

小企业 高科技 大发展

——记江苏同康活性炭纤维有限公司的低碳转型升级路

□ 周茅峰

日前在江苏省南通市港闸经济技术开发区,管委会主任冯斌特别介绍了一家由典型“三高”企业成功转型成为高新技术产品开

发的企业——江苏同康活性炭纤维有限公司,认为是苏南民营企业践行低碳环保理念、转型升级的缩影。

自2006年企业转型以来,同康活性炭纤维系列产品获得了22个国家专利;新产品中孔活性炭纤维被认定为省高新技术产品;企业被列为中国新农村建设发展中心高新技术企业成员单位。

江苏同康活性炭纤维有限公司前身从事纺织染整,是典型的高能耗、高污染、高排放的“三高”企业。2000年以后,国家实施节能减排措施力度加大,

劳动力和原辅料市场价格持续走高,企业面临着政策和市场双重压力的生死考验。

如何实现转型升级,完成“惊险的一跳”?此时,通过省级验收的南通大学活性炭纤维植绒课题项目正在寻找合作厂家进行产业化生产。

这种活性炭纤维是以有机纤维为原料,经高温碳化、活化而成,是第三代新型吸附材料,能快速吸附甲醛、苯等有毒有害气体,是21世纪最先进的环保及水和空气净化材料之一。

公司领导决定将其作为由劳动密集型向科技密集型、由“三高”向低碳环保转型的切入点,投资4000多万元,兴建厂房、购置设备、培训员工,2007年10月,活性炭纤维产品试产成功。

同康活性炭纤维产品率先进入市场以后,引起国内外客户关注。日本一

家专门生产净化饮水的著名企业派员考察,经对同康生产的活性炭纤维进行全面测试,认定同康是中国生产活性炭纤维设备精良、工艺先进、规模最大、质量最好的企业,提出要同康生产适合他们技术标准的产品。

这给了企业一个新的思路:活性炭纤维只是中间产品,仍然面临产品深加工、增加附加值的巨大空间。公司决定在进一步提高活性炭纤维质量的同时,自主开发活性炭纤维升级产品。

通过引进人才、借用外脑、自主创新途径,一系列功能性产品不断推出。公司引进技术带头人邱鹏,开发出能有效祛除甲醛、二甲苯等有毒有害物质的产品,并获得国家专利;公司与南通大学纺织学院教授合作,开发出应用于消防、冶金、石化、焊接防护服及家用、船用、车用防火阻燃等9个系列特种功

能性面料;依靠公司纺织企业优势,研制成功活性炭纤维被褥及军用、列车用卧具及新型活性炭纤维鞋垫等。公司形成活性炭纤维、空气净化、功能性面料等五大系列产品。

谁掌握了新材料的核心技术,谁就掌握了这个行业的未来。同康公司以产、学研联姻方式,把握行业前沿技术,制定行业标准和规范;掌握活性炭纤维产品核心技术,作为企业发展根基。在有关院所和专家的帮助下,他们成功研发了防水透气膜和预氧化不燃纤维布,解决了活性炭纤维生产工艺中的技术难题,共同研发的中孔活性炭纤维填补了国内空白。

如今,他们正与国内几家院所合作,开发国际上先进的防化材料——高硬度碳纤维布,抢占发展制高点。

稻花香情系玉树 500万善款爱洒灾区

北省参加现场捐赠的唯一白酒企业。

连日来,玉树灾情牵动着全国人民的心,更牵动着稻花香人的心。全国人大代表、稻花香集团党委书记、董事长蔡宏柱在获悉玉树地震消息的第一时间作出决定:捐款500万元用于抗震救灾。蔡宏柱表示,稻花香是在国家、社会和人民的关怀爱护下成长起来的,把企业做大做强,回馈国家和人民是稻花香义不容辞的使命。作为一个有爱心、负责任的企业,稻花香能为灾区人民

做一点力所能及的事情,是企业的责任和义务,更是体现企业社会价值的无上光荣。

作为改革开放后异军突起的民营企业,稻花香集团多年来始终秉持“强企富民、回报社会”的创业理念,以“香飘天下、丰收永远”作为企业核心价值追求,用“富而要思源、富而要思进”的感恩之心自觉履行企业助建和谐社会的责任和义务,为推动地方经济发展、提供劳动就业保障、带动行业探索创新、支持社会公益事业不遗余力。近年来,该集团先后以捐款、捐物、安置灾民就业等方式支

援了荆江抗洪、汶川大地震、印度洋海啸等抗灾救灾,并热心参与对口扶贫、希望工程、公共设施建设、社会办学等公益事业。据不完全统计,该集团近年来累计投入的抗灾救灾和公益善款已逾亿元。

直播节目持续了近3个多小时,现场真情感人、催人泪下。结束后,湖北省委宣传部常务副部长李以章、省民政厅厅长陈吉学组织捐赠企业座谈,对企业践行社会责任、为青海玉树灾区踊跃捐款的做法给予了高度评价,称赞为湖北企业树立了榜样。

(袁林 黄炎朋 雷克军)

家电 IT 厂商扎堆淘金 网络电影播放器市场升温

□ 容胜

用普通电视机观看网络电影,这在2009年初的时候还是一件新鲜事。但是对于许多网民来说,已经再寻常不过,因为网络上到处充斥着网络电影播放器的身影,他们可以轻而易举地在五分钟之内通过那种“小魔盒”将网络电影下载到普通电视机上。

据不完全统计,目前国内推广网络电影播放器的品牌厂商已经有数十家品牌厂商。除了像朗科这样的专业IT厂商之外,还出现了不少像夏新这样重量级的家电通讯厂商。IT家电通讯厂商扎堆淘金同一个新兴市场,这是多年来罕见的现象。其中玄机何在?

高清电视热销带动市场升温

网络电影播放器最初出现在朗科公司的新产品清单中的。2009年3月,朗科公司发布了一款新产品,它最核心的部分是一个四方小盒子,可将网络电影转换成电视信号,两端带有USB接口和电视输入输出的三色线,一边可接驳

电脑拷贝电影文件,另一端可以接电视机。

因为USB接口是连接电脑和电视机的关键角色,朗科公司将这款产品命名为“UVD”,意味着新一代电视播放器,是DVD\AVD的升级版,因为从某种程度上说,它的出现将带领电影消费进入无碟时代,具有划时代的意义。

但是,网络电影播放器真正的热销却是从得益于高清电视机的普及。在高清电视潮水一般涌入普通家庭的同时,消费者却发掘了另一个头疼的问题:高清电视居然看不高清!高清电视看不清高清主要是由于消费者很难拥有高清片源和必要份额播放设备。目前国内高清电视节目仅有央视的个别台的几套节目。而且节目内容大多重复,节目质量较差。一些内容质量较高的高清节目则需另外付费。

消费者获得高清节目的另一个来源是网络下载。目前网路上存在大量或者免费、或者付费的具有较高清晰度的娱乐影视内容。其中部分内容甚至能够达到1080p的高清清晰度,完全满足最高档次的家庭高清影院对高清内容的

需求。

以朗科P808为例,它可以支持支持TS、MKV、RM/RMVB、TP、TRP、AVI、VOB、DAT、MPG、MPEG、MOV等几乎所有互联网电影的格式,支持H264、MPEG1/2/4、DIVX、XVID等11种高清全解码,具备顶级高清显示,支持全高清1080P输出格式。而这样一款产品售价仅299元,正好迎合了人们看高清电影的迫切需求。

而最新问世的一些网络电影播放器,功能更加强大。不需电脑、不要硬盘,不需下载,只需一根网线,连接电视机就可以直接登录网络,点播数以几万部的古今中外各类大片、连续剧、动漫、体育、综艺、新闻、股票、音乐等资料。这些强大的功能是以往电视机无法单独做到的,极大地刺激了市场需求。

10亿市场蛋糕将被吞掉?

有乐观者预计,中国家庭的电视机保有量接近2亿台,如果1%的家庭购买了网络电影播放器,以平均每台500元的价格计算,那么就将催生10

亿元的新市场。

但事实上,网络电影播放器自诞生以来就备受质疑。互联网电视的发展会不会很快“吃掉”这一块预计中的市场蛋糕一直是业界颇具争议的话题。

日前,国家广播电影电视总局向中国网络电视台(CNTV)颁发了国内第一张互联网电视牌照,随后,上海文广与华数传媒也相继获得了牌照。此举意味着困扰互联网电视发展已久的政策瓶颈基本解决,互联网电视正来势汹汹。

但有业内专家认为,尽管政策瓶颈正在消失,但这距离互联网电视的全面普及还有相当长的一段路程。据奥维咨询统计,2009年全年,中国市场共销售互联网电视991万台,销售额达71.1亿元,仅仅占整体平板电视市场的4%和6%,就全国所有类型的电视机市场而言,其市场份额不足1%。

有关专家预计,互联网电视在中国的全面普及至少需要5到10年。这给了网络电影播放器以足够的发展时间和空间。

多种迹象表明,黄光裕被捕事件很巧合地成为一个标志性事件,标志着国美及国内家电零售业从单纯的粗放型扩张转向粗放型扩张与内生性增长并举的阶段——

终结黄光裕时代 国美“转型”在即

□ 吴建刚

对普通消费者来说,他们看不懂家门口的国美店开始发生的变化。那些经常办着热闹促销活动的国美店,几天没去,“突然”关门大吉了;还有一些略显破败的店,经过稍显漫长的休整之后,变得非常的现代、时尚,消费者体验发生了天翻地覆的变化。

这一切,并不像普通消费者看到的那样“突如其来”。国美总裁陈晓早前公开表示,公司2009年通过关闭低效门店189家,提高整体门店的效率。2010年的计划是,新增门店80家左右,同时预计全年将改造150家左右的“新活馆”模式门店。除上述计划外,还将对二三级市场等新增长点做重点投入,拓展网络的布局 and 深入。

黄光裕17岁随其兄弟来到北京,用3万元的贷款开始了家用电器的经销,到1987年成为国美电器总经理,从此开始了他家电零售业的漫漫征程。所谓“一招鲜,吃遍天”,首先发现新的商业模型的企业家是最容易做大做强的。国美依靠行业内自己强大的博弈能力,通过占用上游厂商应收款的类金融方式迅速扩张,而后又通过资本运作迅速兼并收购,创造了中国家电零售业迅速扩张的传奇。黄光裕也在2008年10月6日以430亿元人民币资产第三次位居胡润百富榜中国首富。模仿这一经营模型的企业,包括苏宁、永乐等也取得了巨大的成功。回顾二十多年中国家电零售业从无到有、从小到大的发展历程,企业家个人英雄式的眼光独具、敢于冒险、大胆突进起到了很重要的作用。

但是这种粗放式增长模型正面临着新的更加复杂的竞争环境的考验。2008年11月28日,黄光裕因涉嫌贿赂与挪用资金被逮捕,离其第三次被评为中国首富还不到两个月,众皆哗然。或许是巧合,这一事件发生在中国家电零售业粗放型扩张的高潮,同时也宣布了家电零售行业一个英雄主义时代的结束——家电零售业进入后黄光裕时代。

得出上述结论,主要是因为经营环境已经今非昔比了,仅仅采用传统的粗放型的扩张模式,再难以勇不可挡、一路凯歌了。从市场情况看,沿海三四级市场及内地二三级市场仍然需要粗放型扩张模式迅速占领市场,但是在沿海一二级市场及内地一级市场这一战略已经很难奏效,必须进行转型。经营环境的变化主要包括竞争



的扩大化、产业的资本化、竞争的国际化、销售平台的网络化等,这些变化已经让竞争空前复杂、空前激烈。

随着家电专业卖场的商业模式被多家企业成功复制,似乎整个行业都面临着规模决定一切的态势,家电零售业开始比拼开店的速度了。苏宁趁国美陷入诉讼泥沼之际更是迅速扩张为营业收入排第一的家电零售企业,结束了“千万老二”的身份。但市场总有饱和的时候,一线城市成为战略的“红海”之后,二线、三线城市随即进入剑拔弩张的竞争态势。此时传统的粗放型的竞争战略的不可持续性已经显现出来,这一方法在产业发展初期是很奏效的,但随着竞争的加剧,通过侵蚀供应商利润来支持价格战的做法已经显出疲态,它 will 造成整个产业竞争的恶化和行业整体利润的下滑,最后形成两败俱伤的结局。企业要可持续发展就必须寻找内生性成长

的办法。随着产业规模的扩大,兼并收购成为越来越重要的竞争手段,企业进行资本运作就必不可少。随着国美和苏宁的上市,家族企业色彩逐渐淡化、产业资本化越发明显,但是资本本是要取得利润的,粗放型的扩张如果没有后续利润增长的支撑将难以得到股东的支持。在这种情况下,可持续的股东利润的增长成为比营业收入更重要的目标,企业只有不断地创造内在价值才能满足股东的需要。

正当国内企业处于如火如荼茶地比拼开店速度和低价竞争时,窥探已久的美国家电零售航母百思买驶入中国。其次中国台湾鸿海拟与德国麦德龙共同拓展大陆市场、日本家电渠道巨头山田电机也已经展开中国开店行动。

另外,根据国外的经验,网络销售量将占有整个家电零售的30%以上,可见如果传统家电零售商不重视这一销售平台将失去一个重大市场。而传统零售商忙于迅速开店,这一市场的建设行动迟缓。

河南煤业化工集团 为玉树灾区捐款超 2000 万元

本报讯 连日来,河南煤业化工集团以集体默哀、积极捐款等多种方式为玉树灾区遇难同胞志哀和祈福。继4月19日向国家民政部专户一次性捐赠600万元善款后,河南煤业化工集团18万名干部员工的捐款一直都在继续,一笔笔善款汇聚成爱的河流支援灾区重建家园。截至记者发稿时4月22日上午11点,该集团累计捐款数超过2000万元。

河南煤业化工集团董事长、党委书记陈雪枫说:一方有难,八方支援,我们作为国有企业是国家国民经济的支柱,经营的目的就是造福全体人民,当我们的同胞遭受到困难的时候,我们责无旁贷地应该给予大力支持,每一个国有企业的员工都应该这样做,每一个共产党员都应该这样做。

(本报记者 李代方)



李彦宏:百度搜索创始人



陈峰:海南航空集团董事长

□ 王永强 洪宇

现时通行的对于“新晋商”的定义与命名,虽标准众多、不一而足,但起码

“新晋商”的五大面孔

要求他(她)生于斯长于斯,人生观、价值观基本成形于三晋。

以此设限,勾勒当代“新晋商”画像。

先锋派——

秦晓:招商局集团董事长、招商银行董事长

诞生之地:晋西吕梁

个性:以半百之驱攻下剑桥大学金融学博士学位,个人极为推崇孔祥熙,秉承山西票号“汇通天下”之神韵,秦晓一手导演招商银行上市,堪称金融大家。

生活简单,好烟好围棋,作为有着悠久票号历史的晋商在当代金融业中凤毛麟角的典型代表,以其冷静、执著和勇于接受新挑战的前卫风格,秦晓可谓当代新晋商的先锋代表。

疯狂派——

孙宏斌:融创集团董事长

诞生之地:晋南临汾

个性:从做房产代理的中介起家,到迅速切入一级房地产开发市场,并在天津市占据绝对优势份额,发出3年内赶超“国内房地产领跑者”万科的豪言壮语,再到被王石称为“破坏行业竞争规则的害群之马”,孙宏斌屡有惊人之语、惊人之作。

现代主义——

李安民:安泰集团董事长(焦炭大王)

诞生之地:晋中介休

个性:曾经的“山西首富”,并带出了现在山西首富李兆会的父亲李海仓这样的“徒弟”。李安民、李兆会们所代表的,是山西省林林总总的煤矿老板和私营钢铁主。

新锐派——

李彦宏:百度搜索创始人

诞生之地:晋东阳泉

个性:以120万美元启动百度今日辉煌,骨子里渗透了晋商那种精打细算

的沉稳与冷静。他是新晋商联合会的副会长;他在公开场合表示要学习数百年前晋商的品质,所以“6年来一直少许诺,多兑现”面对Google的“威逼利诱”,他示之以弱,瞒天过海,用尽策略,2005年8月5日那一晚,年少轻狂、直抵纳市,可谓新锐新晋商的不二人选。

后现代主义——

陈峰:海南航空集团董事长

诞生之地:晋中霍州

个性:人称“手持佛珠的好斗客”,由虚入实的资本运作手段让他和海航成为中国传统民航业里的异类,十年时间,海航的资本水涨船高。这个说自己“胆小、抠门”的山西人,征服了“大鳄”索罗斯,打造支线网络、完成了将新华航空、山西航空、长安航空几个有机板块整合的陈式大工程。

他师从国学大师南怀瑾先生,读书、打坐、记录心得是他每晚的必修课,每天蝇头小楷的《静夜随笔》不管多忙都没有间断。