

健力宝,一度是国内碳酸饮料第一品牌,其成功的体育公关策略至今为人津津乐道。但是,伴随中国市场的开放,在“两乐”以及一些合资企业的凌厉攻势下,健力宝先前的优势荡然无存,市场份额江河日下。

“中国魔水”缘何“写不好”中国两字

随着软饮料行业的飞速发展,国内饮料企业出现“百家争鸣”的局面,健力宝陷入“内忧外患”的境地,从1998年开始,健力宝产销量不断下跌,市场占有率也逐年递减,最终嫁作他人妇。究竟是什么原因使“中国魔水”褪去了神奇的光环呢?

一、竞争加剧。我国饮料市场每年以20%左右的幅度增长,空前巨大的市场潜力,引得各路英雄纷纷进军饮料市场。在碳酸饮料市场,伴随市场的进一步开放,“两乐”以其一贯凌厉的市场攻势迅速抢占中国市场,并且为迎合不同的口味需要推出了多个品种,产品的多样性和系列化,令“两乐”占据了众多细分市场。调查显示,排名前10名的品牌中,属于“两乐”品牌的碳酸饮料达7个,这些品牌的市场占有率之和达86%。此外,加上汾煌可乐、非常可乐相继加入战团,健力宝陷入内忧外患之中。随着消费水平的提



高,绿色成为饮料市场的主旋律。茶饮料和果汁饮料迎合了现在消费者崇尚自然、健康的心理,符合当前消费者的消费偏好。而且,由于茶饮料和水饮料的原材料来源广、制造加工成本低,销售价格与碳酸饮料价格适当,甚至还要低,这在很大程度上给碳酸饮料造成很大的威胁。长期以来碳酸饮料一

揽天下的局面已被打破,如今的饮料市场已经呈现多层次、多品类、容量大、变化快、品牌竞争激烈的格局。

二、观念僵化。健力宝随着中国体育事业的腾飞而崛起壮大的,并且一直以体育作为灌输民族文化的载体。在创业初期,健力宝的这一品牌文化经营战略是非常独到而且成功的。但是,健力宝的民族精神灌输立足点过于单一,一直满足于自己是中国奥运代表团的专用比赛饮料,却忽视了青少年这一崇尚流行文化的庞大群体。青少年是最易接受外来事物的一代,同时也是民族感情相对淡薄的一代。当红色和蓝色成为大多数学校体育运动的主流色时,就已为健力宝的失败埋下了伏笔。民族情对于健力宝来说已经成为了一种文化和哲学,在每年的市场征战中不断编织。但在全球经济日益一体化的今天,消费者的民族情结正在淡化,特别在新一代年

轻人中,而他们正是饮料消费的主力军。因此,健力宝又必要反思一下自己一贯采用的传统体育路线和民族牌在新形势下的可行性。

三、人才掣肘。老总李经纬曾经指出,健力宝最大的问题,最大的危机是缺人才,尤其是缺中层以上的人才。他曾经说过这么一句耐人寻味的话:“打个比喻,一个人,只能担130斤的担子,再加上几十斤,腰骨要断了。你要找能担200斤的人”。人才已经成为健力宝发展过程中最大的掣肘。健力宝集团的人才症结可以归因为以下几点:首先,管理权限过于集中,人才难以自由流动,限制了各级部门的主动性和灵活性。其次,缺乏科学严格的人才选拔制度,单一的委任制使许多优秀人才不能脱颖而出。再次,新陈代谢不容易,“干部换不下来”是李经纬最大的遗憾。此外,由于健力宝偏居三水小城,对高素质的人才不能形成很强

的吸引力。为此原因,健力宝集团将总部搬到广州,但是事实上,随着广州健力宝大厦的建成,其设想的人才招聘计划并没有得到很好地实施。

延伸阅读:

健力宝的价格不存在任何竞争优势

在价格上,健力宝一直不存在任何竞争优势,甚至一度高于“两乐”。原因则在于其一直居高不下的成本。一方面,由于健力宝的主要原料之一是蜂蜜,较为昂贵。另一方面,导致健力宝成本高居不下最重要的原因在于内部管理。企业的成本管理意识薄弱,人为造成采购成本过高,内外部资源没有得到有效的整合,不注意节约,还有管理费用过高等因素。此外,健力宝似乎对价格颇为陌生,价格很少调整,也几乎没有什么定价策略的招式。(王理)

首届江苏省陶瓷艺术大师·陶瓷艺术名人作品开幕

秋风送爽,丹桂飘香。近日,由江苏省陶瓷行业协会主办,宜兴市陶瓷行业协会、中国陶都陶瓷城共同承办的“首届江苏省陶瓷艺术大师、陶瓷艺术名人作品展”开幕式在中国陶都陶瓷城国际博览中心三楼隆重举行。宜兴市人大常委会主任吴国成,宜兴市政协主席邵亚群,宜兴市委常委、副市长梅中华,丁蜀镇委书记马钟,江苏省陶瓷行业协会常务副会长

史俊棠,中国陶都陶瓷城董事长石国松,驻宜院校、所领导何祖伟、邱永斌以及国家级大师徐汉棠、徐秀棠、汪寅仙、何道洪、曹婉芬、毛国强、李守才、邱玉林、徐达明、吴鸣、季益顺等陶艺家及其他嘉宾共200多人出席开幕仪式。开幕式由省陶协副会长兼秘书长鲍建生主持。首届江苏省陶瓷艺术大师、陶瓷艺术名人评审工作于今年5月份正式启动,经过严格的资格考



核、专业评委的认真裁定,其中陈建平等35人获陶艺大师称号,孙伯春等41人获陶艺名人称号。本次作品展展出的首届省陶艺大师、陶艺名人作品76件(套),绝大部分为首次亮相,无论是古朴雅致的紫砂、端重妍整的均陶,还是温润如玉的青瓷、瑰丽绚烂的彩陶,都体现出了不俗的技术水准和文化内涵,在传承与创新中彰显出入古而新的艺术魅力。本次展出时间将延续至宜兴秋洽会结束。(王霖)

中华环保世纪行新闻采访组到玉柴考察

玉柴董事局主席晏平接受新浪网财经频道专访

11月23日,全国人大环资委副主任委员张文台率由新华社、人民日报、中央电视台等19家中央新闻媒体记者组成的中华环保世纪行宣传活动新闻采访组到玉柴考察。自治区人大常委会副主任覃瑞祥等陪同考察,玉柴股份公司副总经理宁兴勇、党委副书记郭德明热情接待了新闻采访组。

张文台一行先后参观了重机加工生产线、重机装试生产线、污水处理站、铸造中心,就玉柴推动工业固体废物污染防治和资源综合利用进行了了解。一直以来,玉柴高度重视环境治理、节能减排工作,深入开展技术改造,积极推进管理创新,加强工业固体废物污染防治,实行油泥干化处理,危



张文台(前中)参观玉柴重机装试生产线(梅昌富 摄)



张文台(右三)一行参观玉柴污水处理站(梅昌富 摄)



晏平接受采访

险废物无害化处理,减少污染物产生;实现铸造废砂再生再利用,减少固体废物产生;对含油废破布进行清洗、烘干,减少危废排放;推广利用节水技术,实现中水回用,从而实现了资源综合利用的最大化,收到了经济社会效益好、社会认可度高、环保认可度高、品牌知名度高的良好效应,推动了企

业的可持续发展。张文台对玉柴推动工业固体废物污染防治和资源综合利用取得的新成效给予充分肯定,当看到污水处理器处理出来的中水后,很是欣慰地说:“这水用来浇花都没有问题了。”新闻采访组记者对玉柴推动工业固体废物污染防治和资源综合利用表

示极大的兴趣,认为玉柴不愧是“中国绿色动力之都”,值得深入采访报道。又讯12月5日,新浪网财经频道“寻找新生机,点亮民族魂”系列采访报道组走进广西玉柴,探访玉柴的行业发展环境、企业核心竞争力和“千亿玉柴”发展战略。玉柴集团公司董事局主席晏平接受了记者的专访。

2011年底,新浪网财经频道推出了“寻找新生机,点亮民族魂”系列采访报道,采访组兵分八路,深入中国经济增长较快的城市,探访当地最具代表性的企业,专访行业领军人物,报道中国最活跃、最有变革力的企业的发展故事。玉柴作为发动机行业的领军企业,作为民族工业的典型代表,其发展历程、发展动力、市场环境、核心竞争力、发展规划和成功经验等都深深地吸引着这个采访组,成为其追逐、采访的重要对象。晏平在接受采访时,主要谈了今年的市场形势,玉柴的核心竞争力、发展战略和实现“千亿玉柴”的信心与实力。(陈潇潇 温正华)

湖北省委省府召开稻花香过百亿元表彰大会

稻花香入选2011湖北企业100强

□ 本报记者 许强 通讯员 袁林

“稻花香集团销售收入突破百亿元,成为我省首家过百亿元的农产品加工企业,这对湖北农业、‘农字号’企业来说具有里程碑意义。”12月2日上午,湖北省委、省政府召开大会,隆重表彰湖北稻花香集团销售收入突破百亿元,省委书记李鸿忠、省长王国生专门发来贺信,对湖北省农产品加工业“四个一批”工程中第一家过百亿元的企业稻花香集团给予了高度评价。会上,湖北省人大副主任刘友凡、副省长赵斌、省政协副主席李佑才为稻花香集团总经理蔡开云颁发奖杯和100万元奖金,湖北省委副书记张昌尔出席大会并发表讲话,湖北省委副秘书长、省委财经办(省委办)主任刘田喜主持表彰大会。

稻花香集团1982年建厂。近年来,该集团抢抓湖北省委省政府实施“四个一批”工程战略机遇,乘势而上,“三年三大步、一年一跨越”,今年10月销售收入突破100亿元,实现了湖北农产品加工业百亿企业零的突破,为湖北省“农字号”企业跨越式发展树立了典范。为此,根据李鸿忠书记、王国生省长的提议,湖北省委、省政府隆重召开表彰大会,以此表彰稻花香

的巨大贡献,宣传、学习稻花香的经验,在全省上下掀起新一轮农产品加工企业跨越式发展的新高潮。

李鸿忠、王国生在贺信中说,“稻花香集团从‘三个人、三口缸、1500元贷款’起步,历经市场经济洗礼,企业由小到大、从弱到强,跻身全国白酒行业前八强企业、民营企业500强,是湖北农产品加工企业扎根荆楚、勇于开拓、不断进取、走向辉煌的真实缩影和成功典范。30年来,稻花香人始终保持艰苦奋斗的创业本色和永无止境的创业激情,创造了由乡村作坊发展成为百亿强企的现代商业奇迹,谱写了我省农产品加工业发展的辉煌一页。”

张昌尔在讲话中说,稻花香集团创造了很多可供学习借鉴的经验,不仅是稻花香人的骄傲,也是全省人民的骄傲。稻花香集团的成功,将激励和鼓舞全省农产品加工企业做大做强的信心和决心。要按照李鸿忠书记提出的让全国人民“喝长江水、吃湖北粮、品荆楚味”的总体目标,拼搏进取,扎实工作,加快推进湖北省农产品加工发展,努力建设农业强省。稻花香为全省的农产品加工业发展带了一个好头,希望各个部门、各个方面继续给予大力支持,为稻花香集团等农产品加

工企业创造良好的发展环境,希望稻花香集团抢抓机遇、乘势而上、再接再厉、再创辉煌!

湖北稻花香集团董事长蔡宏柱在大会上表示,“十二五”期间,稻花香要做大做强五大产业,实现年销售收入500亿元、年创利税50亿元、集团成员企业达到100家、培育1家上市公司、争创5个驰名商标、进入全国500强。

又讯不久前,“2011湖北企业100强”排行榜在武汉发布。湖北稻花香集团再次榜上有名,位居排行榜第34位,这是该集团连续三次入围百强榜单。

湖北省委书记李鸿忠,省委副书记、省长王国生,省委常委、省委秘书长李春明,省委常委、宣传部部长尹汉宁,省人大常委会副主任任世茂,副省长段轮一,省政协副主席陈柏槐等出席会议,并为入选企业授牌。稻花香集团工会主席王家福上台领奖。

2010年,稻花香集团面对日益白热化的市场竞争,以项目建设为重点,以市场营销为核心,积极调整产业结构,发展农业产业化循环经济,不断完善基础管理、提高决策执行力,在生产、技术、质量、市场以及项目开发建设等各方面创新工作思路和方法,狠



抓落实,实现了企业效益和社会效益的双丰收,2010年,稻花香实现销售收入73.16亿元,创利税7.1亿元。今年以来,稻花香持续保持健康快速发展的好势头,企业形象和品牌形象大幅提升,综合实力不断增强,蝉联中国民营企业500强,并以140.71亿元的品牌价值入选中国新八大名酒,成为建国来首个入选中国新八大名酒的湖北白酒品牌。

王国生代表省委、省政府向入选企业表示热烈祝贺。他说,百强企业是全省经济增长的“火车头”、结构调整的“领头羊”、自主创新的“先锋队”,综

合实力提升的“航母群”。湖北又好又快发展的良好形势,离不开百强企业所做的巨大贡献。“十二五”时期,我省将加快构建中部地区崛起重要战略支点,为企业大显身手提供了广阔舞台。希望百强企业抢抓机遇,加快转型升级,实现创新突破,优化配置资源,凝聚优秀人才,积极履行社会责任,发挥引领示范作用,进一步把企业做大做强。

据了解,此次发布会由省企业联合会、省统计局和湖北日报传媒集团共同主办,是该省第三次发布百强企业排序。

郭庚茂：众品公司要继续拓宽国际市场

□ 本报记者 李代广

11月23日,河南省委副书记、省长郭庚茂带领省发改、工信、教育、国土、住建、农业、商务、科技等有关部门负责同志,莅临安阳众品现代服务产业园项目建设基地考察调研工作。

河南省政府秘书长郭洪昌,安阳市领导张广智、张笑东、陈明今,汤阴县领导唐献泰、田海涛,县政府党组成员、副县级干部、县产业集聚区管委会主任郑法文等陪同调研。

安阳众品现代服务产业园项目是河南众品集团在汤阴县投资兴建的,河南众品集团董事本保利向郭庚茂省长汇报了公司发展情况及产业布局情况。中原经济区建设上升为国家战略,对企业快速发展、食品产业升级是历史性的重大机遇。

河南众品公司定位于中国肉类产业链整合商和中国冷链食品集成服务商,创新商业模式,通过加工制造业和服务业的联动,集成仓储、运输、分拣、配送、检测、信息、金融服务等功能,构建价值平台,不仅是满足企业自身的需求,更多地是为该省食品行业提供系统化、标准化服务。“十二五”期间,公司将继续实施深耕大中原战略,在大中原现有产业集聚区基础上进行第二轮产业布局,加快冷链物流基地项目建设,做大、做强加工制造业,通过“链、群、网”发展模式,优化资源配置,强化各产业基地之间的互动,发挥产业集群效应,实现效益最大化。同时以开放带动整合,以产业战略协调城市战略,促进区域经济发展、产业升级,为中原经济区建设和“三化协调”发展做出新的贡献。

随后,本保利董事向郭庚茂省长介绍了众品现代服务产业园项目的基本情况 & 项目进展情况。

郭庚茂省长对公司大中原产业战略及现代服务产业园项目建设情况频频点头表示肯定。郭庚茂省长指出,产业集聚区建设,要突出产业功能,按照“四集一转”要求,继续完善、创新推进机制和管理办法,加大招商引资力度,形成一批特色鲜明的产业集群,为新型城镇化和中原经济区建设提供强力产业支撑。

在产品展示柜前,本保利董事向郭庚茂省长介绍了公司的产品情况。郭庚茂省长详细询问了公司产品外销、进口情况。本保利董事向郭庚茂省长汇报了公司国际化战略。

郭庚茂省长对公司发展表示满意,并亲切地鼓励公司抓住中原经济区建设契机,准确把握市场,继续拓宽国际市场,驾驭发展方向,努力为地方经济的发展做出更大的贡献。

禹州公路局全力服务经济发展大局

河南省禹州市公路管理局全面提高全市干线公路的等级和路网水平,紧紧抓住国家为应对国际金融危机扩大内需加大基础设施建设投入和有关政策倾斜的大好机遇,以服务全市经济发展为立足点,狠抓路网项目建设,近年来累计完成投资上亿元,先后完成了S325线浅井段水毁工程、禹州市远航路道路雨污水工程、S237线禹州境内4.5公里中修等,有力地促进了禹州经济社会又好又快发展。

(魏振明 尹俊鹏 张国峰)