

艾美特:不裁员的“经济学”

□ 彭勇

今年年初,一场严重的“用工荒”席卷了珠三角,很多员工过年之后就不愿再回厂上班了。然而,艾美特电器(深圳)有限公司 8000 多员工,绝大多数人节后都返岗上班。

记者调查发现,创造条件让农民工全面发展,构建和谐劳资关系,这是艾美特能够在别人招工困难时“高枕无忧”的原因,同时,也正是因为企业能够凝聚全体员工的力量,艾美特才能创造一个又一个辉煌。

金融危机不裁员的“经济学”

艾美特电器(深圳)有限公司母厂于 1973 年在台湾创立,1991 年在深圳宝安区石岩镇设立主要生产基地,目前是世界最大的家用电风扇生产厂家之一。

2008 年,国际金融危机使全球众多企业出现了裁员潮,很多知名企业都无法幸免。当年 11、12 月份艾美特电器也出现了欧美订单减少近 30%,生产线削减一半,剩余出 1500 多名员工的情况。然而在困难面前,艾美特公司不把困难推给社会,公司坚决不裁员、不降薪,提出了“员工一个都不能少”的口号。

对此,艾美特副董事长蔡正富表示:“艾美特企业正面思考看待危机,



衡和谐、共生共赢,激发员工的责任心、创造力和向心力。解决员工就业、福利,让大家安心生活,努力工作。

一些企业担心自己培训了员工后,员工就跑了,因此不愿出钱对员工进行提升。艾美特却认为,员工在一个企业打工,在贡献自己劳动的同时,自身也应该得到发展,培训员工应该是一个投资项目,而不是纳入成本。

正是秉持这种理念,记者了解到,在艾美特,各类技能、学历培训项目常年不断,员工通过培训获得职业资格证书或者学历证书后,公司不仅会报销全部培训费用,还会给员工发放技术津贴,极大调动了员工参加培训的积极性。

蔡正富说:“艾美特的员工成长是通过不断交学费的成长,员工不交学费了,企业也就不交学费,停滞不前了。”

为了让员工能够“安居”,公司从 2001 年开始设立了购房基金,只要进厂两年以上、家庭收入每月 1600 元以上的员工,无论是在深圳还是在老家买房,都可以向基金申请 5 万到 10 万元的无息借款,两到三年内还清。由于申请的员工越来越多,基金从一开始的 50 万元增加到了现在的 200 多万元。

据悉,艾美特有不少这类“创新”:1992 年 10 月在深圳台资企业中第一个建立企业工会;最早实现合作医疗,

在公司设立合作医疗基金;成立员工急难救助基金;给优秀员工配股;建立“职工之家”,为员工提供良好的生活、学习环境等等。

劳资携手共创双赢

在艾美特,工作十多年的老员工比比皆是,不少员工是一家好几口人同厂上班。1995 年进厂的毛关祥,至今在艾美特已经干了 15 年,妻子、儿子、侄女在他的介绍下也成了艾美特的员工。

毛关祥告诉记者:“公司的福利待遇可以,但最让我看重的是公司每年都对员工进行技能培训,内部晋升机会也很多,年轻人在这里干会有较好的发展前景,所以近年我把儿子、侄子、侄女都介绍进来了,侄女还被评为优秀员工。”

艾美特对员工的种种关爱,使员工感受到“家”的温暖,从而实现“员工爱企业,企业爱员工”的双赢局面。正是由于员工对企业的热爱,作为一家制造业企业,艾美特渡过了国际金融危机、用工荒等多次危机。

蔡正富说:“和谐企业的关键是和谐的劳资关系,艾美特公司通过制度创新,成功实现了这个目标。这也体现了艾美特从对员工的尊重,逐渐做到对消费者的尊重、对合作伙伴的尊重、对社会的尊重。”



中华人民共和国六十年发展的亲历者、见证者、贡献者汪海

共和国骄子——汪海和他的中国双星 (140)

双星闪耀苏迪曼杯(中)

□ 赵曼彪

2004 年 4 月 27 日,第九届苏迪曼杯世界羽毛球混合团体赛组委会在北京向新闻媒体宣布,青岛双星集团成为比赛的冠名赞助商,本届赛会的全称为“2005 双星苏迪曼杯羽毛球混合团体锦标赛”。

国家体育总局乒羽中心党委书记刘凤岩在新闻发布会上对青岛双星表示了由衷的感谢。他说:“虽然羽毛球在中国有着很好的社会基础,但羽毛球市场与一些热门项目相比有着一定的差距,企业参与羽毛球赛事的积极性不是很高,苏迪曼杯在寻求主赞助商的过程中遇到了非常大的困难。‘老朋友’青岛双星的慷慨解囊解决了赛事筹备工作中的最大难题。”

汪海在发布会现场讲道:“青岛双星靠生产体育用品起家,青岛双星羽毛球俱乐部曾连续夺得三届国内俱乐部赛冠军,多年来跟羽毛球结下了很深的感情。羽毛球比赛虽然不如其他项目热,但就冲着中国羽毛球队不断地在国际大赛上屡战屡胜的成绩,双星就愿意赞助中国人第一次办的苏迪曼杯。”

会后汪海对国家羽毛球队总教练李永波说:“羽毛球虽小,但是意义重大,你要为咱中国人争光,就凭这一点,我就得来支持!双星一定支持为中国人争气的球

队,它体现了中华民族的优秀面貌。”

双星的成长一直伴随着对国家体育事业的支持。

早在 10 年前,双星从单一地支持运动队转型到参与到体育产业中来,1996 年,与青岛市体育局组建了中国第一家专业羽毛球俱乐部,取得三年蝉联中国羽毛球俱乐部联赛冠军的佳绩,并向国家队输送了 5 名在役队员;近年来青岛双星羽毛球俱乐部,正在进行高强度训练,把 2008 年奥运会夺金作为俱乐部发展的重头戏。

其实,在西门子公司退出后,看到“苏杯”这一宣传良机的不仅仅是“双星”。国内众多知名企业的老总都在对此给以关注,等着“拣漏”。但谁也没想到“双星”出手这么快,当“双星”用较低的价格把苏杯冠名权收入囊中时,很多企业还没回过神来。

有一家国际著名的鞋类品牌,本来报着“志在必得”的决心,不甘心双星占了先,紧急研究变通办法,想以 300 万的价格把场内广告位买断。但让他们没有想到的是,双星与“苏杯”组委会协议的第一条就是排他性条款:“场内不允许同类产品作广告。”这家国际知名鞋类品牌只能眼睁睁看着“双星”广告满场飘红。

(下期刊登“双星闪耀苏迪曼杯(下)”) (魏梦杰)



通用将于 8 月底前关闭悍马品牌

近日,美国通用汽车总部证实,悍马品牌将于 8 月底前全面关闭。

8 月 20 日,通用汽车美国总部原悍马(Hummer)品牌发言人尼克·理查德在接受采访时表示,经过几轮与潜在投资商的谈判,悍马品牌最终拯救无望,即将于 8 月完成最后的关闭。目前,尼克已经调转到通用汽车重头品牌雪福来部门。

自从腾中重工收购悍马失败后,通用汽车就彻底放弃了出售悍马品牌的想法,尽管后来在印度、俄罗斯和两个海湾国家的投资人士都表示了对收购悍马品牌的兴趣,但随后都不了了之。悍马品牌还是选择自行关闭,为 18 年的民用运营划上了句号。

在放弃了悍马品牌后,通用的市场份额也随之缩小。不过业内人士认为,这对于通用来说是好事。因为这样才能让通用汽车的市场份额维持在 19%这样一个健康的水平。

今年 2 月,由于在规定时间内腾中并没有即时提供收购的进一步细则,通用终止和腾中的收购合作。

(新华)

投资 30 亿元 台泥在粤建生产基地

记者近日获悉,台湾最大的水泥生产企业台湾水泥集团(“台泥集团”)已投资 30 亿元人民币在广东韶关市建设生产基地。

近年来,台泥集团积极拓展大陆市场。2003 年开始兴建的台泥(英德)水泥有限公司总投资 36 亿元人民币,成为台泥在大陆投资的第一个熟料生产基地。

目前台泥集团在广东的生产能力达到年产 2000 万吨。随着一系列布局的完成,台泥集团将立足广东把华南地区产能提高到年产 5000 万吨的规模。

台湾水泥集团董事长辜成允表示,台泥集团将继续把在广东的发展作为重中之重。

(付航)

百仕通将投资中国房地产市场

据英国《金融时报》报道,美国私人股本集团百仕通与香港最大房地产开发商之一达成协议,拟在中国内地建造豪华公寓,由此作出了对中国繁荣的住宅市场的首笔重大投资。

百仕通已同意为鹰君集团在辽宁大连的住宅开发项目提供资金支持,在这座海滨城市建造 1000 多套新公寓。计划还包括分期建造逾 400 间酒店客房。

享有“北方香港”美誉的大连是中国重要的贸易和金融中心。目前,中国房价空前高涨,有分析师担心,最近房价的创纪录上涨可能会催生

一个由贷款推动的不可持续的资产泡沫。

国际房地产咨询公司戴德梁行的研究显示,从长远来看,中国内地的住宅价格仍相对合理,并预计,房价还会出现一定上涨。不过,中国政府出台了打击投机性房地产开发和投资的政策,尽管整个市场仍未受到抑制。在市场评论人士看来,此次交易符合百仕通重点投资新兴市场的战略——过去一年,该集团对印两国尤其有兴趣。

已投资过多家中国企业的百仕通曾表示,中国经济的快速增长和较低的估价意味着有望实现高回

报,而工资水平的上涨和城市化进程则支撑了投资价值。

过去 10 年,中国房价涨幅超过了通胀,尤其是在一线城市。在这些城市,近年房价上涨是由投资者需求拉动的。

香港房地产市场尤其繁荣。房地产服务商第一太平戴维斯亚洲研究主管西蒙·史密斯表示,最近,香港高端市场山顶区的住宅均价飙升,超过 1997 年高点 78%。“2010 年 5 月,山顶区房价创下了 60215 港元每平方英尺的历史最高水平。”他表示。

(金时)

“英利模式”能否复制?

□ 马邦杰

“中国英利”悄然崛起于河北保定,一些当地人都不知道他们身边竟然还有一家标准的国际绿色能源大企业,一家纯粹的民营企业,一家首次赞助世界杯足球赛的中国企业,一家改写了中国企业历史的跨国公司。

一个绝大多数中国人都没听说过的企业竟然成为南非世界杯的官方赞助商,“中国英利”四个汉字不时出现在世界杯比赛场边的广告牌上……



世界杯比赛场边“英利”的广告牌清晰可见。

英利公司的领导层预判赞助世界杯能让他们获益匪浅,而实际产生的效益却好得让他们“始料未及”。公司董事长兼首席执行官苗连生说:“世界杯带来的收益远远超出我们的预期!”

“世界杯官方赞助商”这个称谓本身就是企业高端、国际、成功以及现代的标志,大大提升了英利的形象和美誉度。这是无形资产。

世界杯也给英利带来了立竿见影的有形收益。比如,从世界杯开赛前的 6 月 7 日至 7 月 23 日,英利股价上涨了 38 美元,总市值纯增 56 亿美元。世界杯之后,大量订单从世界各地涌来,公司生产供不应求。苗连生说:“我们现在需要到处给客户作揖道歉,目前没货给他们。”

英利过去是一家“墙里开花墙外香”的企业,虽在国内默默无闻,却是国际太阳能市场的一支主力军。目前他们的主要对手是一家美国公司,后者的技术与产品质量实际还稍落后于英利。此次通过赞助

世界杯,英利在品牌营销上更是领先对手一步,在抢占消费者心理市场方面取得了主动。

赞助世界杯,英利集团名利双收。他们的首席财务总监李宗炜没有透露具体的赞助金额,但他明确表示:“那笔钱国内很多大企业都掏得起”。那么,是不是国内其他企业也可以成为世界杯的赞助商呢?

实际上,英利赞助世界杯这个模式是很难复制的。首先需要“天赐良机”。英利与世界杯“联姻”缘自去年金融危机,一家世界杯赞助商支撑不下去了,国际足联需要另外一个商家来填补空缺,英利得益于他们在欧洲和非洲的人脉关系,于是“乘虚而入”和国际足联挂上了钩。用李宗炜的话说:“这是一个流星一样稍纵即逝的机会,我们把握住了。”

再者,世界杯官方赞助商的名额有限,且具有绝对的排他性。李宗炜说,本届南非世界杯只有 8 家官方赞

助商,每家都来自不同的领域。其中,英利代表是新能源这个领域,他们的出现就意味着其他同行业公司绝对不可能成为赞助商。有几家国际公司已经连续赞助世界杯多年,紧紧抓住这个金字招牌,让对手无机可乘。所以说,中国的企业要想和这块金字招牌搭上关系,很不容易。

最后,赞助金额也是一大障碍。国际足联内部有个不成文的规定,世界杯官方赞助商的赞助经费至少要 8000 万美元。这也会挡住很多中国企业。而英利公司却没掏这么多钱,他们获得了国际足联的特殊照顾,原因有二:他们是家绿色环保的新能源公司,契合国际足联倡导的环保理念;他们是家中国企业,来自国际足联一直致力开发的市场。

因此,英利公司这次能够搭上“世界杯营销快车”,从某种程度上说,得益于各种因素的机缘巧合。这是可遇而不可求的,很难为其他中国企业模仿。

华电集团打包三资产 华电能源或成受让方

国有大型电力集团的区域性整合已入佳境。日前,华电集团打包旗下三处电力资产于上海联交所挂牌。依据公司所限定的受让方条件以及相关股改承诺来看,华电能源作为受让方的可能性较大。

此次华电集团挂牌的资产为所持有的富拉尔基公司 100%股权、齐齐哈尔热电 16%股权和哈尔滨热电 15.28%股权,挂牌价分别为 982 亿元、1126.30 万元和 1.76 亿元,合计总价约为 11.69 亿元。有关数据显示,2010 年上半年,富拉尔基公司亏损 761 万元;齐齐哈尔热电盈利 1461 万元;哈尔滨热电亏损 3985 万元。

值得注意的是,华电集团设下多款受让方资格条件,其中包括:必须为国有、国有控股或国有相对控股上市公司;以电力生产为主营业务;注册资本不得低于 10 亿元,截至 2009 年 12 月 31 日资产总额不少于 100 亿元。此外,华电集团还要求受让方必须同时受让三处资产。

依据华电集团下属上市公司的资产状况和区域划分来看,华电能源为最合适的受让方。华电能源注册资本 19 亿元,截至 2009 年 12 月 31 日资产总额为 186.3 亿元,主要从事电力生产、电厂检修、电力技术服务和咨询,完全符合受让条件。

同时,由于华电集团在华电能源股改时曾特别承诺:将华电能源定位为华电集团在东北地区的电力发展主体和资本运作平台。因此,从履行股改承诺的角度出发,华电能源受让此批资产的可能性也很大。通过履行股改承诺,华电能源通过在齐齐哈尔热电增资扩股过程中承接华电集团增资权的方式实现了对该公司的控股;在哈尔滨热电增资扩股时,华电集团的部分增资权由公司承接,公司成为哈热公司的控股股东。由于除富拉尔基公司外的另外两处资产已为华电能源控股子公司,华电能源通过股权受让加强控制权亦顺理成章。

(魏梦杰)

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

一天一粒防流感 一天两粒治感冒

请在医生指导下 指导下购买和使用

海南亚洲制药生产 海南快克药业总经销