

或许正是因为领导者和和管理层的变动，使得曾经数一数二的新飞沦为行业边缘性品牌。

二度出山董事长再请辞 新飞家电梦想渐行渐远

作为曾经冰箱行业的领先者、家喻户晓的民族品牌,新飞却在过去近 20 年发展间不断掉队,沦落为一个面向三四线、乡镇市场的边缘化品牌。早在 2006 年时,新飞电器便试图通过更换管理层、品牌标识等方式放飞企业梦想,但结果却愈加糟糕,市场份额持续下滑。近日,新飞电器董事长高嘉琳的二度离职,也被业内看作是新飞家电梦想的凋零。

二度出山董事长再度请辞

历经 2013 年冰箱市场份额持续下滑和员工罢工事件后,新飞电器董事长再次变更。就在前不久,新飞电器董事长易人的消息不胫而走,原新飞电器董事长高嘉琳请辞,董事长一职由丰隆亚洲 CEO 陈树田担任。

在业内专家看来,企业经营不佳历来和高层动荡相伴随。新飞电器近年来市场份额不断下滑,从 10%跌至 3%左右。这充分表明了新飞在企业战略、管理体系等方面存在问题,这种情况下进行高层调换较为正常。

但值得注意的是,高嘉琳此次离职是其担任新飞电器董事长的第二次退位。早在 2010 年 12 月 14 日,高嘉琳曾接替张冬贵担任新飞电器董事长一职。

在中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌看来,高嘉琳二度出任董事长一职,无疑存在两种可能。一种是新飞电器未能找到合适的人来担任董事长一职,因此象征性地安排由高嘉琳担任,另一种情况则是通过前几任对比,发现高嘉琳更适合董事长一职。不过随着高嘉琳的再次离职,第一种情况的可能性更大。这也意味着从 2010 年到现在,除了阮健平外,新飞电器一直处于“无合适最高领导者”状态。

对于新飞电器来说,不仅最高领导者缺乏合适的人,高层管理人才也流失严重。早在 2011 年 8 月,新飞电器元老功臣冰箱销售总经理王建华的离职便引发了业内热议,中国电子商会副秘书长陆刃波当时将此次离职称之为“中国冰箱市场最大的变数”,并表示这对于新飞在中国市场的销售是最大的失败。同一年,新飞电器原销售总经理羊健、原技术中心总经理梁尚勇、首席财务官尹浩恩也都陆续离职。

冰箱市场份额不断下滑

或许正是因为领导者和和管理层的变动,使得曾经数一数二的新飞沦为行业边缘性品牌。据中怡康监测数据显示,2013 年 1-4 季度,新飞冰箱市场零售份额一直下降,分别为 4%、3.2%、2.9%、2.7%,远不如海尔、美的、海信等企业。

家电分析师梁振鹏分析指出,新飞市场份额的下降和家电下乡等政策提前透支市场关联较大。新飞冰箱如今已经俨然成为典型



的面向村镇型品牌,产品在二线城市竞争力较差,家电下乡等刺激政策的退出对其冲击最大。这种情况下,低端市场需求的下降将直接影响新飞产品的销量。

早在上世纪 90 年代,新飞冰箱曾辉煌一时。其产品市场销量和品牌美誉度仅次于海尔,市场份额长期霸占前三。然而到现在,新飞冰箱已经彻底沦为边缘化小品牌。

业内专家普遍认为,这与引入新加坡丰隆集团战略投资关联较大。早在 1994 年,新加坡丰隆集团与新飞集团组建新飞电器。然而,丰隆集团主要产业在金融、房地产、酒店等领域,对新飞电器业务发展帮助并不大,主要是财务性投资。而由于丰隆集团对中国家电市场的不了解,且较为保守,反而致使新飞错过了多元化发展的机遇。

据了解,早在 1997 年左右,新飞集团负责人就曾极力主张多元化发展,然而却由于丰隆集团对新飞电器在中国内地的扩张谨慎有加而被否决。等到 2001 年 11 月,新飞电器终于大举进入空调产品领域,然而却已经时过境迁。梁振鹏认为,在 2000 年以前,中国家电市场一直处于高速发展期,国内家电巨头海尔、美的等企业均是在那时布局多元化,然后迅速崛起。而到了 2000 年以后,留给跟进企业的机会已经不多。

陆刃波也曾多次表示,新飞电器的衰败原因就在于外行人领导着内行人。

找个好买家成惟一出路

不可否认的是,经过 2005 年再次收购后,丰隆集团控制着新飞电器 90%股份,不管是转手销售还是自主经营,丰隆集团也希望新飞电器能够发展良好。这一点,从过去的几年间,丰隆集团多次更换高管、更换商标标识便可看出,而从新飞过去几年的发展状况来看,显然丰隆集团已经无能为力,没有什么好办法能够拯救新飞。业内人士分析称,这意味着如果没有什么强有力的新股东入驻的话,新飞电器很难起死回生。

对于新飞电器的未来,梁振鹏认为,最好

的结局就是丰隆集团彻底出售,然后被创维、TCL、康佳等彩电企业收购。因为后者既有实力又有资金,且现阶段正在高调发展白电业务。一旦被收购,新飞冰箱起死回生的可能性还是很大的,因为到现在为止,虽然公司经营出现了困境,但是其产品品质并未出现重大事故,用户口碑较好。

不过在洪仕斌看来,新飞电器想要出售也并不容易。原因在于新飞电器的整体价值不大,在销售渠道、品牌方面,新飞优势并不明显,而人才这些年已经流失殆尽。但在这种情况下,收购新飞电器,更多的可能是将其作为一个制造基地或者物流中心。

但业内专家普遍认为,如果迟迟不出售,不做重大改变,新飞电器处境将十分危险。从 2012 年起,新飞电器的停工事件已经不止一起,这足以说明公司经营管理方面存在大量问题。按照目前新飞冰箱市场份额不断下滑的趋势,结合经营状况,未来极有可能出现彻底停工,到时候新飞电器将变成一个烂摊子。

事实上,近年来每年几乎都会有新飞电器出售的消息传出。在梁振鹏看来,丰隆集团其实一直在寻找合适的时机和接盘者,想要高价出售。不过可能是因为新加坡方面对其价值期望过高导致迟迟无法出手。

对于新飞人来说,梦想正在渐渐远去,或许当丰隆集团放手的那一刻,新飞这只雄鹰还有望再次展翅高飞。(陈维)

相关链接

新飞电器董事长更迭频繁

2006 年丰隆入主新飞后,张冬贵任新飞电器董事长。

2010 年 12 月 14 日张冬贵离职,曾于 1999 年起担当新飞电器董事、副董事长高嘉琳接任。

就任不满 8 个月的高嘉琳让位新加坡丰隆亚洲董事兼首席执行官阮健平。

2013 年高嘉琳再度出山,2014 年 6 月宣布离职。

国投新集口孜东矿： 班组管理实行链式流程创新管理

今年以来,国投新集口孜东矿给力班组建设,不断将班组管理工作关口前移、重心下移,抓基层、打基础,出新招、举新措,近期实施了班组链式流程管理法,积极争创一流班组。

班前预知排隐患

该矿一改过去班前会上“一人说”的呆板模式,实施“现身说、分析找、优差评、针对防”的互动式班前会,使班前会安全“前沿阵地”的作用真正得到了发挥。

现身说:上一班班组“三违”人员对自身违章行为进行阐述,介绍违章心理及原因,作出不再违章的承诺。

分析找:各班组分析查找上一班不规范行为及隐患的原因,做到防患于未然,增强职工入井安全防范意识。

优差评:依据上一班作业情况,各班组评选出当天的“明星职工”和“最差职工”,激励先进,鞭策后进。

针对防:进行入井前“薄弱人员”排查,将那些情绪不高、休息不好或有饮酒等特征的“薄弱人员”隔离谈话,疏导情绪,解其心结;对当班可能遇到的问题拿出针对性措施,合理安排当班生产任务。

班中预控保质量

该矿从“细节”入手,卡控关口,率先在井下巷道掘进施工中,全过程、全方位、全天候实施“实名制”管理模式,达到了质量、行为上的“双追溯”与“双卡控”,进而有效地助推了企业的管理创新与管理升级。

人员从集体宣誓列队入井开始,到岗位职责确认、班中巡回检查、现场问题处理、岗位标准流程操作、班中工序验收、班中情况

汇报、班末现场交接验收和当班工作汇报等一系列操作流程,针对现场实际情况,自查整改质量管理方面存在的不足,制定工程质量检测预控方案,在施工现场严格实施六预控措施,及时完善质量管理制度和现场质量控制体系,并落实“三检三验”制度,严格执行班组自检、工序交接检、专业质检制度,做好检验记录;做到班前检查不能少,班中巡查不断线。班末由两班班长、安监员、验收工共同对现场工程质量验收。

班后预教提技能

在班后会上由班队长对本班的工作任务和人员行为规范进行总结,集体学习岗位案例教育、岗位理论学习、业务技能讲课和对“薄弱人员”帮教来提高员工的业务技能和人员的行为标准化。

在对三违治理办法进行总结提炼的基础上,更加重视帮教形式的多样化,对违章人员建立帮教档案,实施技能帮教“一对一”制度,通过举相关的典型事故案例,向三违章人员讲解个人违章可能给本人、工友、家庭、矿井带来的损失及危害;通过算清经济账,使他们牢记违章的教训,认识到违章的危害,接受深刻的教育。利用亲情感化触动违章职工心灵,让职工深刻体会到安全不仅是对自己负责,更是一种对家庭的责任,违章人员针对自身三违诚恳认识自己的错误,并表示在今后的工作中努力学习,提高专业技术水平,严格按章操作,还要以自身事例警示身边的工友杜绝三违。今年以来,该矿涌现出职工自身无违章,班组安全无事故的“双无班组”36 个,占全矿班组总数的 89%。

该矿的创新管理新思路,目前已得到各方的认可并引起关注,有效的管理方法,正逐渐产生“墙内开花墙外香”的辐射效应。(苏文龙)

管理日记

领导要学会“培养自己”

■ 宏基集团创始人 施振荣

在一个企业里面,有时候成长并不是只在单一的领域,实际上它的范围是很广的。尤其职位越来越高的领导者,在如何用人的部分,变得非常关键。所以,领导者能够容下能力比他更强的人,是一个很重要的特质;领导者应该也能够包容跟他意见不同,或是风格不同的人。如果在用人的地方没有包容的雅量,虽然也会有成长,不过成长到一定层次,就没有办法更上一层楼;所以,领导者一定要先培养自己的成长。

此外,领导的另一个信念就是要给自己找一个新的任务。譬如说,没有人培养我,我就自己培养自己;我给自己新的任务、新的挑战,从经验里面去成长,不断地

承担风险,否则没有办法成长。所谓“不入虎穴焉得虎子”,我想没有风险的承担,就没有办法有效地突破个人能力的限制。

当然,当你在培养人的时候,最好要有“不留一手”的企业文化。实际上,这代表两个方向:一方面是在上位不留一手,形成那个文化,可以让下面的人很快地进步;另外一个环境,如果不留一手,三人行必有我师,还是可以互相学习,成长会比较快。

总结起来,我认为一个人要成长,必须学习,再学习。要靠:①读书;②工作经验;③用心消化;④执行;⑤自我检讨。另外,要相信三人行必有我师。生活、日常上的点点滴滴,都要在无形中学习,并且很有挑战性、成就感;这样在看待周围环境时,敏感度就比较高。

省市 FDA 为得益绿色齐点赞 “小食品做出了大文章”

■ 本报记者 何沙洲

2014 年 8 月 5 日,四川省食品药品监督管理局副局长张大中,成都市食药监局党组书记、局长周万生,新津县人民政府县长辜学斌、副县长罗智敏,新津县食药监局局长黄民贵一行,专程前往四川得益绿色食品集团公司进行督导检查。得益绿色依旧以长期保持的良好食品安全状态,得到了检查组的高度好评,认为得益绿色能够在竞争激烈的食品行业占重要的一席之地,全靠重安全质量,狠抓内部管理,

提高员工素质,坚守“做食品就是做良心”作为取胜法宝,将“小食品做出了大文章”。

虽然酷暑难当,检查组一行仍然顶着烈日,在得益绿色董事长杜诚斌、总经理杜威萱陪同下参观了得益绿色新津生产基地厂区,并专门走进肉制品生产车间和方面米饭生产车间进行了严格检查,对每个生产环节和质量管控手段,都进行了检查和询问了解。看到眼前干净整洁有序的生产环境、工人标准化的规范操作,以及现代化的生产线,检查组一行纷纷惊叹:得益绿色最出名的是杜老总那句

“做食品就是做良心”,果然名不虚传,没想到的确做得那么好!

看到得益绿色去年上市获得专利的自热方便米饭,四川省食品药品监督管理局副局长张大中赞叹说,这就是典型的农业产业化中“小食品做出了大文章”,成都市食药监局党组书记、局长周万生则说,这关键在于创新,产品创新是一个企业的生命力所在。除了产品创新,质量管控是重中之重,希望得益绿色将良心理念坚持和发扬下去,成为食品行业的一个楷模。



爱在七夕,红豆为“媒” 第十四届红豆七夕节活动精彩纷呈

一颗红豆千年缘,一份誓言一生情。8 月 2 日,一年一度的七夕节如期而至,作为第十四届红豆七夕节的重要活动——第三届“红豆树下的婚礼”在红豆集团举行,10 对新人在有着“爱情树”美誉的浪漫红豆树下喜结连理,永结同心。

作为七夕——中国情人节的首倡者,红豆集团在经过十四年的坚守后,七夕这个曾经被人们淡忘的传统节日又重绽昔日光彩,成为“我们的节日”。今年七夕,红豆集团一方面启动了以“爱,从未改变”为主题的红豆七夕促销月,来全面回馈消费者,一方面开展了丰富多彩的活动,并与集团各品牌线上线下销售零距离互动,让消费者享受到夏日购物盛宴的同时,更体会到了红豆为“媒”的七夕大爱。

10 对新人红豆树下永结同心。8 月 2 日

上午,在第三届红豆树下的婚礼现场,10 对新人互相赠了爱情信物——镶嵌着红豆的红豆缘情侣手链,象征着他们的爱情像红豆一样不霉不蛀,坚贞不渝,同时也寓意着他们白头偕老、永结同心。这 10 对新人都是今年刚领结婚证的新人,他们每一对都有红豆的员工,红豆集团为他们精心打造了“红豆情缘 爱你一世”最浪漫的新中式集体婚礼,让他们有一份特别难忘的回忆,让他们感受红豆幸福家的关爱和温暖。据悉,这个浪漫的新中式集体婚礼,既包含了传统的三拜仪式、喝交杯酒,还通过新人鹊桥相会、红豆亭下宣誓、红豆树下祈福、紫杉湖中放荷花灯等,来演绎新人相识、相恋相爱的浪漫故事。作为红豆七夕节的重要活动,红豆树下的婚礼已经举办了三届,就是想让更多的年轻人了解、喜爱红豆,从而更加喜爱我们民族的传统文化,而且选择集

体婚礼,低碳而又时尚。

两地“红豆”联动过“七夕”。与红豆集团热闹的 10 对新人集团婚礼现场相呼应的是,远在 1800 多公里之外的四川省什邡市师古镇红豆村。8 月 2 日,“红豆七夕节”盛大开幕,一场“红豆·爱《乞巧兰月夜》”七夕节主题晚会迎来远近众多情侣,他们携手在千年红豆树下,以七夕茶会、拜月、祈愿等传统仪式,重现了中国情人节的传统习俗。明月东升,千年红豆树下,年轻男女祈愿结缘。“祭月之儀”传统仪式,将七夕节推向高潮,净手、焚香、奏乐、献果、祭酒、乐止、献祭文、跪拜、再拜、三拜起、礼成。千年红豆树下,印心池畔,情侣们将一盏盞河灯放入池中,为天上的牛郎织女指路,对自己未来爱情的期盼与美好的祝愿。晚上 21 点,夜已深,情侣们拿出事先准备好的孔明灯点亮放飞。红豆心型的孔明灯冉冉

升上云霄,承载着人们对未来生活的美好憧憬。据悉,师古镇的红豆七夕节晚会已经举办了四届,本届红豆七夕节与红豆集团联合举办。师古镇红豆村也是红豆集团与扬子晚报、新浪无锡、无锡电视台举行“大爱红豆万里行”活动中的一站,经过 10 天的行走,红豆爱心使者们先后探访了重庆万州区红豆村、四川威远县新场镇红豆村、四川金堂县转龙镇红豆村,每走一处关爱留守儿童、寒门学子,寻访最美爱的故事,向他们赠送慰问金、红豆绒柔暖型内衣、红豆羽绒服、红豆衬衫等产品,把关心、关爱送给最需要帮助的人,受到了各界的广泛好评。

唐伯虎红豆树下点秋香。七夕明月夜,千里共婵娟。唐伯虎点秋香,这个浪漫的爱情故事不知羡煞了多少有情人。由红豆集团独家冠名的中国第一部肢体幽默互动舞台剧“唐

伯虎红豆树下点秋香”更增添了红豆七夕节日的喜气。七夕夜,唐伯虎、秋香这对才子佳人,穿越时空隧道,来到浪漫的红豆树下,以现代人的时尚方式,把他们的经典爱情故事,通过夸张幽默的肢体语言演绎出来,给广大观众端上了一道不一样七夕大餐。为了使唐伯虎点秋香更好看,剧组还突破以往故事传统,融入相思红豆的构思,以爱情为桥梁,喷嚏、吹笛喜气洋洋,鸣彻红豆树,大红喜服、珠钗摇曳步步含情,唐伯虎与秋香在红豆树下定情。唐剧还有一大看点,就是与唐伯虎送给秋香的定情信物,相信是所有看唐剧的人非常关心的。唐伯虎的这个大才子,不愧是文人,他送给秋香的两颗殷红似血的红豆象征爱情坚贞不渝。相信,红豆将代替玫瑰,成为情人间新的爱情信物。

(本报记者 张建忠)