

编者按

早在两年前,上海文广传媒集团旗下的星尚频道播出了一档真人秀节目——《魔法天裁》。开办它的目的是为了选拔、培育和宣传中国本土的新锐服装设计师。这档节目的热播引起了另一个国有大型企业上海纺织控股(集团)公司的关注。并继而引发了双方以培育中国本土新秀设计师、打造全新产业模式为核心目标的强强合作。

□ 仲昭举

《魔法天裁》结束之后,跨界合作的文章并没有做完。能否打造一个实体平台,为这些新锐设计师提供施展才华的机会,让他们能够直接深入市场和客户呢?又一个共识让这两家上海本土的大型国有集团继续联手,推出了定位设计师风格的女装 EY(Enjoyyoung)。

如果说 EY 是传统纺织服装集团与传统媒体合作的结晶,那么今年3月2日,新浪宣布收购麦考林 19%股份这件事,代表了电子商务服企与新媒体的合作,引起了业界的广泛关注。

服企联“媒”探路正在进行时

受益于 ECFA 和 CEPA 两岸四地经贸融合“提速”

□ 任沁沁

商务部最新统计数据显示,今年首季大陆与台湾、港澳贸易额均明显提升。有关专家在接受新华社记者采访时分析认为,在 ECFA(两岸经济合作框架协议)和 CEPA(关于建立更紧密经贸关系的安排)的推动下,两岸四地贸易投资自由化、便利化及经济融合、产业整合不断深化,两岸四地经贸融合程度正在加深。

统计显示,第一季度两岸贸易额为 3762 亿美元,同比上升 197%;内地与香港贸易额为 6142 亿美元,同比上升 407%;内地与澳门贸易额为 51 亿美元,同比上升 67%。

“以大陆为中心的共荣市场正在形成。”中国社科院台研所研究员王建民说,伴随着大陆跃升为世界第二大经济体,在市场力量、CEPA 和 ECFA 等因素的共同助推下,以大陆为主体的区域贸易蓬勃发展,两岸四地贸易渠道更加畅通,区域制度化整合向经济一体化整合发展,两岸四地将共享发展成果。

商务部国际贸易经济合作研究

媒体联手服装企业拓市场

新浪收购麦考林,业界热论微博营销可能将要发力。通过微博对互联网用户的高度粘着性,为电子商务网站导入流量,二者将会实现双赢。而当记者采访麦考林电子商务事业部总经理浦思捷时,他表示,微博营销还并未有成功案例,微博还是一个基础性的社区媒体平台,而它能为电子商务带来的拉动效应仍需要较长时间的探索。

浦思捷说:“新浪入股麦考林之后,详细的合作模式双方还需要一起共同探讨,新浪要了解电子商务行情,我们也要了解新浪对微博的设想。”

上海纺织控股和上海文广集团都希望尝试创新模式,由上海纺控集团旗下上海纺织时尚产业发展有限公司运作品牌的所有实体部分,包括产品设计、生产、开发、销售等,而由上海文广集团旗下星尚频道负责大部分的媒体推广,借助星尚频道旗下包括电视传媒、网络传媒、平面传媒《星尚画报》等进行多渠道、复合型的媒体推广。

“我们希望共同培养一批中国本土的优秀设计师。在实体建设方面由上海纺织投资,星尚频道则用媒体资源进行置换。”EY 品牌总监谭文佳说。

有待成熟的模式

浦思捷认为,目前新浪与麦考林合作面临的困难在于微博的商用化,“对于业内来说,还没有明确的方向,当前,经营微博是给客户提供增值服务。”



《魔法天裁》活动现场。

麦考林与新浪合作后,依然保持相互之间的独立性,投入产出比是双方考虑的重要因素。“有了这样的考虑,就很难受到投资对运营的干扰,大家互相学习的路径更通畅了。我们的团队尽全力了解微博、研究微博,但有些事情不能操之过急,否则会扼苗助长。”浦思捷说。

浦思捷认为,对于服装企业,围绕微博的创新想要立刻获得经济效益并不可取,“微博还不能视作一个电子商务平台,商品买卖涉及更加复杂的内容,这是微博很难承载的。”浦思捷说。

对于 EY,两大国有集团之间的合作还需要一个磨合过程,由于以往的友好合作关系,EY 的发展一直在

双方的不断探讨中推进。

“短期内还是要思考怎么把产品做好,通过复合型的媒体平台,更加准确地将品牌表达出来,而如何实现盈利是目前最直接的问题。当然,随着双方合作的不断深入,未来怎么进行资本分割,也是必须要面对的。”谭文佳说。

“在信息社会,有一个强有力的品牌对外宣传通道,何乐而不为? 这是在做加法。当然在合作模式上,我们和星尚频道还在不断地谈判。现阶段的共识,以后可能还需要调整。不过,我们和星尚的利益在大方向上是一致的,大家在做比较靠前的尝试,关键是如何把有效的模式建立起来,这样以后就可以在此基础上做更多

的事情。”谭文佳说。

对于服装品牌与媒体的紧密合作,UTA 时尚管理集团总裁杨大筠在接受采访时认为,服装品牌和媒体捆绑做短时促销和推广是必要的,但是在品牌的长期经营中,依赖某个媒体的平台推广,还有待观察。

服装品牌需要通过多种媒体通道来让消费者熟知,但是长期过程中不能依赖某一个媒体的力量。所以,对于服装品牌与媒体的深度合作,在二者的具体分工上,杨大筠认为,媒体应该做有限推广,服装品牌则按照其正常规律发展。“事物必须按照原来本质,而不是把两个事物整合在一起,就 1+1=2 了。”杨大筠说。

而台湾企业在大陆投资,若与港澳方面合作,也可以享受到 CEPA 优惠。

国务院发展研究中心港澳研究所高级研究员张汉林认为, ECFA 生效后启动的货物贸易、服务贸易、投资及争端解决等相关协议的后续协商,将带动两岸进行更大规模的产业整合,展开更多元化的经贸投资合作整合。

他说, ECFA 在降低台湾经港澳转口贸易方面起了积极作用,促进两岸贸易便利化和成本下降。

ECFA 对台湾和港澳之间的贸易往来也有所推动。张汉林认为, 尤其是服务交流、服务贸易方面影响会越来越大,表现为港澳台彼此之间服务业的进一步融合和自由,贸易规模的不断扩大,双向投资贸易增加。

根据商务部最新发布的数据,今年一季度中国内地进出口总值为 8003.1 亿美元,同比增长 29.5%。张汉林说,放眼中国经济与全球贸易,相信在这样的背景下两岸四地经贸融合会越来越快。

商务部力解菜价难题 “农超对接”暗中提速



□ 白然

“菜贵伤民、菜贱伤农”,在平抑菜价后,解决“卖难”却成了新的问

题。针对蔬菜“卖难”问题,商务部一个月来连续下发通知,采取“蔬菜卖难紧急救助行动”,要求各地采取多项措施维护蔬菜市场稳定。

近日北京启动“农超对接”,救助“卖难”菜农行动,包括华联综超、永辉超市等企业纷纷承诺加大“农超对接”力度。

记者了解到,家乐福、沃尔玛、物美、超市发、华联综超、华润万家、京客隆、华糖洋华堂、乐购、永辉、大润发、华冠等 12 家北京超市签订倡议书,承诺加大“农超对接”直采力度,扩大“滞销菜”采购量,推动平价销售,并在主力门店设立“滞销菜”销售专柜。

“农超对接”是指大型超市、农产品流通企业与蔬菜专业合作社对接,从蔬菜基地收购蔬菜并直供超市销售。一般而言,流通环节的减少可降

低 15%-20% 左右的中间成本。

“传统的农产品流通模式经过多级批发、多级零售,每一个环节都至少加价 5%-10%。”商务部市场体系建设司司长常晓村指出,而“农超对接”正是解决这一问题的关键。

目前美国的“农超对接”比例高达 80%,而我国还非常低。商务部要求,各地商务主管部门要把推进“农超对接”作为当前重大工作任务,力争“十二五”期间大中型城市生鲜农产品经超市销售比重翻一番,达到 30%。

事实上,“农超对接”不仅仅对菜农而言是一件好事,对超市来

说也有双赢的效果。北京一家超市的负责人对记者说,以往生鲜食品从田间到超市要经历多个环节,包括本地的收购商、批发商、批发市场、最后到超市,因此大多生鲜食品的利润仅够抵消成本和支出,“对超市而言只够赚个人气”。但实施“农超对接”可以跳过中间环节,减少中间流通环节费用,降低采购成本和储运、销售过程中的损耗,帮助超市获取更多的利润。

记者了解到,下一步,商务部还将与税务部门加强协作,加大农产品增值税抵扣政策落实力度,研究采取核定扣除农产品进项税等办法,落实抵扣政策。

提高风电准入门槛 内蒙古或掀产业整合潮

□ 郭力方

“新申报项目启动资金不得低于 10 亿元,连续三年盈利,否则不予批准开建。”4 月 28 日,内蒙古能源开发局局长王秉军在“2011 长江商学院新能源行业高峰论坛”上指出,内蒙古政府将提高新进入开发风电企业的审批门槛,到“十二五”末,内蒙古全区内的风电开发企业将由目前的 68 家左右整合至 25 家以内。

据悉,目前仅五大发电集团在内蒙古就各自规划到“十二五”末超过 1000 万千瓦的装机量,但内蒙古全区规划到 2015 年的装机目标仅有 3000 万千瓦。考虑到确保内蒙古风电产业未来的良性发展,未来的主要任务是要扶持优势企业做大做强。

这意味着,一场类似于近年国内风起云涌的“煤炭企业兼并重组”式资源整合之风,将在“风电三峡”内蒙古骤然吹起。

五大集团 内部整合已完成

据了解,早在今年 3 月内蒙古就制定了《推进风电企业整合减少主体指导意见》,其中提出要提高风电开发的准入条件,并对现有企业以重组、兼并、联合和托管等方式减少运营主体,推动资源向大企业集中。内蒙古能源开发局相关人士对中国证券报记者透露, 25 家主体将以五大发电集团和地方龙头企业为主,并在电网接入上优先考虑安排主体企业发电上网,中小企业则安排分散接入。

该人士表示,现阶段,五大发电集团的内部整合工作已经基本完成,下一步将推进大集团主体与同类企业之间的整合进程。他指出,之前五大发电集团下属的开发主体比较分散,影响集团内部的管理运营效率。“因此,这次政策上要求五大发电集团下属的各开发主体控制在两到三家以内。”他表示。

根据今年初下发的《内蒙古风能资源开发利用管理办法实施细则》,“十二五”期间,内蒙古还将实施“引进负荷和风电开发挂钩联动”的措施,即鼓励企业开发风电的同时,积极引进能增加用电负荷的产业,构建发电与用电一体模式。

中小企业前景堪忧

内蒙古风电资源位居全国之首,截至 2010 年底的风电并网装机容量达 1000 万千瓦,占全国总并网装机逾 1/3。鉴于此,分析人士指出,此次内蒙古拉开的风电整合浪潮,无疑将对投资该区风电开发格局产生直接影响。如果未来全国范围内的风电开发热潮“高烧不退”,诸多省区或许会步内蒙古后尘,开启风电开发整合进程。

权威风电专家施鹏飞对记者表示,内蒙古风电整合工作推进下去,首先受益的将是以五大发电集团为首的风电开发巨头。在政策的支持下,这些大集团的项目建设速度将加快,而且将因为在电网接入上享有的“政策”优势,企业的发电收入将大幅增加,进而直接提升企业的盈利能力。这对于目前积极谋划新能源业务整体上市的五大发电集团来说无疑是极大利好。

然而,此项政策也将直接增添中小企业投资、运营的困境。记者注意到,刚刚转型进入风电场开发行业的汇通能源(600605),不久前刚刚募集 5.8 亿资金准备开建内蒙古卓资县晋锡勒风电场二期项目。分析人士指出,此次政策一出,项目能否如期获批或成了未知数。

产品创新和市场营销双受益 四川宏华迈入三维设计时代

近日,四川宏华石油设备有限公司(简称“四川宏华”)在其广汉驻地举办“Inventor 设计软件应用与推广总结表彰大会”,标志着半年前启动的四川宏华三维设计推广项目取得阶段性成果,也为历时两个月、吸纳 69 名骨干研发人员参与的四川宏华内部三维设计竞赛画下完美句点。宏华集团副总裁、四川宏华石油设备有限公司总经理赵平不无风趣地表示:“此前宏华竟竞标赢得乌兹别克斯坦项目时,客户夸我们专业,但那时我们

用的只是二维的图纸,如果我们把今天的水平拿过去,客户可能已经找不到形容词了!”

四川宏华是一家专业从事石油钻采设备研究、设计、制造、成套和服务的高新技术企业,2008 年在香港上市。其生产的陆地石油钻机为全球众多石油巨头所使用,行业地位全球第二。近几年石油钻采设备制造业整体发展比较快,赵平表示,要发展势必要在差异化竞争上谋求突破,具体来讲就是在石油钻采设备制造方面必

须实现产品开发平台的三维化。

经过前期大量的调研和比对,欧特克公司的三维软件 Autodesk Inventor 因其与 AutoCAD 无缝兼容、易学易用、高性价比、产品线全面等特点最终进入四川宏华的视野。与 Inventor 一同入选的还有另外一家企业的产品。

导入 Inventor 三维设计平台之后,最先感受到其便利的是一线研发人员。来自四川宏华研发部的工程师罗锐介绍,Inventor 的明显优势就是

易学易用,这对那些接受新软件比较困难的工程师来说显得格外重要。此外,Inventor 帮助开发团队实现全程高效协同,每一位成员所设计的数据都可以通过服务器进行共享,各自设计的零部件在装配体上的装配关系一目了然,可以很方便地检查错误,做虚拟仿真校验以及受力分析,从而更加快捷地完善设计,并尽可能减少设计失误。

三维设计平台的导入也体现在四川宏华的业务拓展上。基于三维

设计,现在四川宏华可以毫不费力地做出各种钻机平台的施工动画演示。四川宏华研发部主任陈俊表示,“利用 Inventor 软件制作的三维模型和动画仿真,产品效果一目了然,销售人员的工作因此变得更加轻松高效,特别是可以把一些尚未形成实体样机的产品提前展示给客户,甚至做到样机还没有出来就拿到订单的效果。”

(戴琳)