



2010年10月27日 星期三
庚寅年 九月二十
第281期 总第6707期
今日12版

新闻热线:(028) 87369123
传真:(028) 87346406
电子邮箱:sw6150@126.com
责编:袁志彬 版式:黄健 校对:梅健秋

THE MANAGER'S DAILY

王老吉：“成长奇迹”引发“品牌管理”争夺战

[详见 A2 版]



◎10月25日上午,第十一届中国西部国际博览会万贯分会场暨第六届中国西部国际五金机电博览会隆重开幕,同时万贯“环球生资网”正式启动。

2010 年中国管理模式杰出奖在京揭晓

2010年10月23日,备受瞩目的2010“中国管理模式杰出奖”(以下简称“杰出奖”)颁奖盛典在北京国家会议中心隆重举行。中国管理模式杰出奖遴选理事会名誉理事长、全国人大常委会原副委员长成思危先生,中国管理模式杰出奖遴选理事会副理事长、金蝶国际软件集团董事局主席徐少春及国内顶尖管理学院(商学院)的院长及权威管理媒体的总编辑作为颁奖嘉宾出席了本次典礼。环球天下、中山完美、浙江五芳斋等14家企业获得提名奖,万科、中兴、沙钢、中升成为本届中国管理模式杰出奖获得者。格力电器总裁董明珠被授予2010年中国管理模式卓越领导力奖。

在总结本届“杰出奖”的活动成果时,理事会副理事长徐少春表示:“创新是一个永远的话题,尤其是在中国企业越来越重视管理的今天,中国企业管理要面对的不仅是以客户为中心的市场竞争的挑战,更需要在技术、成本、质量、服务等具体环节不断增强实力。因此,加强企业管理的创新,将是中国企业首要任务。可以预见,不久的将来,中国将涌现一批优秀的管理大师,向全世界分享中国优秀的管理模式。”

“中国企业发展离不开商业模式和管理模式的变革与创新。企业是市场经济的细胞,是内在动力。中国经济健康发展的前提,就是必须有一批管理模式卓越的企业做保障。”作为中国管理模式杰出奖遴选理事会名誉理事长、全国人大常委会原副委员长成思危,一直也非常关注中国管理模式的话题。成思危强调,必须肯定中国管理取得的成绩,坚持在民族性、创新性和开放性结合的原则上,打造具有中国特色的管理模式,让中国更多企业能够在管理创新中成长,分享中国管理的成果,促进中国企业管理的长足发展。(千龙)

2010年10月25日上午,第十一届中国西部国际博览会万贯分会场暨第六届中国西部国际五金机电博览会在万贯五金机电城隆重开幕。

全国政协副主席、全国工商联党组书记、副主席宋北杉,四川省人民政府副省长黄小祥,四川省政协副主席、省工商联主席陈次昌,欧盟手工具委员会副理事长尼尔·布鲁德,马来西亚五金机械建材总商会会长、拿督谢国培,全国工商联五金机电商会创会会长吴石川,四川省政协原副主席何志尧,四川省政府副秘书长李家国,全国工商联五金机电商会会长陈刚,中国五金交电化工商业协会理事长彭宝泉,四川省委统战部副部长、省工商联党组书记、常务副主席钟家霖,成都市人民政府副市长王忠林,成都市金牛区委副书记、代区长苏鹏,全国工商联会员部副部长李树林,金牛区人大、政府、政协的有关领导以及万贯集团董事长陈清华出席了开幕式。

成都市人民政府副市长王忠林代表主办单位致辞后,全国工商联五金机电商会会长陈刚、中国五金交电化工商业协会理事长彭宝泉、四川省人民政府副省长黄小祥相继致辞,全国政协副主席、全国工商联党组书记、副主席宋北杉宣布博览会开幕。全国各地五金商会领导、参展商,我国港

澳台及马来西亚、英国、德国、荷兰等海内外商会、商家、新闻媒体记者及社会各界朋友上万人参加了开幕式。

宣布开幕后,宋北杉副秘书长、黄小祥副省长、陈次昌副主席、吴石川会长、何志尧副主席、李家国副秘书长、王忠林副市长、苏鹏区长、陈清华董事长一同为“环球生资网”(http://www.hqs365.com)正式上线启动按钮。环球生资网是万贯集团与中国著名的电子商务运营商金算盘公司共同投巨资、高起点打造的金牛、面向西部、辐射全国、网络全球,集专业电子商务运营和实体生资市场管理为一体。她的正式启动和网上博览会的同时开幕,是实体经济与虚拟经济有机结合,真正成为中国西部永不落幕的五金机电展示交易平台。

今年是机电博览会成功举办的第6个年头,也是纳入西博会升级为国家级盛会的第2年。本届博览会将紧紧围绕西博会“开发开放,共享共赢”的主题,坚持市场化、专业化、国际化,突出五金机电专业化展销,促进中国西部地区与泛亚地区的经贸交流与投资合作,推动西部地区经济社会又好又快发展。“在专业市场中办展会,在采购商中办展览”的这种创新办博览的方式在五金机电行业中得到广泛认同,展示、交流、洽

谈、贸易融为一体,取得了非常好的效果。作为中国西部五金机电第一展,第六届中国西部国际五金机电博览会共设5个会场,金府大商圈2万多户商家参展,吸引全国各地商家、厂家及全国采购联盟30万人次参观展展。

25日下午,本届机电博览会的重要活动之一“首届两岸三地五金行业高峰论坛暨西部五金机电行业发展电子商务研讨会”成功举行。欧盟手工具委员会副理事长尼尔·布鲁德,马来西亚五金机械建材总商会会长、拿督谢国培,全国工商联五金机电商会创会会长吴石川,中国五交化商业协会理事长彭宝泉,全国五金机电采购联盟理事长吕世家,全国工商联五金机电商会常务副会长傅森林,英国诺霸扭力工具总经理曾鸿炼,台湾亚盾副总经理蒋传龙,金算盘软件有限公司董事长杨春,万贯集团董事长陈清华等行业领导和专家出席了论坛,海内外五金行业高层、博览会知名品牌厂商100余人参加论坛。(下转 A2 版)



法蓝瓷:可以欣赏的“管理之美”

2001年时,景德镇和全球瓷器业还不知法蓝瓷为何物。其时享誉世界的瓷器品牌只有英国韦奇伍德(Wedgwood)、日本则武(Noritake)和丹麦皇家哥本哈根(Royal Copenhagen)等百年老店,本身就象征瓷器的“China”在这个发源于自己的领域甚至没有真正公认的代表。

所幸,台湾人陈立恒在那时做出一生最重要的决定——在没有跨国品牌背景和国际营销人才的情形下,以自己的德文名“Franz”作为精品瓷器品牌进军全球。

9年后的今天,得奖无数的法蓝瓷已是现代中国第一个被国际社会认可的瓷器品牌。其在全球拥有6000多家店,是中国领导人接见外宾和出访友邦时经常馈赠的“国礼”。“瓷器就是中国(China is China)。”坐在法蓝瓷炫丽夺目的展示间里,陈立恒缓缓对记者说起他的这句名言。



江西景德镇是中国千年瓷器文化最核心的代表,在元朝时期的古意大利地图上,整个中国仅标记出北京、西安与景德镇三个城市。鲜为人知的是,这里最大的制瓷工厂属于一个叫法蓝瓷(Franz)的品牌。

文化、内涵和品牌,这些看不见的价值决定了一套中国瓷器是以平均0.2美元的单价出口,还是能在高档百货公司金碧辉煌的灯光下以成百上千美元的身价出售。“精品卖的就是人文价值。”陈立恒坦言,法蓝瓷只有10%卖的是瓷器本身。

品牌情结

与众多台湾品牌一样,陈立恒也是代工起家。30年前,他接下家族在台湾南投乡下的工厂,生产圣诞树上不起眼的小饰品。多年后,乡下工厂变成海畅集团,为泰迪熊玩偶和哈利·波特公仔等高级产品代工。

虽然赚钱,但陈立恒不甘心:“代工,就像是个流浪汉而已。”与一众代工出身的台湾企业家一样,陈也有自主品牌的情结。为了做法蓝瓷,陈立恒与最主要的代工客户 Enesco 分道扬镳。(下转 A2 版)

本期导读:当代管理

经营企业
Jing

A2》 恒大地产:
中央集权管理下的爆发式扩张
A3》 仪化:
“四位一体”牵住管理“牛鼻子”

理
通商道
Li

A4》 修正药业管理:
“术、道”有专攻
B1》 诚品书店:
精品立足 副业反哺

财
智人生
Cai

B2》 携程“抢食”遭遇双重挑战
B3》 郭台铭:
从“铁腕”到“柔情”

富
在市场
Fu

B4》 不再领跑
家乐福“密谋”合资求胜
B4》 “淘米”开拓线下业务
“第二战场”谋突破

管理论坛 | Guanli Luntan

民企转型：消除生产和管理浪费

哈佛

笔者在珠三角与企业家交流的时候,大家普遍认同一个观点,那就是中国民营企业未来会面临四大天花板。第一是人民币的升值,这会令出口型企业的利润空间进一步缩小;第二是原材料价格的上涨,这会让相当一批中小型企业举步维艰;第三是员工工资上涨导致的劳动力成本上升,靠廉价劳动力赚钱的模式走到了尽头;第四是企业管理层与员工的对立,相当一部分民营企业中管理层脱离一线,管理方式粗暴,造成了劳资双方的对立。

应当说,这四大天花板过去都不曾这么集中同时出现过,在与珠三角的企业家交流时,他们普遍都感受到了极大的压力。当我问到如果继续延用过去的管理方式与增长模式,会有多少企业面临死亡或淘汰?我得到的平均估计值是,大约会有40%左右的企业会在未来五年之内被淘汰或死亡。当然绝大多数民营企业对将来是一种积极的心态,他们正在寻找出路。一句话,中国沿海发达地区正在悄悄地爆发着一场赢利转型的运动。

中国民营企业大部分的增长方式是机会型或资源型的,是建立在低劳动力成本之上的比较竞争优势,特别是相当一部分OEM企业更是如此,用一句话来衡量这种经济增长方式,那就是以“低成本产品”为中心的模式,本质上,这是一种以产品为中心,而不是以客户为中心的发展模式,而这种模式是有问题的,当市场环境与劳动力成本供给发生变化时,危机就出现了。中国民营企业能否从“低成本产品制造”的机会型增长,转变成以客户需求

为中心的竞争型增长,这才是中国经济转型的本质问题。

同样的问题,笔者也问过日本的企业家。因为我们民营企业现在所面临的四大天花板,日本企业在上世纪七十年代末与八十年代初都曾经碰到过,日本企业是如何解决这样的问题呢?

日本企业的回答是:日本从来就没有多少资源,所以,原材料与员工工资的上涨,本来就是日本公司面临的正常竞争环境,日本专家甚至用一句话来总结说,这就是日本的宿命。在这样的竞争环境下如何办?解决方案是,敬畏客户,开动脑筋,消除浪费。

于是在日本我们可以看到的,哪怕是一个很小的店面,也要花很大的精力来装饰门面,日本是非常讲究节约资源的,但日本公司在产品包装上,却显得是那么“浪费”。为什么呢?这就是对客户的敬畏,钱花是客户价值层面的,多少都可以花,而不创造客户价值的,一分都不能够花。为此,丰田总结出了七种浪费,其中最大浪费就是生产过剩、搬运与库存,而消除浪费,就是利润呀。

在笔者所接触的企业家中,谈到企业中存在的浪费,特别是一些去过日本企业参观学习过的企业家,他们都承认,在消除浪费层面,企业中至少有50%的利润空间。而在管理层面,我们的浪费就更多了。

所以,我的看法是,中国民营企业的转型根本出路在于一个根本,两个方向。一个根本是:从以低成本的产品制造为中心,转向以客户需求为中心;两个方向是,一是消除生产浪费,二是消除管理浪费。消除了这两种浪费,我觉得即使原材料与员工工资上涨50%,他们仍然可以赢利。