



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 187

特色营销(下)

□ 赵晏彪

双星在专业鞋的生产上属国际领先水平,为了让消费者认识这些防水鞋、绝缘电工鞋、空调气势鞋的特点,在宣传讲解上也是别出心裁。把防水鞋浸在盛有一定深度水的盆内,向顾客展示和验证该鞋的防水性能;对空调气势鞋则请顾客放在耳朵上,按压鞋底,听鞋内腔出气和吸气效果,使顾客真切地感受该鞋的空调功能。正是这些体验式的宣传促销策略,使得双星具有高科技含量的各类专业鞋迅速走红市场。

汪海多年来一直倡导让全民族都热爱自己本民族的品牌,双星在营销中把这一观点落在了实处。

我国旅游消费每年超过2600多亿元,庞大的旅游消费群体大大促进了旅游产品的发展。汪海看到了这个商机,在泰山、黄山等旅游区或旅游点建起了双星连锁店。目前,双星在旅游区的连锁店数量已达到800多个,销售额已占到双星连锁店总销售额的36%。由于双星运动鞋、运动器械等产品立足旅游区,可最大限度方便中外游客购买,同时对丰富旅游商品、促进旅游业发展大有益处。

双星这样直接地在旅游景点开店,就是把活广告打在

了旅游景点。喜欢旅游的人绝大多数是喜欢穿旅游鞋的,当他们在旅游景点观光时,自然看到了双星的连锁店,就算他们不马上买,也对双星旅游鞋有了印象。双星设在旅游区的专卖店,极大地方便了游客,也直接扩大了销量,而且还可以提高企业的美誉度。

双星旅游营销带动了健康营销,他们研制出无苯粘合技术、木质纤维等透气吸湿、轻量化的天然材料,一改国内橡胶制鞋业污染严重的尴尬状况。双星大胆采用防电、防火、防水材料,生产的绝缘特种皮鞋、钢包头安全鞋、防水鞋等,抢占了我国化工、电力、港口几个特殊市场,并打进了欧洲、北美等发达国家和地区的市场。

不管什么样的营销,都要了解顾客的心理,汪海在一次营销人员大会上说,麦当劳在全世界到处设店,不管顾客的饮食习惯、生活习俗如何,都能够征服。这是因为它有一个不可改变的模式,或者是经营理念。知名企业理念大都是相通的,这种理念就是心理营销的服务理念,要把这种理念变成双星开拓市场的一柄利剑。特色营销,成就了双星;双星也使特色营销这一概念名扬天下。

(下期刊登“焦点透视之十八:从中端到高端”)

中国企业出海收购失败率全球最高

就在几天前,华为公司迫于压力,放弃了对美国三叶公司(3Leaf)的收购,这也是华为公司近年来受阻的多起跨境并购案之一,这也就是在“337条款”无法生效的情况下,美国将外国投资委员会(CIFUS)审查作为新的干涉手段。而有数据显示,过去两年,中国企业跨境收购失败率全球最高。原因何在?2月24日,北京邮电大学教授、知识产权律师谢明敦接受记者采访时认为,由于担忧中国的崛起,近年来,

美国对中国企业在美并购设置了多重防线,特别是在高科技领域,在传统手段无法奏效的情况下,已上升到采取“国家安全审查”手段来打压中国企业,这也成为贸易保护主义的又一个动向。

谢明敦说,这一事件反映的是在中国崛起的过程中,中美两个国家在高科技产业利益上的博弈,核心还是在于产业利益,而非单独的企业权益。(薛松)

新型 GJF 干燥超微粉碎机

国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司研发的 GJF 干燥超微粉碎机列入国家火炬项目,评为国家重点新产品。

专家认为 GJF 干燥超微粉碎机集干燥、超微粉碎、分级三重工艺于一体,成功解决了含水量高的物料的超微粉碎难题,是粉体工程的重大突破,其技术处于国内领先水平;所采用的三角形齿圈定子和带高速活动锤的转子结构以及带变速分散机构的双螺旋加料装置属国内首创。

浙江丰利运用已引进的国际超微粉体先进技术(德国 HOBERT 技术),优化产品结构,将高精度涡轮式超微分级机和高速冲击式超微粉碎机有机结合起

来,在粉碎过程中达到最大的节能效果。经用户使用证实,该机具有干燥效果好、粉碎细度细、能耗低、使用寿命长等特点,特别适用于化工、食品、染料等行业的干燥超微粉碎,能最大限度地提高产品质量和生产率,具有显著的经济效益和社会效益。

目前,GJF 干燥超微粉碎机各项性能达到国外同类产品水平,且价格只有进口价的 1/3 ~ 1/5,产品出口马来西亚、印尼等东南亚国家;替代进口产品在国内外多家企业广泛应用,深受用户欢迎。

咨询热线:(0575) 83105888 83100888 83185888 83183618 网址:www.zjfngli.net 邮箱:fengli@zjfengli.cn

产业先锋

CHANYE XIANFENG

A3

“石油危机”警钟再鸣

中石化动作频频

中东、非洲等产油区挥之不去的政局动荡,令高油价再次成为全球投资人的关注焦点。尽管如此,中石化仍然动作不断。2月23日,中国石化宣布其所属的国际石油勘探开发有限公司已与美国西方石油公司就阿根廷公司收购项目完成交割,再是发行230亿元人民币可转债,创下亚太地区去年8月以来规模最大的可转债发行纪录,而这一切还没结束,根据已披露的增发预案和企业债发行预案等,约有3268亿元的再融资计划将随后杀到。

油市时隔8年再临“大考”

在1月底埃及发生骚乱时,国际油价就一度上蹿下跳。不过,与最近几天油市的疯狂表现相比,当时的一幕显然还只能算是“彩排”。

随着欧佩克成员国利比亚的局势持续动荡,这两天国际油价连续飙升,纽约和伦敦两大原油基准的价格都达到两年多来的新高,并拖累全球股市大跌,黄金、国债等避险品种则大受追捧。一些业内人士认为,当前油市因地缘政治局势剧烈波动的情形,有些类似。近日甚至有消息说,利比亚通往地中海地区的输油设施可能面临被炸毁的风险。

国际能源机构首席经济学家比罗尔指出,中东和北非的政局发展可能对油价构成长远影响,因为根据该组织的预估,未来10年,全球新增的石油产量有90%将来自中东和北非,而其他地区的石油产量正在下降。

法国巴黎银行的大宗商品策略师哈利表示,目前导致原油市场变动的因素,与2003年伊拉克战争时的情形有些相似,油价正在反映供应可能出现中断的最坏情况。唯一不同的是,“眼下无法清楚地预见中东的局势动荡可能会持续多久”。

完成收购美石油公司 阿根廷资产

中国石油化工集团公司23日宣布,其所属的国际石油勘探开发有限公司已与美国西方石油公司就阿根廷公司收购项目完成交割。

中石化以245亿美元收购西方石油公司阿根廷子公司100%股份及其关



联公司。该项目收购协议于2010年12月10日签署。

中石化表示,通过本次交易,中石化获得了西方石油公司阿根廷子公司及其关联公司的勘探开发区块。项目公司在阿根廷持有23个生产和勘探区块,2010年累计生产原油1500多万桶,销售天然气140亿立方英尺。

中石化有关负责人介绍说,这一项目主力油田的油气藏特征和开发模式与中石化国内油田非常接近,中石化依靠自身的技术优势和管理经验,将使此项目持续、稳定的发展,有望继续增加储量,提高产量。

这位负责人表示,这一项目的成功交割,使中石化进入阿根廷油气勘探开发市场,扩大了中石化国际化经营的业务范围,对进一步推动中阿两国间的经贸合作具有重要意义。

西方石油公司是美国第四大石油公司,主要在美国、中东和拉美从事油气勘探开发活动。

230 亿可转债发售

23日,中国石化发行230亿元人民币可转债,创下亚太地区去年8月以来规模最大的可转债发行纪录,而这一切还没结束,根据已披露的增发预

案和企业债发行预案等,约有3268亿元的再融资计划将随后杀到。

在此之前的22日,大多数股民都度过了并不平静的一天。不少分析师指出,中东及北非局势拖累全球股指下挫是导致暴跌的一个重要原因,然而更多股民心中真正忌惮的却是一浪高过一浪的再融资大潮。

给股民心理带来最大压力的莫过于中国石化230亿元人民币可转债的发售,早在中石化公告之日起,就引起了许多人的关注。“230亿元规模创下了亚太地区去年8月以来规模最大的可转债发行纪录。”有分析师当时就指出“在现在市场并不明朗的情况下,兼具可转换特性的可转债或将获得更多资金追捧,按照100倍的认购率来计算的话,可以冻结将近3万亿资金。”

(本报综合)



“中国民营经济转变发展方式讲座”(三十八)

如何发挥民营企业种类繁多优势, 做好产业链上下游协同发展?



中小企业在我国民营企业中占到99%的比例,由于规模小、实力弱,中小企业难以通过产品及业务发展的多样化降低企业经营风险。但反过来,这种市场生存条件不断促使中小民营企业将业务集中于产业链条上的某一点或某一段,使产业链条进一步细化。早在200多年前,经济学鼻祖亚当·斯密撰写的《国富论》就揭示了社会分工活动对提高劳动生产率的巨大意义和积极影响。随着技术的发展,生产活动日益复杂化、迂回生产链条不断延长,由此演化和延伸出来的市场机会也越来越多。现在,国外仍然存在大量专门从事某一种或某几种产品的生产而竞争力很强的中小企业,这一点值得国内企业借鉴。

机制灵活和“船小好掉头”优势,不断在市场中寻找新的机会、填补市场空缺。许多企业经营者信奉“东方不亮西方亮”的经营理念,不少中小企业在工商部门注册登记的主营业务种类较多,这是企业为降低经营风险、谋求生存和发展而采取的机会主义行为,也暴露出一些企业持续大发展能力不足。随着市场提供产品的种类越来越丰富,留待填补的市场机会越来越稀缺,中小企业要想获得长期的发展,必须专注于培养具有竞争力的主业,围绕产业链协同发展做文章。

产业链是各个产业部门之间或产业的不同环节间基于特定的技术经济关联、依据特定的逻辑关系和时空布局关系客观形成的一种链条式关系形态。不同的企业通过流程、价格、信息等一系列要素设置,实现整体产业链的高效运转。分工与交易的复杂化,使得在经济中通过什么样的形式联结不同分工与交易活动成为日益突出的问题。即使是大型企业也难以应付越来越复杂的分工与交易活动,不得不依靠企业间相互合作协调发展,产业链条中的企业组织结构也就随着分工的发展而递进式拓展。

产业链的协调发展具有三个明显的特征。第一,资源禀赋指向性。产业环基于对优区位的追求,势必在某种程度上依赖区域的资源禀赋,而后的“空间非集中性”引起追逐资源禀赋的产业环的空间分散性。第二,劳动地域分工指向性。劳动地域分工使得各区域具有自身的专业化生产方向,产业链对专业化分

工效益的追求便造成了产业环的空间分散性。第三,区域传统经济活动指向性。区域传统经济活动通常是区域特定资源禀赋和区域经济特色的体现,经济活动的路径依赖性和惯性使得区域的产业链分工中具有深深的烙印。

中小企业应该努力发挥种类繁多优势,集聚在企业或主导企业周边,作好配套服务工作。许多大企业也非常愿意和希望中小企业能够提供配套服务。例如,在昆山的台资企业中,百分之百的传统型制造加工企业和百分之九十左右的技术密集型企业都具有让当地民营企业为其配套的愿望并付诸行动,许多龙头企业将原先由台资企业配套的产品逐步转移给了当地民营企业。产业链协同发展的形式可以多样化,主要包括加工配套(收单加工零配件、包装材料)、产品配套(收单生产小型独立产品)、项目配套(建筑安装、产品调整、技术装备更新)、原辅材料配套(生产加工、供应)、营销配套(代理、经销、代销)、服务配套(物流、仓储、运输、咨询)等。通过实施产业链协同发展将带动中小民营企业快速成长。企业只有不断实施技术、管理创新以及产品结构的优化调整,实现由简单加工向自主研发、生产制造提升,才能满足核心企业对产品品质和时效等方面要求。这一方面有利于提升竞争力和技术发展能力,另一方面也有利于中小民营企业在协同发展过程中渐进做大,由原来的配套协同企业发展成为核心和主导企业。

以案说法 | Yianshuofa
协办单位:成都市青羊区人民法院

委托合同当事人 具有法定解除权

近日,成都市青羊区法院审结一起委托合同纠纷案,认定委托合同当事人有权随时解除合同,判决委托方向受托方支付余款。

案例:
2008年5月29日,某传媒公司与某地产公司签订户外广告发布合同,约定传媒公司为地产公司在某高速公路收费站发布单立柱三面广告1座,发布时间为2008年6月3日至2009年6月2日,合同总金额27万元。任何一方不得擅自修改或终止合同,否则应赔偿对方违约金5000元。

2008年6月12日,双方签订补充协议,约定由地产公司向传媒公司支付制作费5460元。6月25日地产公司向传媒公司支付123000元。7月21日,传媒公司向地产公司发出通知,称自2008年6月14日起,由于抗震政府征用该广告位,在此期间耽误的广告发布时间37天将顺延。

2009年2月26日地产公司致函传媒公司,要求停止发布广告。传媒公司诉至法院,请求判令地产公司支付广告费131460元及违约金5000元。

法律解释:

法院认为,双方当事人签订的合同合法有效。关于合同的性质,地产公司主张系承揽合同。承揽合同是指承揽人按照定作人的要求完成工作,交付工作成果,定作人给付报酬的合同,承揽包括加工、定作、修理、复制、测试、检验等。但本案中,传媒公司为地产公司制作广告牌仅是其工作的一部分,合同的实质是传媒公司取得特定地段广告代理资格,合同性质应当是委托合同。

双方的争议焦点是案涉合同是否已因地产公司向传媒公司发函要求终止而解除。合同法第410条规定,“委托人或者受托人可以随时解除委托合同。因解除合同给对方造成损失的,除不可归责于该当事人的事由以外,应当赔偿损失”。地产公司作为委托人具有法定解除权,双方合同关系自地产公司要求传媒公司停止发布广告时解除。传媒公司认为应继续履行合同,由地产公司支付合同约定广告发布期内全部广告费的主张,不符合法律规定。

因传媒公司主张的是支付继续履行的价款,而非主张合同解除后的损失,地产公司解除合同是否适当,是否应向传媒公司赔偿损失,不属于本案审理的范围。应当认定双方的广告代理合同关系自2009年2月26日解除,地产公司应当向传媒公司支付2008年6月3日至2009年2月26日期间的广告费,因传媒公司同意顺延因公益广告占用的37天,故应扣除37天的广告费。

点评:

虽然合同法赋予了委托人和受托人可以随时解除委托合同的权利,但解除权绝不可滥用。如果没有免责事由经率解除委托合同,造成对方损失,则须承担赔偿责任。

(青法 朱新朝 梁瑛)

遗失启事

温仁国的个体工商营业执照正本遗失,声明作废。注册号:510106600343275

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
购买和使用

海南亚洲制药生产
海南快克药业总经销