

香江集团 驶入跨越发展快车道

翟美卿获“2011 中国经济女性年度人物”称号

□ 叟焦

“2011 中国经济女性年度人物揭榜典礼”于4月中旬在北京隆重举行,香江集团总裁翟美卿作为广东省的唯一代表,荣获“2011 中国经济女性年度人物”。

翟美卿领导的香江集团是伴随着中国改革开放的步伐成长起来的一家民营企业,1990年由家具生产销售起步,发展到今天覆盖家居连锁、商贸平台建设、资源能源和金融投资等多个产业的大型综合性企业集团,总资产已达500多亿元,累计为国家纳税超过100亿元。2005年,翟美卿成立了中国第一个非公募慈善基金会“香江社会救助基金会”,对贫困群体进行系统资助帮扶,累计为社会各项公益事业捐资8亿多元。

1990年,翟美卿在深圳创立“金海马家具商场”,并首创“仓储式家具销售模式”,受到了广大消费者的青睐,迅速在全国扩张。金海马集团经过多年的发展,已成为门店遍布全国的最大连锁经营企业,其创下的“香江家居”和“金海马家居”两大著名品牌广为消费者爱戴。

随后,她带领香江集团进入了跨越发展的快车道。2000年,香江集团进军房地产行业,以“居住与世界同步”的理念和全新的居住生活模式,成功打造出广州锦绣香江、翡翠绿洲、天津锦绣香江、恩平锦绣香江等高



◎翟美卿(右)荣获“2011 中国经济女性年度人物”。

端房地产项目,引领了国内高端住宅的新潮流,成为消费者广为推崇的“明星楼盘”,并先后获得“中国名盘”、“亚洲人居环境建设典范工程奖”、“中国艺术地产最佳创新名盘”等众多奖项。2005年,香江集团开始涉足资源能源领域,其投资兴建的香江万基铝业以其先进的经营理念和领先的技术,成为国家发改委核准的唯一一家以民营企业为主导的大型氧化铝生产基地。与此同时,香

江集团还是中国最早进入金融投资领域的民营企业之一,已是广发银行、广发证券、广发基金、南粤商业银行、天津银行等多家金融机构的大股东。

2011年,围绕国家“十二五”发展大商贸大物流的战略规划,香江集团利用20多年在家居流通、房地产开发所积累的丰富经验,倾力打造香江全球家居CBD,形成以产销一体化的家居全产业链为基础、以产地批

发“零环节”价格优势为核心、以自主创新的研发设计为支撑、以电子商务平台和家居文化传播为依托的全球家居交易集散平台。2011年,由香江集团开发的成都香江全球家居CBD“品牌家居工厂批发城”正式开业运营,取得了巨大成功和良好的社会反响。

2012年3月底,在北京人民大会堂举行的“全球家居交易集散平台发展论坛”再次引爆了由香江集团在全国范围内全力打造的九大香江全球家居CBD的全面启动。未来这个由翟美卿编织起的庞大商业网络,将成为全球最大的家居交易集散平台,作为全球家居生产、商贸、物流的战略支柱,承载和服务全国乃至全球21万余家居企业工厂总部,可提供200万个就业岗位,年交易量达万亿元,为推动九大基地地区的实体经济健康发展做出了突出贡献,受到国家有关部委领导的高度评价。



◎日常工作照

推动企业 不断迈向国际化

山东常林集团入选 “国家重点联系企业”名单



□ 鲁常

近日,国家商务部发文公布了一批“国家重点联系企业”名单,山东常林集团成功入选。这将加强集团与各行业、各地方及商务部的互动与交流,可在多双边合作、进口贴息、公共信息平台、出口基地认定、出口信贷和出口信用保险以及国际展览等方面享受国家给予的重点扶持。此次入围企业山东省总计56家。

近年来,山东常林集团抢抓发展机遇,不断运用高新技术改造提升传统优势产业,充分发挥产业集群效应,延伸和拓宽产业链条,打造高端装备制造产业基地,企业规模优势和技术优势进一步凸显,核心竞争力持续增强。特别是2011年以来,集团与意大利赛迈道依茨合作的高端智能农业装备项目、与德国道依茨合作的高端发动机项目相继开工建设并将发挥效益,给企业的发展注入了新的生机和活力。此次山东常林集团入选为国家级重点联系企业,势必会进一步提升企业的平台优势,增强市场竞争力,在有关政策的支持和带动下,推动企业不断迈向国际化,实现又好又快发展。

加盟还是直营?

渠道变阵考验地板企业实力



□ 吴铭

一直以来,加盟招商这种营销模式给地板企业带来“蚂蚁雄兵”,可以说,许多地板品牌的原始资本积累,基本上都和“加盟商”紧密相连。但是,绝大多数地板品牌和渠道商之间仅仅是利益的结合,渠道商天然就对地板企业缺乏忠诚度。

随着时间推移,地板市场的不断变化,尤其在近两年行业危机的冲击下,一些地板生产厂家似乎意识到,可实现利润最大化的“直营模式”才是发展之“王道”。因此越来越多的有实力的品牌都在提高渠道自控能力,通过较小规模的投资,换取未来营销渠道的可控力和竞争力,因此纷纷把现有渠道收归自有,或通过增加自建店和配货中心来提升自有渠道比重。

但是,在加强直营渠道的同时,很多地板企业也认识到这条路并非顺畅通往“罗马”。地板企业直营渠道的布局所带来的高成本,也容易对地板企业自身的发展带来沉重的负担。一个地板企业要想在直营方面取得成功,自身的综合实力才是关键,包括资金、人员、服务、管理、物流等,每一个环节的运行不畅,都有可能对企业“动脉”瘫痪。

也有些企业在通过几年的直营布局之后,感觉到直营模式所带来的压力以及单一模式的痛苦,而重新广开招商之门,希望通过加盟能抚平创伤。

因此,在国内品牌企业群雄对峙的今天,相信大部分人都认同一点——往后地板行业营销思路的发展变化,将主要取决于“加盟”与“直营”的力量对比;“加盟”与“直营”的比重,折射出企业实力在营销管理、综合竞争力等方面的较量。

地板企业经过多年的发展,招商加盟的诸多条件已经发生改变,从单一的门店选址发展到整体形象的提升,都代表着行业发展的每一个跨越。据此,地板生产厂家也应该积极前瞻部署,主动掌控渠道变阵的有利因素,在变幻的市场中取得先机,提升企业整体营销管控能力与水平,锻炼企业内功,加大融资能力,才是地板企业获取长远发展的必要前提。

解决小微企业融资难之“台州样本”

□ 今早

怎样破解银行与小微企业之间的信息不对称?这成为台州当地一些商业银行一直在努力的方向。“近几年,台州的民间借贷不如从前活跃了,一个原因在于台州的经济结构以实体经济为主,另一个原因则是银行对小微企业的贷款覆盖很广,一定程度上遏制了民间借贷。”台州市银监局局长林奇说。

目前台州银行业金融机构成立了64家专为企业服务的专营机构,台州银行、泰隆银行和民泰银行则已成为服务小微企业的专营银行。根据统计,台州市银行业对小微企业的授信客户有1.7万多户,个人经营性贷款客户有46万多户,而这两者在当地工商注册的户数只是32万。

“虽有重复授信因素,但这样的覆盖面肯定高于其他地区。小微企业成了这些银行生存的基础。”林奇说。

据今日早报报道,“整块的大肉”被国有商业银行吃了,我们就吃“骨头缝里的肉”。”浙

江泰隆商业银行(以下简称泰隆)董事长王钧这样解释泰隆的定位。泰隆因为专注中小企业服务,因而被媒体称为“捡剩菜,啃骨头”长大的银行。这样的银行,却成为台州金融行业的一大特色。

截至2011年末,台州小微企业授信户数与个人经营性贷款授信户数占全部授信户数的99%以上。而小微企业和个人经营性贷款不良率为1.19%,略高全部贷款不良率只有0.19个百分点。“控制不良贷款率,台州的商业银行各有各的办法。”林奇说。

其中,台州的这三家商业银行最具有代表性特征,“他们都以民营资本为主,运作机制比较灵活,接近市场,自身定位服务小微企业,所以500万规模以下的贷款户数占到99%。贷款的余额500万以下占80%以上。”更重要的是,林奇强调这些银行创新能力非常强,“他们的产品没有大银行那么多,但紧盯自己的客户群,进行服务创新。”

林奇说,“别看他们都深入农村,有些做法很‘土’。实际上很多服务很‘洋’,甚至与国际

接轨。”

目前,台州银行和国家开发银行合作,引进了国际标准的小微信贷操作技术。这种技术可以对没有财务报表的小企业,信贷员也能通过交叉调查的技术,帮助将信贷信息盘查清楚,“基本上可以做到八九不离十,还贷风险就很小。”

“现在台州的所有银行,针对小微企业的信贷产品有150多个,包括道义担保、无抵押担保等等。”而一些大型国有银行也开始逐渐改革。

“曾有一位国有银行的行长说过,在台州不做大企业不强,不做小企业不稳。”林奇告诉记者,台州的小微企业也正成为大型国有银行改革的切入点。

“比如工商银行对小微企业最低发放额度改为15万元,在台州进行试点。另外,在信贷技术方面,研发了按照行业细分的管理模型,用计算机可以控制30多个行业信贷的风险评估。”不过迄今为止,大型银行对于小微企业的准入门槛依然很高,几乎都需要抵押。

新运公司—— 甩起来 赢未来

□ 李在让 席玮

2011年,河南省新乡市新运交通运输有限公司(以下简称“新运公司”)被交通运输部、国家发改委确定为全国甩挂运输试点单位。其实,这已经是该公司探索甩挂运输的第3个年头了。作为新乡市唯一的大型专业交通运输企业,新运公司选择甩挂运输既有企业业务发展的内在动力,又有响应国家节能减排号召的外部责任感。同时,在探索的过程中,也形成了对甩挂运输发展前景的深刻认识。

“新运公司”是河南省新乡市唯一的大型专业交通运输企业,拥有各类营运车辆2000多辆,机工具设备700多台(套),总资产7.1亿元。

从浅尝辄止到坚定信心

作为一家集客运、货运、维修、辅助产业为一体的综合性交通运输企业,早在2008年,新运公司就开始尝试性地引入甩挂运输。当时,公司其实并不真正了解甩挂运输的概念,选择甩挂主要是由于公司部分货源基地装车速度太慢,周转率低。于是,公司调整了几部挂车放置于装车现场,在牵引车运行的同时安排挂车装车,并循环使用。但由于货源性质和货运量的不对等性,甩挂运输的优越性没有充分发挥出来。

2009年年底,国家五部委共同发出《关于促进甩挂运输发展的通知》后,一系列关于发

展道路甩挂运输的政策陆续出台,新运公司意识到,这是在国家层面上指明了发展甩挂运输的大方向,公司也坚定了发展甩挂运输组织模式的决心和信心。经过近三年的发展,新运公司目前拥有甩挂运输牵引车35辆,挂车72辆,拖挂比为1:2.06;配送车辆13辆,专用装卸设备12台(套);甩挂专用运输场站2个;甩挂运输营运线路5条:新乡—青岛、新乡—济南、新乡—上海、新乡—天津、新乡—广州。

新运公司相关负责人表示,这些线路的车辆周转率 and 经济效益比实施甩挂运输前均有不同程度的提高。不过,该负责人也坦承,由于受货源性质和货源量的影响,以及初期设施、设备投资大,市场培育期长等原因,这几条线路的发展水平参差不齐,多数线路的经营状况尚未达到理想水平。

树立甩挂品牌 实现“三方共赢”

新运公司相关负责人表示,通过几条试点线路的运营,与普通货运组织模式相比,公司既体会到了甩挂运输组织模式的优越性,同时也意识到,甩挂运输在我国正处于起步阶段,相关政策的滞后成为制约甩挂运输发展的瓶颈。要实现国家、物流企业、客户之间“三方共赢”的良好局面,仍需多方努力。

初期投资大,投资回收期长,急需政策性资金的支持和扶持。甩挂运输组织模式是一个庞大的系统工程,在设施、设备、人力、货源等

方面比传统运输组织模式投入更大,对组织和管理的要求更高,初期投入成本远远大于普通运输。同时,由于运输成本居高不下,运输市场准入门槛低,竞争无序,没有集约化,没有规模化,信息化程度不高,社会认可度不够等原因,要真正发展起来,急需国家出台优惠政策和资金支持。

挂车的身份、费用等问题急需明确。在身份方面,挂车不存在动力,就不应该成为一个责任主体;在牵引车拖带挂车运行的情况下,一切责任应由牵引车承担。在费用方面,每个挂车的保险费为5064元,按“一主三挂”计算,每年净增加挂车保险费1万元以上。在手续方面,在“一主多挂”情况下,挂车的证件交换和管理存在较大难度,容易出现错乱和丢失的现象;挂车的行驶证审验和营运证审验也占据了更多的时间。新运公司认为,国家相关部门应借鉴国外经验,取消挂车的责任主体地位,简化繁琐的证件管理,取消不合理的保险费支出,“其实挂车需要的仅仅是能证明其所有权的一个标识而已”。

新运公司表示,迫切希望国家出台符合物流市场需求、适应甩挂运输发展需要、切实可行的政策法规,同时,试点企业都积极参与并行动起来,共同发现问题、提出建议、总结经验,进而解决问题。在全社会的共同努力下,逐步推进、逐步提高甩挂运输组织模式的市场竞争力,促进社会物流总流通,促使甩挂运输健康、有序、快速发展。

携手奔驰 福田雷萨与世界标准同行

□ 和讯

4月下旬,福田雷萨奔驰底盘52米泵车在2012北京国际汽车展览会上高调上市,并于车展现场举行交车仪式。进军国际市场,成为“全球混凝土机械成套设备供应商”是未来福田雷萨的战略目标。福田雷萨泵送事业部总裁范现军在上市仪式现场表示:“与世界标准同行蕴含了福田雷萨对行业本质的准确洞察,对企业发展道路的深邃思考。”

据了解,为实现全方位与“世界标准同行”,福田雷萨数箭齐发:于今年在德国建立了泵车研发中心,全面提升研发设计能力,看齐世界技术标准;借助世界级制造工厂——北京福田戴姆勒汽车有限公司,打造世界标准高品质奔驰底盘泵车和融汇奔驰品质的欧曼底盘泵车,力求品质与奔驰、欧曼共生;另外,依托福田汽车服务网络和“全程无忧”服务战略,针对商混客户实际需求打造全周期、全过程、全受控的行业最高服务标准;市场方面依托福田汽车的国内渠道和奔驰汽车的海外渠道,实现全球市场开拓爆炸式发展;今年年初,随着世界顶级战略咨询机构普华永道的智慧植入,在管理方法与体制方面实现企业世界级管理水准,奠定了企业“基业长青”的基础。据范现军透露,下一阶段,福田雷萨将引领自主品牌主动出击全球泵送机械市场,向着世界级高端装备制造企业全速进发。



◎图为仪式现场