

聊城发电 财务创新带来滚滚财源

这几年,全国火电行业一直很窘迫,成本高带来了巨大压力,也使行业融资举步维艰。国电聊城发电有限公司却在财务管理方面大胆创新,通过融资租赁、保险索赔等等新颖手段,收获了滚滚财源。

借融资租赁解燃眉之急

资金是企业生产的生命线,对于亏损多年的火电行业来说,更是如此。从2009年至2011年,我国金融政策的出台频率和力度历史罕见,融资环境复杂多变,很多火电企业为融资愁白了头。

“面对这种情况,我们的压力也非常大。为了保证企业的生产,进而盈利,我们绞尽脑汁,采用了多种财务方法进行融资,甚至在国电集团内开创了融资租赁成本不高于银行同期贷款利率的先河。”聊电总会计师张庆山说,融资租赁在我国是一种全新的融资方式。为了最大限度地为企业保证生产资金,早在2009年3月,聊电就成功与北京某租赁公司采用了售后回租方式,融资了25亿元;之后,又与上海某租赁公司采用直接租赁方式融资25亿元,且租赁成本不高于银行同期贷款利率,这种方式开创了国电集团公司的先河。

除了采用融资租赁的新融资方式,2009年以来,聊电还通过发行票据、信托资金等方式筹集资金1355亿元,利用“统借统还”政策贷款方式贷款15.75亿元,采用委托贷款方式贷款12亿元。



元,采用委托贷款方式贷款12亿元。正是这种不断的努力、深厚的积累,使聊电逐步优化了融资结构,增加了抗风险能力,解决了企业资金链紧张这一严重制约企业发展的瓶颈问题。

保险索赔也能“榨出”资金来

除了想方设法地融资、节约各项费用之外,聊电还积极开拓新的财务管理方式,到处挖潜,力争将财务管理之花开遍聊电的各个生产经营环节。

“以前我们没有想到保险索赔也能给企业带来收益,就没有细致研究这个方面。后来,一个偶然的机会,我们发现

保险索赔成功也能带来不少资金,就着力实践,现在已经为企业带来了不少收益。”张庆山笑着说。

他举了一个例子。2010年1月27日,聊电集控发现3号炉的补水量增大,炉内异响。随后停机检修,等蒸汽散尽后进炉检修发现未级过热器爆管42根。

此次事故后,聊电及时与济南太平洋保险公司联系,并向该保险公司提供原始凭证和相关损失报告。该保险公司也现场对这两台设备进行了取证、核对,进行论证、定性等一系列工作。由于聊电情况上报及时,尤其是在后期各部门配合准备材料齐全。最后,该保险公司同意赔偿聊电3号炉爆管相关修复费用

3458万元。此次保险赔偿是3号炉开机以来的首次赔偿款项,不仅减少了直接经济损失,也使得我们意识到了保险索赔中的“大智慧”。

为将保险索赔的效益最大化,针对保险索赔中涉及到的问题,聊电还特意邀请相关保险公司专家向生产技术人员、检修人员和财务人员介绍了有关保险索赔的问题。2009年以来,聊电成功索赔了40425万元,最大限度地减少了企业的经济损失。

近期,聊电财务部就针对保险索赔中涉及到的问题,邀请了济南太平洋保险公司向生技部、检修部门和财务部门介绍了有关聊电的保险索赔问题。其内容涉及到设备、索赔步骤和索赔金额的确定,补充了大家观念中的保险意识。电厂保险由于项目大、涉及险种数量多,投保资产数额庞大,所以一般保额也都很高,保险公司虽然收进了数额很大的保费,但不会将所有风险留给自己,而要通过再保险安排以分散风险。这就需要企业自己认真研究并与保险公司签订的保险条款,充分利用其中的每一项条款来保护自己的合法权益。

扎实有效的工作不仅带来了效益,还带来了荣誉。聊电多次荣获国电集团和山东公司的财务管理先进单位,荣获2011年集团公司“资本运营与产权管理”先进单位,还曾荣获国电集团“贷款置换与票据结算”总经理奖励基金二等奖。

(国电)

光明乳业 投建新厂 升级布局

“2012年公司将延续上年的良好发展态势,今年保守的市场销售目标是130亿元,增速仍然要争取超过行业平均增幅。”刚刚开年,光明乳业总裁郭本恒就放出豪言。据透露,去年光明乳业销售突破百亿,今年将在奶源、工厂、科技三大领域建设提速,加紧拓宽腾飞跑道。

2011年,光明乳业依靠产品调整使得毛利率再创新高。资料显示,仅莫斯科安、畅优、健能、优倍、优+这“五朵金花”就实现销售近28亿元,其中畅优销售近8亿元,首款常温酸奶莫斯科安与上年同比增长高达350%。郭本恒告诉记者,今年元月开局飘红,公司整体销售业绩超额完成预算至少20%以上。

郭本恒表示,2012年光明品牌“五朵金花”总销售额要增长65%以上,战略单品中畅优销售额要突破10亿元,莫斯科安则要冲击15亿元,优倍要巩固高端鲜奶第一品牌的市场地位,培儿贝瑞要在上海做到第一品牌。

为了实现目标,光明乳业的奶源、工厂布局将加快升级。光明乳业新闻发言人、公共事务总监龚妍奇透露,今年年底之前,在武汉13亿元投建的华中首家“生态示范牧场”将竣工投产,可饲养奶牛3000头,年产鲜乳1.32万余吨,为光明高端鲜奶优倍的生产输送更多优质原料乳;在河北规划投建的3000-5000头规模现代牧场项目也已进入实质性操作阶段。苏北4万头规模海丰牧场已经初期投产,又将在其他地区投建类似规模的现代生态牧场。

此外,位于天津的“华北中央工厂”,作为公司在华北的常温产品战略性生产基地今年可建成投产,日产可达1000吨。另一位于上海马桥的“华东中央工厂”,作为光明乳业鲜奶和酸奶品类的战略性生产基地,主体结构也将于今年完成,投产后可实现年产60万吨液态奶。

据悉,今年上半年光明乳业还将推出一款突破性的品类创新新品,进一步丰富产品布局。(周照)

美的世界:告别“生意” 走向精益

早在几年之前,美容服务行业就被视为将成为房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点。实际上也的确如此,近几年国内的美容及相关市场一直保持15%以上的增长速度。

中国美容市场的巨大潜力,不仅吸引了诸如自然美、现代美容、莎莎国际、修身堂等国际品牌的不断强势加入,也使得本土品牌呈现遍地开花之势。南京美的世界也是其中的逐力者之一。“我们打算在2014年和2015年完成上市。”南京美的世界纤体SPA国际连锁机构董事长谢璞若这样说。美的世界成立于1994年,总部注册于香港。这家历时近20年的公司,依然走在优化管理的路上。

转变盈利模式

作为中国SPA行业的十佳企业之一,从1994年创立至今,美的世界已经被打造成江苏省唯一一家集美容、纤体、SPA和专业咨询、管理、教育为一体的集团化公司,目前拥有10余家连锁直营店,2012年计划新增连锁店总数能达到60家。对于同质化竞争激烈的美容SPA行业,谢璞若认为美容业发展到一定规模,赢利点必须发生转变。

谢璞若说,“其实连锁服务行业跟其他连锁行业在本质上是不同的,以美容院连锁为例,当店铺和连锁规模都很小时,我们的盈利模式可能是‘营业额主要依靠护肤美容产品的销售’;但当行业演进到开大店、大型连锁的时候,盈利模式就需要‘依靠护理、按摩、纤体等服务收费,以及提供一种休闲放松和社交的空间’,服务型连锁企业的眼光,需要从物质层面挪开,转向消费者所注重的精神层面。”

伴随盈利模式的转变,总部的功能也被放大,从原来单一的产品配送、人才

培训,到现在的企业文化输出,品牌塑造,在高附加值上争取差异化经营空间。

连锁服务业的总部需要具备梳理整个组织框架的能力,做到各有所长各有所施,通过整合各方资源,实现组织目标利益的最大化,对整个机构有一个详实、真切的掌控。通过对制度流程的梳理及对管理体系的完善,总部要将管理工具更加细化更有针对性,这样更有助于总部管控直营机构,同时减少烦乱管理工作的弊端,全部实现考核制和数字化管理。此外还要通过对岗位的调整以及为员工提供常年的辅导培训,推动一些有能力的员工发挥其专长,实现自己和企业的共同价值,拉近员工与企业的距离,突出人性化管理的理念;在资金管理上,尤其需要完善现金流预算管理制度。

谢璞若强调,只有这样才能使连锁经营总部管理职责实现发展理念明确化、运作模式明了化、后勤保障系统顺畅化、研发能力持续化、资金管理精细化。

强化管理

对于以直营为主的美的世界来说同样面临管理上的难题。有人将现金流充沛的美容连锁店形容为等于开“美容银行”。这并不夸张,美容行业通过预售美容套餐的营销方式,获得了与银行“吸储”一样的功能,使其能够将客户预付款滚存和集中使用,以支持企业的运营和扩张。这种“类金融特性”使得美容连锁机构可以在没有外部金融资源的支持下扩张,且每年底账面均有大额银行结存及现金。但是往往这种情况下,反而蕴藏着巨大的风险。而且由于连锁企业的分支机构较多且分散,财务管理和规范的难度较大,所以其财务规范问题也较易受到监管部门的特别关注。

美的世界财务总监李恩军表示,美容连锁企业一般有两个财务问题,一是财务制度的不规范,另一方面则是为偷逃税所产生的财务造假问题。在财务制度方面,连锁企业通常存在会计核算不统一、会计政策运用不正确、会计凭证不合规等问题。而且还多存在不开或少开发票、少计收入、多计成本以及账外账等现象。对于即将运作上市的企业来说,这两点更是亟待解决的。

李恩军强调,要想管控好风险关键是要对现金、银行存款、应收账款、应收票据、存货等都建立基本资金管理制度。只有这样,管理者才能对连锁店的具体情况了如指掌,也才能打通这条支撑连锁服务业不断发展壮大的资金链条。

虽然并“不缺钱”,但李恩军强调现金管理仍是财务管理的第一要任。“目前对现金管理的目的是要在确保现金生产的同时,尽可能节约现金业务,减少现金持有量,将闲置的现金投资,以便获得更多的投资回报。”

对于美容SPA这个行业来说,管理现金流的基本原则一是要有一个稳定的收入,还要建立完善的现金流预算管理制度,包括总预算和日常预算。其实美容院的日常管理模式并不复杂,现金业绩来源包括会员卡业绩以及部分客人购买疗程、产品及单次护理所支付的现金。“现金流为正,这绝对是好事;但是由于很多消费属于预付费,所以也会有现金流为负的时候,但并不意味着当期利润为负。所以做好预算管理是服务行业现金流管理的重中之重。”

“除此之外,加强应收账款管理以及加强存货管理减少流动资金占用等也对有效的现金流管理起着很大的作用。”李恩军表示,即将开启资本行程的美的世界将在管理上更加重视和严谨。

(铁民)

北车首尝跨国战略合作 携曼谷地铁开拓泰国市场

日前,中国轨道交通装备行业首个跨国战略合作协议在上海诞生。根据中国北车长客股份公司与泰国曼谷轨道交通公司(BTSC)签署的合作协议,双方将共同拓展泰国地铁市场。

曼谷轨道交通公司是泰国最具实力的地铁运营公司,2007年6月与长客签订了48辆地铁车辆采购合同,2011年又

增购原合同20辆地铁车辆。目前,该公司正在投标泰国多个车辆采购项目,其中包括为曼谷绿线、曼谷绿线北延伸线、曼谷绿线南延伸线以及曼谷LRT线等项目累计采购200辆车。曼谷轨道交通公司中标以上项目后,将首选从长客股份公司采购所需车辆,双方还就整个泰国轨道交通市场的联合开发达成了战略合作

识。

经过将近30年的发展,中国轨道交通装备企业的国际战略开始从简单的产品定制和出口提升到战略合作层面。中国北车正着力推动出口结构由产品输出向技术输出和资本输出的转变,今后会在国际其他区域复制战略合作的市场拓展方式。

(涂露芳)



浦发银行 以服务求生存 借服务谋发展

近日,浦发银行天津浦诚支行、上海分行第一营业部、南京分行营业部、南昌分行营业部、武汉分行营业部和呼和浩特分行营业部等6家机构被中国银行业协会评选为“2011年度中国银行业文明规范服务百佳示范单位”,获誉机构总数及比重在同类股份制商业银行中处领先地位,浦发银行优质的客户服务获得社会各界的高度认可。

据悉,浦发银行获誉的6家机构中,天津浦诚支行在天津地区所有参评的银行网点中排名第一,继2009年后第二次次跻身“百佳”之列,成为天津地区首个两度获此殊荣的银行网点。该支行是浦发银行在天津开设的第一家支行,成立初就确立“以服务求生存、靠服务谋发展”的经营思路。将服务视为“安生立命”之本,是其赢得客户和社会各界认可的根本原因。

不断延伸服务层次

多年来,浦诚支行始终坚持以客户为中心,不断将服务向深层次延伸。早在网点规划布局阶段,该支行就根据客户需求将营业区域划分为营业大厅、理财专区、自助设备区、网上银行体验区等多个区域,逐个完善服务功能,使客户在办理

业务时更加便捷高效。为营造更加优质的客户体验,浦诚支行积极开辟特色服务:针对两万元以下的简单存取业务,开通小额存取款绿色通道,减少客户等候时间;设立文明服务标兵窗口;开展限时服务;在营业厅设立童趣园,方便带儿童的客户办理业务等。

“五五五五六”管理

为推进服务规范化,提升服务品质,浦诚支行探索实施了日常规范“五定”;班前“五准备”;管理细节“五察看”;“五步”和“六心”服务的“五五五五六”管理模式。此外,浦诚支行还积极实施柜员的“三备一查”制度,即上岗前备好整洁的行服及星级柜员标志牌、备好各类营业用品、备好文明用语和良好心情,结束工作后检查桌面、地面、电脑和卫生责任区有无遗漏。

通过管理模式创新、管理制度的完善,以及积极开展服务培训、技能竞赛、以老带新、岗位轮换、员工自查互查、标兵评比等措施,支行把员工业务知识、服务理念、职业道德教育结合,形成比、学、赶、帮、超的良好氛围以及提升服务品质的长效机制,确保客户服务规范性和满意度不会随人员的变化产生大幅波动。

(甘玲玉)

博瑞传播 收购海南公司 加速布局全国市场

博瑞传播已经开始将其户外媒体的资源布局到海南岛。博瑞传播的这一次布局,也加速了其全国综合性媒体企业的转变。

日前,博瑞传播公告对外披露:“为不断开拓媒体资源空间,打造全国性户外媒体资源网络,将户外广告业务培育成公司的支柱产业,逐步完成由区域性强势媒体经营企业向全国综合性媒体经营企业的转变,公司控股子公司四川博瑞眼界户外传媒有限公司与洋浦隆龙传媒有限公司、吴坤平签订了《股权转让协议书》,博瑞眼界拟收购海南博瑞三乐传媒有限公司60%股权”。

据了解,海南洋浦隆龙传媒有限公司拥有海南省内规模最大的户外广告公司,其户外媒体资源包括海口、三亚等城市的大型户外广告媒体近百座,主要分布于海口、三亚、文昌等市区及周边主要交通节点位置,商业价值极高,媒体权益期较长。预计该项目2012年可实现销售收入6000万元,实现净利润3000万元。

公告也指出,西部首选雄厚资金寻优质项目,免抵押,可风险投资,手续简捷,个人、企业项目不限、地域不限。电话:028-68000128

西部首选

(每经)