

经营转型 | JingyingZhuanXin

现在已经不是“大鱼吃小鱼”、“快鱼吃慢鱼”的时代了,而是“狮子吃老虎”的时代。进入后危机时代,企业如果不抓住机会提升,就有可能被淘汰——

奥康在创新中转型升级

□ 本报记者 王萍

金融危机爆发以来,整个鞋业的发展处于非常时期,以号称中国鞋都的温州为例,2010年的统计数据示,鞋企已从巅峰时的6000家下滑到2000家,洗牌惨烈。浙江奥康鞋业股份有限公司紧抓科技创新、品牌创新、营销创新,在创新中转型升级。

科技创新 助推产业升级

2010年5月19日,奥康投资5000多万元,成立了“高科技数字化研发基地”。这标志着奥康研发已经进入了全新的科研领域。

在2009年底的中国最有价值品牌排行榜上,奥康品牌价值由2008年的61.19亿元,成长为2009年的66.88亿元,奥康作为传统产业的一员,在经历全球金融危机的过程中,品牌价值逆势增长了569亿元,浙江奥康鞋业股份有限公司董事长王振滔道出了其中的秘密,加大研发投入力度,实行产业转型升级是其中的关键。

据介绍,每年奥康用于研发的科研资金高达数千万元。截至目前,奥康

已拥有国家知识产权局授权专利57项,早已在高尔夫氧循环鞋、气垫式缓震透气鞋、折叠高跟鞋、2008奥运礼仪鞋等功能鞋上使用,这些技术大大提高了奥康皮鞋的附加值。

品牌创新 鞋王探索出“微笑曲线”

“新形象装修后试营业这段时间,我们店的销售同比增长了一倍多。”奥康一位福建代理商一脸兴奋地向记者赞叹道。

除了福建市场,其他很多奥康店采用新形象后都取得了同比增长30%以上的销售业绩。这是6月6日奥康第五代终端形象全面启动前从市场反馈回来的消息。

细心的人们发现,纵观奥康近几年,活动近乎频繁。奥康通过一系列营销活动塑造了“商务时尚”的品牌形象。2010年,奥康的目标要从知名度的品牌转向销售型的品牌,要成消费者喜爱的品牌。

5月18日,中国上海,第98届中国鞋业、皮具商品博览会,在同行、渠道商以及协会的见证下,奥康正式“迎娶”“恋爱”2年多的意大利鞋业第一

品牌——万利威德,取得其在大中华区的所有权,实现收购国际大牌的梦想,也为这场跨国之恋画上了一个圆满的句号。

事实上,跟万利威德恋爱2年多的时间里,奥康一直在探索。

在品牌定位上,结合中国消费市场与万利威德自身的产品诉求,将目标消费人群锁定在35-45岁的精英人士,他们受中国传统文化熏陶,自我人生阅历丰富,他们欣赏低调不失内涵,欣赏细节带来的高品位。这种讲究衣着,注重细节,但不刻意张扬正是万利威德的人群定位。

两年的摸索,两年的实践,奥康交出了一份满意的答卷:近200家全国高级商场,销售业绩不断翻番,奥康与意大利鞋鞋第一品牌——万利威德的恋爱,相谈甚欢。

营销创新 像卖水果一样卖鞋

更时尚、更快速、更个性的消费需求考验企业的市场应变能力要求,特别是对注重规模、效率和成本的工业化生产和渠道提出了新的挑战。

奥康是在2009年上半年试行一



年分八季进行水果式营销的,杭州地区的分销商瞿晓玲当时第一个反应就是,货品太多,店面费用肯定会增加,而且单品的成交价也会降低,整个毛利会下滑。

而奥康事业部总经理罗会榕也承认,这非常考验区域分销商对市场的阅读能力与对产品价格的把控能力,但一旦操作得当,爆发的能量是巨大的。瞿晓玲担忧的问题都在实践中解决了,杭州片区销售额在2010年一季度同比增长30%。

她最明显的感受是,新的营销方式对产品线进行了最大的延展,针对客户进行了精密的划分。快速营销的

方式实际上提高了店面的资金周转率,单店的费用率也在下降。这中间的奥妙在于:“我们在每年9月开始卖棉鞋”。

速度的优势也因为产品的前后延展而得以体现,抢先对手一星期上货、一个月出货,就意味着抢先占领了市场。

这就像卖水果一样,新上市的水果价格昂贵,但总不乏要尝天下鲜者。先人一步,就能捕捉到那些对价格不敏感,乐于尝试,追求时尚的“达人”。

当铺天盖地的模仿袭来时,不被吞没的办法,只有又掀起一波的新品攻势。

强化基础促公转 创新管理促自转 临涣煤电公司党委 加强支部建设强基础

安徽淮北矿业集团临涣煤电公司党委不断创新基层党支部建设工作的方法,进一步增强基层党组织的创造力、凝聚力、战斗力和自转能力,为促进矿井健康发展提供坚强组织保障。

抓学习,重交流,提升党支部书记政治理论素质。公司党委制定了“支部书记例会制度”,每月召开一次支部书记例会,每次会议除总结、安排部署阶段性支部工作外,还增加了支部工作基础知识、企业党建工作方法等学习内容,以会代课、以会代培,增强支部书记的党性原则。每一次的支部书记例会都明确一项学习内容、确立一个讨论课题、指定一位发言人,使支部书记成为引导学习的“大家”。另外,还定期组织支部书记异地交流学习观摩,相互促进,不仅增强支部之间的竞争力,增强了支部的活力。

抓载体,谋新篇,激活支部党建工作的自转能力。在基层支部开展了创建“学习型党组织”、创建“学习型领导班子”,争做“学习型党员”、争做“学习型干部”的双创双争活动,丰富了基层支部工作的内容。积极开展“党员安全示范岗”活动,充分发挥党员在安全生产的模范带头作用,增强了党组织的号召力和影响力。公司党委在找准有效载体的同时,本着不求千篇一律,但求有效、实用的原则,鼓励支持基层支部围绕党建工作打精品品牌,创亮点,开展形式多样的党建活动,提高基层支部的自转能力。运输区党支部将“党、团员身边无事故”活动贯穿全年,每月评选一名优秀干部、党员、团员,季度进行表彰。保运区党支部开展“抓住一个人带动一条线”活动,突出抓好班队长党员流动安全查空岗。

抓空白,做模范,扩大党员在生产班组中的影响力。公司党委定期对各单位班组长党员状况进行全面摸底,消除无党员班组。党员发展向一线倾斜,向空白班组倾斜,把生产骨干培养成党员,使党员成生产楷模。同时基层支部根据安全生产的需要,调整党员在班组中的结构,努力消除生产一线班组无党员的空白班组。炮采区党支部将14名党员划分到各个生产班,保证每个小班党员不缺岗。掘进二区党支部将党员结构调整后,以“党员安全示范岗”为载体,细化、量化党员安全生产责任,形成了党员承包班组的安全生产动态包保安全体系。

(郝宏田)



耀中国际校陈保琼博士因其其在幼儿教育领域的贡献获得荣誉学位。

日前,上海耀中国际学校校长陈保琼博士因其在幼儿教育和学校管理上的突出贡献获得了表彰。

陈保琼博士此次获得美国伊利诺伊大学厄本那香槟分校颁发的荣誉

中西合璧 儿童为本 游戏教学 上海耀中国际学校教育管理获表彰

人文学博士学位,表彰她在推动幼儿教育以及倡导整体优质教育的贡献。该校也赞扬陈保琼通过耀中国际学校、担任政府公职及举办国际会议,积极倡议并实行中西合璧教学的贡献;并肯定她培养对了解中西文化的新一代国际领袖的愿景。伊利诺伊大学香槟分校表示:“耀中国际学校的高质素教育载誉多年,既融合了以儿童为本的方针、从游戏中学习的教学法,也注重员工的专业发展和鼓励家长积极参与。”

陈保琼相信,环球教育不单是掌握听说读写和运算能力,也包括以好奇的态度去探索知识,以服务社会为目标去发展潜能,学习作出合乎伦理

道德的抉择,以及尊重和接纳不同的文化和差异。她将这套理念贯穿于幼儿教育、小学和中学教育。陈保琼表示:“未来是未知的。教育就是要让孩子们走上正确的道路,作出明智的选择。”

在她的带领下,多所耀中国际学校同时聘用外籍教师,课程同时吸纳东方和西方文化的精髓。1995年,陈保琼革命性地推行双校长制度,成为耀中的特色,此举创造了兼具东、西方特色的价值和教学模式,使东、西方的价值观受到全校的同等重视。在幼儿教育和小学部,来自中方和外方的两位教师利用综合教学方法来引起学生的学习兴趣。学生们

从小就看到不同文化背景的人交流带来的益处。同样的概念也在双校长制度上得应用,两位校长通过合作来领导学校。

这些元素和方法使耀中毕业生具备国际视野、双语能力和优良品格,为他们将来贡献社会和世界做好充分准备。这些在上海耀中国际学校得到了印证,学生们获得了包括剑桥大学国际中学会考证书(IGCSE)英语(二外)、统筹科学的中国区最高分。更有学生在2009年国际数学奥林匹克竞赛中拔得头筹,在国际汉语平度大赛中获得金、银、铜大奖。此外还有学生进入国际顶级的大学深造。

(华仁文/图)

规范施工行为 强化品质意识 山西太阳高速公路着力打造精品工程

6月14日,山西省太阳高速公路建管处长郭迎平带领全线40多个施工、监理单位的经理和总工程师现场观摩11标、13标和23标路基施工示范工程建设项目之后,尽管显得有些疲惫,兴奋的表情仍然挂在脸上,在他的精心设计策划下,太阳高速公路打造精品工程的战火正式点燃。

太阳高速公路有六成的路段处在煤炭采空区和黄土高坡,给打造优质工程带来了严峻挑战。面对挑战,建管处毫不退缩和畏惧,而是迎着困难和挑战上,从完善质量机

制,强化质量意识,严格质量监督,规范施工行为,全面推行标准化、精细化管理抓起,决意把京昆国道山西太阳高速公路打造成精品工程。

对工程质量实行一票否决。在及时出台《山西太阳高速公路工程建设管理实施方案》,把打造精品工程纳入各阶段劳动竞赛考核范围,进行一票否决的同时,重点突出平时的检查监督,每次检查发现问题,都要组织专业技术人员与施工、监理单位一起查找原因,制定整改方案,限期进行整改。

对监理人员实行重奖重罚。把

监理单位对监管标段工程质量考核情况纳入诚信考核体系,督导监理单位严格现场监管和过程监控,对敷衍塞责,监管不力,造成质量事故的进行清理和辞退。到目前,已经清理和辞退了监理人员3人。

严把影响工程质量六大关口。对所有材料进行严格检测试验和突击性抽查;对每道工序都要的查验报批;对每道施工工艺都严格评估;无论是隐蔽工程与否,一律实行旁站和施工队伍技术人员旁站;建管处中心试验室定期不定期地对各标段的建筑材料进行抽检化验;按照

常规,只设一个总监办就行了,为了加强对质量监督,他们设立了9个总监办,确保监理质控巡视关。

成立专家组开展课题攻关。在广泛吸收国内外高速公路建设管理的成功经验的同时,针对太阳高速公路所经之地的环境特点和高速公路建设存在的质量通病,组织专家进行课题攻关。目前,已经围绕煤矿采空区路基、长大黄土隧道、桥头跳车等课题展开攻关,半数的科研成果已经运用到施工当中,并且收到了理想的效果。

(通讯员 郝晨晖 特约记者 郑传海)

实施科技创新 草原小胖鹅挑战市场

赤峰草原小胖鹅麦饭石器有限公司位于赤峰市元宝山区平庄镇天山路中段,隶属于赤峰市草原小胖鹅食品有限公司,是一家新崛起的制造销售新一代麦饭石保健器具的独资民营企业。该公司以国家卫生部批准的唯一可以直接做为食品营养源的天然矿物质保健药石——“中华麦饭石”为原料,以景泰蓝、玉石、化石、水晶、陶瓷等15种装饰材料为外饰面,凭借企业自有的5项专利技术,生产保健石锅、保健茶具、保健水杯等麦饭石系列保健器具。该公司是目前中国麦饭石行业中具有行业领先技术保护专利最多的科技创新型企业,也是中国麦饭石行业中最具有市场垄断优势和较强竞争力的潜在的

行业领军企业。

麦饭石是我国应用最早的一种传统天然矿物药石。麦饭石含有钙、铁、锌、硒等20多种对人体有益的微量元素,人们日常饮用其矿化液而具有补充营养、利尿、健胃、保肝、美容、防癌、降血压、降血脂、抗衰老、增强免疫力等医疗保健功效,被广泛应用于环境保护、医疗、保健、食品、日用化工、农业和畜牧业等领域。

由5项专利技术支持而生产的新型麦饭石容器,在麦饭石容器发展史上属第二代产品,是传统的第一代麦饭石雕刻容器的换代产品,产品具有较强的市场竞争力。

为保证产品质量,该公司依据自

有情况,以往采用下述工艺路线生产所需产品:制定产品标准→制造产品模型→外包生产半成品(无雕饰的石材容器、标准的外饰材料、标准的导磁金属锅底、包装箱)→采购产品辅料→单品的终极组装(镶嵌金属锅底、粘接固化外饰材料)→成品包装→成品验收→入库保存→向各连锁店销售。这一成熟的工艺路线使产品始终具有稳定可靠的质量保障,产品得到了消费者的认可。

该公司凭借专利保护的技术领先优势,实时引入战略合作伙伴,建立现代企业制度,改变企业管理体制和运营机制,构建一个团结、高效、拼搏的企业运营团队,实施产销一体化经营策略,扩大企业生产规模,加速新品开发和市

场开发速度,力争在5年内使企业成为国内餐具行业、茶具行业的著名企业,在10年内成为麦饭石行业统揽国内市场的第一品牌和上市品牌。

为实现企业规划目标,扩大企业生产规模,公司将延伸产业链条,把原来对外承包的石材容器由外部企业生产这一环节,调整为由企业自行生产的新工艺路线,并适时建设厂房,添置设备,建设相宜的生产办公环境,配备相应的工作人员,以一切服务于市场为最高原则,做好新产品的开发和老产品的常规生产,以实现企业规模化生产的目的。

为实现企业规划目标,公司将

华英中国 禽业研发中心奠基

□ 本报记者 李代广

近日,华英中国禽业研发中心项目在河南省潢川县产业集聚区举行了奠基仪式。信阳市委书记王铁、市长郭瑞民率领全市民域经济工作会议参观考察团成员出席奠基仪式并为项目奠基。

河南华英农业发展股份有限公司董事长曹家富在仪式上致辞。

曹家富说,在信阳全市上下大力推进华英农业“3133”富民计划之际,华英在这里隆重举行中国禽业研发中心奠基仪式,这是继华英农业成功上市之后又一件大喜事、盛事,也标志着规模华英、品牌华英向科技华英发展迈出了新的步伐。组建华英中国禽业研发中心,加大科技创新,提高产品附加值,不仅是保持企业快速、健康、可持续发展的需要,也是提升企业竞争力、带动力,更好地落实富民行动计划的需要。华英利用这一平台,以更大的力度和广度开展产品研发、技术交流、人才培训,把华英中国禽业研发中心办成中国禽业产学研一体化的合作典范,使华英始终处在世界鸭禽行业发展的最前沿。

中国禽业研发中心选址于潢川县产业集聚区内,是华英通过融合中英合资的鸭业研究所、预混料厂、水禽试验站、工程技术中心等科研机构的技术力量,加强与国内外研究机构合作,实施华英技术整合升级的战略规划项目。该项目预计总投资6000万元,其中建设投资4800万元,流动资金1200万元,建设周期为2年,规划建筑面积2万多平方米。该项目建成后,将成为行业内最大最强的研发机构,可为华英掌握行业核心技术提供良好的平台,对整个县域经济的发展产生巨大的推动作用。

2010 上海·日本 电影周圆满落幕

第13届上海国际电影节日本电影周于6月19日在上海世博演艺中心的世博国际影城圆满落幕,中国国家广播电视总局副局长张丕民,第十三届上海国际电影节组织委员会执行副主席、上海电影(集团)有限公司总裁任仲伦,上海文广集团副总裁杨启祥,日本国驻上海总领事馆副总领事平木场弘人等中日两国的各影视公司、支持帮助电影周成功举办的中日各机关团体、赞助企业等与各国观众欢聚一堂。而曾获得奥斯卡最佳外语片奖的泷田洋二郎也亲临现场,他的新片《钓鱼迷三平》此次作为闭幕影片在世博国际影城公映。

自6月13日正式揭幕以来,世博国际影城就曾迎来“2010上海·日本电影周”的特别放映活动,在世博园区所进行的观众与导演、演员的交流互动,吸引了来自全国各地的观众,也为世博园区增添了文化交流的色彩。

(桑志强 钱雅君)

心,制定实施下述“五大”具有市场前景力的市场营销策略:

本着单品要全面、主力消费群要全覆盖、大众化与个性化要兼顾、档次要拉开、组合要多样、专利产品与非专利流行产品要结合的“六要”产品开发原则,全面开发100种左右的各系列产品。

按着先试点再推广、先重点再区域最后全国的市场拓展策略,2010年将在北京(首都)、重庆(火锅之都)、杭州(中国茶都)“三都”地区先行试点,建设样板市场,完善产品体系及价格体系,催熟渠道体系及运营体系,为下一步区域市场建设打下坚实基础。

(木君)