

生活家地板启动服务差异化战略

■ 张晓磊 北京报道

“你家的地板加膜了吗?”木地板受潮向来是一个困扰地板用户和地板厂商的难题,随着今年雨季的到来,木地板加膜服务成了生活家地板的新卖点。据生活家地板一线销售人员反映,加膜服务对生活家地板销售的拉动作用非常明显,“很多客户就是冲加膜来的”。生活家集团 CEO 刘硕真表示,生活家地板卖的不是产品,而是幸福指数,我们的使命就是解决消费者的难题。生活家将通过服务差异化战略,提高品牌识别度,让客户更方便地找到他们心目中的好地板。

老难题创造大市场

据中国消费者协会统计,在木地板类产品投诉中,因木地板受潮引起的起泡问题占了相当大的比重。生活家地板推出的加膜铺装法,有效地解决了地板受潮起泡的问题。据生活家地板长春公司的监测,在使用 PE 膜的客户中,反映地板起泡问题的数量一直为 0,使用加膜服务的客户呈放大式增长。生活家地板客服人员介绍说,过去只是梅雨天气多发的南方地区比较重视地板防潮问题,但随着地热采暖在北方地区的大量使用,北方地区的地板防潮问题开始凸现。按照国家标准,地热环境地面含水率要≤10 才可铺装,即使铺装前地板含水率达标,但地热开启后,楼板深处的水仍然会随着温度升高而蒸发出(据统计,每 10 口楼板含水量 1 吨),会造成地面潮湿,使地板



产生起泡问题。对于地板厂商来说,更麻烦的事是此类客户投诉责任判定困难,会使消费者误以为地板质量有问题。

对此,中国地板行业资深专家王军表示,瓦变、起皱、面裂、响声等南方地区木地板使用中的常见问题,大多数都是因为防潮膜没有处理好,产生破裂而造成的。如果生活家 PE 膜服务能够在南方推广,木地板瓦变等问题将得到有效控制,客户满意度将大幅度提高。

“天猫”买地板加 1 元送安装

“买生活家地板加 1 元送安装服务”,这是生活家在其天猫旗舰店针对网络消费者推出的一项增值服务。除这种直接的

让利服务外,生活家还通过更加人性化的服务提高客户粘性。

和实体终端体验店相比,一般网络销售因为都是远程服务,消费者和销售人员的缺少面对面的沟通,在一些细节上容易产生理解分歧,通常会造成消费体验比较差。对于这一问题,生活家天猫旗舰店实行了“首问负责制”。

和网店带来的销量相比,生活家更看重的是网络销售中产生的数据,这些数据对于生活家调整产品和服务策略有着重要意义。

映画时尚、波西米亚、冬季恋歌等几款产品是生活家根据从天猫上获得的数据开发的,上线后,这些产品都非常受欢迎,都排在网络销售榜的前 6 位。生活家

研发中心负责人表示,从天猫的反馈信息中,很容易发现网络买家对于颜色、风格、规格、材种等方面的偏好,这些数据比传统市场调查中获得的数据可用度更高,生活家现在不仅把这些数据用于网销产品的开发,而且用于产品流行趋势的研究。

理性开发“好评”客户生活家地板 25%—30%的销量是通过老客户推荐获得的。生活家市场部门的这个调研结果让生活家集团 CEO 刘硕真感到高兴和自豪。他认为,这个结果是生活家注重服务的回报。

和销量相比,生活家更注重客户的满意度。在刘硕真看来,如果在客户不是十分认可的情况下硬是把产品销售给他,显然会让他产生反感,从而会导致其对企业 and 产品的“差评”,影响企业在更多人中的形象。因此,从一开始生活家就要求销售部门开发“好评”客户。

据生活家客服人员介绍,“好评”客户的获得并不是因为一味去迎合客户,而是要真正理解客户,把事情做得比客户想象的更好。他举了一个例子:一个客户购买了实木复合地板后,觉得色差太大、花纹差异也大,就让地板安装师把基本没有色差的挑出来,铺在明显的地方,而那些差别大一些的就铺在家具下面。生活家经过严格培训的地板安装师告诉这位客户,如果按着他的要求铺装就会把实木复合地板装出强化地板的效果,缺乏自然协调的感觉。然后他找来了家装设计师给客户讲铺装效果,并绘制了两种不同的铺装效果图,结果客户愉快地接受了他提出的铺装方案。

重点项目追踪

江南高速公路预计年底通车

由中铁二十三局集团承建的重点工程江南高速公路一合同段目前已经完成总工程量的 70%,其中被称为江南高速第一桥的荆江分蓄洪区特大桥累计完成桥面 10.64 公里。江南高速公路指挥部把通车计划提前到 2013 年底。

江南高速公路起于湖北省石首市,止于松滋市,全长 105 公里,总投资 68.67 亿元,设计速度 100 公里/小时。项目东接杭瑞高速公路,西接沪渝高速公路和长江三峡翻坝高速公路,是长江中游唯一的東西方向高速公路通道,2010 年 12 月 27 日开工。

江南高速公路的建成对于促进长江经济带的可持续发展,提高长江分蓄洪区的保障能力等具有重要的战略意义。

中铁二十三局集团承建第一合同段全长 42.9 公里,其中荆江分蓄洪区特大桥长 16.6 公里,为全线第一桥,仅梁场就占地 105.5 亩,是湖北省在建公路项目中最大的梁场。

(赵建)

渝利铁路全线铺通

圆百年梦,修渝利路。6 月 29 日 23:16 分,由中铁二十三局八公司承建的渝利铁路铺轨在重庆市长寿区沙坪隧道成功合拢,施工现场顿时欢呼、沸腾,鼓掌声、鞭炮声交汇在一起,打破了重庆宁静的夜空:渝利 641.776 公里的铁路双线全程铺通,提前完成中国铁路总公司下达的“6 月 30 日铺通双线”的节点目标。

全长 264 公里的国家重点工程、沪汉蓉快速客运通道的关键组成部分——渝利铁路实现轨通,标志着渝利铁路全线铺通,为年底开通运营奠定了基础。

(邓俊仪)

中国最大铁路枢纽杭州东站启用

7 月 1 日,中国最大铁路枢纽——杭州东站与宁杭甬高铁同步开通启用。杭州东站是沪昆、宣杭、萧甬干线和沪杭、宁杭、杭甬、杭长客运专线的交汇点,项目总投资约 250 亿元,建筑面积达 113 万平方米。杭州火车站铁路车场规模达 34 线。

(韩传号)

104 型客车空气分配阀改进设计通过评审

6 月 17 日,中国铁路总公司运输局会同科技管理部组织铁科院机辆所、西南交通大学、青岛四方车辆研究所、唐山以及驻眉山车辆验收室等有关专家对 104 型客车空气分配阀(简称 104 阀)改进设计进行技术评审,评审组专家一致同意 104 型客车空气分配阀“既有中间体加强防尘”、“集成板加防尘罩”两项设计通过技术评审,将进行装车运用考验。

104 阀 1975 年由铁道部组织鉴定并在全中国推广应用,经过 30 多年全国各种运行条件下的运用考验,现已成为我国旅客列车主型空气分配阀。随着旅客列车速度的不断提高,104 阀在运用中相继出现偶发性意外紧急、缓解不良等现象。为满足新形势下铁路运营需要,四川制动科技公司对全路 24 个客车段进行专题调研并开展提高 104 阀可靠性改进研究。通过作用部、紧急阀、充气部、弹簧等部位的改进设计,在不改变 104 阀基本性能前提下降低了偶发性意外制动、意外紧急、自然缓解的发生概率,解决了充气部偶发性膜板划伤、弹簧锈蚀等问题,提高了分配阀运用的可靠性。

(杨学东)

双汇在美收购计划遭否决

■ 阮煜琳 报道

中国双汇国际斥资 47 亿美元天价收购全球最大生猪生产商史密斯菲尔德公司的计划遭遇挫折,美国密苏里州长尼克松否决了两项包含允许把密苏里农田出售给外国人条款的议案,使这宗迄今为止中国公司对美国公司的最大收购计划平添变数。

史密斯菲尔德是全球最大的生猪养殖和猪肉产品加工企业。根据 5 月 29 日公布的消息,双汇国际将收购史密斯菲尔德已发行的全部股份,价值约为 71 亿美元(约合 437 亿元人民币),其中 47 亿美元为股权收购价格,24 亿美元为净债务,净债务由双汇国际承担。如果收购计划成功,将是迄今为止中国公司对美国公司金额最大的一笔收购。

目前,美国密苏里州、爱荷华州、内布拉斯加州、明尼苏达州等 8 个州禁止外资购买和拥有农业土地。但密州议会 9 号和 342 号议案则允许外国人购买密苏里农田。9 号议案更详细规定,非美国商业团体可以购买多至 1% 的密苏里农田,大约为 30 万公顷,相当于纽约市的面积。不过,尼克松否决了州议会 9 号和 342 号议案。并称,他行使否决权,是因为 9 号和 342 号州议会议案中加入允许外国人购买密苏里农田的条款没有经过公开聆讯,而且该条款还曾遭到至少一个州议会农业委员会和密苏里主要农业团体的反对。

根据密苏里法庭的档案,史密斯菲尔德拥有部分密苏里农田。这也成为此项交易中的法律障碍。此前有媒体认为,双汇收购史密斯菲尔德交易无疑将受到华盛顿的严格审视。此番双汇并购遇挫证实了这一判断。

近年来,中国企业收购美国公司屡屡受挫。2010 年,中国通信企业华为收购美国三叶公司受阻,美方的理由是美国先进计算技术将经由华为转移到中国,给美国国家安全带来了风险。2011 年 2 月 18 日,华为迫于美国政府方面的压力宣布弃购。

2012 年 9 月,中国三一集团旗下的小罗斯公司收购美国 4 个风电场项目再遇壁垒。美国政府以“威胁美国国家安全”为由,叫停该收购交易。

据英国广播公司报道,史密斯菲尔德声明说,它与中国双汇国际讨论了有关问题,尼克松此举并不会给双方的合作计划形成任何障碍。希望将就此这一问题同相关的州政府官员进行密切的联系与磋商。

截至目前,双汇尚未就此发表公开评论。一位密苏里州议会工作人员说,在 9 月份举行的年度检讨会议上,州议员仍有机会推翻尼克松的否决决定。

据《华尔街日报》报道,美国参议院农业委员会定于 7 月 10 日举行听证会,对中国双汇国际以 47 亿美元收购史密斯菲尔德交易进行评估,并研究任何未来交易对美国国内食品供应产生的影响。同时,该交易仍需得到美国外国投资委员会的批准。

绿地拿下西班牙两酒店 年内新增海外投资将达百亿

■ 沙斐 上海报道

刚因传出收购金丰投资而备受瞩目的绿地集团又有大动作。

7 月 4 日,绿地宣布与全球最大酒店管理集团之一的西班牙 MELIA 集团就酒店资产置换签署谅解备忘录,位于西班牙巴塞罗纳以及马德里的两家酒店将被绿地收入囊中。

继落子韩国和澳大利亚之后,绿地继续在海外扩张。据绿地方面透露,公司目前在美国、澳大利亚、泰国、英国等地甄选洽谈了近十个项目,计划年内将房地产开发项目投放于美国和欧洲市场。

绿地集团董事长、总裁张玉良称,目前是海外投资房地产的绝佳窗口期,绿地正在抓住这一难得机遇,在稳健中加速海外拓展,预计年内可确定的新增海外投资为 100 亿元人民币。

对此,中房信研究总监薛建雄表示,以 100 亿元的投资额来看,这可能是今年房企赴海外开发房地产的最大一笔投资额。

目前,房企海外投资风潮愈演愈烈。已在马来西亚开发房地产项目的碧桂园,近期又在澳大利亚和加拿大等地考察项目;而万科、中海等企业也纷纷涉足海外地产业务的开发。

15 亿元收购西班牙两酒店

根据此次签署的协议,绿地与 MELIA 将按照交易金额相等值的原则,通过股权置换方式交换酒店资产,绿地将入股 MELIA 旗下位于马德里的 TrypAmbassador 酒店和位于巴塞罗

那的 MebyMeli á 酒店,资产价格约为 15 亿元人民币。完成置换后,酒店将使用绿地自主酒店品牌“铂瑞”和“铂骊”,并由 MELIA 继续管理。

业内专家表示,绿地身处资产价格高企的国内市场,按照交易金额等值的原则,以不消耗现金流的方式,置换正处于价格低位的欧洲资产,这一模式与时机的选择,再次充分体现其抢抓市场机遇的眼光与撬动发展的能力,而手握资产也有利于绿地在当地获取融资。

据悉,绿地与 MELIA 的合作还在不断深化和扩大,近期双方正就巴黎、伦敦和德国主要城市的酒店合作进行新一轮商洽。MELIA 将继续协助绿地在欧洲的拓展,而绿地也将聘请 MELIA 为其旗下或由其推荐的部分酒店提供酒店管理服务。

除收购酒店外,绿地还在积极扩大其海外其他投资项目。据悉,绿地韩国旅游健康城项目首批产品已于今年二季度启动销售,年内销售收入有望超 15 亿元人民币。此外,澳大利亚悉尼“绿地中心”项目将于四季度启动改建,并于年内对外销售,年内销售收入有望超 10 亿元人民币。

从全球范围看,在美国洛杉矶、旧金山和纽约,绿地共有五个项目在考察洽谈中,均为包括住宅及配套商业的综合体项目;在泰国,绿地正洽谈曼谷市区的交通枢纽商业项目及中高档住宅项目;在英国,洽谈标的为高层公寓项目,绿地方面规划将其建成为英国第二高楼、欧洲第三高楼。此前已签署 MOU 的澳大利亚墨尔本项目继续推进,双方日前就主要商务条件达成一致,计划于

济南市中小骨干企业董事长、总经理——

相互学习借鉴抱团共同发展

■ 特约记者 李书忠 济南报道

为提高中小骨干企业经营管理者们的素质能力,增强科学发展、做强做大企业的信心和动力,推动实体经济发展,山东省济南市委组织部面向不同所有制企业,于 7 月 1 日至 3 日,举办了为期 3 天的全市中小骨干企业董事长、总经理观摩学习班。由济南市工商联、企业家协会、青年企业家协会、女企业家协会推荐的 50 名董事长、总经理参加了学习、培训。

此次学习班采用专家授课和现场观摩两种形式。在专家授课环节,由济南市经信委和市金融办相关负责人讲解中小

企业怎样发展壮大、政策上可以给予哪些支持?中小企业发展有哪些好的金融政策、采取什么方式融资等企业家们关心的问题。通过讲授,学员们既丰富了宏观经济理论和前沿经济知识,又掌握了适宜适用的政策。在现场观摩学习阶段,学员们来到济南重工股份有限公司、山东三箭置业集团有限公司、积成电子股份有限公司和山东省章丘鼓风机股份有限公司,通过参观生产现场,董事长亲自授课和互动交流,学员们全面了解掌握了 4 家企业在发展战略、营销方式、技术创新、企业文化等方面的宝贵经验和创新做法。“

专家授课内容务实、重点突出,现场观摩则让我们更直接地获取了先进经验,提高了眼界。我觉得这个班办得特别好。”济南百脉泉酒业有限公司党委书记、总经理、观摩班学员李成新说,此次学习他最大的收获就是“了解了不同企业的成长模式、发展模式。特别是观摩企业负责人关于技术创新、管理创新、发展战略创新的讲解,让人听了耳目一新,十分受用”。

据记者采访得知,观摩班 50 名学员来自济南市机械、电子、投资、家电、医药、食品、商贸、公用、动漫、家政、印刷、水泥等 10 多个行业,既有国有企业的主要负责

人,也有民营企业。通过学习观摩,达到了帮助他们把握政策、相互借鉴、合作共赢、推动发展的效果。观摩学员普遍反映,本次观摩班达到了三方面效果。首先,提供了一个学习的机会,了解了相关政策,大家都能学有所获。其次,创造了一个交流平台,通过相互学习,相互切磋,取长补短,共同提高。最后,开辟了一个沟通渠道,有了寻求合作的机会。而对此,山东福胶有限公司董事长、观摩班学员周广森认为,大企业可以带动中小企业的产品升级,如果通过学习交流能与大企业抱团结对子,相信不仅能带来中小企业的快速发展,同时还将获得重大的社会效益。