

战略转型 | ZhanlueZhuanxin

铸造新优势

中国铁建

齐中熙 樊曦

在世界经济低迷、建设市场不景气,特别是国内铁路建设市场遭遇“严冬”的情况下,中国铁建股份有限公司及时调整布局,谋求发展新机遇,最终成功实现了战略转型。

抵御“严冬”实现战略转型

“2011 年对中国铁建来说是极不平凡的一年,也是铁道兵转企改制以来面临最严峻考验的一年。”中国铁建董事长孟凤朝说。

国际市场上,国际金融危机影响仍在发酵,欧债危机深度演化,全球经济不振导致国际建筑市场低迷;加之西亚、北非政局动荡,直接影响中国铁建在这些国家的一批建设项目。

国内市场上,原材料与劳动力成本上升、信贷紧缩,特别是遭遇了铁路建设市场遭遇“严冬”,新建项目锐减,一批在建项目因资金问题停建、缓建……

对于工程承包业务占总业务 90%,铁路业务又占其中 60%的中国铁建来说,这样的冲击无疑是残酷的。

“严酷的形势,既是挑战,也是机遇。只有趁机优化结构、转型升级,加快战略调整,才能为企业发展注入持久的动力,才能将中国铁建打造成真正具有国际竞争力的世界一流建筑企业。”孟凤朝说。

一系列战略转型措施相继出台:——调整经营重点。面对铁路新项目锐减的形势,中国铁建及时把经营主攻方向放在经济发展的重点区域、建设的关键行业、投资的热点领域,大力开拓公路、房建、城轨、市政、



水工、机场、矿山以及环保、新能源等市场,实现“5 个转变”,即从铁路转向路外、从地上转向地下、从东部转向西部、从政府转向企业、从国内转向国外。

——创新发展之路,构建共赢模式。积极推进与各地政府、大型企业的战略合作,一年来,先后与湖北、江西、重庆和昆明、湛江等 10 多个省市以及神华、大唐、中外运等 20 多家大企业签订战略合作协议,为企业拓出一片新天地。

“到有鱼的地方撒网”,为中国铁建抵御“严冬”、确保稳健发展奠定了坚实基础。截至 2011 年前三季度,企业营业收入、经济效益稳中有升,新签合同额仍处历史高位。

“钻山入海”昔日铁道兵练就新绝活

2012 年 2 月 16 日,由中国铁建股份有限公司旗下的铁建重工集团自主

研发、具有自主知识产权的“星城一号”盾构机在长沙正式下线。这个大型“钻地龙”将用于长沙地铁项目,标志着中国铁建在科技创新、大型机械制造领域取得新的突破。

盾构是世界隧道施工效率最高、最安全先进的装备,是衡量一个国家隧道施工水平乃至装备制造业水平的重大关键设备之一。然而,在我国的隧道建设市场上,约 90%的盾构设备被欧美、日本的企业占有,中国建筑承包商为此不得不付高昂成本。

2008 年 8 月,中国铁建经反复考察论证认为,我国隧道施工高峰期即将到来,隧道施工重型装备市场前景光明。于是,斥资 434 亿元在长沙国家经济技术开发区投资新建隧道施工重型设备项目,旗下铁建重工集团开始自主研发制造盾构机。

铁建重工研发团队汇聚了一批电气、液压、机械等领域的创新型人才,在研发过程中突破了已有盾构产品设计理念的束缚,对盾构各系统部件设

计了全新的架构,并通过技术攻关和创新,在关键核心技术领域实现了重大突破。

2009 年 8 月,中国铁建重工集团打造出第一条盾构机生产线,盾构机国产化率达到 80%以上。

我国有了自主研发的盾构设备后,也“倒逼”国外企业不断降低盾构机价格,从最初的每台单价过亿元,降为现在的

每台四五千万元。2011 年,中国铁建重工集团签订盾构订单 40 多项,其市场占有率跃居国内第一。

“钻山”之外,中国铁建还积极“入海”。2011 年 8 月,一个新的专业化集团公司——中国铁建港航局集团在珠海挂牌,标志着“昔日的铁道兵已经把一只脚伸进了太平洋”。

“从陆地到海洋,中国铁建水陆并进,意在更大市场空间里舒展活力,产业链条将更加完善。”孟凤朝说。

【相关链接】走向海外 闯出一片新天地

“走向国际市场,是中国铁建谋求长远发展的战略抉择。2011 年,即使面对西亚、北非政局动荡加剧,给海外经营带来诸多困难的情况下,中国铁建‘走出去’的信念仍未改变。”中国铁建总裁赵广发说。

以往,中国铁建的业务 90%多来自国内市场,国际市场不足 10%,这与企业建设“跨国集团”的战略尚有不小差距。2009 年以来,中国铁建积极走出国门,发挥自身优势,将资本运营的触角延伸到国外,在促进当地经济发展的同时,促进企业自身转型。

2010 年,昆明中国铁建集团组建了海外部。昆明中国铁建董事长、党委书记马云昆说,“走出去”不仅仅是产品销售,更重要的是输出铁路养护维修的管理模式和成套装备制造与应用技术,提供包括产品、服务、线路养护施工及管理等等在内的一揽子解决方案。通过产品出口、技术出口、服务出口,使企业成为国际大型养路机械、工程机械产品和服务的供应商。

2011 年,昆明中国铁建集团实现海外营业收入 1.2 亿元。

不仅是开拓海外铁路市场,中国铁建还把目光投向海外矿产、基建等多个领域。

2010 年,中国铁建联合铜陵有色金属集团控股有限公司,各出资 50%共同组建中国铁建铜冠投资有限公司,联合收购加拿大初级矿业公司的消息,引起业界极大关注。此次收购,将获得初级矿业公司旗下厄瓜多尔东南部 17 个铜矿区的开发权。该项目一期将形成 6 万吨/天的采选生产能力。

2011 年底,中国铁建还开拓了境外矿产资源的第二阵地:参股几内亚铁矿项目。此举不仅提高公司在国际市场上的竞争能力,而且会带来经济效益与社会效益的双丰收。

此外,由中国铁建主导,联合有关单位联合开发的尼日利亚莱基自由贸易区项目,已成为国家重点支持的境外经济贸易合作区,并获得国家政策和资金支持,目前项目正稳步推进。

有这两点做到了,那么你的技术自然会领先于别人。”在董明珠看来,“中国制造”想要突围,企业家一定要有个好的心态,不能浮躁,应该求精、求稳。如果我们的心态不转变,还是急功近利,还是鼠目寸光,对“中国制造”将会有很大影响。她还认为,掌握核心技术对中国制造很重要,技术创新才能让消费者敞开大门。

(戴和清)

格力提出今年销售目标千亿 5 年后目标 2000 亿

年销售收入超过 820 亿元,这是在压力重重的 2011 年家电市场上,格力电器交出的业绩答卷。格力高层表示,2012 年格力将全力冲刺销售收入过千亿的目标。而未来五年,格力电器将延续目前的扩张速度,力争实现营业收入达到 2000 亿元的目标。

近日,格力电器总裁董明珠在接受记者采访时表示,就算是行业增速是个位数,格力电器也会保持稳定的增长。2002-2008 年,家电行业的增长

也是个位数,特别是 2008 年,整体行业是下滑的,但格力电器还是保持了两位数增长。“我认为行业会进一步整合,格力将借行业调整期进一步提升行业整合力。”

实际上,到 2011 年底,国家节能惠民和以旧换新政策相继到期,家电下乡政策也已开启退出机制,整个家电企业对产业政策运用过度、依赖度过高的一些负面影响也逐步体现出来。

“国家财政的这些钱,并不是拨给企业,是拨给市场和消费者的。国家是希望通过产品的能效升级,让消费者在消费体验的过程中,改变消费观念而实施的。”董明珠称,一个企业在发展过程中,需要政府给的,不是这个补贴那个补贴,而是要营造一个好的经营环境,创造一些可监控、能够保护消费者利益的东西。

董明珠认为,政策的退出对具有品牌、渠道优势的龙头企业而言,意味

着提高市场份额的机会来临。未来家电行业消费重心下移的趋势还将延续,三、四级市场将成为行业需求的有力支撑。

对于中国家电企业如何建立真正意义上的竞争力,董明珠还是坚持她的“工业精神”：“我一直认为一个制造业不要太浮躁,不要追求利益最大化,而要追求消费者的利益最大化,怎么来保证市场最大化?无非就是两点:一是创新意识,二是人才培养。我认为只

目前“中智联”已发布了智能电视的操作系统,正在做智能电视的标准,“我们希望未来这个标准能够成为行业标准,并最终能够成为中国的国家标准。中智联除了目前的三家企业以外,还包括台湾几家芯片公司,未来中智能还会吸收更多的成员进来。”李东生表示。

TCL 多媒体业务扭亏为盈

李东生称发力智能家电

石俊 曹丹

2 月 28 日,TCL 发布了 TCL 集团以及旗下的 TCL 多媒体、TCL 通讯 2011 年财报。TCL 集团去年营收 608.34 亿元,同比增长 17.28%,净利润达到 16.71 亿。其中,TCL 多媒体的销售收入为 272.52 亿元,同比增长 16.19%,从 2010 年亏损近 8 亿,到 2011 年逆势实现盈利 3.8 亿。

但李东生并不满意,“TCL 多媒体国际市场仍然亏损,并且毛利率偏低。”2012 年,TCL 将更加注重速度和规模,他并将 2012 年多媒体的销售目标逆势上调至近 1400 万台。

李东生称日系企业陆续在彩电领域进行“瘦身”,以及 IT 新贵如苹果、谷歌等陆续加入智能电视领域,对中国的家电企业来说,将是一个重新定位市场的机会。

中国企业机会

自金融危机以来,以往在彩电领域雄霸一方的松下、索尼、夏普等巨

头,纷纷出现大幅亏损。优势不再的日资企业,纷纷对彩电业务进行缩编。其中,松下只保留一个等离子工厂,索尼退出与三星合资的液晶面板项目,夏普液晶面板减产五成。

李东生表示,日企的衰落是由全球经济结构的调整,特别是日本目前的经济结构决定的。“在消费电子领域,日本企业实际上有点像 20 年前的欧美企业,目前开始在退出,竞争力也开始显得比较弱。从这个意义上来看,这也是给中国企业的一个机会,所以我们准备加快发展,加快自己创新能力的提升。”目前来看,日本企业在家电行业衰退的份额,大部分市场被韩国巨头三星和 LG 电子抢走了,中国品牌只是抢夺了其中不到 5%的份额。

“韩国企业目前在主要产品领域的市场份额已经很高了。再往上未必有明显的规模效应。而中国企业就彩电、手机等核心产业来说,目前还没有达到最佳的经济规模,所以目前中国企业规模成长是最重要的。”李东生表示,而在今年的经营策略方面,TCL 提



李东生

出成长的速度和规模优先,虽然面临全球经营的不确定性,但是就 TCL 而言,还会在主导产业上加大规模。

在日本品牌纷纷下调 2012 年彩电出货量的时候,TCL 多媒体今年提出 2012 年出货量要上升 27.1%至 1380 万台的目标。同时彩电和家电的网点将提升到 3 万个,专卖店也会增

加到 3000 个。

2011 年,TCL 多媒体中国区的业务销售达到了 660 万台,但是海外业务出现了 7000 万的亏损。“今年的目标是海外能够达到盈亏平衡,其中很大程度上我认为将会来自新兴市场,去年新兴市场我们销售了 200 多万台产品,同比增长了 141%。”TCL 董秘屠树毅告诉记者。

TCL 多媒体还面临着毛利率行业偏低的问题,业界彩电毛利率能达到 21%,但是 TCL 产品的平均毛利率在 16%左右。李东生表示,虽然多媒体去年扭亏为盈令人振奋,但是其实并不太满意的,“如何能够提高毛利是多媒体很重要的工作目标,我相信要通过提高成品的档次,通过技术创新能够使更多的新产品、高端产品在销量上占据更大比例。”

智能时代商机

李东生称,由于智能电视时代的来临,美国彩电市场容量已从以往的 3000 万台增加到 4000 万台,在彩电

向智能化转型后,中国彩电的市场容量也将有望从 4000 多万台增加到 9000 多万台。“这不是一次简单的产品转型,这个转型还会带来应用的变化和市场的拓展。这一产业从市场规模来讲,就可能比以往电子消费产品的产业大。”

TCL 集团今年将会把 TCL 多媒体和 TCL 通讯这两个产业进一步加强协同,并已联合成立了智能终端技术创新委员会。“智能协同的意思就是,比如,用户在出门前在用 TCL 电视在看视频节目,出门了想继续收看,这个节目的资源就会自动的同步到 TCL 的智能手机上进行收看。”屠树毅表示。

此外,TCL 与海信、长虹三家为核心成立了中国多媒体智能终端技术联盟(简称“中智联”)。“以后在中国智能电视、智能手机应该有同样的操作系统、同样的平台接入标准,而让每一个产品品牌企业又能够根据自己的特点做一些个性化的开发,产品可能在某个应用方面特点强,这是差异化和标准化的结合”,李东生说。

钢铁业长期低迷 武钢想养猪赚钱

黄应来

由于钢铁行业持续低迷,钢铁企业利润微薄,促使它们谋求多元化发展。3 月 1 日,国内钢铁巨头武钢总经理邓崎琳透露,今年武钢准备建万头养猪场,年内将有生猪出栏。

不过,对于武钢的这一举动,养殖业内专家并不太看好。“养猪并不是外界所认为的那么赚钱,2008 年是外资外部资本进入养殖业最多的时候,但是经历 2009 年和 2010 年的低迷后,现在很多已经亏损和退出。”中国生猪预警网首席分析师冯永辉对记者表示。

主业入冬 武钢寄望养猪赚钱

武钢此举被外界解读为“造钢铁不如卖猪肉”。事实上,武钢谋求多元化发展是深受其主业——钢铁行业长期低迷所困。

工信部 2 月 29 日发布的数据显示,2011 年,我国铁矿石进口平均到岸价 1638 美元/吨,同比大幅增长 27.1%;铁矿石价格的上涨推高了钢铁企业生产成本,钢铁企业销售成本上升幅度大于销售收入增长幅度。重点大中型钢铁企业销售利润率为 2.42%,同比下降 0.58 个百分点,远低于同期全国规模以上工业企业 6.47%的平均水平。

连续两年,中国钢铁生产行业年销售利润率已不到 3%,远低于全国工业行业 6%的平均利润水平。而同时,我国钢铁的产能过剩,严重供大于求。

据媒体计算,眼下 1 吨螺纹钢的价格约 4700 元,平均每公斤 4.7 元,而最便宜的猪肉每公斤已近 26 元,一公斤钢材价格抵不上四两猪肉。

邓崎琳认为,中国钢铁业还要面临至少 5 年的寒冬,在这种情况下,武钢开始谋求相关产业发展。数天前,武钢后勤集团与华润集团签订一揽子合作计划,开展燃气、电力、农产品等多项合作。

对于“养猪”如此大的行业跨度,武钢宣传部主任白方表示,养猪这只是很小的一部分,武钢谋求相关产业的多元化发展,包括地产、深加工、绿色养殖等等。

年内将有生猪出栏?

对于邓崎琳称“年内将有生猪出栏”的说法,业内人士认为“很不专业”。冯永辉指出,武钢除非收购猪场,否则年内不可能有肥猪出栏。

冯永辉表示,对于大规模生猪养殖,首先要确定好养殖地点,现在稍微大一点的城市对养猪都有严格限制,拿地要获得审批十分困难,“养殖不仅不用缴税,还占用了很多耕地”;就是找到了地方,要搭建猪圈,再从育母猪开始,到最后肥猪上市,“至少要一年以上的时间,还得满打满算”。

冯永辉指出,养猪业利润其实并不高,同时风险很大,深受市场价格波动、疫病频发等问题困扰。2007-2008 年,在猪价狂飙的时候,曾吸引大量外部资本进入养猪业,但随后却遭遇了行业低谷,直到从去年 4-5 月开始,猪价才开始回升并进入盈利。

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药生产 海南快克药业总经销