资源部下发的控制指标，认真做好指标分解和下达工作，做到控制指标到市、县、矿山企业。4月底前将指标分解和落实情况报国土资源部。各省（区、市）国土资源行政主管部门要按照有关规定要求，签订开采总量控制责任书和合同书，落实专人对矿山企业控制指标执行情况进行监管。

国土资源部将严格审核各地钨、铋和稀土矿开采总量控制指标执行情况季报，并将组织开展钨、铋和稀土矿开采总量控制指标执行情况检查。

（夏珺）



国内外公开发行(原《厂长经理日报》) 国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85
网址:WWW.JLRB.NET.CN 邮箱:CJB490@SINA.COM

经理日报

2010年3月22日 星期一
庚寅年 二月初七
第073期 总第6499期
今日12版

新闻热线:(028) 87369123
传真:(028) 87346406
电子邮箱:dmdcjb@sina.com
责编:方文煜 版式:黄健 校对:梅健秋

THE MANAGER'S DAILY

国资委出“勾拳” 狙击央企“地王”

[详见 A2版]

规划“专”业 以“新”会友 2010年春季全国糖酒会以新思维、新观念、新突破打造全新局面



□ 中糖集团总经济师、全国糖酒会办公室主任何继红发布大会新闻。

□ 本报记者 张建忠 李长清 樊瑛 摄影报道

阳春三月，和着春天的脚步，由中国糖业酒类集团公司主办、成都市人民政府承办的2010年春季全国糖酒商品交易会，于3月19日—22日在成都世纪城新国际会展中心举行。本届糖酒会在规模、档次、内容和形式方面均有新的突破，开创了糖酒会的新局面。

规模空前 规划专业 增强客商交易便利化

本届糖酒会历时4天，展馆面积由去年的12万平方米增加到13万平方米，参展商达到4000多家，展览面积和参展商均刷新历史纪录。

根据糖酒市场的这些特点，本届糖酒会采取全方位规划展览，进一步细化参展商品分类的方式，从布局、概念和分类上引导展商、客商快捷、准确交流并有效把握重点。展区由室内展区、馆外广场主题展区、精品街食品机械室外展区以及位于娇子国际会议中心的品牌食品饮料、酒类展区4大区域构成。室内展区按商品分类设置，共9个专馆。室外广场以啤酒、饮料为主题，包括各项产品展示、新品推介和免费试尝等，现场气氛十分活跃。

本届糖酒会通过科学的布局、周密的规划、突出亮点、完善功能等方式，更好地促进国内外展商重要商贸交流的推广，密切食品相关产业与糖酒企业的联系和互动，为食品企业宽领域、多角度拓展创造了一流的平台

和条件。

国际特色 行业引领 “天下第一会”品质更高

本届糖酒会增加了国际馆面积，1、2号展馆实际用于葡萄酒的展览面积达到14万平方米，比去年增加了70%。国际馆在糖酒会上的融入，为外贸企业搭建了一个新平台，为内、外贸之间的交流提供了一个新机会。法国、德国、意大利、瑞士、葡萄牙、西班牙等20多个国家的高端境外客商云集。特别是10余场专业讲座、营销论坛、品鉴活动进一步增强了国际国

内酒类企业之间的交流，进一步扩大国际知名酒类品牌的国内知名度。

展览展示与会议论坛的结合，是近年来拓展展会功能的新举措。作为糖酒会最重要的配套活动——“中国糖酒食品业年度峰会”，围绕“把握经济脉动，共享产业繁荣”这个主题，在整个峰会活动中贯穿“分析形势、共谋发展”这根主线。此次峰会还揭晓了全国大型零售企业2009年糖酒食品销售排行，探讨后金融危机时代中国糖酒食品行业市场发展趋势及对策，发表当前国家宏观经济政策解读及未来经济走势趋向，举办“渠道冠军·2010中国酒商百强年会”以及规

模盛大的行业年度颁奖盛典。另外参展企业自身的政策发布会、媒体的推介会、以及独具特色的国际品牌品鉴会、学术会等活动，都从不同角度对行业发展起到了积极作用。

广告变革 媒体造势 营造浓烈“糖酒会”氛围

“集中展示+广告营销”是中糖公司多年来推动糖酒会向规范化、专业化发展的重要举措之一，本届大会会外广告发布又有新的突破。发布形式上更符合商家和专业卖家的需求，包括跨街门楼、

（紧转 A2版）

群郎共舞 团结奋进 利益同享 共赢未来

2010年经销商大会

2010年郎酒力创销售50亿元
——郎酒2010年全国经销商大会在蓉召开

□ 胡基权
本报记者 王剑兰 王道海

2010年3月18日，四川郎酒集团2010年全国经销商大会在成都锦江大礼堂隆重召开，会议提出2010年郎酒力创销售收入50亿元的宏伟目标。

泸州市、古蔺县等有关领导，全国2000多名郎酒经销商代表及CCTV、凤凰卫视、四川日报等数十家媒体参加了会议，会议由郎酒股份公司董事长蒋先玉主持。

会上，郎酒集团董事长汪俊林对郎酒未来的发展模式及战略进行了详尽描述。汪俊林说，2009年是值得全体郎酒人骄傲的一年！在各级领导和部门的关怀与支持下，在全国经销商朋友的友好合作下，顺利实现了郎酒“351工程”的第一步，全年销售收入突破了35亿元，品牌价值提升到87.79亿元，排名中国500强第75位，跃居白酒行业第三位，企业整体走上了良性发展轨道，发展迈上了新的台阶。汪俊林表示，2010年是郎酒最具发展潜力、最具发展机遇的一年，郎酒预计今年销售收入将超过50亿元，并力争在2012年跨过100亿元销售收入大关。

中央电视台、古蔺县等有关领导分别在会上作了讲话，对郎酒集团近年来品牌发展和市场销售取得的辉煌业绩表示祝贺，希望郎酒集团在激烈的市场竞争中继续挖掘企业内涵，奋力拼搏，乘势而上！

会议还表彰了2009年度郎酒优秀经销商。

在本次春季糖酒会召开期间，郎酒集团在成都世纪城新会展中心、公司办公区布设了精美的产品展示厅和业务洽谈室，迎接来自天南海北的全国各地经销商和社会各界人士。

传递价值 成就你我
芙蓉王 文化新酒图片
湖南芙蓉王文化传播有限公司

► 经理人论坛 | Jingliren Luntan

中国哪类企业最有希望进军美国

□ 薛涌

近日，130名美国国会议员呼吁奥巴马政府把中国列为汇率操纵国。有人称“人民币汇率保卫战已打响”。另有报道说，中国已经减持美国国债，但依然是美国第一大债主。

这两则新闻有着重要的联系。众所周知，中国对世界特别是美国所保持的巨大外贸盈余，是造成目前人民币升值压力的关键因素。而在中国政府减持美国国债时，如果中国的企业大量投资于美国，就等于购置了大量美元资产，进而减缓贸易的不平衡和

人民币升值的压力。

可惜，中国由于长期依靠低端制造业，企业升级滞后，出了家门很少能拿得出有竞争力的品牌。海尔冰箱进军美国，并没有创下成功的先例。据说比亚迪的电动车今年要在美国登陆，但美国的汽车销售除了品牌的感召外，必须有长年发展出来的销售网络为基础，恐怕很难指望比亚迪一举成功。美国制造业外包为大势所趋，企业如潮水般地到发展中国家建厂。在这种情况下，要逆流而上，把中国的企业外包到美国，绝不是件容易的事情。

但是，有一个行业却是例外，那就是超市。如今，沃尔玛、家乐福等国际连锁店在中国颇为风行，但在外国中国超市则不成气候。不错，在美国几个大城市的唐人街，你总能找到许多中国超市，也有不少属于连锁体系，但通常还不成气候，大多购物环境比较差，还是靠低价竞争，而且也很难走出唐

人街，进入美国中产阶级的生活。

与此相对，韩国超市在美国则势头甚猛。最近，一家叫H-Mart的韩国超市在波士顿郊区落户。当地报纸提前半年就当个大事报道。朋友告诉我，这是最有名的亚洲超市连锁店，正如雨后春笋般地在美国蔓延。这家超市购物环境良好，货物充足，虽然顾客以亚洲人为主，但可以轻松地在美国中产阶级聚居的郊区立足。如今开业已半年，我每次去购物都找不到停车位，邻近的美国超市的停车场甚至挂出大牌“H-Mart客户禁停”。这么火爆的生意，我在美国生活了十五年还从未见过。

虽然H-Mart的美国顾客比例比在唐人街的中国超市要高得多，但绝大多数还是亚洲客户。这些亚洲客户主要又是谁呢？看面孔自然无法辨认。但你一到那里购物就知道，前后左右全在讲中文。我敢说，中国人绝

对是第一大顾客群。

H-Mart的成功，反映了全球化的一个简单事实：人口的跨国流动，创造了这些流动人口在海外对本土产品的特殊需求。东亚人对饮食和烹调的讲究是有名的，大家来美国最受不了的就是吃。营销中日韩食品的H-Mart火爆，就是以此为基础。这些在美国的东亚人也往往能骄傲地把自己的美国朋友带到这家超市中展示自己的食文化，最终使许多美国人也成了主顾。

你走遍美国，很难找到没有中国人的地方。而且无论到哪里，中国人的数量远远超出韩国人和日本人。可惜，中国的超市，还是夫妻店起家的小本生意居多，很难跳出唐人街而成功。如今中国发展这么快，国内的超市巨头应该不少，为什么不走全球化的路呢？遍布世界的中国人，已经把市场给建好了，只要有竞争力的企业去占领。

家电以旧换新 再迎利好

运费补贴每台提高10元

家电以旧换新试点推广申报刚刚启动，财务部又印发了提高运费补贴的最新通知。通知提出，将对在试点省市范围内招标确定的家电以旧换新单纯回收企业，不分品种和运距，运费补贴标准在原有补贴标准基础上，每台提高10元。业内人士指出，这将对城市家电消费的增长起到促进作用。

“不要小看这10块钱”

财政部《关于家电以旧换新运费补贴的补充通知》明确提出，为进一步发挥家电以旧换新的政策效用，鼓励企业回收旧家电，对北京市、上海市、天津市、江苏省、浙江省、山东省、广东省、福州市、长沙市九个省市的回收企业提高运费补贴；且不分品种和运距，运费补贴均提高10元。单纯回收企业是指主营业务为再生资源的回收、分拣、简单加工，不参与家电销售或拆解的独立法人资格企业。

根据《家电以旧换新单纯回收企业运费补贴标准表》，新标准将针对电视机、电冰箱、洗衣机、空调、电脑五类品种的补贴提升到每台30至60元不等。对此，帕勒咨询公司资深董事罗清启表示：“不要小看这每台增加的10块钱”。他认为，这是对以旧换新的关键物流环节的补充补贴，从总量来看数量将十分巨大，且充分说明了政策的支持力度，会进一步刺激城市家电消费的增长。

内需刺激力度在加大

上海交电商业行业协会秘书长韩建华也在接受记者采访时指出，回收和拆解是影响家电以旧换新实施效果的关键环节，且从事这两项业务的工厂规模一般不大，在仓储、人力等方面的成本并不低；财政补贴对调动这些环节厂商积极性会起到积极作用。而日前开展的“以旧换新推广实施申报”也将回收体系和拆解能力作为判断省份资格的重要标准。

有家电分析师对记者表示，尽管此次增加补贴只是针对回收企业，但对整个家电消费的刺激作用值得期待；并且，从中更重要的是要看到有关部门的态度，说明内需刺激政策的实施力度正在加大。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件，本报持证人员均在本报官方网站《金报网》(www.jrbnet.cn)上公布，可供查询或手机上网查询(13812311321)。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用；本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金、广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号，不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及社会各界监督。
举报电话：028-68230681
028-68230659
028-87344621
举报电话：028-87325242
经理日报社

药物去屑，就是康王

