

中视购物 全力打造 电视购物 黄金平台

□ 王 铮

近日,中央电视台旗下唯一的电视购物平台“中视购物”宣布,其主题为“黄金平台、百亿采购、共同成长”的全球供应商战略年会将于2011年7月12日于北京香格里拉酒店召开。

CCTV中视购物是2006年首批获得国家广电总局批准的,面向全国播出的专业电视购物频道。作为中央电视台唯一的电视购物频道,积极、坚定地贯彻国家广电总局,关于电视购物规范发展的产业政策和电视购物频道专业化、经营规模化的产业发展方向,积极引领中国电视购物产业的健康发展,做行业旗舰企业。

记者从中视购物了解到,本次供应商战略年会是中视购物贯彻国家“十二五”文化产业振兴规划,落实广电总局关于电视购物频道专业化、经营规模化发展战略的一次大会。本次大会得到了广电总局、中央电视台领导的大力支持,广电总局陶世明司长、著名经济学家巴曙松及国内外五六百名企业家出席会议,官、产、学三位一体,共聚一堂,共同探讨电视购物产业如何在国民经济发展中扮演更重要的角色。

电视购物行业经过十多年的发展,已经形成了以广电背景电视购物公司为主体的家庭购物大格局,而中视购物以CCTV的品牌力、商品销售力、服务增值力为核心能力,构建成了电视购物行业的黄金平台,所以在本次供应商年会上,中视购物提出了“黄金平台、百亿采购、共同成长”的主题。

中视购物负责人解释道,之所以用“黄金平台”作为本次大会核心主题,一方面是因为中视购物是CCTV唯一的官方电视购物平台,是合作伙伴们的国家级形象代言;另一方面,CCTV强大的品牌背书功能,对合作伙伴的品牌提升有着巨大的帮助。在本次大会上,中视购物将发布百亿规模的采购计划和2011年供应商政策,中视购物希望通过本次大会,与广大的供应商、合作伙伴在电视购物巨大的市场里紧密合作、共同成长。

更值得关注的是,在本次大会上,中视购物率先在中国零售领域推出了针对战略供应商的“零广告费、零进场费、零账期”的无障碍合作发展模式,这一合作模式的发布和实施,直接打破了长期困扰零售业供应商的“高入场费、高推广费、长账期”这三块坚冰,极大地降低了供应商的营销成本,给生产商和消费者带来巨大、长期的利益和实惠,推动了中国电视购物行业的新变革。

给予供应商如此优惠的政策,并不意味着中视购物降低了供应商的选择标准。中视购物有着严格的供应商战略管理体系,针对优质供应商将给予品类、时间、资金方面的支持;同时中视购物对于供应商的商品品质有着极其严格的质检体系,确保销售商品的质量和服务,全力为消费者打造放心购买、安心使用的购物体验。

目前中视购物经营七大品类的商品,包括家居生活、文化休闲、服装服饰、美容健康、3C数码、家用电器、珠宝精品等,覆盖家庭用户大部分的消费需求。中视购物希望借助本次供应商大会,吸引更多优秀的供应商和合作伙伴关注、了解中视购物,借助CCTV强大的品牌和实力,在电视购物的黄金平台上共同成长。

□ 吴洁琰

徐益忠经常说这样一句话:企业要有品位,这样他做出的产品也才能有品位。

徐益忠的品位不仅体现在他对产品质量的严格要求和做品牌推广的良苦用心上,也体现在企业经营和日常生活的方方面面。

积极倡导环保生活

作为一名电工行业的企业家,徐益忠一直对环保事业很关注,并积极参与,身体力行。比如2011“地球一小时”活动,徐益忠就是倡导者和参与者之一。

2011“地球一小时”通过全球6000多个城市、超过10亿人的广泛参与,成为世界上规模最大、最有意义的环保行动。

这一行动不仅得到各国政府、社区和个人的广泛参与,也得到了世界500强企业和国内行业巨头们的积极响应:如可口可乐承诺节水节电,并

发起废旧电池、灯泡换节能灯换可口可乐的活动;海尔发布绿色家电解决方案行动……

在此活动中,飞雕集团按时启动熄灯计划,徐益忠承诺停开个人宾利车一个月,并要求企业员工20排量以上的车停开一周行动……

徐益忠认为,对于企业,尤其是自身的主要消耗原料以及产品与节能环保有直接关系的企业,比如电工照明行业,“地球一小时”本身就是一个宏大的创意。它的伟大,首先在于将一些对于个人日常生活极为平常的举动,培养出一种环保精神,这对企业培育目标消费群意义重大。

有付出才能有收获

电工行业,在年度产品保有量及销量排名方面,飞雕在一线品牌行列占据绝对优势,但市场无时无刻不在发生变化,综合销量增长、品牌影响力提升等因素来看,飞雕在本次活动中的杰出表现,已初现“王者风范”,成为2011“地球一小时”活动传播的



最大赢家。

首先,快速增长聚集消费者目光,为飞雕带来更高的品牌效应。

此次活动之前,飞雕集团对于国内一些消费者来说,虽身处一线品牌行列,但向来低调。今年起,飞雕在国内市场准备追加1个亿的传播推广费用,致力打造行业第一品牌的强势印象。而本次以“地球一小时”为契机,

企业家眼中新疆“喀什特区”:有信心,有黄金

□ 汪金生 朱景朝

7月初,新疆喀什市东郊的远方建材类综合市场里,经营总监黄星静一直盘算着如何利用好特殊开发区的优惠政策及对口支援的暖风,给原本已经火爆的市场再浇把油。

这座始建于2001年的建材市场如今已快速成长为新疆南部地区交易量最大的建材市场。最近一年多来,得益于喀什地区18个大型项目的陆续开建,该市场钢材、模板等建筑材料销售增长了30%。

喀什设立“特区”的利好以及深圳、广东、上海、山东等地对喀什的强大援建力量,是喀什建筑市场和建材市场火爆的原因,黄星静将此两点总结为“有信心,有黄金”。

近一年多来,有关新疆喀什设立



特殊开发区一直扣动在当地投资、生活和工作的各族民众心弦。6月下旬,

喀什特区及喀什城市建设最新规划出炉,喀什将打造“一城、一园”,一城即指“喀什新城”,其将建在喀什的东部,按规划重点打造商贸、国际金融、免税购物、文化创意、科技研发、信息咨询等产业;“一园”就是喀什特区的工业园区,是喀什特区的核心区,该区将建在喀什北部以机场为中心的5平方公里的区域,重点打造的是保税物流、出口加工、轻工制造等。

喀什远方建材类综合市场董事长郑晓峰表示,“我们正计划建设一个仓储物流中心与现在的建材商贸中心相配套,但根据特区的产业规划,仓储物流中心可能就要放在特区的工业园区了。”

据喀什特区管委会主任朱廷峰介绍,除了本土企业准备入驻“特区”外,深圳的22家企业也于近日与喀

什签订了入驻园区及投资协议,意向投资总额135.5亿元人民币,投资领域涉及园区基础设施建设、环保净水、生物肥料、电子数码、林果加工、地毯产品等。

朱廷峰介绍,根据规划,喀什特区功能定位包括:西部边疆重要国际商贸中心、面向中亚、西亚和南亚的出口加工基地,本地优势资源转换基地,西部重要的国际国内旅游目的地。

在企业家眼中,除了信心和黄金之外,看好喀什发展的另一方面是其独特的区位优势。作为中国最西端的一座城市,喀什周边与五国接壤,具有“五口通八国,一路连欧亚”的独特地理通道,向西开放的市场空间也很大。



徐工集团董事长王民

□ 张 奕

国内大型工程机械制造商徐工

投资2亿美元海外最大厂年底动工

徐工集团“走出去”要玩“大手笔”

集团董事长王民7日接受记者采访时透露,徐工投资2亿美元在巴西建厂目前进展顺利,年底即可动工,预计明年第四季度投产。

“最迟投产时间不晚于后年一季度。”徐工集团7日启动“徐工起重机价值提升工程”,启动仪式后,王民接受采访时透露上述信息。

徐工在今年5月份投资2亿美元在巴西工业园购地1200亩,修建其海外最大制造基地,据悉,该工厂将生产挖掘機、推土机等五种工程机械产品,面向巴西及美洲用户。

徐工近年加大了海外拓展的力度。王民表示,徐工海外建厂的下一步,会争取海外上市。

陶华强的治企之道

□ 璟 玟

陶华强是上海宝松重型机械工程(集团)有限公司的董事长。他的另外一个身份是共产党员,担任着宝松集团公司的党总支书记,还是上海市党代表、市劳动模范、宝山区人大代表。他很认同温家宝总理所说的那句话:企业家身上应该流淌着道德的血液。用他自己的话来说,企业的“企”字上面是个“人”字,缺了“人”字,企业也就“止”了。

诚心敲开宝钢大门

与企字密切相关的“人”,首先是客户。回顾10多年来的创业历程,陶华强感触良多:做事先做人,树立了做人的品牌,客户才会放心地和你进

行长期合作。就是这样的理念,让他克服了大大小小的困难,白手起家。陶华强原是宝钢炼铁厂团委书记,1995年他主动“下岗”,带头走向市场,带领7名下岗、待业人员开创自己的企业,最初的资金只有5万元。

白手起家,自然举步为艰:一连9个月,公司都没接到任何业务,窘迫得连工资都发不出。第一笔生意,是被许多单位视为“鸡肋”、总额仅有2000多元的业务——安装宝钢的空调架电线和疏通下水道。尽管利润很少,但陶华强还是带领员工们精心施工,粗活细做。小“鸡肋”啃出了大“甜头”——他们的工作态度打动了客户,宝钢的“钢铁”大门敞开了。

但是,宝钢有众多的协作单位,要在激烈的竞争中站稳脚跟谈何容

易。奠定宝松地位的,是一个叫做“烧结矿表面喷洒氯化钙溶液”的项目。这项由荷兰首创,武汉钢铁公司试验成功的新工艺,如果能移植宝钢,可解决低品矿在冶炼中容易产生结块闷炉的现象。陶华强知道这个项目对宝钢意义重大,接到项目后,他立刻向朋友借了5000元钱,连夜把助手和工程师送上了去武汉的火车,并下了死命令:不取到“真经”别回来。之后,陶华强带领员工每天从早上7点干到晚上12点,身患高血压的陶华强,终于有一天昏倒在现场。经过40多天的努力,这个项目终于成功,宝松获得了认可。合作中,陶华强还主动接收宝钢终止合同工作者,使宝松成为宝钢人力资源蓄水池,为宝钢的发展“助推”,双方合作的纽带更紧密了。

热心公益持之以恒

在企业逐步壮大的同时,陶华强又把目光投向了更广大的“人”——社会上许许多多需要关心和帮助的人。

1999年,陶华强在一份宣传资料上看到宝山敬老院院长陈秀娟尊老爱老的事迹,深受感动,当即和陈秀娟院长联系,双方建立了“敬老爱老服务协议”。2000年元旦,陶华强喜结良缘,他在结婚当天就带着新娘一起来到宝山敬老院,给老人们送上喜糖和水果。日后,他逢年过节便带着员工前往敬老院,开展各类服务活动,年货、礼品也源源不断送到老人手中。

2001年,陶华强偶然听到老人们抱怨敬老院早餐品种比较单一,希望

调调口味。陶华强决定,由公司