

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 12 版

第 079 期 总第 7891 期
统一刊号:CN51—0098
邮发代号:61—85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

2014.3.28

星期五
甲午年 二月二十八
热线电话:400 990 3393
官方微博:weibo.com/jrwb
weibo.com/jlrbs

河北省将全面整治农村食品市场

◎将以城乡接合部、乡镇村为重点区域 ◎重点查处假冒伪劣儿童食品 ◎农村中小学周边的食品安全问题备受关注

《P2

本期导读 Highlights

国美扭亏为盈 转型全渠道零售商

据国美总裁王俊洲透露,未来国美将在“线下实体店+线上电商+移动终端+社会化渠道”的运营模式基础上,依托低成本高效率的供应链提升集团业绩。

《P2

借力微博营销 魅族试水社交平台团购

3月26日,魅族手机最后一次M8换购活动在官方网站与新浪微博同步发起,首次试水社交平台团购,矛头直指竞争对手小米。

《P3

HTC 全球销售总裁张嘉临: 线踩对了不能再犯错

HTC 显然下定了决心要敲开中高端市场的大门,为业绩止损。

《P3

利郎男装品牌升级发力 打造时尚整合营销

近日,中国商务男装领军品牌利郎正式签约业界知名营销策划公司——博派智达,力求在 2014 全面推进其时尚整合营销战略。

《P5

移动+视频+时尚+娱乐 腾讯打造日化行业营销四重奏

移动、视频化是日化行业广告主需要关注的营销趋势,与时尚、娱乐相关的内容和平台则是日化行业开展营销的着力点。

《P6

全新爱丽舍体育营销双线发力

2014 年,雪铁龙将疆域拓展到首次挑战,以全新爱丽舍为原型车打造战车首次挑战 WTCC。

《P7

面向未来 创新辉煌

——龙阳伟业王伟董事长一行访问企业家日报社



●企业家日报社社长、总编辑、党委书记龙良贤向龙阳伟业董事长王伟赠送书法作品。

■本报记者 王海亮 王镜榕

春回大地,万物复苏。2014 年 3 月 24 日,北京龙阳伟业科技股份有限公司(简称:龙阳伟业)王伟董事长一行踏春蓉城,访问公司战略合作单位企业家日报社,受到报社社长、总编辑、党委书记龙良贤等领导的亲切接见,并就开展中国西部万名青年创业家工程有关事宜举行会谈。

龙良贤社长首先代表企业家日报社对王伟董事长一行的莅临表示热烈的欢迎,并指出,作为我国建筑地下防水领域的新兴产业领军企业,龙阳伟业始终以社会责任为导向,心怀“让建筑更安全”的企业梦想,依靠持续的改革创新,实现了“建筑地下基础结构与防水同寿”的革命性创新成果,为从根本上提升我国建筑的质量,减少资源浪费和能源浪费做出突出贡献,被国家领导人誉为“建筑地下防水领域的变革实践者”,改革创新成果

荣获多项殊荣。龙良贤社长指出,作为关注中国企业家思想与成长的全国唯一一份行业日报,我们多年来始终非常关注王伟董事长以及龙阳伟业的发展步伐与一系列开创性成果,龙阳伟业以社会责任为导向,“我为人人,人人为我”的水文化为特色的企业文化,令我们印象深刻。当前,我国正处于全面建成小康社会的战略关键期,促进西部地区的大繁荣、大发展,具有全局性的深远意义。希望龙阳伟业具备的西部创业青年,为西部大开发,为我国经济社会的发展,为中国梦的早日实现,做出更大的贡献。

王伟董事长首先对几年来媒企之间的良好合作以及报社给予的宝贵支持表示了充分

肯定,并介绍了 2014 两会前夕全国政协常委、九三学社副主席赖明一行深入龙阳伟业调研,使龙阳伟业十余年来不懈致力于“建筑地下渗漏与建筑安全”的课题引发有关方面高度重视,并将形成议案提交全国政协讨论。

王伟董事长说,龙阳伟业多年来始终以来“为中国建筑质量安全提升做贡献”为使命,破解“三高”产业痼疾,将确立科学的防水观,向管理型产业转型,作为解决的关键;锐意探索责任导向型企业文化与新型商业模式,为从根本上提升和保障中国建筑的质量安全做出突出贡献。成都作为西部大开发的桥头堡,具有重要战略意义,通过帮扶一批西部草根青年成功创业,掘得人生第一桶金,对解决当前中国青年尤其是大学毕业生就业的草根迷茫浮夸的社会心态,弘扬自我奋斗的草根创业精神具有重大意义。公司将积极参与本项活动,为履行企业的社会责任



●王伟董事长向龙良贤总编辑赠送图书。



●座谈会上。

做出新贡献。龙良贤社长表示,王伟董事长一行访问报社,也是我们战略合作迈向新台阶,进入新阶段的标志,报社也期望在保持和发扬良好传统的基础上,进一步深化我们的战略互信与共识,在合作共赢基础上,将西部青年创业工程落到实处。

陪同王伟董事长访问报社的有常务副总经理宋虹燕、人力与事业发展部总监万娜娜、经理李海、报社主要部门负责人副总编辑梅秀泉、总经理陈天明等。

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

洋品牌失意大众市场 国货发起高端化妆品逆袭战

■何欣荣

露华浓、卡尼尔相继宣布退出中国市场,雅芳中国陷入转型困境……今年以来,洋品牌在中国的大众化妆品市场遭遇不小挫折。但另一方面,洋品牌又加大力度引进高端化妆品,以期挽回颓势。从中外化妆品企业近期的举动看,国货、洋货的“天王山之战”,将在高端化妆品领域打响。

对于国内化妆品企业而言,今年将是特别的一年。美国彩妆品牌露华浓和欧莱雅旗下品牌卡尼尔撤离中国,意味着在大众化妆品领域,本土品牌正逐步取得市场主导权。有统计显示,近五年来,外资在大众护肤品市场的占有率从 60% 下降至 45% 左右。与之形成鲜明对比的是,一批曾经沉寂的国货精品如百雀羚、美加净等,重

新回到舞台中心。

但是,外资品牌积累多年的优势,并不会一夜消失。尤其是在利润丰厚的中高端化妆品市场,外资品牌还在加大开拓力度。今年 3 月底,雅诗兰黛宣布将旗下超高端香水品牌引入中国市场。

“毫无疑问,中高端化妆品将是下一个市场焦点。”本土化妆品领军企业伽蓝集团董事长郑春影说。依靠自然堂等大众化妆品品牌,伽蓝去年的收入增长 20%。今年伽蓝一方面在大城市的百货、商场开设专柜;另一方面筹划推出高端品牌美素的升级产品,期待能够向上延伸。

另一家本土化妆品龙头上海家化也交出了不错的答卷。根据最新财报,上海家化 2013 年实现营业收入 44.7 亿元,同比增长 11.7%。其中,售价近千元的高端产品太极丹

上市第一年,销售额即突破亿元,显示出不俗竞争力。

面对外资重兵集结的高端化妆品市场,国产品牌有何底气“逆袭”?郑春影的答案是,相比外资公司,本土企业更了解国人的肌肤特点、饮食习惯,从而能研发出更具针对性的产品。“其实,在品质上很多国产化妆品与外资品牌相差无几,但在细节上还有欠缺。包括产品包装、营销策略、与消费者的沟通等,今后需要补足功课。”

上海家化董事长谢文坚则提到了国产品牌对中国文化的运用优势。目前,上海家化主打中草药文化,伽蓝主打东方文化。作为一种兼顾物质和精神的消费品,成功的化妆品品牌背后都有文化因素,韩剧热播带动韩系化妆品热销就是明证。

“随着中国跃居世界第二大经济体,国人

的文化自信越来越强。从服装到化妆品,中国元素随处可见,这给了本土企业很大的施展空间。”郑春影说。

国泰君安证券研究员曾猛指出,作为与中国文化相近的国家,韩国消费者也曾经热衷于购买国际化化妆品,但近年来韩国本土企业快速崛起,牢牢占据高档化妆品市场的第一品牌。相信在中国化妆品领域,中国本土企业能够复制在大众化妆品市场的成功。

当然,要做到这一点,国产品牌面临的挑战不小。比如,本土企业实力偏弱,多数企业年销售额不足 5000 万元,超过 10 亿元的寥寥无几。外资方面,欧莱雅一家 2013 年在华销售额达到 132 亿元。为了做大做强,形成多品牌格局,不少本土化妆品企业图谋上市。目前,相宜本草已启动 IPO 计划,伽蓝集团正按照上市公司的要求规范运营。

iPhone, android 手机扫描二维码下载安装
企业家日报微信公众平台二维码
企业家日报手机客户端 APP 二维码

本报常年法律顾问为闫永宁律师
手机:13609110893

中国国家游泳队指定供应商
双汇 中国肉类品牌
双汇产品我们放心!

希腊购房移民 新年特惠
加海公司 感恩 大回馈
项目最低仅 1W 欧元+VIP 服务
火热销售中
咨询电话:028-86697589
地址:四川省成都市青羊区八宝街 88 号国信广场 23 楼

苏通丝绸
http://www.stjsc.cn 服务热线:0513-84889999
苏通杯全国财经好新闻大赛

国酒茅台
酿造高品位的生活
成都伍田食品有限公司

厂房租售热线:4008036599
广汉新鑫和产业园,成都至青白江快速通道延长线旁

GMO 搪瓷承压式 多能源储热水箱
www.gmoworld.com 电话:400-880-6155

伍田牦牛肉
完整产业链 品质有保证
成都伍田食品有限公司