

零售业培训：拟推出首个国际标准化认证

行业人才培养将更具实用性

□ 胡 斌

零售企业面临的市场竞争日益激烈,新消费趋势对零售企业经营管理水平提出了更高的要求。目前,我国零售业的培养还多是经验式培训,缺乏标准建设,新型人才培养机制的推出正当其时。

非“标准”人才 制约零售业发展

导购员只会一味地推销商品、店长只适应本店工作……日前,在由中国国际商会、北京工商大学、美国零售联合会联合主办的“第一届零售业人力资源高层论坛暨零售业人力资源沙龙启动仪式”上,与会专家指出,我国零售业的培养多是经验式培训,缺乏标准建设,不能更好地激发员工的创造性。

目前,国家正在采取积极的流通政策和实施一系列搞活流通扩大内需的措施,这些政策措施的落实给零售业发展带来新一轮机遇,同时,零售企业面临的市场竞争也日益激烈,新消费趋势的发展对零售企业经营管理水平提出了更高的要求,如何把握机遇,迎接挑战,这些都需要高素质的人才。但长期以来,由于观念的影响,零售业人才培

养和人力资源开发问题没有得到很好的解决,人才短缺已成为制约零售业可持续发展的主要瓶颈之一。

“目前,我国零售业的人才培养多是以经验式的培训为主,缺乏标准化。这就导致企业自己培养的人才只能适应本企业的工作,换个企业甚至换个店铺就不能很好地适应。”中国商业联合会副会长万文英表示,不能很好地解决零售人才培养标准化的问题,将制约我国零售业的发展。

美国零售联合会培训专家 Rick Phillips 博士也告诉记者, 据他了解,中国零售业的培训标准化建设还不完善。在美国零售业,什么样的人适合从事什么岗位的工作是有标准的;在中国,目前还没有一套科学的认证标准。

拟推标准认证源于美国

中国国际商会秘书长周学海告诉记者,为缓解我国中高端零售复合型人才紧缺局面,着实解决我国零售企业的人才培养难题,中国国际商会在美国零售联合会的支持下在中国推出了零售



行业首个国际标准化专业能力水平认证——“零售管理专业能力水平培训认证”项目,“以动态化、标准化、国际化的培训方式替代以前经验式的培训方式”。

据悉,此次推出的“零售管理专业能力水平培训认证”, 借鉴美国的零售业培训认证标准, 由美国零售行业专家、中国零售行业权威专家学者、企业界知名人士、具有丰富商科教学管理经验的大专院校教授等专业人士进行了深入、细致的本土化工作,完全适应中国零售行业发展的实际需要。

据 Rick Phillips 博士介绍, 目前,美国已有超过 2 万人接受了这种培训认证,在印度、埃及等国家也已经开展了这项工作。

分阶段培训满足不同需求

周学海介绍,这套体系以零售企业员工、职业院校学生及大学零售相关专业毕业生为主要对象,根据中国零售业人才资源的现状及零售企业人才阶段性培养的需要,分为初级、中级、高级三个阶段,以满足零售企业基层岗位、中层管理岗位、店长、高层管理岗位等各个岗位层级的人才培养需求。

记者了解到,建立行业组织、院校和企业 在人才培养方面的合作机制也是该培训体系的一大亮点。北京工商大学副校长谢志华表示,院校是人才培养的主渠道,北京工商大学作为国内知名的商科类大学,为我国的商业零售人才培养做出了重大贡献,培养了大量的商业专业人才。此次“零售管理专业能力水平培训认证”项目将依托商科院校的资源优势,加强多方合作,在专业设置、教学模



□ 张 然

近日,“中国经济前沿”丛书《全球金融危机下的中国》由社科院发布。来自中国、澳大利亚的多位著名经济学家就中国未来发展面临的压力以及应该采取的宏观经济政策展开讨论,认为中国消费需求不足存在六大根源。

社科院：中国消费需求不足存六大根源

劳动力充分压制工资

中国经济改革研究基金会国民经济研究所王小鲁和樊纲指出,中国目前大约有 1.5 亿农民工在城市工作,每年还有至少几百万农民工继续进入城市。在经济高速增长、人均 GDP 不断提高的情况下,劳动力市场的充分供给压制了工资水平的上升,也就导致劳动报酬在收入分配中的比重不断下降,从而扩大了收入差距, 并压抑了大众消费的增长,导致最终消费增长滞后于 GDP 增长的情况。

收入差距致储蓄上升

根据国家统计局城镇住户收支调查数据,10%的城镇最低收入家庭的消费率高达 96%,而 10%的最高收入家庭的消费率只有 63%。而收入差距扩大意味着高收入居民的收入增长快于低收入居民,这会导致平均的居民储蓄率上升而消费率下降。

相关制度需要健全

中国在改革中,工资水平从政府决定转向了由劳动力的市场供求关系决定,但保护劳工的立法和社会保障、公共福利等制度尚未健全。在劳动者收入单纯由劳动力市场供求关系决定,没有形成补充市场的保障制度的情况下,没有自发机制来保证劳动者的收入和消

费水平随经济增长而同步增长。近年社会保障体系正在发生明显改善,但亟待进一步健全。

企业带动储蓄上升

企业储蓄迅速上升,成为带动总储蓄率上升的主要因素。中国目前缺乏一套合理的资源税体系和国有企业红利分配制度,诸如石油、天然气、煤炭等资源收益和国有企业利润可以由企业支配,从而使企业未分配利润越积越多,成为企业储蓄的重要来源。

公共服务激励不足

各级地方政府对扩大产出规模、加

式、培养目标等方面进一步加强与行业、企业界的联系与协作。

北京工商大学商学院党总支书记庞毅告诉记者,北京工商大学计划将“零售管理专业能力水平培训认证”项目引入到教学中,让大学生的岗位培训前移,为零售业培养更多高素质的复合型人才。

快经济增长有强烈的冲动,而在完善公共服务和实现充分就业方面激励不足,过多地鼓励资本密集的大项目投资和大中型企业发展,而对劳动密集型的小企业发展缺乏重视,这使要素配置发生倾斜,企业规模和产业的资本密集度不断上升,因而减少了就业机会,扩大了收入差距,加速了消费率的下降。

公共资金存在漏洞

政府的公共资金和资源管理体系存在漏洞,制度规范不健全,透明度低,特别是对预算外资金的征收和使用更缺乏监督,导致了公共资金使用不当、流失和贪污腐败现象,严重恶化了收入分配格局。

欲抢在“苏宁们”前下手,共享万亿市场蛋糕

区域家电连锁：寻新机制开拓三四级市场

□ 许意强

“面对三四级市场蕴藏的数千亿元的巨大商业空间和机会,对于我们这些区域家电连锁企业而言,在今后 5 年甚至更长时间,将迎来全面发展扩张的最佳时期。今后,我们这些区域家电连锁企业,应该建立产业协同发展的新机制,相互共享管理手段和经验,搭建畅通的信息平台,最终实现相互发展、共同成长。”

在“首届中国消费电子渠道商产业协同发展高峰论坛暨中国消费电子渠道商联盟筹备会议”上,来自江苏的汇银家电(控股)公司董事长曹宽平表达愿意与其他地区的区域家电连锁企业“相互学习、协同发展”的心声,要让以汇银为代表的区域家电连锁商,共同分享中国三四级家电市场的巨大商机,从而全面推动三四级家电市场走向成熟与规范化。

曹宽平认为, 三四级市场的市场空间是巨大的,商业机会也是无限的,对于众多区域家电连锁企业而言应共同合作、坦诚沟通,只有将农村市场这块蛋糕做大,每家企业才能分食更大的份额。

上海连锁经营研究所所长顾国建教授则指出,区域家电连锁企业应该从国美、苏宁身上学经验、学管理、学模式,少走弯路,立足区域市场创造更大的商业价值。



区域家电连锁商呼吁合作

会上,浙江百诚集团股份有限公司董事长叶惠忠表示, 有必要建立一个联盟,将分散在各个区域市场上的家电连锁企业聚集起来,搭建一个定期交流与沟通、学习与合作的平台。特别是对于一些已经建立了成功商业模式的区域家电连锁商,要毫无保留地将自身的经验和模式向同行进行介绍,从而形成共同发展的良性机制。

包头同利家电公司董事长祁松柏也认为,区域家电连锁企业在发展过程

中,急需在内部管理、人才队伍、竞争手段等方面,得到同行的经验交流与学习机会。据了解,同利家电从 2005 年的年销售额 7000 万元,到 2009 年销售额突破 4 亿元,正是得益于来自外部市场变化以及竞争对手带来的挑战。祁松柏认为,同利作为一家地方性的家电零售企业,向来不担心竞争,也不害怕挑战。但在企业发展壮大的过程中,必然会遭遇一些阶段性的发展瓶颈,这就需要不断提升自我的实力与竞争优势,外部经验的输入是一个不错的手段。

通过与同行的交流,特别是在管理

经验和经营模式上的学习,可以快速地找到区域家电连锁企业的短腿和不足。祁松柏表示“举双手同意组建渠道商联盟,共同做大三四级家电市场”。

此外,浙江中亮电器股份有限公司董事长方艺、重庆商社电器公司副总经理胡宏伟等企业代表,也表达了愿意与区域家电连锁同行相互学习、交流的想法,并一致认为“借助联盟的平台可以有效地为各个区域企业搭建‘协同发展、相融共生’的发展理念”。

记者从中国消费电子商联盟筹备处了解到, 目前联盟已经正式筹备,各项工作正有条不紊地展开,只待按照相关流程和办法被执行后,将会召开会员大会和成立大会,最终推选联盟主席和理事单位等职位,成为区域家电连锁商进行信息交流、经验学习等综合服务平台。

共享三四级家电市场蛋糕

曹宽平认为, 三四级家电市场是一块大蛋糕,不可能只被几个家电连锁企业所全面掌控和分享,分布在各个区域市场上的家电连锁企业,都会有各自的发展空间和机会。对于汇银而言,一方面愿意敞开大门,与来自全国各个区域市场上的家电连锁商相互参观、交流与沟通,共同探讨区域家电连锁商的发展之路;另一方面,汇银家电也希望与各区域的家电连锁企业在企业管理、信息交流、发展模式等方面展开合作与交流

寻找新的发展模式和商业路径。

有数据显示, 未来 5—10 年内,我国三四级家电市场的份额将达到 2 万亿元。而对于家电分销企业而言,如何获得这块万亿蛋糕中的最大市场份额,不仅需要面向三四级市场构建完善的分销网络,更需要找到支撑企业区域化、农村化扩张的新兴商业模式。记者则注意到,在本次高峰论坛上,与会的区域家电连锁企业讨论最多的则是企业的转型、发展与新兴商业模式的探讨。特别是在企业经历了一段时间的高速扩张遭遇瓶颈后,如何寻找和构建企业新一轮的发展动力,成为未来决定区域家电连锁企业生存与发展的大命题。

行业观察家指出,当前国美苏宁虽然还没有全面进入三四级农村市场,主要是未找到最佳的商业解决方案,短期的经营业绩和扩张步伐相对缓慢,但这并不代表两大家电连锁企业会放弃农村市场。未来 3—5 年内,两大巨头将携雄厚资本和规模实力,全面在农村市场发起新的总攻,从而对现有的区域家电连锁企业造成较大的冲击。

顾国建则认为,在国美、苏宁还没有完全进入农村市场的背景下,区域家电连锁企业就开始居安思危,寻找企业转型与发展的突破口,表明了我国区域家电连锁企业发展已经步入了新的阶段。但对于这些区域连锁企业而言,必须要加快对农村市场的网点扩张速度,加大加快三四级市场的网点布局,率先构建起一张完善的网络。

楼市调控密集 商业地产成开发新热点

□ 龙 蕾

商业地产地价本身投入大,租金回收期比较长,投身商业地产的开发商往往面临巨大资金压力。

去年年底以来, 楼市紧缩型调控政策拉开大幕, 银行收紧房贷政策的密集调控令住宅市场走势显得比较微妙。在这种情况下, 很多大开发商如万科、合生都开始将目光齐齐对准商业地产。

一直以来,“只做住宅”的万科未来

将加大持有型物业的储备,并在近期内陆续推出养老物业、酒店及商业配套等多种物业类型。今年 3 月,东莞市长安镇长青路地块就被万科以 1004 亿元高价斩获, 将建起一座约 60 层的超高层商业建筑。越秀地产早在 2005 年就提出向商业地产转型的口号。该公司目前在天河中央商务区甲级商业物业圈中居于主导地位。保利地产 2009 年年报中称,该公司在商业地产经营上实现较大突破。

更多开发商启动商业地产

今年,各大开发商对于商业地产可谓风生水起。2010 年,专注住宅地产开发的合生创展将以高级商业地产为代表的投资型物业发力。2009 年是合生创展在北京、上海、广州等地有 11 个商业地产项目启动开发,部分项目将在今年投入运营和招商。其中最大的动作是启动了投资 70 亿元、位于上海副中心五角场的合生国际广场。

中粮集团宣布以“大悦城”为品牌,在全国打造“全服务链城市综合体”,并以此作为公司商业地产的发展战略。而金地集团也表示,将不再单纯从事住宅开发,商业地产的开发和运作将成为未来的一个重要战略规划,在今年的土地投入计划中,就有 20%的资金会投向商业项目。此外,内地房企绿地、绿城和上海世茂等开始更多介入商业地产开发,而新加坡的德置地、美国西蒙、菲律宾 SM 集团等更多国际商业地产企业开始直接或间接进入或加大在国内的商业

地产投入。

商业地产风险大回报高

中原地产项目部总经理黄韬表示,对于开发商而言,在传统房地产市场逐渐成熟、竞争日趋激烈的今天,商业地产开发提供了远比住宅高得多的利润空间。不过,商业地产地价本身投入大,并且很多商业项目并不出售,租金回收期比较长,投身商业地产的开发商往往会面临巨大的资金压力。