

 **经营策略** | JingyingCelue

生活家公司董事长刘硕真认为,全装修房不仅是大势所趋,而且会导致建材行业渠道、营销、流通等方面的相应改变,甚至于会引发行业的重新洗牌——

“布局”全装修 “生活家”市场销量激增

□ 何 适 文 / 图

由于受房地产市场观望形势的影响,今年以来建材市场一直处于销售冷清态势。与此形成鲜明对照的是,生活家地板的销量却出现大幅度激增——截至6月底,销量同比增长125%,创历史新高。

据了解,与房地产商紧密合作,加速在全装修领域的布局是生活家销量猛增的主要因素之一。

环保大考

“我们正面临着一场前所未有的环保大考,没有任何一个企业可以单独胜出,必须形成一个真正绿色的房地产产业链,建材企业才能实现最大程度的低碳环保。因此,推动全装修房的普及,不仅是房地产企业的事,也是我们地板企业的责任。”生活家公司董事长刘硕真认为全装修房不仅是大势所趋,而且会导致建材行业



▲生活家地板与万科集团签署AB级标准化装修房集中采购协议,生活家入围万科标准化装修的战略合作伙伴。

渠道、营销、流通等方面的相应改变,甚至于会引发行业的重新洗牌。

根据权威机构的测算,以每套90平方米典型住房计算,全装修房比毛坯房可以减少2吨的建筑垃圾,我国目前城市销售住宅600万套,按照80%是毛坯房的比例,如果全部改为全装修房,则每年少产生1000万吨建筑垃圾。据住房和城乡建设部示范

工程处处长田灵江介绍:“我国每年住宅装修造成的浪费高达3000亿元,虽然目前政策重点在于抑制房价和加强保障,但从长远来看,取消毛坯房是大势所趋。”

近日,生活家地板与万科集团签署了AB级标准化装修房集中采购协议,生活家入围万科标准化装修的战略合作伙伴。

刘硕真表示,除了万科与生活家同样秉持打造绿色竞争力、推动建筑行业向低碳经济发展方式转变的理念外,生活家一直坚持以高于国家标准的企业标准生产产品,从不为获取超额利润生产“工程板”的做法,也是双方能够结成战略联盟的基础之一。

据介绍,生活家从多年前就开始试水全装修,并且取得了不凡的业绩。在2008年就卖到10多万元1平方米的“全国最贵楼盘”——上海·汤臣一品就是选用了生活家·巴洛克地板。其他如中海·滨河湾、华润·幸福里、招商·兰溪谷等众多知名项目都选用了生活家地板。

渠道争夺战

从目前来看,全装修产业链一直是由房地产商主导的,刘硕真表示,全装修产业链应当是一个绿色联盟,从推进低碳环保住宅的角度讲,生活

家希望能够成为全装修产业链的积极推动者。他说,这意味着生活家在品牌运营和产品营销上都必须做出主动的调整。单从生活家地板今年7月份以来所获得的奖项,就可以从一定程度上看出其在布局全装修时代所付出的努力。8月6日,生活家获由中国建筑材料工业协会、中国房地产业协会、中国建筑装饰协会等多家国字号权威协会组织授予的“2010中国房地产精装修项目推荐品牌”称号。

【新闻链接】

业内观点:

业内专家认为,全装修所带来的渠道变化,对于中型地板企业的影响可能更大,行业内的并购整合将会加速,一些优势企业将有机会做大做强,从而改变多年以来地板企业长不大的状况。



高新技术行业、资源型行业和零售业娃哈哈多元化将专注三大领域

在专注主业23年之后,娃哈哈准备实施多元化发展。娃哈哈集团董事长宗庆后9月7日在厦门透露,娃哈哈的多元化将主要专注于高新技术行业、资源型行业和零售业三大领域。

宗庆后表示,多元化是一柄双刃剑,金融危机一来,一些看似很好的民营制造企业就破产倒闭了,真正的原因不是倒在主业上,而是栽在副业——金融投资和房地产等业务上。因此,是否实行多元化主要取决于三个方面,一是自身有没有需要,二是有没有实力,三是有没有机会。从目前来看,娃哈哈应该说有需求实行多元化,当目前的主业做强做大了,资金有了,实力和人才也有了,可以适当搞些多元化;娃哈哈也有这个能力,2008、2009年集团业绩均实现大幅增长,其中2009年的利润和利税都增长了接近一倍,存款也超过百亿元,可以说,娃哈哈并不缺钱。

但是,宗庆后并不赞同盲目进行“海外抄底”。他说,国外那么大的企业都倒闭了,肯定有其多方面的原因,在进行并购时要考虑到自身是否有足够的能力进行经营。

对于高新技术,宗庆后看重的是应用技术的转化,其中主要包括与饮料行业有关的生物工程领域以及节能环保领域。而在资源型行业,他表示有机会将考虑去国外进行矿产资源的并购。在零售业上,宗庆后称,目前的零售业大部分被外资所控制,这甚至影响到了制造业的发展,因此娃哈哈计划进军ShoppingMall,有可能一次性投资20个左右。据其此前在2010年中国(重庆)民营经济发展论坛上透露,娃哈哈要在3到5年内在全国建100个购物中心,第一个试点选择在杭州和河南商丘进行。

对于今年的业绩,宗庆后预测,预计营业收入将超过600亿元,但净利润可能与去年的87亿元持平,原因在于原材料价格的大幅上涨将增加成本17亿元。

(中 证)

羚锐制药再被确定为省重点

日前,河南省人民政府根据《河南省农业产业化省重点龙头企业认定和运行监测管理暂行办法》的有关规定,在充分调研、认真审核的基础上,对农业产业化省重点龙头企业进行调整,河南羚锐制药股份有限公司等562家企业被确定为省重点龙头企业。

近年来,羚锐制药结合企业实际,立足大别山丰富的中药材等自然资源优势,抢抓机遇,不断创新,加快发展,实现了做大做强;同时,公司坚持为农服务的方向,通过采用“基地+农户”、“基地+农户+合作社”等方式,搞好药品产销衔接和生产技术服务,与当地农民建立稳

定紧密的利益联结机制,提高了带动农户的能力;公司还坚持科学发展观和可持续发展战略,处理好企业发展与资源利用、生态保护的关系,走新型工业发展之路,加强技术改造和进步,切实提高科技创新能力,形成了科研、生产、加工、销售一体化的产业链;同时,积极引进国内

外资金、管理、技术和人才,大力发展国内外市场空间,扩大通络祛痛膏等名特优新产品的生产与销售,进一步提升了产品市场竞争力,并在加快发展方式转变,切实提高经济效益,充分发挥辐射带动作用,为推进区域新农村建设做出了巨大贡献。

(汤 兴)

李连杰 拉开奥克斯战略“转型大幕”

“真变频+真功夫”,李连杰代言奥克斯的广告近日出现在各地媒体上。

8月7日,空调巨头奥克斯闪电签约李连杰,邀请其担当品牌形象代言人,业内人士分析,此举意味着奥克斯品牌新战略已经拉开帷幕后。携手李连杰,奥克斯将在公益慈善、社会责任、产品推广等层面展开立体化的宣传合作,由此也拉开了奥克斯从渠道驱动型向品牌驱动型的战略升级大幕。

奥克斯明星代言并非首次,早在2002年,奥克斯曾签约国足“神奇教练”米卢,拉开了奥克斯在国内空调业品牌化扩张的序幕。

如果说签约神奇米卢的使奥克斯快速成为大众所了解知名品牌,提升了奥克斯的行业影响力。那么这次李连杰的代言,奥克斯则直接

剑指以“健康和责任”为核心的品牌美誉度的提升,挑战行业霸主地位。

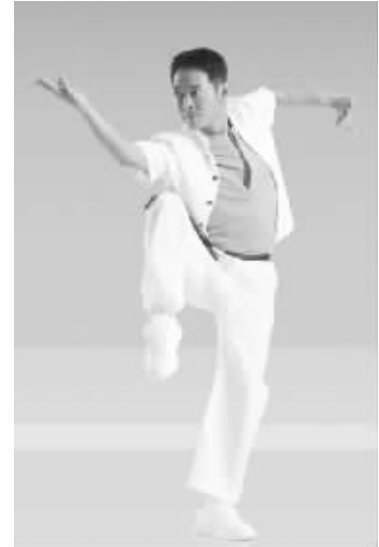
奥克斯负责人表示,牵手李连杰,是看中了其身上所独具的国际影响力,以及投身社会公益的责任感。这与奥克斯多年来所坚持的“健康战略”、“企业社会责任”、“品牌提升推动行业升级”等理念非常吻合。

更为重要的是,此次合作还将全面拉开奥克斯在国内空调业实施品牌战略的序幕,将要分食全球空调业高达1500多亿元的市场蛋糕。“未来,我们还将产品研发、品牌推广、海外扩张,甚至包括社会公益事业等方面,与李连杰展开更为广泛、更为密切的合作,通过强强联手打造最具影响力的品牌,从而为中国家电品牌的全球化扩张探路。”上述负责人如是说。

据了解,以牵手李连杰为标志,奥克斯将在全国掀起新一轮的品牌战略升级,力争通过三年时间从中国领先向全球领先升级,建立起全球化的采购中心、研发中心、营销中心三大体系,通过立足市场、消费者和同行,坚持营销创新、产品布局、服务发力,最终构建起“良性动态的品牌价值链”,打造中国家电业最具活力和竞争力的大品牌。

事实上,在刚刚结束的2010冷年中,奥克斯空调销售业绩同比增长80%,远远高于行业平均30%的增幅。对此,奥克斯空调市场部负责人透露,通过系统发力、品牌竞争力突破,近几年来他们明显感觉在市场上的竞争力和话语权得到了提升,竞争更有力、反应更灵活。

李连杰的代言,犹如在奥克斯空调整个品牌营销体系中注入一针



兴奋剂,将迅速推动企业在整个2011冷年的市场竞争中的跳跃式扩张。

(张文胜 钱 燕)

围绕中心工作 明确争创目标

亚宝创先争优活动紧张有序

□ 鲁永勤 李海珍

亚宝集团党委紧紧围绕企业中心工作,服务大局,甘做配角,充分发挥领导、监督、协调、服务的功能,引领企业不断进行自主创新,充分发挥党组织的政治核心作用和党员的先锋模范作用,促进企业又好又快发展。创先争优活动开展以来,集团党委高度重视,严密部署,使活动紧张有序地开展起来。

他们主要是从以下方面着手:

明确主题 瞄准重心

创新是企业发展的不竭动力。在亚宝,党组织和党员的争创活动,主要表现在敬业勤奋,坚定执着,勇于创新诸方面。为了进一步提升企业的创新水平和能力,集团党委借助创先争优活动的开展,对企业的自主创新能力进行再一次的盘点和部署,把争创活动与企业的自主创新密切联系,进一步加大研发力度,实施人才战略,注重科技创新,调整产品结构,实现转型发展。

争创活动是一项谋大求强、志

在长远的重大举措。特别是在目前正在进行产品结构调整、实现转型发展的关键时期,党组织和广大党员就一定要做榜样、做表率,引领企业阔步向前。

亚宝在自主创新上尤其彰显其前瞻性和高、精、尖特点,并紧紧围绕企业产品结构调整的战略目标,有的放矢,突出特色。一方面,在剂型上大胆创新,由传统剂型向缓控释制剂、透皮缓控释贴剂、纳米制剂、长效注射剂和巴布剂等新剂型转变,使产品的使用更方便,疗效更确切。另一方面,由以生产仿制药为主向生产国家一、二类新药及能填补国际国内空白的高端药品转变,由生产治疗广谱疾病的多品种向生产治疗心脑血管病、妇儿科病、癌症等多发病和疑难病药品转变,使产品价值得到更充分的体现。

争创活动是一项长期的意义重大的活动,特别对于企业的自主创新更具有十分重要的作用。因此,今后五年,亚宝将总共投入5个亿的巨资用于产品的研发创新,以获取

更多更大的创新成果,适应企业发展的需求。

注重激励 完善制度

为了给有志于药物研发的优秀人才搭建创业的平台,亚宝集团在北京建立了“国家级企业技术中心”和“亚宝药物研究院”,成立了“博士后科研工作站”和“药物制剂国家工程研究中心亚宝分中心”,被批准为“山西省首批海外高层次人才创业创新基地”,在太原成立了“亚宝生物研究中心”。并从美国、加拿大、印度等国和国内著名高校及研发机构引进了10余名博士、博士后等高层次专业研发人员,吸纳和培养了大批优秀的研发人才和技术精英加盟亚宝创业。一方面,这些机构为研发人才提供了创业的平台和良好的研发环境与条件;另一方面,企业也为这些研发机构倾注了大量心血,使之切实担当起创造新产品、好产品的历史重任。

对于优秀人才,既要吸附到企业,更要留住他们,让他们施展抱负,展现才华。为此,集团党委充分

发挥优势,善于做他们的思想政治工作,引导他们热爱企业,为企业奉献。亚宝在实行高薪酬的同时,还制定了相关的激励细则,特别是在人文关怀和利益分配上都予以倾斜,激励他们将卓越的智慧转化成优秀的产品。同时,亚宝还进一步加强同协作单位的合作,使企业持续获得创新成果。短短几年间,亚宝取得了发明专利28项,尚有31项申报了国家专利,有30多项进入或已申报了临床实验,新立项和进入基础研究的还有58项。这些新产品很多将填补国际国内空白,在治疗多发病、疑难病方面凸显威力,将成为未来医药市场的新宠。

亚宝集团党委在此次创优争先活动中,已经开好了头,迈开了步,有了一个良好的开端。在今后的活动中,还将更加合理地安排部署,统筹兼顾,精耕细作,扎实推进,把开展活动与企业中心工作更加紧密地结合起来,使之水乳交融,相得益彰,使此次争创活动成为促进企业健康发展的重要契机。

我国企业研发投入强度不断提高

据新华网报道,中国企业评价协会9月7日发布的研究报告显示,去年我国企业研发投入强度比上年有所提高,自主创新日益成为企业核心竞争力的重要源泉。

报告评选出“2009中国企业自主创新TPO100名单·工业”“2009中国企业自主创新TPO100名单·现代农业”“2009中国企业自主创新TPO100名单·服务业”,深圳华为技术有限公司、上海宝信软件股份有限公司、南京雨润肉食品有限公司分别位居榜首。

报告显示,入围“2009中国企业自主创新TOPI00名单·工业”的企业,2009年平均研发投入强度(即研发投入占销售收入比重)达4.59%,而上年该数据仅为3.8%;2009年新产品销售收入占企业销售收入的比重为48.73%,超过国家统计局公布的2008年我国制造业企业11.62%的全国平均水平。

报告显示,入围“2009中国企业自主创新TOPI00名单·现代农业”的企业,平均研发投入强度从2008年的36.1%上升至2009年的42.8%,增长了0.67%。而入围“2009中国企业自主创新TOPI00名单·服务业”的企业,2009年研发投入总额较上年增长了42.2%。

中国企业评价协会副秘书长李春伟说,按照国际通行标准,如果企业研发投入强度达到5%,将能对企业的发展发挥较好的促进作用。

李春伟说,在调查中还发现,工业、现代农业、服务业三类企业创新的动力有所差别,工业企业的创新动力主要来自市场需求,其次是同行业竞争;现代农业和服务业企业的创新动力,则主要受同行业竞争压力驱使,其次是市场需求。

(陈玉明)

巨幅剪纸 塑造“海上长城”

本报讯(记者 王海亮)“海上长城”是海内外一些爱国人士进行祖国和平统一的宏伟构想。日前,一幅以再现“海上长城”为主题的巨幅剪纸在著名的“剪纸艺术之乡”——河北蔚县完成创作。此前,全国人大常委会副委员长、民革中央主席周铁农题写“海上长城”。

“海上长城”巨幅剪纸创作历时3年,长5米,高0.8米。是由“台海通道工程”的倡导者和推动者潘亚中先生创意,并与河北“剪纸侯十八怪公司”和“华艺公司”的剪纸艺术家们合作创作完成。整幅作品气势辉煌,以构筑“中华海上长城”为主题,用精雕细刻的剪纸工艺刻画出中华千秋大业的美好蓝图,呈现出中华民族和谐统一的心愿。

“愚公移山志惊天,崇尚精神永相传;吾辈搬山填台海,只为同胞大团圆。”“海上长城”是爱国人士、北京华商会副会长潘亚中提出的宏伟构想,他多年来一直致力于推动台湾海峡通道工程,并策划出版了《中华千秋大业——强国之梦——台海通道论证方案》,提出了一个在台海之间采取填海造陆、桥、隧并用的办法连接台湾,以完成祖国统一的宏伟构想。“海上长城”从福建平潭到台湾新竹之间,全长124公里,宽1公里。目前海峡两岸的400多位将军、部长为“海上长城”题字。

潘亚中在“中国剪纸艺术节”上透露,这幅剪纸将送给台湾地区领导人。