

开启新一轮智慧营销风暴

第六届“社科奖”全国高校市场营销大赛启动

■ 记者 王萍 于波 北京报道

9月12日,由中国社会科学院财经战略研究院、教育部全国电子商务职业教育教学指导委员会指导,教育部考试中心、中国市场学会联合主办的社科奖第六届全国高校市场营销大赛(以下简称“大赛”)新闻发布会及首站“名企名家进名校”公益论坛——北大站在北京大学经济学院正式启动。国务院发展研究中心副主任卢中原、中国市场学会资深会长高铁生、教育部等领导、嘉宾以及来自全国各地的参赛师生等出席活动,共同启动大赛,开启新一轮的智慧营销风暴。

随着发布会的召开,大赛正式开赛。第六届营销大赛为参赛学生提供了一个在真实商业环境中锻炼的机会,以企业真实的产品,通过大赛组委会设计的四项参赛命题单,引导学生进行营销策划、品牌创意、销售实践、网络营销。将参赛学生在院校学习的专业理论知识运用到实践当中去,经过几个月的竞赛,将在全国上万支参赛团队中优选出150支队伍,参加全国总决赛,进行现场PK,成为检验高校教育教学、参赛团队协作能力孰优孰劣的标尺。最终特等奖团队还将代表中国参加国际营销大赛。

大赛自2008年诞生以来,连续成功举办五届,为无数大学生创造了交流学习的机会。第六届大赛更是吸引了北京大学、复旦大学、同济大学、重庆大学、湖南大学等更多211、985院校及德国埃森经济管理应用科技大学参赛,参赛院校近1000所,参赛师生近5万人。

行动学习 以赛促学

行动导向教学是当前国际最先进的商科教育教学方法。社科奖大赛组委会在赴美考察过程中,亲眼见证了这种教学卓有成效的实际效果,并将这种“干中学”的理念和方法引入到营销大赛活动中来。社科奖大赛是参赛团队以企业真实的产品为任务,解决企业真实的营销问题,本次大赛的任务是广东大一新农业皇

晒米和宜宾红楼梦酒业的营销推广全案,分为营销策划、品牌创意、销售实战和网络营销四个分任务。这样使参赛队在选择上更具灵活性;参赛队由3-5名学生和一名老师组成,形成一个典型的学习小组,指导老师将以行动教学的先进教学理念,用项目教学法、头脑风暴法、角色扮演法来激发学生的学习兴趣,引导学生能够以小组的形式独立制定计划,实施并进行评价,参与解决企业真实任务的整个过程。

大赛组织者发现,通过大赛任务的“行动学习”,学生能够即学即用,激发和培养学生的学习兴趣;使学生在讨论任务、分析任务、操作完成任务的过程中顺利建构起知识结构;培养学生的团队协作能力、实践能力和创新能力。由于其实践效果显著,部分院校已将参加社科奖全国高校营销大赛纳入学校实践教学的主要组成部分,学生通过参赛获得相应学分。这将进一步推动院校学科竞赛赛制的改革,从以前重理论分析到现在重实践教学的转变。

参赛队员、四川天一学院李俊澄表示:“当问题出现时,那就是我们该马上解决的时刻了,在通过询问老师以及娃哈哈工作人员以及我们实地考察情况下,我们才顺利的完成了铺货这一环节的策划。通过这次比赛我们意识到,以后的策划中,必须需要一定的可执行性。”

西北政法大学教师姚延婷李进武则认为,课堂上的长达半年的营销学的讲授,也很难让学生真正理解营销的真谛,就连营销的理论也很难掌握。然而经过比赛,学生们反而会在很短的时间内掌握营销学的框架。在有机会与条件的情况下,鼓励学生多参加大赛,在更为广阔的平台获得更多的成长。

培养智慧营销人才

在信息革命的今天,全球化竞争不可避免。然而中国目前被公认的世界名牌现在还没出现,“当中国企业在国际市场开展营销和品牌建设时,与全球化企业之间的差距更加明显”。IBM全球首席营销官调研

报告指出,为了培养新时代的智慧营销人才,社科奖组委会和IBM联合推出了“学院计划”,将向所有参赛团队免费提供可以进行市场分析、数据挖掘、客户服务及采购与供应链管理等功能软件,以培养参赛团队的客户分析和数据分析、市场关系指导、拓展在线社区、新媒体战略规划等能力,以满足中国企业“走向全球”的人才需求。

同时为了让参赛团队更好地理解“全球化”背景的竞争,社科奖大赛组委会与国际营销大赛组织对接,大赛胜出团队将于2014年5月代表中国赴美参加国际营销大赛,参赛费用30万元人民币将由社科奖组委会承担。国际营销大赛每年举办一次,来自美国、加拿大、德国、法国、英国、日本等多个国家和地区的参赛在为期一周的时间内展开同台竞技,正面交锋。学生通过参赛来获得与真实企业情况有关的知识,以及工学结合的学习经验;通过参赛,学生可以展示自己的主动性、创造性、自我约束和自我改善的途径,体验个人成长和自我实现的成就感;这将是一个国内外营销专业学生素质、能力及教学质量水平的大比拼。在比赛期间,还会参加各种类型的研讨会、职业发展领导力大会及多个主题活动,并与来自世界各地的大学生、企业家、教授学者面对面的进行讨论与交流学习。这是中国首次组队参与,机会难得,吸引了来自北京大学、复旦大学、对外经贸大学、同济大学、重庆大学、湖南大学等多家211、985院校参赛,以期脱颖而出,赴美决战!

强校、强企、强国

因为担心大学毕业后找不到工作从而阻止女儿上大学的成都爸爸得到了71%的网友支持,这个社会现象无疑体现了国人对现行大学教育模式的质疑。与国际同行相比,中国企业人才短缺问题特别显著。中国一家领先银行的营销主管说:“我们的营销部门还很稚嫩,大学毕业生需要经过大量的培训,才能充分理解营销工作”。社科奖大赛引进国际最新行动学习法,以赛促学,落实实践教学新模式。历

经六届,推动近千所院校教改实施,参赛师生在学以致用同时也帮扶如德茹雪桑蚕丝被有限公司、杭州丽儿宝日用品有限公司、秦皇岛中荣太阳能有限公司、重庆比高文化传播有限公司、孝感麻糖米酒有限公司等中小企业共计16万家。受大赛帮扶企业中有一家连续经营8年的农业高新技术创新企业,产品虽获得绿色认证、5项国家发明专利并第一批获得国家科技部重点支持,但由于重生产,轻营销,陷于经营困境,产品积压。在大赛帮扶后,销售额达到2000多万元;通过大赛的人才输送,企业获得了持续发展的新鲜血液。现在只要有社科奖大赛获奖证书的学员,已成为人才市场的香饽饽。获奖的学校因为就业率高,在招生中也独显优势,同时大赛获奖证书也成为指导教师评定职称的重要依据。

常州工程职业技术学院束惠萍老师认为,结合大赛体验营销新模式,确定“以就业为导向、以能力为本位、以学生为主体”的办学方针。教师由“教”学转向“导”学,加强学生的创新精神、实践能力的培养,打造专业技能过硬、实际动手能力强、综合素质高、“零距离”上岗优秀职业人才。有效缓解了“院校招生难,学生就业难”等社会问题,打破给大学生带来心理负担的读书无用论。

今年大赛的合作企业为广东大一新农业和宜宾红楼梦酒业两家经营大米和白酒的公司,他们都刚刚推出新产品,需要大赛帮他们解决品牌定位、消费者认知、营销策划、新媒体营销等问题。“我们梦酒品质已经得到行业内泰斗的肯定,也获得不少荣誉。但如何快速传播出去?如何找准品牌定位?我们策划团队希望能够集思广益,借助全国大学生的支持获得灵感”红楼梦酒业营销总监钟总说;“我们找到了中国口感最好,营销最丰富的大米,希望社科奖大赛能够让全中国人都知道黄麴米的价值”大一新农业区总对大赛的期望。这是两家积极进取,希望成为行业领军的企业,牵手社科奖营销大赛一块体验打造国际品牌的成就感!希望社科奖营销大赛能够和他们共同成长!

地方保护作祟 跨区域投资者“入地无门”

■ 孙雯 特约记者 张晓磊 北京报道

日前,有部分中央媒体报道了由中国政法大学、西北政法大学中国城乡发展与法制研究中心和国资委《市场观察》杂志社联合主办的“曙光大亚湾公司案件法律研讨会”。此次研讨会上国内法律界权威专家认为,跨区域投资者正在成为一个法律纠纷中的弱势群体,地方保护的习惯势力,合作之初的法律意识不强,加之地方司法系统的不健全,一旦发生经济或其他纠纷,他们的法律维权之路将会“上天无路,入地无门”。

到底是谁的错?

来自该研讨会的资料显示,桂林市曙光房地产开发公司20年前从广西桂林到广东惠州大亚湾异地投资,独资在大亚湾成立了曙光大亚湾公司。因当年曙光大亚湾公司与惠州当地的大亚湾华南实业发展总公司签订了联合组建澳深公路实业开发总公司的合同及补充合同,约定双方共同设立公路开发联合公司,开发澳深公路项目,后因大亚湾管委会未同意华南公司参与项目,曙光大亚湾公司独立与大亚湾管委会签订了投资开发澳头至深圳沿海公路项目合同,约定由曙光大亚湾公司自带资金,独立出资组建大亚湾澳深公路实业开发总公司,采取“以路换地”投资收益分配方式,全额投资开发澳深公路项目,并实际完成了大量的土石方工程。后因国家政策不允许及规划变更,项目被取消,大亚湾管委会同意对曙光大亚湾公司已完成澳深公路项目土石方工程造价结算款进行结算补偿,经核算,工程造价为162亿元人民币。大亚湾管委会与曙光大亚湾公司于2010年2月5日签订《终止项目合同及处理协议书》,用价值1.5亿元的两块土地、另加1200万元现金合计162亿元充抵工程造价结算款。

研讨会上,曙光大亚湾公司反映:法院在执行判决中,对案外人提出的异议,未听审查,就下达裁定书。对此,与会专家一致认为:侵害了案外人在执行程序中的法定权利,属于程序违法,执行裁定及



其所根据的判决明显背离当事人之间的协议,违背了客观事实,执行结果不合法、不公正,侵害了案外人的合法实体权益,建议中止该案的执行程序,纠正错误。

因工程结算款分配引发纠纷,曙光大亚湾公司与华南公司进行了长达5年多的诉讼“拉锯战”,而拉锯战的背后其实是地方保护与跨区域投资者的利益博弈。惠州当地自然会关注本土企业的利益,同样,广西桂林也在支持本地的企业积极应对。桂林曙光房地产开发官司难赢,一个经营了20多年的跨区域投资企业濒临破产边缘。

不仅仅是广西桂林、广东惠州之间的争夺,我想,随着中国社会经济的不断发展,有实力的地方企业会把全国市场当做一盘棋,然而,这盘棋好吗?近年来,不少地方采取种种手段保护本地发展的现象频现,然而,这种看似保护地方的行为却为市场的正常竞争带来了实质危害。目前,地方保护的手段也更加隐蔽。过去,地方保护基本采取直截了当的办法,如今在中央政府三令五申、明文规定禁止地方保护主义之后,地方保护的方式变得越来越隐蔽,越来越难以识别和对付。

保护投资者合法权益,一直以来都是我国经济工作中的重中之重。特别是在全球产业转移速度加快的大背景下,也给政府和监管机构加强投资者权益保护带来更多启示。如果说很多跨区域投资企业正面临危机的话,在一定程度上是当地政府招

商引资的危机,也是投资者对当地市场发展信心的危机。中国的跨区域投资保护制度虽在完善中,但这项工作仍任重道远。

当地政府和行政司法部门都要切实保护外来投资者的利益,促进本地市场的稳步健康发展。

为什么要保护?

前面讲到的曙光大亚湾公司案例中,由于立法上的“先天不足”,导致跨区域投资者维权困难重重。除了立法缺陷之外,各级政府、法院在执行法律规章时的地方保护以及当地投资者的搭便车心理也导致了跨区域投资者的官司难赢。

受我国司法个别违法现象的误导,跨区域投资者对维权行动普遍缺乏信心。由于这些年司法腐败、司法执行难等严重损害了法律的权威性,很多跨区域投资者担心法院在审理涉案当地企业单位时,不会保持公平公正,不会保护外来投资者的合法权益,担心项目亏了钱,打官司又再花钱,那就“赔了夫人又折兵”。这种对司法的不信任,直接打击了跨区域投资者的维权热情,导致他们不愿拿起法律武器维护自身合法权益,从而表现出造假时有发生、维权意愿低迷的情形。

另一方面,跨区域投资者由于获得法律援助的途径太少,企业聘请的兼职法律顾问受经验水平、责任心的限制,使企业常常处在法律风险高发的境地。当地法律部门由于与外来企业信息不对称,对涉及跨区域投资

者的重要条文没有及时披露,导致这些投资者无法及时获得法律方面的信息,这也是跨区域投资者被动的一个原因。

如何切实保护广大跨区域投资者的利益?

切实保护跨区域投资者利益,必须体现在当地政府各相关部门的规章中。凡不符合市场发展实际的情况,可能损害跨区域投资者利益的地方“土规定”,应予重新修订。新出台的地方部门规章,也应符合切实保护投资者利益的指导思想。地方政府部门领导应严格把关,不宜只考虑本地收益主体是否得利,而应以切实保护每一位投资者的利益为立足点和出发点。

同时,切实保护跨区域投资者利益,必须有长远和透彻的眼光。坚决摒弃“头痛医头,脚痛医脚”的想法。只有积极解决相关问题,才能从根本上切实保护投资者利益,促进本地市场稳步健康发展。

我国跨区域投资保护机制不健全,由于“先天不足”、“营养不良”、“护理不当”等问题,使跨区域投资者在当地能赢官司、获赔偿的寥寥无几。而我们相信,各级政府和司法机构能够吸取法律实施过程中的各种经验,对跨区域投资保护机制进行完善,促进我国市场经济全面、协调、可持续发展的健康发展。这是一个系统工程,需要立法的支持、司法系统内部的规范以及社会诚信机制的完善。

铁总上半年亏65亿 还本付息800亿

■ 孙春芳 报道

“铁路总公司现在已经变成给银行打工了。”这一说法部分得到近期公布的铁总半年报数据的佐证。

这份财报显示,今年上半年,铁总用于还本付息的资金就高达793.46亿元,而同期内铁总用于基建投资的资金也仅为236.452亿元,也就是说,还本付息资金达铁总基建资金的1/3左右。这也凸显了铁总目前沉重的债务负担。

半年贷款2000多亿

数据显示,2011年铁总的货运量为2763吨公里,2012年降为2722吨公里,2013年上半年该数字为1309吨公里,不及2012年的一半。

一个比较有趣的现象是,铁总的财报中,往往是一季度报,半年报中出现亏损的现象,而到了年终,数字则转为微弱盈利。

例如2012年底原铁道部的利润为196亿元,而当年上半年其利润则是亏损88.1亿元。

其间的缘由,按照上述接近铁总的消息人士称:“每年年末财政部门会给铁总一笔补贴资金,补贴的理由是说铁总在学生军人半票坐车、运输一些农用和军用物资上有大量公益性的亏损。把这笔补贴资金添加上去之后,铁总的财报就会显得稍微靓丽一点,不会出现触目惊心的亏损数字。”

对铁总公益性运输和项目的补贴,正是1个多月前国务院出台加快铁路建设和投融资体制改革5条意见中的一条。

上述国务院意见,正是在铁总日益高企的债务和未来5到10年内繁重的建设任务背景下出炉的。

消息人士称:“自从刘志军倒台新部长上任后,铁路建设不顾成本、大千快上的激进态度有所收敛,新部长认识到巨大的债务对铁路造成的负担,想有所扭转。”

然而,由慢入快易,由快入慢难。虽然2011年和2012年两年内铁路的年度固定资产投资相对2010年8000亿元的天量值有所降低,但仍保持在六七千亿左右。

而更要命的是,这些建设资金七八成以上都靠借贷得来。

2013年的财报显示,仅今年上半年,铁总的国内外贷款总额就达2188.46亿元,占到上半年资金来源(3386.91亿元)的七成左右。

上述债务性资金并不是终结。今年下半年,铁总又发行了三期的铁路建设债券,总额达600亿元,而在今年剩余时间内,铁总还将继续发行900亿元的铁路债。

新债借来,旧账未还。2013年铁总的半年报显示,铁总目前累计的国内借款已经高达22874亿元,国外借款则达324亿元。

巨额的债务,意味着大笔的付息资金,上述消息人士称,根据铁总的估算,今年铁总光付息就要花1300亿元。

新融资计划难见成效

中铁隧道公司的一位中高层领导告诉记者,虽然前一段时间国家表示了对铁路事业的充分重视,也出台了一些新的融资办法,但实际情况仍然不容乐观。

“总体上,资金的拨付依然是按部就班的,大量的铁路工程局部分资源处于闲置状态,有些日子不太好过的局,甚至不得不靠跟银行贷款,来维持现金流和正常运转。”

小河干了,是因为大河不放水,虽然7月份铁总将年初计划6500亿元的固定资产投资额追加到6600亿元(如果加上神华集团等非国铁部门的300亿元追加资金,则为6900亿元),但铁总高层对铁路建设的进程把控仍然是谨慎的。

上述消息人士称,铁总目前慢慢开始转变角色了,以前是部委,现在是一家公司,会更多考虑盈利。“如果一个项目能够尽快实现盈利,铁总当然非常愿意及早地促成开工,但如果项目投入大、见效慢、周期长,铁总的态度就会比较犹豫和谨慎。”该人士称。

该人士称,往往是投资越大周期越长的项目越是国家重点项目,最终铁总肯定还是得干,但铁总会要求国家有关部门给予更多的支持,也就是说,尽量使用预算内资金和中央拨款,而不是全部用铁总的名义去贷款修路。

对于国务院出台的5条意见,该人士表示,目前铁总正在会同发改委、财政部、国家铁路总局、交通运输部等有关部门制定方案,争取早日落实,其中铁路运价改革一项,发改委已经制定了大致的框架,但具体细节上尚待落实。

而公益性补贴一项,铁总目前正在内部分类、汇总、核计公益性项目运输的亏损细目。“虽然国务院表示近几年内还是继续实行过渡性补贴,但铁总希望尽快制定出明确方案,有一个更完善和长期化的补贴计划。”

按照国务院意见,今年将安排450亿元铁路建设基金、200亿元预算内资金和150亿元的车购税作为预计新出台的铁路发展基金的引导资金,通过这800亿元的资金,来吸引200亿元的社会资本。明后两年,国务院打算将该基金规模扩大至2000亿到3000亿元的规模,以期吸引1000到2000亿元的社会资本。