

新飞电器停工：政策补贴与管理之困

祝萍 张黎光 报道

5月29日,新飞电器官方称,公司从未下达过全面停产的通知。只因5月27日上午接到相关部门通知,“本月31日到期的此轮‘节能家电’补贴政策将不再延期”。故当日紧急决定,调整在产的产品结构,并对部分工厂生产线的生产排期、用工做出相应安排。

新飞电器突然停工？

“今儿(5月27日)到工厂上班,突然被通知‘从今儿起正式停工了’。”新飞电器某个生产线工人将自己的“疑惑”写到了网上,被有关媒体发觉。随后,网上的各种“议论”越来越多,又被媒体检索出了“新飞电器紧急、全面停产”的种种迹象。这包括被新飞员工转述的内部通告:停产期间,正式工在厂内接受培训,而全体合同工(临时工)则无假期休假,等候复工电话通知。此外,并无任何复工事件的准确说法。

向新飞电器求证“全面停工”缘由的媒体,被对方告知“观望国家新的刺激消费政策,消化剩余库存”。岂料,遭家电业内的普遍质疑,更被一些新飞生产线员工指责为“大裁员”的前奏。

5月29日下午5点,新飞电器一内部人士告诉本报记者,“仍有大批媒体堵在公司门口”。

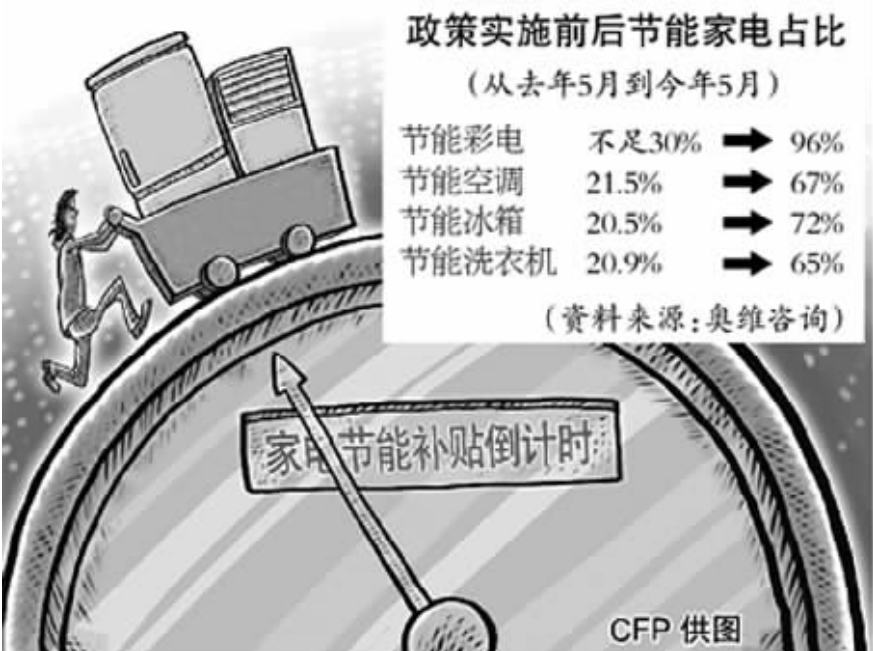
但新飞电器官方给予的答复,措词凸显谨慎:称“出现了‘结构性’停工”,又称“生产线更新产品制造需一定调整周期”,随后改称“其实所有的产线都只是放慢了生产节奏”。

对此次“停工”风波的原因,新飞电器官方答复是,5月27日,该公司得到明确消息,国家发改委、财政部已明确,由上年6月1日开始执行的“节能家电”消费补贴政策,如期“退出”、不再延续。于是在当日上午10点,紧急下达“产线暂停生产”指令,撤掉在产的产品机型,等候调整生产通知。

“‘匹配财政补贴’的机型继续生产无意义了,只会堆高库存。”新飞电器官方称。

正因这句话,让业内看了“笑话”:连中小企业都知道把握政策,新飞是在自嘲“猝不及防”吗?

对此质疑,新飞电器官方的答复是,“对于政策‘退出’,新飞已有准备。包括新机型都准备好了。但实事求是说,还是抱了侥幸心理,总希望相关部门能给企业一个‘政策退出周期’。毕竟,政策‘快



车’是放大销量的强大支撑力”。

与此同时,新飞官方还解释,生产线更新产品结构,就会更换磨具、工装、重新调试设备,那么必然出现暂时性停工。这是任何制造型企业都会出现的。

这一说法,得到新飞电器销售公司一高管的确认。6月份政策“退出”,一方面要加快消化前期的相关产品库存,另一方面要做新品生产的前期准备。但新旧产品大规模更替是一个系统工程,之前企业每到重大销售节点,均会进行部分或全部的生产线停产,此节奏也不例外。

与公司利润下滑有很大关系

新飞电器员工工资一直提不上去,恐怕与公司业绩有着非常重要的关系。新飞员工撰写的“告全体新飞同胞书”中披露:2012年上半年,新飞电器业绩较上年同期下降194.89%,而且在2011年巨亏2亿元的基础上,上半年的经营继续出现巨亏,净利润为负11807.9万元。

之后,媒体也披露,2013年1月22日,新飞电器母公司、新加坡上市公司丰隆亚洲(隶属丰隆旗下)发布了一份“盈利预警”公告。其大意是,截至2012年年底,该公司预计全年营收将出现亏损,主因是集团旗下新飞电器估计出现了2.9

亿元的资产减值损失,以及约3500万元的额外税务负担。

新飞电器经营一再滑坡,在新乡市早已不是秘密。

新飞的老员工更是表达了对现状的忧虑和痛惜。“遥想过去的新飞,全国质量效益型轻工家电企业第一名,河南全省工业企业‘远学邯钢,近学新飞’,多么值得新飞人骄傲!穿着工作衣走在大街上,路人羡慕嫉妒恨。但是现在,穿着工作衣不敢走在大街上。”

有业内人士称,外资控股方派遣的管理人员“外行领导内行”等问题致使新飞电器错失中国冰箱产业多轮发展契机。

在一些员工看来,经营业绩的滑坡应当归责于外资控股之后的管理,并由此一再表达对新飞创始人刘炳银时期的怀念。

1994年,河南新飞电器集团与新加坡丰隆集团合资成立新飞电器,中方拥有控股地位并负责管理经营新飞电器。当时,新飞电器与海尔等被国内家电业界称为冰箱行业的“四朵金花”。

到2005年,新加坡方持股90%,另10%股份为国资。但丰隆入主后,新飞并未获得迅猛发展,业绩反而接连出现下滑,市场份额已跌出国内品牌前五位。问题还不止于此。一些工人表示,管理层管理方式粗暴,对工作多年的老职工当众辱骂。

“派来的人确实有一些做法让人难

以接受。”王更明说,“文化‘水土不服’,比如要求大家把全年的计划从1月1日至12月31日,细化到每一月、每一周,甚至每一天。”

家电政策补贴断奶与新飞停工

5月28日,距离家电节能补贴结束剩下不足三天时间。财政部已下发《关于停止节能家电补贴推广政策的通知》,自6月1日起,消费者购买节能家电产品不再享受中央财政补贴政策。

2012年,国家发改委等部门开展了继“以旧换新”后的又一次家用电器补贴工程,从2012年6月1日至2013年5月31日对空调、平板电视、冰箱、洗衣机、热水器五类符合节能标准的家电产品安排265亿元财政补贴,可拉动5000亿元销售规模。

停止节能补贴的第一块多米诺骨牌已经倒下。新飞电器内部已宣布5月28日起停产,而占公司职工人数一半左右的临时工或将被正式裁撤。老牌家电企业新飞电器自从外资完全控股后市场表现就每况愈下,对于今次停产的理由,新飞电器官方称是节能补贴政策退出后需要消化库存。

对于停工,新飞电器公关负责人表示,今年5月31日,家电节能补贴政策到期,停工是为观望国家政策及行业情况。今后新飞将进行全面的“大局调整”。对于将裁员的体系,他表示,不排除停工后对临时工体系进行大调整。

有观点称,政策到期是借口,是为了掩盖管理不善等内因。

节能补贴在临近结束之际引发业界激烈讨论。赞成者认为,补贴政策实现了家电生产、销售企业和消费者等多方的共赢;但反对者则认为节能补贴政策的执行时效较短,未能真正实现产业结构升级,反而违背了市场规律,扰乱了原有秩序——在政策刺激下家电消费井喷,打乱了固有消费周期,使得消费收缩后供求失控风险增加,家电企业面临高库存压力。

家电产业资深观察家刘步尘则认为,在市场经济时代,政府最应该做的是建立规范、有序的竞争环境。“频繁地出台刺激政策,实际上是用‘看得见的手’干扰‘看不见的手’,是为了眼前利益伤害市场环境。”刘步尘指出。

中联三一再陷“不正当竞争”

刘双双 报道

从“短信门”、“裁员门”、“行贿门”到“间谍门”,对于关注中国工程机械行业的人来说,“争生”在龙头企业中联重科、三一重工之间的“争斗”俨然如一部“龙虎斗”,至今风波未平。如今,一场中联与三一正面对峙、被誉为“中国工程机械行业反不正当竞争第一案”正式启动。

中联:“比武”属不正当竞争

双方此次纷争,源于近期三一重工在江苏、南京、山东淄博、新疆乌鲁木齐、云南昆明、广州、山西太原、安徽合肥、辽宁沈阳等多地举办的新品上市推介会上,采取的“新品泵车与其它泵车性能大比武”的推广方式。

记者28日从中联重科证实,其已委托湖北山河律师事务所,要求三一重工积极消除给中联重科造成的负面影响,为中联重科及其产品正名,并承诺杜绝类似不正当竞争行为再次发生。据悉,中联重科同时已就此事向国家工商总局递交材料进行举报。

“上述三一所组织的‘大比武’,既不具有程序上和内容上的客观、公平性,又不具有手段上的合理性和合法性,且属于《反不正当竞争法》所明确禁止的不正当竞争行为。”山河律师事务所刘文卿律师表示,三一设置的比武测试没有权威机构和公证机关现场鉴证,也没有公开混凝土标号、泵车泵送排量等信息,且使用“八小时”、“九方”等数据进行估算,就容易得出结论:新品C8泵车各项泵送性能指标胜过中联泵车,并且将此“比武”结果大肆宣传。此行为涉嫌违反“反不正当竞争法”。

三一:“比武”是行业普遍做法

对此,三一重工却并不表示认同。记者联系三一重工相关高层时,该负责人回复记者:“公司会有正式的声明发表在官网,表明我们的立场。”

28日晚间,记者从三一重工官方网站上看到当日最新公布的声明。三一处,“比武”是工程机械行业长期以来形成的普遍做法,也是市场了解产品特点、比较产品优劣的最直观、最有效的方法之一;此前已有包括中联重科在内的多家行业企业在多地进行过类似“比武”活动,媒体也曾公开报道。客户在购买产品前通常都要“货比三家”,客户主动要求厂家“比武”,也是再正常不过的要求。

三一重工认为,在泵车比武活动中提供的数据真实、准确,不存在所谓“虚假宣传”或“诋毁他人”的情况,并有广大客户、代理商和业内人士的现场参与和监督。

关于有报道中提到的中联重科向相关政府部门投诉一事,三一处,已委托律师事务所全权处理。如果相关程序展开,公司委托的律师事务所会依法向相关政府部门提交相关材料,进行书面澄清和说明。

橡果国际为雅安灾区儿童送上六一礼物

2013年6月1日,在雅安地震过后的第42天,灾区的孩子们将度过他们第一个特殊的六一儿童节:有的小朋友还躺在医院里,有些学校还在重建……但是,再大的灾难也不应该剥夺他们节日的快乐!

为了让灾区孩子重新露出笑容,橡果国际一直密切关注雅安救灾及灾后重建进展。灾难降临时,即快速捐送氧立得制氧机、智能手机等灾区最急需的救护、通讯类物资,以解燃眉之急。

5月初赶赴北京,参与卡酷少儿卫视主办的“雅安·爱”大型公益晚会,向全社会传递积极振作的正能量,共同支持灾后儿童康复工作深入实施。

如今,在6.1儿童节到来之际,橡果国际迅速组织物资,员工们毫无怨言加班加点打包,自发捐献善款,组织了价值近32万元的“名人学习词典”等学习物资及善款的爱心礼包,在合作伙伴——中国人口福利基金会及四川省雅安计生协帮助下,由雅安市人口和计划生育委员会党组成员、党总支书记陶智琼一行快速送到石棉县希望小学和先锋乡白塔村贫困学生和受灾群众手中。

一直以来,橡果国际致力于长期帮助儿童的教育成长,公司员工也在各项倡议活动中捐赠捐款献爱心。3年前,和公益组织中国狮子联会合作发起的“长征路上的爱心图书馆”行动,持续在进行中;如今,合作伙伴中国人口福利基金会的“幸福书屋”项目也将有橡果国际的身影。

积少成多,集腋成裘。对橡果国际而言,关注孩子的健康成长,有开始,没有结束。

娄月 王敏杰 报道

生鲜零售龙头永辉超市首度“触网”便遭遇波折。5月29日,永辉超市旗下生鲜电商网站“半边天”目前已经停止运营,距离上线不足两个月。业界认为,高成本的配送仍是永辉以及超市同行做生鲜电商的一道坎。此前,沃尔玛刚刚通过山姆会员网上商店,冒着配送赔本的风险,在少数城市推出生鲜配送。但就目前的情况看,超市试水电商仍以失败居多。

据了解,永辉超市于3月成立了全国电子商务总部,4月初生鲜电子商务平台“半边天”正式上线。该网站不出售单品,而是提供生鲜订制套餐。北京商报记者发现,“半边天”的网站界面还略显简单,配送范围、货到付款区域以及购物流程等重要信息依然是空白。当时,永辉超市证券代表吴乐峰曾表示,在摸索到能够盈利的模式前,永辉超市在电商方面暂无进展。

超市的生鲜法宝

公司副总裁翁海辉也向记者说,半边天并非不做了,且官网上的链接已列进了永辉生活网。

翁海辉表示,半边天采取会员配送制,外界一度将其理解为永辉在做电商,“现在大家对半边天的定位不知道怎么回事,为了避免这些不必要的猜测,我们就把半边天放到永辉生活网中去了。”但记者发现,永辉生活网一直显示“站点升级中”。

4月初,永辉超市“悄然”上线了生鲜类网站半边天,并在江浙、上海等地区展开配送,提供货到付款。



此前,永辉超市多次表示,半边天并非真正意义上的电商,在网上只起到展示作用,因为付费还是通过线下,但仍有不少人将半边天在网站上的出现解读为永辉开始布局电商的尝试。早在去年2月,永辉集团副董事长在接受媒体采访时就表示,永辉将会大力发展电商。今年3月,永辉建立了全国电子商务总部。

生鲜产品一度被看成超市业抵御电商抢食的最后法宝。

在分析人士看来,半边天可以算是永辉超市对电子商务的一个尝试。“在生鲜电商逐渐红火的当下,一直在生鲜领域领先的永辉超市自然也想触网以顺应潮流。”中投顾问零售行业研究员杜岩宏指出。生鲜产品单价低、易损耗、要求保鲜的特点让其在电子商务上较难发展,

“物流不完善、成本高是永辉电商,也是生鲜电商的普遍难题。”杜岩宏表示。

事实上,生鲜是永辉超市的安身立命之本。2012年年报显示,永辉超市生鲜及加工的毛利率达12.95%,在公司毛利中占比达36.2%。但由于生鲜商品存在标准化低、易损耗等特点,其对配送的速度和条件要求很高,配送成本也比一般物流高出近三成。目前,除顺丰优选和沃尔玛山姆会员网上商店采用冷链运输外,其他出售生鲜商品的全国综合性网站多采取常温配送。

超市业试水电商的困惑

业内人士认为,永辉超市在生鲜上的强项体现在采购和损耗控制上,但这

两点仅在实体卖场中奏效。涉足线上却需要靠资金、物流和运营等多方面的经验,这些都是生鲜大佬永辉超市不擅长的。

据北京一家生鲜电商的负责人透露,其曾多次向永辉超市伸出橄榄枝,希望结合永辉超市的生鲜采购优势,以及自身的运营物流优势共同推动生鲜电商的发展,但永辉超市却不为所动。永辉超市选择“单枪匹马”在电商领域探路,没能延续大卖场创造的成功。

事实上,永辉超市试水电商失败也折射了超市行业触网的困境。2011年包括华润万家、美廉美和卜蜂莲花等在内的超市企业,拉开了超市进军电商的大幕。不过两年时间,上述企业的线上业务几乎全军覆没。

与之相对应的是,通过轮番的价格战,1号店、京东、我买网等大型电商对快消品领域没有“白烧钱”,其已经实现了对超市的“虎口夺食”。尝到了甜头的京东升级了商超频道,目前的商品超过5000种,涉及休闲特产、纯净水、粮油、调味品、啤酒饮料、牛奶等多个品类。眼睁睁看着线上市场被“新人”一步步地蚕食,多数超市现在却显得有些有心无力,只能去挖掘实体卖场的商机。

永辉及主要竞争对手2012年业绩		
品牌	销售额	门店数
大润发	724.7亿元	219家
永旺	80.8亿元	36家
伊藤洋华堂	74.9亿元	13家
永辉	279.3亿元	249家

数据来源:《2012中国连锁经营报告》