

今日 12 版

第 328 期 总第 7446 期
原《经理日报》
统一刊号:CN51—0098
邮发代号:61—85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

做中国企业的思想者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

2012.12.11

星期二

壬辰年 十月二十八

官方微博:weibo.com/jrwbd
weibo.com/jlrbs

中影上影备战上市 中国电影“不差钱”

《《 [P8]

- 影视公司上市风起云涌
- “国家队”上场，民营公司没威胁
- 当电影与资本擦出“火花”

本期导读

■ 全国工商联十一大召开 民营企业家有信心有诉求

中华全国工商业联合会第十一次会员代表大会 7 日至 9 日在北京召开。大会选举产生了新一届执行委员会，一批思想品质优、社会贡献大、公众形象好、参政议政能力强的非公有制经济代表人士进入工商联领导机构。作为改革开放实践中逐步成长起来的社会新生力量，我国非公有制经济人士队伍不断成长壮大，作为整体，他们的成长与非公有制经济的发展密不可分；作为个体，他们的成长与其所在企业的发展息息相关。与其他社会成员相比，他们具有独特的社会影响。

《《 [P2]

■ 中海油收购尼克森获批 中加共赢前景广阔

《《 [P3]



■ 1 号店于刚：创新是电子商务企业的生命线

创立 1 号店前，于刚曾服务过两家跨国企业：戴尔和亚马逊。亲眼目睹了这两家企业对创新重视程度的差异。戴尔虽是全球执行力最强的企业，但创新乏善可陈，相比之下，亚马逊在创新上不遗余力。现在，亚马逊的市值超越戴尔不少。于刚常常感慨：电子商务企业，今天不创新，明天就有可能被淘汰。

《《 [P5]

■ 陈志列 与两个春天的故事

《《 [P6]



提高中国媒体国际新闻报道水平 加强媒体交流合作

2012 中国国际新闻论坛年会在中山举行

本报讯 由光明日报社与中山市委联合主办的“2012 中国国际新闻论坛年会”于 12 月 8 日至 9 日在广东省中山市举行。全国 50 多家媒体领导和代表出席。中宣部副部长、国务院新闻办主任王晨发表题为《提升中国国际新闻报道的全球影响力》的讲话，《光明日报》总编辑何东平，外交部党委成员、部长助理马朝旭分别致辞。广东省委常委、宣传部长黄震，广东省委宣传部副部长、省外宣办主任、政府新闻办主任莫高义出席了论坛年会。中共中山市委书记、市人大主任薛晓峰，市委副书记、市长陈良贤，市委副书记、市政法委书记邓小兵，市常

委、宣传部长唐颖，市委常委、市委秘书长殷昭举等出席了论坛会议。外交部新闻司副司长严家蓉就 2012 年中国媒体的国际新闻报道进行了点评。

王晨在书面讲话中指出：党的十八大对进一步扎实推进建设社会主义文化强国，扩大文化领域的对外开放，增强文化整体实力和竞争力，构建和发展现代传播体系，提高传播能力提出了更加明确的目标和新的要求。2012 中国国际新闻论坛年会的召开，对于认真贯彻落实党的十八大精神，做好国际新闻报道工作，更好地传播中国声音，具有重要意义。王晨对今后的中国

国际新闻报道提出四点要求：第一，从战略和全局高度，更加重视国际新闻报道；第二，参与全球媒体对话，增强话语权主动权；第三，承载中华文化精神，展示中国独特视角；第四，运用新媒体技术手段，提高国际传播能力。

马朝旭介绍了今年国际形势和国际涉华舆论环境的特点，以及公共外交工作取得的新进展，强调国内媒体是公共外交的重要力量。他希望国内媒体贯彻落实党的十八大精神，大力开展涉外报道，进一步增强使命感，牢牢把握方向，当好沟通桥梁，切实提升中国国际传播能力，为全面建成

小康社会营造良好外部环境。

本报总编辑龙良贤出席论坛年会。

(尤坚)

企业论坛

家电企业不能只会打“价格战”

■ 谭浩俊

从上世纪 90 年代开始，“价格战”便开始频繁出现在家电企业之间，一度达到白热化、血腥化的地步，家电行业一度面临全行业亏损的危险。

尽管冷静下来以后，大规模的价格搏杀没有再出现，但是，家电行业也步入了“微利时代”。据《证券日报》报道，目前，大家电彩电、冰箱等产品平均毛利率已只有 15%—20%，品牌溢价能力较高的企业也只有 20%—30%。家电行业整体毛利率为 24.95%。大部分家电企业毛利率低于行业整体。

市场经济下，价格确实是最重要的竞争手段之一。采取一定的降价策略，确实能够引起消费者的关注和重视，并赢得更多的市场份额。但是，不能一味地降价，甚至是恶性降价。因为，如果降价的幅度超过了企业可承受的幅度，那么，企业很可能在偷工减料、降低质量标准、弱化服务功能等方面“弥补”。最终，不仅消费者利益会受到影响，企业的信誉、形象等也会受到严重影响。

事实上，一个成熟的市场、成熟的企业，是不会把竞争的手段锁定于价格上的，价格也不会成为企业之间竞争的惟一筹码。凡是国际知名企业、知名品牌，从来不

在价格上做文章，也不动辄与其他企业打“价格战”。

虽然中国的家电企业“价格战”打得轰轰烈烈，但是，那些国际知名企业和知名品牌，很少加入到中国企业的“价格战”之中，而是继续自己的经营策略和经营方针。更重要的，它们也没有因为中国企业之间的“价格战”而影响销售、影响市场。

实际上，中国的家电产品，早就达到了世界先进水平。但是，就是因为中国的家电企业，只会打售前“价格战”，而不注重品牌培育、形象塑造和售后服务，结果，使原本可以与国际知名企业、知名品牌竞争的优势完全失去了，甚至沦为低劣产品的“代

名词”。

据悉，目前中国家电产品的市场返修率正在呈逐年上升趋势，这应当不是技术方面的原因。就在于中国家电企业为了应对“价格战”带来的毛利率过低，而成本上升因素过多，不得不降低产品的质量标准，降低服务水平。或者说，这些年来，中国的一些家电企业，并没有在生产工艺、生产技术方面有提高、有创新，而是大大退步了。

中国的家电企业，不能只会打“价格战”。“价格战”只会让中国的家电企业创新能力越来越低、服务水平越来越低、市场竞争力越来越弱。这一点，必须引起中国家电企业的重视和警觉。

传递价值 成就你我

芙蓉王 文化头条新闻

湖南芙蓉王文化传播有限公司

本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893

苏通 SUTONG 苏通丝绸
http://www.stjcc.cn 服务热线:0513-84889999

KANGNAI 康奈
WWW.KANGNAI.COM

联邦电缆 联接世界的力量

- 750-1100KV 特高压、220-500KV 超高压电力电缆
- 110-500KV 海底电缆、碳纤维导线
- 核电力电缆、风能电缆、特种电缆
- 国家级重点工程急需的高精尖产品
- 国家“125”规划重点发展产品

电话:0717-6697188 传真:0717-6510555

网址: www.chinaunicable.com

做食品就是做良心——杜诚斌

方便米饭 肉食下饭菜
DEYI GREEN

国酒茅台 酿造高品位的生活

河套王 天赋神韵 淡雅浓香