

“对于立志成为国际化公司的匹克来说,主动求变,改变增速论英雄的传统观念,是为了赢得未来。”

# 匹克集团主动求变 与经销商共渡难关

□ 慧 聪

近日, 匹克公布了 2012 年第二季订货会结果,订单金额较 2011 年同季订单增长 9.5%;第三季同店销售与去年同期相比增长 6.2%。相较于第一季订单,增长速度放缓。由此引发各方猜测,认为增幅大幅下降意味着体育行业市场出现颓势。这一猜想也导致匹克股价出现波动。

对此, 作为泉州总会副会长单位,匹克体育 CEO 许志华表示,匹克增速放缓并非外界所猜测,而是匹克为保护经销商采取的主动控制措施,也是匹克进入内部结构调整阶段的重要举措。“对于立志成为国际化公司的匹克来说,主动求变,改变增速论英雄的传统观念,是为了赢得未来。”许志华说。

## 终端零库存,保障经销商利益

“匹克的经销商从未出现流失。经销商是我们的朋友、伙伴,是利益共同体,”许志华表示,“因此我们针对经济大环境的变化,以及企业不同



©匹克集团 CEO 许志华

的发展阶段,会调整相应政策,以保障经销商的利益。”

为了保持企业可持续发展,匹克在 2012 年 Q2 订货会上,采取了“终端零库存”原则,经销商下多少额度的订单,工厂生产相应的产品量。而以往的行业惯例,订单量是在实际需求量的基础上进行一定比例的上浮,也就是说,将有一部分的产品有可能成为经销商的库存负担。

而此次匹克完全摒弃了这种行业惯例,将经销商的压力降为零。按

照经销商需求生产,可以大大降低生产和销售过程中的库存和资金积压,加快资金周转,降低库存管理成本,规避市场的变化及产品的更新换代而产生的降价、滞销的风险等等。经销商的压力降低,相应的资金周转能力、发展能力等将大大提高,同时这利于提高整体供应链的管理效率。

许志华表示:“一切为了经销商。目前受人民币汇率变化及银根收紧政策的影响,经济大环境并不明朗,市场必然会产生一些波动。在这种形

势下,我们需要保障经销商安全、顺利度过这一非常时期,总部也将对那些相对弱势的经销商提供更大力的扶持。终端零库存就是匹克愿与经销商共渡难关一项措施、一个态度。”

## 内部结构调整,蓄势下一发展高峰

匹克在过去的几年内,坚持“国际化”核心战略,依托国际资源,实现了高速发展。以篮球为核心,多元领域发展,匹克是 NBA、FIBA(国际篮联)、WTA(国际女子职业网联)等的全球合作伙伴,借此资源匹克实现了品牌国际化目标,并致力于用国际资源反哺国内市场。于江西南昌举办的七城会,即是匹克作为国际化品牌第一次赞助国内大型赛事。

企业发展存在不同的生命周期,为了适应全球经济环境的动态变化,企业营销策略的制定和实施应适时加以优化和调整。

日前,匹克体育在电话会议上表示,截至 8 月底止,公司新增分店 470 家;由于营业额放缓及优化销售网络,明年拟开设 700 家分店、关闭 500

家效益较低分店。同时,匹克也与近期发布了“大城市攻略”,表示将在二、三线城市基础上,着力拓展一、二线城市。

据了解,匹克在广州、北京、深圳、上海等试点城市,已经初步完成市场布局,其中广州市场覆盖较为突出,明年将继续加强在沪拓展力度。以上城市不仅仅是中国内地经济核心城市,也是舆论制高点,匹克在这些城市大力孵化市场,建设代表匹克国际品牌形象的高端店,这不仅仅是其品牌国际化战略需要,事实上也吹响了与阿迪、耐克的分庭抗礼的号角。未来,专卖店、商场专柜、篮球主题店仍然是匹克的主要零售渠道,同时,匹克也在尝试与天虹、茂业以及万达等新兴商业业态结盟合作,进一步实现销售网络多元化发展。

未来一段时期,随着伦敦奥运会、巴西世界杯等大型赛事的陆续登场,社会大众体育运动意识的提高,消费者需求的个性化,体育运动产品市场将进一步细分,新的挑战和机遇也将随之到来。许志华表示,匹克提前布局,早作准备,就是为了比竞争对手抢先一步进入下一个高速增长期。

法律维权 | Falu Weiquan

# 合同争议条款的合理解释

□ 李君临

## 案情简介

原告与被告于 2005 年 8 月 7 日签署《A 广场施工协议》(下称《施工协议》),约定由被告把 A 广场改造工程 B 标段的钢筋施工委托原告组织实施。其中第 8 条约定:“乙方承诺在第一批钢材进场后的两个月内不要求甲方支付本合同制定的工程款和材料款。但是甲方必须在两个月以内支付乙方每吨进场钢材 80 元人民币,作为乙方垫资的补偿金。甲方在两个月外无法支付乙方工程款时,甲方必须按月(计算到天)增加支付乙方所垫资金的 5%,作为乙方资金的再投入。”合同订立后,原告向被告交付了钢材,被告分期支付了货款。但原告认为根据《施工协议》第 8 条,被告逾期支付货款,应当支付违约金。双方协商未果,原告遂诉至法院,要求判决被告支付违约金约 250 万元。

## 律师解答

本案的主要争议在于对《施工协议》第 8 条应如何理解?一种意见认为,原告每交付一批钢材,被告都应在该批钢材交付后两个月内付款,逾期视为违约。每逾期一个月,则应支付该批货款 5%的违约金。另一种意见认为,被告没有违约;即使非要认定其违约,其应支付的违约金也远

在市场经济条件下,企业竞争难免会让经济纠纷频频上演。遭遇侵权时,企业要积极进行抗争,夺回属于自己的权益。同时,应该运用法律的武器,进行策略性思考,预先采取一些防范措施。

远没有原告主张的这么多。

我们认为,第二种意见更加符合合同法的基本精神和本案实际。具体理由如下:

一、合同约定条件没有也不可能成就,原告主张巨额违约金缺乏合同根据。

《施工协议》第 8 条的约定:“甲方在二个月外无法支付乙方工程款时,甲方必须按月增加支付乙方所垫资金的 5%,作为乙方资金投入的再补偿。”由此可见,甲方(指被告,下同)按月支付 5%违约金的前提条件是甲方无法按时支付乙方(指原告,下同)工程款。但本案被告与原告之间根本没有发生建设工程施工合同关系,只有钢材买卖关系,

上诉人没有任何支付工程款的义务,只有支付材料款(指钢材款,下同)的义务,自然不存在无法支付工程款的情形。因此,在条件未成就也不可能成就的情况下,原告无权援引该条款向被告主张违约金。

根据该施工协议所使用的词句、合同的有关条款、合同的目的、交易习惯以及诚实信用原则,该协议所指材料款与工程款显然是截然不同的两个法律概念。

二、即使认可材料款等于工程款,由于原告没有提交任何能够证明点收日期(指交货日期,下同)的证据,其向被告主张巨额违约金仍缺乏事实根据。

根据《施工协议》第 8 条,被告按月支付 5%违约金的前提条件是被告无法按时支付乙方工程款。所谓无法支付,需要先确定应付日期。应付日期届满,被告未予支付,所以可以认为无法支付,原告方可援引《施工协议》第 8 条主张违约金。而材料款的应付日期取决于材料(指钢材,下同)的交货日期,但原告没有提交任何证据证明材料的交货日期。没有交货日期,也就没有付款日期;没有付款日期,自然不存在无法支付或已逾期支付,自然也就不需要根据《施工协议》第 8 条对原告予以所谓的补偿。

(作者单位:四川省社会科学院)

## 进军高端皮沙发制造业 宁波欧亿家具二次创业进行中

浙江省宁波市商会会员企业——欧亿家具有限公司总经理柴志杰显得格外忙碌,不久前刚在深圳参加完展会,如今又马不停蹄地赶往上海,然而他出行不是为了推销公司生产的办公家具,考察和学习才是他参加展会的主要目的。这背后,却透露出欧亿家具正在实施的一项转型计划,“加快产业延伸,正式进军高端皮沙发市场,创造企业新的利润增长点。”

## 逼出来的转型

欧亿家具从 2000 年创办以来,就一直致力于拓展办公和民用家具的设计、制造、销售业务。经过 11 年的发展,公司目前拥有广泛而稳定的客户群,在办公家具行业内已经小有名气。“2010 年全年销售额达 1400 多万元,虽然远远不及区内很多从事其他行业的企业,但由于办公家具这一主要业务市场有限,这样的销售规模已经让欧亿迈进了宁波家具行业前三强。”

尽管抢占了宁波本地办公家具较大的市场份额,但市场的日趋饱和和让柴志杰备感压力:“每年销售相对稳定,但已经没有太大的上升空间,一直保持千万左右的销售,根本没办法把企业做大做强。”尤其是办公家具的配套用品相对复杂,设计较为繁琐,产品的附加值却不高,多数订单又是工程订单,货款回收速度慢,也会制约企业的发展。

到底是守着老本过日子,还是趁年轻进军高端家具市场,再创一番新事业?柴志杰陷入了沉思,“墨守陈规只有被淘汰的命运,在众多企业开始转型的今天,我必须采取行动。”考虑到国内从事高端皮沙发设计制造的企业较少,而老百姓的消费水平日益提高,欧亿家具掌握了一整套家具设计制造流程,这个市场应该大有可为。他把自己的想法告诉了妻子,夫妻俩商量后决定放手一搏。

## 抢过来的技术

同样是生产家具,但高端皮沙发面向更高的消费市场,这也为企业发展提出了更高的要求。前期考察、市场摸底、技术论证,经过几个月的准备,欧亿家具正式启动高端皮沙发设计制造项目。“优质牛皮和木材都可以在市场上采购,关键是技术和人才,要生产一流的皮沙发,就需要一流的设备、一流的技术和一流的人

才。”

从今年 6 月开始,柴志杰就忙着网罗人才、采购先进设备,“人才是核心,设备是保障,虽然我自己在家具生产设计领域摸爬滚打多年,但较少涉足皮沙发,设计、打样、扞皮等各个环节都需要专家把关。”柴志杰多次前往苏州、深圳、广州等地高薪寻觅人才,包括项目负责人、设计师、缝纫师他都亲自上门邀请,“目前这些人才的总年薪将近百万元,接下去还将陆陆续续引进,人才成本会占到整个项目投资的 20%左右。”

柴志杰深知做高端产品,不能抄袭和仿造,必须拥有核心的技术和独一无二的设计,因此在引进的人才中,设计人才占了半壁江山,他甚至把深圳的一整个设计团队都请到了欧亿,又从国外进口了多台针车设备。该团队已经为欧亿量身设计了 15 套后现代主义风格的高端皮沙发,目前正在进行样品制作。

## 画出来的蓝图

有了产品,怎么样才能卖出去?对此,柴志杰微微一笑,他告诉记者,目前中国的高端消费市场比较活跃,老百姓担心的是花了钱却买不到高品质的产品。欧亿家具就要把握这个机遇,采用公开透明的生产模式,经销商和消费者可以随时来公司实地查看原料品质和生产过程,打消他们的顾虑。

“我们采用的木材、皮料、弹簧、羽绒都是高品质的,一套沙发的材料成本就达上万元,产品必须经得起市场的考验。”柴志杰非常看重品牌建设,虽然还未批量生产,就已经注册了商标。对于如何推向市场,他也做好了两手准备,“借助国内专业性展会快速推广品牌,争取以一流的品质和出众的设计一炮打响,或者采用办公家具辅助的方式,通过经销商提高品牌知名度,逐步抢占市场。”

柴志杰告诉记者,虽然欧亿家具的高端皮沙发正处在起步阶段,品牌尚未打响,但他十分看好市场行情,“欧亿沙发的品质与市场上同类产品相比有优势,但价格远低于那些大品牌,我们希望消费者用中档的价格就能买到高端的产品。”

车间里,技术人员正在紧张地打样、剪裁、扞皮……柴志杰刚刚收到 2011 中国(福州)家居建材博览会的参展邀请,他要赶紧定制一批样品。欧亿家具正蓄势待发,期待着二次创业实现转型跨越。(据浙江省工商联)



□ 何仲

近日,香港资源控股有限公司旗下零售品牌金至尊珠宝与 La Milky Way 银河明星参与 2011 年深圳国际珠宝展,以成为一个综合珠宝品牌作为展会主题。近年,金至尊珠宝采用全面开放的特许经营模式以直营、加盟、合营、区域品牌转换等四种业务拓展模式加快开

店的步伐,广受欢迎向加盟商的青睐。今年参展期更接获近 180 份特许经营意向书,首两日意向加盟协议签约率达到 80%,招商成绩为历届之最。

香港资源及金至尊珠宝董事长黄英豪博士表示:“香港资源旗下的品牌资源丰富,近年更积极拓展电子商贸业务,成立金至尊数码科技主力发展此巨大商机,旗下‘尊 1

网’亦即将强势推出全新网上购物体验。而随着国内珠宝市场竞争的日趋激烈,一个品牌是否能在众多品牌中突围而出取决于不单是品牌价值的多寡,拥有独特设计的产品才是成就品牌价值的重要因素。金至尊珠宝及 La Milky Way 银河明星珠宝均采用全面开放及加强‘精品化’产品路线,使产品更贴近消费者,保持竞争力。

会员风采 | Huiyuan Fengcai

## 神威药业工艺技术获国家专利

近日,神威药业“一种可提高清开灵氨基酸含量的制备方法”的清开灵工艺技术发明获得国家专利授权,结束了神威药业清开灵注射液、清开灵软胶囊等核心产品没有专利技术支撑的历史空白。该技术的发明对提升中药研究、中药现代化生产具有重要的意义。

清开灵系列制剂源于古方“安宫牛黄丸”,具有“清热解毒,化痰通络,醒神开窍”的作用。神威药业在清开灵制剂相关研究方面具有重要的影响力,拥有清开灵注射剂、清开灵软胶囊等多个剂型,该项专利是神威药业在实施中药注射剂二次开发与再评价过程中取得的重要技术成果。

目前,神威药业清开灵注射液、参麦注射液、舒血宁注射液、心脑血管胶囊、降脂通络胶囊、舒筋通络颗粒等重点品种均拥有了各自的专利技术,下一步神威药业专利将逐步完善集团重点产品专利保护网络,重点挖掘具有开发潜力的普药品种的创新技术与方法。(据河北省总商会网)

## 集群集团联手世界 500 强

日前,世界 500 强企业——爱尔兰 CSS 公司与江苏省工商联副主席企业江苏集群集团签约,成为入驻徐州软件园的首家外国软件公司。根据协议,双方将致力于下一代基于物联网健康信息系统的开发应用,同时引入 CSS 公司的优势软件产业研发及服务

等。CSS 公司是爱尔兰一家提供行业解决方案的大型软件服务公司。CSS 公司入驻徐州软件园,标志着徐州软件园与爱尔兰乃至欧洲同行的合作进入新的发展阶段。在与 CSS 展开战略合作的基础上,徐州软件园接下来将与爱尔兰软件园,以及欧洲大型软件企业展开更多合作。

作为战略性新兴产业,徐州软件园软件产业发展迅猛,已成为淮海经济区信息产业高地,截至目前,徐州软件园已入驻软件类企业 258 家。去年,软件园全年实现技工贸收入 14 亿元,利税 3000 余万元。(据徐州市总商会网)

## 沙钢集团荣获首届江苏慈善奖

日前,在南京召开的全省慈善大会上传来喜讯,张家港市沙钢集团荣获首届江苏慈善奖“最具爱心慈善捐赠企业”称号,沙钢集团总裁袁善堂作为先进集体代表作了交流发言。

近年来,沙钢集团用于捐资助学、修桥铺路、抗洪救灾、扶贫济困等慈善事业以及支持省市文化体育医疗卫生等公益事业的资金捐助已超过 4 亿元。特别是 2008 年汶川地震发生后,沙钢一次性捐款 9000 余万元,支援灾区人民重建家园;2009 年台湾遭受“莫拉克”风灾袭击,沙钢捐款 100 万美元;向沙钢所在地医院捐款 2000 万元;同时筹资 2000 万元成立了“江苏沙钢公益基金会”,用于开展公益活动、兴办公益事业。2010 年,沙钢捐赠 8000 万元,用于张家港市社会福利服务中心项目建设。2011 年,沙钢集团向张家港市慈善总会、当地教育部门捐款数百万元,用于关爱全市困难职工和外来务工人员,支持地方教育事业。因在慈善公益事业方面的突出贡献,沙钢集团连年被评为江苏省、苏州、张家港市慈善捐赠先进单位。中华慈善总会还分别授予沙钢集团和集团董事局主席沈文荣“中华慈善奖”、“中华慈善突出贡献奖”等殊荣。

(摘自江苏省总商会)