

“借道信托,也是一些地产商的无奈选择。”济南一家银行零售金融部的相关人士表示,一般情况下,地产商通过信托渠道募集资金,所付的成本要在10%以上,而通过银行募集资金,成本相对要低不少。

“曲线”融资 地产商 为解贷款难

□ 齐鲁

房地产调控政策的持续打压下,不少地产商感到手头越来越紧,资金告急的同时,却难以从银行获得贷款,一些地产商只好借道信托渠道融资。在近期信托公司新发产品中,地产类信托计划唱起了主角。较短的投资期限、较高的收益率,此类产品引起了投资人的关注。

近期地产类信托产品成发行主角—— 期限较短、收益率高

据齐鲁晚报报道,近日,热衷投资理财的张先生上网浏览时,一些信托计划的预约公告引起了他的注意。在某信托公司网站上,一款地产贷款项目信托计划的预约公告称,该计划资金用于烟台某地产项目,总规模不超过12亿元,贷款期限为两年,如一年时提前结束,预期收益率为7.5%,如产品存续期超过一年,预期收益率达到8.5%。

同是一家信托公司,另有一款信托计划也将要发售,资金的投向同样是房地产项目,该计划的募资规模不超过2亿元,期限为6个月,预期收益率为6%。

“这些信托产品的预期收益率能达到百分之七八,远超过一般的银行理财产品,只是资金用于向地产商发放贷款,不知道投资的风险性如何?”张先生犹豫是否出手。

当记者以客户身份咨询时,该信托公司的工作人员介绍,即将发行的两款产品门槛均为100万元,将于下周起发售,尽管门槛较高,从提前预约的情况来看,预计销售的情况将会不错。

对于项目的风险性,工作人员表示,虽然不承诺保本、保收益,不过,这几款产品所涉项目的手续齐备,符合监管要求,风险较低,收益较高,因此受到了不少投资人的欢迎。

政策收紧,贷款难—— 地产商无奈“曲线救国”

济南一家信托公司相关人士称,“近期政策比较紧,房地产开发贷款的规模受限,不少地产商难以从银行获得资金,于是通过信托渠道融资。”该人士称,在该公司近期新发的几款产品中,地产类信托计划唱了主角。

“借道信托,也是一些地产商的无奈选择。”济南一家银行零售金融部的相关人士表示,一般情况下,地产商通过信托渠道募集资金,所付的成本要在10%以上,而通过银行募集资金,成本相对要低不少。

该人士称,某一个地产项目,在开发之初或开发过程中,可能面临资金短缺的状况,抑或销售环节不畅,无法及时回笼资金,地产商都要想方设法筹集资金,以往通过银行贷款是最直接的办法,不过随着房地产调控政策趋紧,不少地产商难以从银行拿到贷款,就只能通过信托渠道筹集资金。

业内人士介绍,当前,与房地产相关的信托产品多是通过信托公司渠道发行的,银行渠道发行的品种相对少一些。这是因为,银行理财产品的门槛通常5万元起,而信托计划的门槛动辄百万元,相比而言,信托产品的风险要偏高,信托产品更适合一些资金量大、抗风险能力较强的客户。

是否投资某地产类信托计划,投资人在对房地产市场未来走势有一个总体判断的同时,也需要对涉及的具体项目进行仔细分析研究。

“2010 新沪商 TOP500”榜单是新沪商世纪论坛历时5年多,对长期跟踪的2000多位企业家进行综合评价,按照“思想力、影响力、推动力”的标准而推出的。“2010 新沪商 TOP500”将成为上海企业家的方向标,成为上海企业家走向世界的标杆。

找寻新沪商走向世界的标杆

“2010 新沪商 TOP500”榜单发布

□ 于雪莲 吕网大

由新沪商世纪论坛编制的“2010 新沪商 TOP500”榜单于8月8日发布。以“打造企业家自己的终身传播平台”为主题的颁奖典礼举行,典礼上同时发布了由政府服务机构、社会组织、企业三方共同倡议的“共享·沟通·多赢”为主旨的“新沪商 2011 共享宣言”,依托新沪商世纪论坛这一智慧与交流平台,建立长效沟通机制,在上海“创新驱动、转型发展”的历史机遇中,创建和谐的企业共享环境。上海市委原常委、市人大常委会原副主任孙贵璋,市政协原副主席陈正兴出席颁布典礼,并为“2010 新沪商 TOP500”揭牌。

新沪商世纪论坛执行主席纪军介绍,新沪商是在长三角这块中国经济最活跃的地区发芽、成长并壮大的企业家群体,具有明显的国际化烙印。上海正在推动四个中心的建设,世博会在上海的成功举办,为新沪商的发展提供千载难逢的机遇。世界聚焦中国,聚焦上海企业,上海的企业家在哪里?为此,新沪商世纪论坛从



以“打造企业家自己的终身传播平台”为主题的颁奖典礼举行。

2006年创立之初,就承担起找寻上海企业家群体的重任。经过5年多的成功运作,从长期跟踪的2000多位企业家中,进一步找寻以“思想力、影响力、推动力”为标准的500位企业家,推出“新沪商 TOP500”。

据了解,入选“2010 新沪商 TOP500”榜单的企业家中,既有郭广昌、陈天桥、刘永行、史玉柱、郑永刚、江南春、王均金、张文荣、丁佐宏、王正华等著名的企业家;也有为世博做出贡献的新世微朱政平、甲秀张建

君、三思陈必寿、高晶吴家荣、东方珍藏杨俊、东方投资监理印保兴;更有在自主创新领域做出贡献的高智刘幸偕、致达严健军、杰事杰杨桂生、德力西胡成国、阿波罗陆金琪、生大苏宗球;有参与国际航运中心建设的久

和船舶虞建珍、亿洲航道陈仕能、宝英航运陈玉宝;还有在国际贸易中心建设中担大梁,如“服装大王”美特斯邦威周成建、“钢贸大王”百营崔建华、“大米大王”垠海俞海明、“汽车销售大王”和平企业周和平;还有更多的“行业冠军”、“隐形冠军”、“领军人物”,如延华智能胡黎明、和汇集团倪华杰、特种电缆李立虎、中大科技潘跃进、芷新集团郭卫、水星家纺李裕杰、青鹰实业顾端青、起帆电缆周桂幸、卓越集团陆豪、晋韵集团上官国太、昂泰兰捷尔李科、比雷福史一松、宝霖物流廖解宝、喜盈门魏锦标、万申信息张峻、励宁集团张诗团、追日电器陈建国、齐鼎餐饮齐大伟;更有抗震救灾做出卓越贡献的健治一号桑凌月、东纺日化翁志刚、望源房产季宝红、人民企业金福音、中发电气陈邓华、杰思工程刘海韵等。

新沪商世纪论坛由南京军区空军原副参谋长、上海东北经济文化发展促进会常务副会长齐路通少将,浙江省原副秘书长、浙江省驻沪办原主任曹大立,世界华人工商促进会会长李农合担任论坛联合主席。

温州茶叶产业协会副会长、天尚茶业总经理余丁财对福建茶商在温州市场加速布局的现象深有体会,“去年下半年以来茶叶店增长的数量,相当于以前五六年的增长总量,其中由福建茶商经营的占了较大比重……”

闽商“跑马圈地”温州茶市

□ 涂丽洁

今年以来,福建茶商在温州市茶叶市场中纷纷“跑马圈地”,据业内人士透露,目前温州市茶市上的福建茶商日趋增多,福建茶叶店在温州茶市里占比约1/3,达200多家。

品牌扩张 不去北京先来温州

据温州商报报道,温州市区大南门商圈的七碗茶集泉堂,闹市中选址300多平方米的面积让不少业内人士感叹:又一个福建茶商在温州“落地”。而在年初,市区马鞍池东路的福建武夷星茶业也正式入驻温州。据介绍,目前,福建茶商以单店形式在温州市生根发展的小店

不在少数。

近日,七碗茶茶业负责人喻守津说,早在四五年前,他就一直想进入温州市场,但总觉得时机不够成熟。随着温州茶市场的发展壮大,今年年初他把自己第一步发展的城市由北京改成温州,“温州人的消费力很大,茶叶的消费前景更为乐观,所以对进驻温州茶市充满信心。”

温州茶叶产业协会副会长、天尚茶业总经理余丁财对福建茶商在温州市场加速布局的现象深有体会,“去年下半年以来茶叶店增长的数量,相当于以前五六年的增长总量,其中由福建茶商经营的占了较大比重。而且由于市场不断扩大,福建茶商相当看好温州市场,这阵子不少福建朋友都在积极寻找店面,准备一展拳脚进军温州茶市场。”

入乡随俗 不局限于经营单一品种

“不像福建,温州茶叶消费市场没有偏向单种茶的倾向。”据五福林茶轩负责人林文化介绍,如果专营某个茶种,客户相当局限,生存也就很艰难。前几年,在市区人民路、车站大道入驻了不少福建的茶叶品牌,但过了一年左右时间,好几家都悄然退出市场,其主要原因就是经营单一品种茶叶。“像原先的清华茗茶、理想茶行只专营铁观音,最后都做失败了。”天尚茶业的余丁财透露。

由于温州人饮茶习惯会根据自己的爱好、经济实力、市场的流行规律而转变,“所以像我们茶叶做久了懂得行情,会根据市场行情进行相应调整,如金骏眉流行时多购进金骏



眉,流行趋势转到大红袍时多购进大红袍。”采访中,不少福建茶商表示,记者了解到,主打某个茶种,辅之以其他茶种,这是不少福建茶商探索温州市场后所做的切实改变。

近日,记者在将开张的七碗茶集泉堂门店左上方发现“福鼎白茶”小招牌。店主称,其实店内还经营其他各类茶叶,不然单一的品种很难经营下去。

成本受限 连锁加盟少单店居多

据了解,虽然福建茶商在温州茶市中占据相当的份额,但总体而言,还是呈现出规模化连锁加盟店少,个体户单店多的趋势。

业内人士表示,目前在温州市场

经营福建茶叶的只有五福林、天尚、日春、八马、武夷星等近10个商家在运营品牌连锁或加盟形式,其余都是以单店形式运作。“70%的茶叶店只有店招没有自己的品牌,品牌意识不强导致客户忠诚度不高,因此想融入温州市场,扎根生存还是比较困难。”

而事实上,没有不想做好做大的茶商,但迫于店租等成本压力、及茶叶难以保管等因素影响,做好甚至做大需要资本和足够的勇气。林文化表示,开茶叶店、开好茶叶店需要真正懂行的人,了解如何长期保管好茶叶,如何引导客户储存、泡制茶叶。如若不然,经营茶叶店风险很大。

七碗茶茶业喻守津也表示,做茶前3年都是“为人民服务”,温州房租高、人工贵,成本压力相对大。如果要做连锁至少要等到该店稳步上行之后。

“温州茶市前景很大,5年时间单单礼品茶我店所占销售比重已从1/4升至3/4,而且自己消费的人群也越来越多。”余丁财说,福建茶商需要逐步规范化运营,抱团走系统化销售道路,对将来继续加大在温州市场上所占的份额很有信心。

血液里奔腾着爱拼敢赢、永不言败的力量,泉籍商人用“孤注一掷的决心”、“三分本事七分胆”,点亮了中国商业史中的泉州辉煌。

泉商搏击 从冒风险到拼智慧

□ 泉晓

如果有人问一个泉籍商人“你凭借什么事业有成”,他十有八九会不假思索地说出一句话:“爱拼才会赢”。“地狭人稠”的境遇,使得浸润海洋文化的泉州人自古以来习惯于外出打拼,闯荡世界、搏击商海已成传统。自改革开放以来,泉籍商人尝到“先人一步、领先一路”的甜头,他们深知,这与世代流淌在自己血液中“爱拼敢赢”的信念密不可分。

善观商机 七分靠打拼

“三分天注定,七分靠打拼”,一首闽南语歌曲《爱拼才会赢》唱出了泉州商人奋斗拼搏不息的精神。“拼”和“赢”两个字,十分形象地刻画了泉州人那种勇于开拓、敢闯敢冒险的精神。

2001年6月,北京申奥成功前一个月。尽管前景尚不明朗,陈水波却大胆耗资两亿多元买下紧邻奥体



中心的地块。这场豪赌,陈水波投入10多年的积累。如果申奥失败,陈水波可能将回到起点。一个月后的申奥成功,让陈水波旗下的项目初露锋芒。今天的陈水波,是国内地产界不可忽视的力量,建设部办公大楼等重大工程中,都有他的石材。

怀揣2000元,黄金阶融入了京城推销员的行列,开始一个工地一个

工地推销石材。这样的日子持续了一年。从推销员到代理商,很快就有了积累,黄金阶改建了一间加工厂,把他作为自己在京的落脚点。经历了一系列失败后,他终于拿到北京西客站合同额达1000多万元的订单,迈上成功之路。

血液里奔腾着爱拼敢赢、永不言败的力量,泉籍商人用“孤注一掷的决心”、“三分本事七分胆”,点亮了中国商业史中的泉州辉煌。今天,国内外商海拼搏的异地泉商已是各自领域的风流人物:他们虽四处漂泊,但在拼搏中奋进,在拼搏中凝聚,在鞋服、建材、水暖等众多领域,泉商大军达到了崭新的高度,创造着每年超2000多亿元的惊人业绩。

搏击四海 抱团共成长

同唱一首《爱拼才会赢》,1997年的郑州,是泉州异地商会的起点。14年过去,泉州异地商会在国内外点亮一个个扩大财富的圈子,形成了

从“一家一户闯天下”到“依托组织闯天下”的转变。

在郑州,泉州商会陶瓷组的会员企业以股份制形式投资中原陶瓷城,为会员省下创业资金1000多万元。在佛山,商会以会员企业整体进入经营为条件,主动联系投资15亿元的广东南海陶瓷博览市场,三年获得优惠租金3000多万元。在宁波,泉州商会则集资1亿元创办担保公司,为会员拓展业务提供融资服务。在吴江,闽南商会18个股东共同投资成立了江苏省闽豪科技股份有限公司,计划总投资30亿元。此外,诸如曲靖建材市场、南宁万泰龙建材市场、沈阳石材市场、宁夏海峡建材市场、南通石材市场、兰州综合市场等,都是泉籍商会会员联手合作的大手笔。

如果说一个泉州商人的打拼闯荡,给行业带来的是阵阵涟漪,那么泉籍异地商会的团结拼搏,给一个城市、一个行业带来的将是日新月异的变化。

顺势有为 善拼才会赢

“会拼才会赢”,2008年,当金融危机袭来,细心的人发现,商海中人们耳熟能详的《爱拼才会赢》,被泉籍商人换了歌词,而随着这一变化而来

的,是泉籍商人们一种新的打拼方式。

2008年12月,随着博思艾伦正式介入恒安管理改革,恒安拉开了二次管理改革的序幕。企业将发展战略重新制订到2015年、2020年,列为企业中远期战略,旨在制订一套适合市场发展需要、适合恒安实际发展需要的实施方案,并通过战略的重新制订,改变恒安的管控流程、管控制度和管控方向,制订一套支持战略目标实现的有效的绩效管理制。

七匹狼公司2008年在产品创新方面投入12亿元,每年在科技活动的投入占产品销售收入4%以上,三年中保持逐年0.2%以上的增长,科技人员的培训投入占总收入的5%,这些换来的是企业业绩以亿计的增长。

第一次尝试染整污水处理,第一个建成再生水厂,实现回收利用“变废为宝”,科技创新,削减了凤竹纺织的水和能源成本;第一款除臭、易去除污垢的面料面市,第一个无盐染色工艺创想成为现实,产品创新,引领着泉州企业走向面料行业“专家”的道路。

如果说泉州人“敢拼”冒的是风险、需要的是勇气,那么“善拼”考验的则是泉籍商人们的智慧、需要的是新的企业运营方式。