衡阳两企业入列国家高新技术企业

本报讯 (记者 **李凤发**)近日,从国家科技部传来喜讯,特变电工衡阳变压器公司和湖南天雁机械有限责任公司双双获评2011年"国家火炬计划重点高新技术企业"。

今年1—10月份,衡变公司先后实现了核电变压器、铁路牵引变压器、火电百万机组项目114万千伏安/500千伏变压器的市场突破。同时,今年公司自主研制完成国内首台自主设计的100万千伏安/500千伏特大容量现场组装变压器等重点新产品22项,新增专利授权15项。截至目前,衡变公司累计授权专利131项,其中,发明专利累计授权10项。

近年来,湖南天雁在研发基础设施建设上,按公司产值6.5%的比例进行投入,今年已累计投入4000多万元用于新产品的研发、配套。如今,天雁高层次人才队伍有博士4人、硕士25人,公司承担多项国家、省市重点技术创新项目,获得省部级科技成果奖20多项。主持和参加制定国家、行业标准9项,申请专利120多项,获得专利授权70多项,获发明专利授权4项。

相关链接:

国家火炬计划重点高新技术企业认定是由科技部组织实施的一项发展我国高新技术产业的指导性计划,旨在促进高新技术成果的商品化、产业化和国际化,每三年认定一次,要求被认定企业具备较强的研究开发能力和技术创新能力外,企业的高新技术产品销售收入至少要占据企业年销售收入的60%。

中国女性企业家达2900万人

"如果雷曼兄弟叫雷曼姐妹,可能就不会倒闭了。"这是英国《金融时报》美国总编辑吉莉安·泰特在日前于上海举行的"巅峰女性"高峰会议上的一句调侃。

全球才智杰出、雄心勃勃的女性群体已是商业世界一道另类的风景。这个由英国《金融时报》举办的"巅峰女性"论坛于去年首次在伦敦举行会议,关注商业世界中的女性。

在上海的会议上,约90%的参会人士为女性,中国商业女性也分外引人注目。俏江南控股公司董事长张兰、百度首席财务官李昕□、摩根大通董事总经理兼中国区全球市场业务主席李晶、普华永道上海主管合伙人顾宜等人均参与了会议的主题讨论。

论坛官方资料援引的数据显示,在中国,女性企业家人数达2900万以上,占中国企业家总数的20%以上。

美国国务院主管全球妇女事务的无任所大使梅兰妮·韦维尔(Melanne Verveer)说:"再不要把女性作为废弃的资产,多项实证研究数据可以证明女性对经济增长的贡献。"

"高盛的一项研究指出,减少女性参与经济的障碍,可以使美国GDP增长9%,欧洲增长13%,而日本可以增长16%。"韦维尔指出。

韦维尔说,另一个应该解放女性的经济潜力的理由是,一项波士顿咨询的研究显示,至2014年,女性将控制50万亿美元的支出,女性往往是家庭收入的支配者。

但是由于生育、传统思维等因素的影响,女性在男性主导的商业世界还是鲜有涉足顶尖层级。论坛公布的数据显示,全球财富500强公司中,仅有3%的首席执行官为女性。

不过,新兴市场的经济增长潜力也将使女性拥有更大的成长空间。世界银行最近公布的一份报告称,到2025年,六个主要的快速增长经济体——巴西、中国、印度、印尼、韩国和俄罗斯的经济增长将占据全球总增长的一半以上,商业女性将有机会在已建立的经济体系中超越她们的同辈。 **(吕兴)**

中国民企吉利自"蛇吞象"收购沃尔沃轿车之后,国内外媒体多有报道其因收购而负债过重、现金流紧张。但依据吉利发布的公开信息,吉利一直仍维持正常经营,沃尔沃被收购后也成功实现扭亏为盈。

据说这是吉利日前对媒体大感愤怒的底气。这一"事件",也许反映出在中国车企推行国际战略过程中,国人对于跨国公司全球化融资的运营模式,仍存在着激烈的思维碰撞。这也是正在大步走向国际市场的中国企业家们亟待思考和解决的问题之一。

海外扩张被高利贷勒紧吉利脖子——是耶?非耶?

李书福怒指国内有媒体"恶意中伤"

日前,吉利集团怒气冲冲地发出一封公开信,指国内某媒体近日所发表的《李书福危局:海外高利贷勒紧吉利脖子》的封面文章,实为"大量捏造、虚构事实,恶意中伤、诋毁吉利集团和李书福董事长的形象和声誉"。

吉利集团董事长 李书福

财务数据显示"吉利发展势头良好和健康"

对于媒体所报道的"吉利重新筹资还高盛的高息债券"、"吉利还需要向福特支付沃尔沃多年的35亿美元欠债"、"高息债券就是高利贷"、"从某民间融资机构借入的单笔金额达到6亿元"等说法,吉利均要求报道媒体提供确切证据以正视听。

"浙江吉利控股集团有限公司负责任地告诉大家,经过战略转型,吉利目前的发展势头非常良好和健康,吉利各项海内外发展战略都在按计划正常进行,取得了很好的成果。"吉利在公开信中说。

对于媒体关注的高负债率问题,吉利称,吉利汽车控股有限公司(香港上市公司)截至2010年年底的资产负债率为62%,而吉利控股集团在合并吉利汽车和沃尔沃轿车报表后的2010年年底的资产负债率为73%。

吉利认为,世界500强企业中的欧美大型汽车企业资产负债率一般保持在70%-80%之间,而中国企业500强平均资产负债率为79.8%。

分析师表示"全球融资是跨国公司正常之举"

汽车分析师张志勇认为,把一家跨国公司通过国际金融机构进行全球融资,形象化为黄世仁式的高利贷,是有失片面的。而对吉利的这种质疑,将不利于其国际形象。这应该也是李书福为之动怒的原因。

自李书福创举性地实施"蛇吞象"收购沃尔沃开始,其就必然面临着"资金何处来"的拷问。据吉利当初披露,收购沃尔沃股权需要18亿美元,此外吉利已经准备了9亿美元流动资金,用于后续运营。27亿美元融资一半在国内一半在国外。国内部分包括吉利自身的50%资金,另一半是银行贷款,海外部分包括来自美国、欧洲、我国香港的资金。

当然,吉利的资金还有来自国内地方政府提供的支持。

沃尔沃中国战略不是顺风顺水

尽管李书福让沃尔沃成功扭亏为盈,但离成功消化"蛇吞象"还为时尚远。沃尔沃的全面复兴将依赖于未来在作为第二本土市场的中国市场的快速增长,而目前沃尔沃的中国战略推行并不是顺风顺水。

在被吉利收购之后,沃尔沃成立了中国总部,制定了发展战略,并布局技术研发中心和生产基地,加速新产品的引进。

在华的迅速发展还有赖于沃尔沃的本土化生产。但目前因政策主管方将沃尔沃定位为外资公司,国产基地迟迟未能得到审批,将影响其中短期目标的实现。在华大举建设基地和扩张市场,李书福仍要大把地砸银子。

行家点评

"全球融资是跨国公司一种正常的折借关系。"汽车分析师张志勇认为,跨国公司进行全球融资必然要运用到高盛等国际金融机构,这与国人思维中的"高利贷"是有所偏差的。另一方面,高负债率并不能说明企业运营的困难,而是要看资金周转能力。企业进入规模化或国际化运营后,高负债率反而有利于其加速发展。从目前情况来看,吉利还不至于到了所谓被高利贷勒紧脖子的时候。**(钦文)**

黄河:壮志冲九霄 创业逐浪高

□ **杨立彬 徐春生 陈裕**

大学生黄河返乡创业,建成千头猪场,今年1-10月份已出栏生猪600多头,获利20多万元,尝到了创业的甜头,抱了个金娃娃。

耳听为虚,眼见为实,我们早就想一睹这位大学生的风采,看看他的大型养猪场,听听他介绍返乡创业的历程。初冬的一天午后,附近农民正在抢收晚稻,抢种麦子。我们来到坐落在江苏涟水县东胡集镇重河村的黄河猪场。不巧黄河刚上涟水,他的哥哥黄海向我们介绍了有关情况。后黄河打来电话,客气地说马上就到,把这里情况汇报汇报。不大一会,黄河开着自己的轿车来了。望着眼前这位风度翩翩的返乡创业大学生,我们油然产生了敬佩之意。寒暄落座后,黄河端起一杯热茶,思绪又回到了19年前的一幕幕往事……

1992年7月,家住该镇严黄村的黄河经过十年的寒窗苦读,考入了广东华南大学畜牧兽医系,他没有辜负父母和亲友的厚望,4年大学生涯,学到了丰富的专业知识。毕业后就业政策是"双向选择",他被广州惠华动物保健品有限公司录用。在公司学习培训一段时间后,黄河被分配到销售部,负责大西北片陕西、甘肃、宁夏、内蒙古等省和自治区建立销售网络。他拿着公司生产的兽药、饲料、添加剂样品,整天在外跑市场。凭着对事业的执着追求,苦口婆心地推销,过硬的产品质量,逐步赢得客户的信赖,大西北的销售市场终于被他打开局面,与规模较大的动物药品销售门市、畜牧养殖场建立了稳固的供货关系,每个省份布点达十几个,多的几十个,形成了纵横交错的销售网络,每年的销售额突破500万元,黄河被公司委任为销售部经理。从1999年开始,他又来到江苏开辟市场,利用亲缘、友缘、同学、同乡等关系,在南京、南通、无锡、常州、盐城、淮安、连云港等大中城市建立销售网络,与规模较大的定点养殖基地建立供货关系,江苏市场销售越来越红火。

十年的商海摸爬滚打,黄河认为成功秘诀就是"诚信"二字。他的工资报酬方式是底薪加提成,一般每年的年薪在20万元左右。他有了理想的工作,拥有了一套价格不菲的房子,一辆私人轿车,爱人在涟水邮局工作,小孩在县城读书,按理说有这样的条件他该知足了。但黄河从媒体上看到,家乡全民创业如火如荼,如果乘着自己年轻,还可以为家乡做一番事业,但大部分亲友认为他现在的工作和环境是"打着灯笼没处找",何必又去担着风险乱闯荡。经过深思熟虑后,黄河决定发挥自己的特长返乡创业,办一个千头养猪场。他的哥哥黄海,原来经他介绍在广东温氏养殖集团打工,给人家养猪养鸡,经多年实践已拥有一套丰富的养殖经验。兄弟俩经再三协调,决定由黄海回来负责养殖和管理,黄河负责技术。

不久,黄河委托黄海回来与镇政府商讨规模养殖事宜。镇领导向他宣传创业的优惠政策,承诺在用地、用电、建场等方面实现全方位、全天候服务。吃了"定心丸"的黄海回去后立即向黄河介绍家乡的投资环境,优惠政策,大学生返乡创业更受欢迎,养猪正是热门的农业项目。黄河听了哥哥的介绍,心里更踏实了,便到镇政府商谈新办千头猪场事宜,并当场签订了投资协议。接着黄河便在重河村重东组租地248亩,通水、通电、盖猪舍,紧锣密鼓地开展筹建工作。到2010年已投入300多万元,一排排猪圈拔地而起。在筹建过程中,镇农电站职工冒着高温为黄河猪场架设线路;交通不便,镇领导协调水泥管等物资架起一座便桥。帮办单位重河村更是全程服务,协调用地、用水等,真正做到"服务到家"。镇领导多次召开会议,现场办公解决问题,使黄河猪场加快了筹建速度。

收获了成功的喜悦,黄河计划2012年扩建猪舍2000平方米,出栏商品猪1000头以上。经过3年努力,年出栏生猪5000头以上。我们祝愿这位返乡创业的大学生一帆风顺,实现远大的理想、自己的人生价值。

客户——企业存在的全部理由

红豆集团,是集服装、橡胶轮胎、生物制药和地产于一体的大型现代化企业集团。无论是作为连锁专卖店的终端商,还是生产制造商,红豆都一直注重客户关系管理的推进工作,从系统上梳理客户关系,希望通过了解和识别顾客、顾客差异分析、与顾客互动、调整产品或服务以满足每个客户的需要来实施客户关系战略。

客户关系管理作为一种通过建立长期而系统的关系来提高单个客户价值的战略,对于企业的发展来说,有着长远意义。为此,在集团卓越绩效活动中,各二、三级企业积极开展客户关系管理的相关活动,希望有所突破,在客户忠诚度的提高、服务范围的扩大、高效的客户接触上有所收益,从编制要求质量展开表、重要度和满意度问卷调查两方面重点着手开展工作。

红豆集团各二、三级企业开展工作时,都先站在消费者的角度来挖掘、分析问题。作为消费者,都希望参与、有归属感及被倾听和关注。因此,推进客户关系管理,就可以使消费者从被动转为主动,主导产品走向。并通过编制营销管理手册,规范工作流程,对业务员和业务主管进行绩效考核,提升服务质量。业务人员深入市场一线,充分调查终端消费者需求,研究借鉴在当地市场占有率高的竞争对手产品特点,取长补短,不少企业取得今年老客户保持率100%的佳绩。

此外,客户忠诚度的提升是客户关系管理阶段中更深层次的实践。抓牢客户的基础上,各二、三级企业从抓牢客户上着手客户关系管理工作。

注重体验式营销、公共营销及客户关怀,是很好的方法之一。国际公司红豆置业镇江分公司就在客户服务和物业服务两方面双管齐下,保修处理率100%,满意度95%,客诉处理率90%,60%的目标客户成为忠实客户,50%会员推荐购买,在老客户的身上发展出了不少新客户。

对于老客户,各二、三级企业还纷纷建立了会员档案信息系统,充分收集客户信息,建立会员管理制度;对重要客户还进行了重点管理,建立详细跟踪档案,重要节日寄礼品,每月进行电话回访;建立VIP客户信息互动平台,进行新品上市通知、优惠通知、会员生日祝福、节假日祝福等;应用CRM软件系统(E店宝)对客户信息进行收集和分类管理,针对不同客户群进行定制营销;创建网上会员论坛,实施论坛营销。

客户是企业存在的全部理由。客户关系管理活动推进以来,红豆各二、三级企业收获了不少可观的经济效益。南国公司红贝服饰通过完善VIP会员管理制度,优化发卡流程,内外部激励制度发展VIP客户,VIP客户3个月内增长了116%;VIP客户二次购买率提升55%;红豆国际广场通过客户分级管理、客户活动管理(年终客户答谢会、不定期案场活动、产品推介会、发布会)、客户沟通管理(节日、生日、产品信息等)、客户关系维系管理(设立客服部、客服部和物业客服共同处理客户投诉)四大客户关系管理工作,将客户二次购买及推荐购买的比例提升到37.2%;股份公司红豆男装江苏片区,通过成立专门的小组处理客户投诉,不断了解和挖掘客户需求,改进产品和服务。今年动销率指标达到64%,比去年提升了9个百分点,会员二次购买率达到33%。

(吴亚)

宝马中国二次创业:史登科"深度"本土化

将发动机工厂引入中国,与华晨合作创立合资自主品牌,将沈阳作为新宝马5系长轴距版的出口基地,在广州车展开幕前夜,宝马便迫不及待地公布了它对中国市场的新计划……而这些计划指向的目标只有一个:深度融入中国市场。

据宝马官方公布的数据显示,今年前三季度,宝马集团在中国大陆市场的销量已经超过去年全年,总量达19.5868万辆,同比增长44.5%,全年突破20万辆销售纪录已势在必得。

而更令宝马有所期待的是,随着沈阳铁西新工厂投产在即,一直困扰它的产能紧张问题将在明年得以缓解,随着宝马X1、新宝马3系陆续登陆中国,明年宝马在中国市场的销售业绩将超越今年似乎已经是一件毫无悬念的事情。

步入青年期

"其实所有计划都在宝马预先制定的轨道中前行。"宝马集团大中华区总裁史登科开始带领手下团队进入中国创业的第二期。

事实上,早在2009年,有关宝马发动机国产项目和宝马国产车型出口海外的计划便已在坊间流传。彼时,华晨汽车董事长祁玉民向外界透露,双方的合作计划比外界想象的更为深入,一旦该计划获得董事会通过,将标志着宝马在中国市场的合作发展真正驶入"深水区"。

"事实上,除了整车厂和发动机工厂之外,未来宝马的研发中心也将逐步向中国市场转移,为中国研发更多车型。"华晨宝马技术及生产高级副总裁方诺德说。从某种意义上而言,当销量突破20万辆后,宝马已经将中国视为其在德国之外的第二故乡。

目前,除了研发和生产领域之外,在营销层面,宝马已经开始在中小城市密集织网,现在其全国授权的经销商数量已经超过200家,这个数字已与奥迪目前的经销商数量基本持平,明年宝马将加快在中小城市的经销商拓展速度。

"如果7年前,宝马在中国的成长还是一个少年,那么现在它已经步入青年期。"史登科说。

合资自主明年推出

实际上,早在去年7月,宝马汽车集团科学与交通政策高级副总裁Christoph Huss就向媒体透露,宝马希望与华晨集团在电动车领域有所合作,以对抗竞争对手奔驰与比亚迪在该领域的合作。

此消息发出后,立即引发业内对宝马出台合资自主品牌的猜想,此时本田和日产已经通过理念和启辰将此概念炒作得风生水起。随后,今年10月,史登科首次向媒体证实了这一消息,并称合资自主品牌不会只是一个过渡产品。

"中国汽车市场的增长势头和对新能源技术的渴求是该项目出台的主要背景。"对中国汽车市场未来5年的发展趋势,史登科的判断是一些本土品牌的实力将逐步提升,新能源汽车的市场份额将逐步扩大,而立足本土的合资企业将获得更大的发展机遇。这些趋势结合起来,就成为宝马在合资企业做自主品牌,进行新能源汽车研发的初衷。 **(理响)**