

经理日报

2010年7月27日 星期二
庚寅年 六月十六
第197期 总第6623期
今日12版

新闻热线:(028) 87369123
传真:(028) 68230696
电子邮箱:sw6150@126.com
责编:邓梅 版式:黄健 校对:梅健秋

THE MANAGER'S DAILY

上海大众总经理遇难 孙晓东有望主政

[详见 A2 版]

中国建筑第五工程局总经理莫斌已空降碧桂园,就任总裁一职,原总裁崔健波任留任执行董事

地产企业换帅不息 碧桂园总裁也易人

宏观调控进入“深水区”,地产企业的换帅风潮亦愈演愈烈,在金地集团“三驾马车”已去其二之后不足一个月,华南另一知名地产公司碧桂园也于7月22日晚间宣布总裁易人。

崔健波辞任总裁

7月22日,碧桂园对外公布委任执行董事及变更总裁,莫斌获委任为碧桂园总裁及执行董事,崔健波辞任碧桂园总裁,留任执行董事。对此,碧桂园有关负责人表示,目前碧桂园处于稳健发展



崔健波



莫斌

的时期,崔健波将更重点关注企业战略发展,而莫斌主要负责碧桂园及其附属公司的日常运营管理及行政管理。

据了解,崔健波是顺德人,碧桂园主席杨国强的小老乡,当年碧桂园是为上市设立总裁之位,才找到熟悉财务的他。上市后的碧桂园扩张更加迅速,业绩增长也较快,碧桂园2010年上半年合同销售金额132亿元,合同销售面积242万平方米,分别同比增长50%及26%。

碧桂园上市时,崔健波未持有碧桂园股票,但之后通过在二级市场上购买碧桂园股票,已经成为该集团持股量较大的个人股东之一。

由于缺乏丰富的房地产开发经验,崔健波一直未直接参与项目的管理,主要负责集团行政等日常工作。有分析人士认为,崔的特长在公司上市时已经发挥到极限,对于公司的经营,崔健波可能不能胜任。对此,碧桂园表示崔并不是不能胜任业

务工作才离职。

中建五局莫斌空降

关于莫斌将过档到碧桂园的消息,早在一个星期前就在中建集团内部小范围流传。据悉,碧桂园董事局主席杨国强日前亲自带领莫斌到工地视察工程进度,并向员工介绍其为“新来的莫斌”,而此次视察的一行人当中,并没有崔健波的身影。

作为建筑行业的知名企业,中建五局与和记黄埔、碧桂园等房地产企业曾建立了战略合作伙伴关系。可以查证的是,今年以来,莫斌作为中建五局的总经理,与碧桂园的接触颇为密切。

5月24日,碧桂园与中建五局的“碧桂园·城市花园项目工程总承包签约仪式”在碧桂园总部隆重举行。碧桂园董事局及项目高层领导和中建五局的董事长、总经理等高管出席了签约仪式。

莫斌当时代表中建五局发言称,这次是中建五局与碧桂园的首次合作,也

希望是长期战略合作的开始。只是,他与碧桂园的合作,很快就演变为更为亲密的“关系”,直接过档到碧桂园出任总裁一职。

莫斌在中建五局任总经理,又是搞建筑出身,对于房屋质量提升更有帮助。但也有人疑惑,碧桂园的家族企业色彩太浓,不管换什么人,都难以改变。莫又是空降兵,能否适应碧的企业文化,也成问题。

最近房地产企业频繁发生人事变动,虽然原因各有不同,却都处于宏观调控的同一“时代背景”之下。这一波从今年3月底开始的高管离职风暴,已经涉及到了金地、绿城等10余家知名房企。(本报综合)

相关链接

崔健波,45岁,2006年12月被任命为碧桂园总裁兼执行董事。毕业于北京理工大学,主修会计学专业,为中国注册会计师。主要负责集团的日常运营管理及行政管理。2003年加入碧桂园任总裁,之前1995年~2000年期间在顺德市地方税务局任副局长,2000年~2003年任北滘镇镇长。

传递价值 成就你我
芙蓉王 文化头条新闻
湖南芙蓉王文化传播有限公司

延伸阅读 | Yanshen Yuedu

宏观调控引发房企高层震荡

知名房企的高管变动,是宏观调控以来房地产行业最为密集爆发的案件之一。

碧桂园的高管替换,已是多家地产震荡后的余波,据记者统计,此前有远洋、保利、万科、华润、绿城、SOHO中国、中国建筑国际、世茂、金地等企业高层出现变动。几天之前的7月19日,浙江广厦股份有限公司发布公告称,其原董事长楼江跃的辞职申请已经获董事会批准,辞职的原因因为个人原因。

此轮房企高管动荡的一个高潮,则是金地集团高管“地震”:6月28日,金地集团原董事、高级副总裁兼上海公司总经理赵汉忠申请辞职;7月5日,金地总裁张华钢也宣布去职。至此,金地仅剩董事长凌克独撑大局。

自4月以来,龙湖地产首席财务官林钜昌及SOHO中国的财务总监王少剑亦先后辞职。此外,万科、华润、绿城、保利、合生创展今年以来均有高管离职。

4月28日,绿城中国的首席财务官林战辞职;在林战辞任同一天任职绿城中国公司秘书及授权代表的郑碧玉亦于日前提出辞职。直至本月20日,绿城中国才发布公告称,委任冯征为公司首席财务官、公司秘书及授权代表,8月1日起生效。至此,绿城中国的首席财务官已空缺3个月之久。

实际上,整个房地产行业人事地震十分巧合地出现在调控初期。对此,万科集团某人士告诉记者,各大企业高管变动没有什么直接的联系,但行业调整,可能会使不同公司内部矛盾变得更突出。

记者了解到,房企高管离职的背后,自身原因是其一,另一方面,也与房企扩张迅速有关。

目前,中国房地产行业出现重心向二、三线城市转移的趋势,碧桂园、万科等房企早已深耕二、三线城市占据先驱优势。碧桂园相关负责人就表示,碧桂园将继续坚持策略性,在经济发展潜力好的二、三线城市中心区及一线城市郊区发展优质项目。

房企在二、三线城市的快速扩张,也给房地产行业人士提供了广泛的跳槽空间,行业内稀缺人才更加难得。

而房地产营销策划专家谢逸枫认为,2010年,房地产高管们频繁跳槽、被换、离职或履新的背后,或多或少地隐含着由楼市调控带来的业绩负增长压力。(综合)

江西万年: 低碳节能灯热销欧美

江西索普信(万年)实业公司年产5000万盏节能灯和其他电器自动控制备件,产品全部销往美国、西班牙等欧美国家,帮助安置当地500多农民工就业。图为7月25日,江西索普信(万年)实业公司员工赶制即将出口巴西的节能降耗电器产品。
cnsphoto 图片

智联招聘四高管“集体卸任”

当事人否认称遭恶作剧

“一个公司要想赢,归根到底赢在人上。”这是智联招聘CEO赵鹏时常强调的一个理念,但事隔一年,智联招聘又爆出了4名高管集体离职的人事大震荡。

近日,有媒体报道称,智联招聘公司内部邮件宣布人事变动,智联招聘CTO余用彤、副总裁罗义华和技术总监张春日三位高管解职,CFO郭建民因个人原因离职,但记者联系到被解职的三位高管时,罗义华和张春日表示不愿发表评论,称自己仍在智联招聘,CTO余用彤却是矢口否认,说这是一起恶作剧,“我知道谁放的消息”。对此,智联招聘公关部表示目前领导们正在开会,需要会后了解进一步的信息,看是否有什么变化。

智联招聘4名高管离职,目前来看,还显得扑朔迷离,但智联高层的

招聘宣布第四个季度已实现盈利。据数据显示2010年第一季度智联招聘网络招聘广告收入超过1亿,并持续实现盈利。

CEO赵鹏在上任后多次表示,智联招聘能扭转12年连续亏损局面,归根到底是赢在人上。他表示他的用人标准是具备价值驱动,而非利益驱动的才是他所看重的标准,并且十分强调人与人之间“气场”的契合度,要使企业基业长青,必须是“志同道合者久”。

强调赢在“人和”的赵鹏,如今却要面对4名高管同时出走的“怪现象”,不由得令人疑惑。在业绩趋好的形势下,左膀右臂却选择纷纷离开,是内部原因人事纷争,还是外部原因所致,外界难免议论纷纷,或许伴随着智联招聘的人事震荡,将会出现大的战略调整。(肖遥)

本期导读:当代企业家

经营企业

- A2》 奔驰中国地位升级 数位高管“集体晋升”
- A3》 尝试制造业升级 中国袜商欲“底部反弹”

理通商道

- A4》 王中夫: 锤炼和经历都是一种积累
- B1》 陈庆伟: 用创新打造“世界拖王”

财智人生

- B2》 地板之王卢伟光: 十年树木 百年树企
- B3》 段强: 以“中国服务”创造“世界商机”

富在市場

- B4》 扬州工艺坊 两“东家”牵手联盟
- C2》 温州民企夏令营 解员工“夏之忧”

企业家论坛 | Qiyejia Luntan

名牌评选 不能成为商业谋利工具

马红漫

针对此前有媒体曝出“中国名牌产品”将停止的消息,国家质检总局近日予以否认。有关人士表示,质检总局正在研究并重新启动中国名牌战略,中国名牌的评选机制一定要改变、创新。

品牌价值关乎企业的生命力和创收能力,故而受到主管部门的高度重视。但应当看到的是,品牌价值鉴定是一项复杂、系统的工程,政府部门直接“下场评判”不仅模糊了行政和工作的初衷,而且引致众多企业舍本求末,片面强调形式化的品牌光环。就此而言,国内品牌评选机制亟待变革,而其创新的关键则在于尊重市场选择,激发企业珍惜品牌的内在诉求。换言之,名牌评选的确需要“改变创新”,但改变的核心是突破既有行政推动的模式,建立起市场主导的评估体系,而不是在既有行政管理框架下进行形式上修补。

不可否认,重视品牌知名度是企业意识的进步,而提升品牌价值也是企业向高附加值领域迈进的必经之路。但是,当下重评选轻质量的品牌策略却大有欲速则不达之意。数据显示,截至2009年9月30日,我国商标注册累计申请量为701.1万件,累计有效注册商标量为316.3万件,可谓世界第一商标大国。但近10年来,我国商标生存率仅为30%左右,国内掷地有声的大品牌难与国外比肩。纵览国际上百年品牌

“可口可乐”、“劳力士”等,即便它们未参加相关评选,其在全球市场的知名度也不可能被磨灭。这充分说明,打造企业市场信誉还需要夯实自身实力,试图借助国家行政贴牌来打开市场的思路根本行不通,最终必会被日臻成熟的消费者所淘汰。

在国际上,庞大的品牌建设需求让民间品牌咨询公司应运而生,其中市场影响力较大的当属1974年在伦敦诞生的Interbrand公司,它每年都要在《商业周刊》上发布“全球100个最有价值品牌”评选结果。对于品牌的评估基本上可以做到定量指标化,比如将品牌发展周期划分为品牌评估、品牌创造、品牌管理三个阶段,该公司很多业务就是从这三个层面衍生出来的。可见,品牌咨询已是一个崭新的行业,品牌价值是一个系统的概念,并非单纯的质量评估那样简单。

在此前国内品牌评判过程中,行政部门的身影充斥其中,扭曲了市场的真实属性,而且难以摆脱行政垄断的诟病。质检总局此番提出“中国名牌评选机制一定要改变、创新”,符合民意和市场取向,但这一改变和创新一定要摆脱“大政府”思维,才能彻底避免在旧有框架内的止步不前。

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《金浪网》(www.jlbnet.cn)上公布,可供查询或手机上网查询(jlbL231.bizcn.com)。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
举报传真:028-87325242
经理日报社