

成都高新区 15 家企业入选德勤中国 50 强

■ 浩然

记者从成都高新区获悉,2014 德勤高科技、高成长中国 50 强评选日前放榜的“成绩单”显示,来自成都高新区的 15 家企业入选全国 50 强,占全部入选企业的 30%。增长最快的成都前 5 家公司尼毕鲁科技、石达能源、金投金融电子服务、四川航天电液、国科海博信息技术 3 年累计增长率平均达 1530%。

以手机游戏为主营业务的成都尼毕鲁科技有限公司,以 4638%的 3 年累计增长率位列全国榜第三,也成为榜单中少数实现连续 3 年高盈利企业中的佼佼者。据德勤介绍,入选本次评选的企业尽显高成长特质,3 年平均收入增长率达 1076%,增幅比去年高出一倍以上。

此次德勤中国 50 强上榜企业来自中国 9 个城市。其中,北京、西安企业各 8 家,深圳、武汉各 6 家,大连 4 家,广州、济南、上海各 1 家,来自成都的企业达 15 家,占全部入选企业的 30%,成为此次榜单的一大亮点。

“此次入选德勤中国 50 强的 15 家成都企业中,超过一半涉及新一代信息技术产业。”成都高新区经贸发展局相关负责人介绍,上榜企业还涉及生物、高端装备、节能环保产业。这些产业都被列入成都高新区“三次创业”产业发展规划,集中资源支持发展。在此基础上,成都高新区今年陆续出台了战略性新兴产业政策、科技创新政策和人才政策等,加大对企业发展的支持力度。今年 1-9 月,成都高新区新一代信息技术、生物、节能环保产业增长迅猛,增速分别达 23.5%、23.7%、29.9%。



●在邛崃“王者之香”黑茶历史文化图片展上,檀香山市长正在品尝“王者之香”黑茶。

邛崃黑茶在美国受追捧

■ 熊小黔

端着茶艺师精心泡制的黑茶,看着川剧演员神奇的变脸表演,这杯红艳亮丽的中国茶汤让美国檀香山市长柯克·考德威尔陶醉。“中国茶和茶文化令人着迷。这茶很古老、很健康、很好喝,我要把它全部喝完。”他说。

当地时间 11 月 1 日,在美国夏威夷檀香山市,“王者之香”黑茶历史文化图片展精彩亮相。世界最古老黑茶——四川邛崃“王者之香”黑茶,神秘高雅的中国茶文化,这些地道的“中国味道”受到当地政商界人士和美国民众的热烈追捧。

在展览现场,美国人布莱德欣赏完精彩的茶艺表演,品尝到了来自太平洋彼岸的茶汤。他说,中国茶艺具有艺术的美感,令人不由自主地喜欢。美国人一般都喝速泡茶,讲求方便快捷,而中国人饮茶很有仪式感,追求内心的平静安宁、启发哲思,这对生活节奏很快的美国具有很大的吸引力。

布莱德是一名健康管理专家,他说,美国人习惯喝冰水、可乐,在越来越关注健康的今天,美国人正变得越来越喜欢喝茶。茶叶是世界卫生组织推荐的六大健康饮料之首,黑茶在茶类中具有助眠、抗癌、降脂等保健功效,在美国肯定会越来越受欢迎。“我对这茶一见钟情!我以后会买些茶叶回家,像刚才表演的那样慢慢品尝!我也会向家人、朋友和患者推荐中国黑茶!”他说。

据美国夏威夷中华总商会会长余炳生介绍,美国茶叶市场近年增长很快,进口量越来越大,消费逐年攀升。中国是茶叶的发源地,拥有高质量的茶叶和深厚悠久的茶文化。这次邀请中国茶企代表到美国举办展览,就是为了顺应美国饮料消费趋势的最新变化,把中国好茶带到美国消费市场。

图片展主办方、四川花秋茶业公司董事长喻长根说,茶业是中国的传统产业,但在今天的国际茶业市场中竞争力不足。中国的茶叶资源和文化资源是中国茶业发展独有的优势,中国茶企完全有基础、有实力参与国际茶业竞争。他表示,目前企业正在调动资源,增强茶企的市场竞争力,而健康价值凸显、具有深厚历史底蕴的黑茶正是突破口之一。

“茶叶的‘健康价值’在全球越来越被人们认识和认同,茶业全球市场处于快速增长之中。做大做强黑茶产业正当其时。”喻长根说,“‘王者之香’黑茶始于公元 903 年,是有确切史书记载的中国最早的黑茶,也是世界黑茶之源。这是做大做强黑茶产业的基础,也带给我们参与国际茶业竞争的信心。”

井研多家企业获“守合同重信用企业”称号

■ 商宣

日前,经过为期 1 个月的预公示无异议后,井研 37 家企业获“守合同重信用企业”称号。

其中,四川哈哥集团有限公司等 3 户企业由国家工商总局公示为国家级“守合同重信用企业”;四川盈丰工贸集团有限公司等 2 户企业由四川省工商局公示为省级“守合同重信用企业”;四川宏厦建设工程有限公司等 13 户企业由乐山市工商局公示为市级“守合同重信用企业”;四川省井研盛丰纺织有限责任公司等 19 户企业由井研县工商局公示为县级“守合同重信用企业”。

成高阀门靠自主知识产权赢来大订单

■ 唐泽文

成高已经成长为全国最大的球形阀门制造商,在国内天然气管网中的市场占有率已经超过 70%。



10 月 20 日,位于成都市大邑县的成高阀门有限公司里,行政总监赵刚正在准备一个大型球形阀门的审核资料。如果审核通过,将成为全球最大球形阀门。“球形阀门越大,制造的难度就越大;可一旦制造出来,就能够管控更大的管网,产生更大的价值。”赵刚说。

成高阀门有限公司的前身为大邑县蓉兴阀门厂,4

名创始人都是来自全国八大阀门厂之一的自贡阀门厂的技术骨干,甚至包括当时该厂的总工程师。赵刚介绍,建厂之初,成高阀门就把目标定在了天然气管网的球形阀门上。“阀门有闸型和球形之分,在大型管网中,球形普遍用于天然气管网,而我们当时就具备了国内一流的球形阀门制造技术。”

水井坊巨亏 1.4 亿 仍坚持走高冷路线不降价

■ 王继高

水井坊最新公布的三季报显示,公司前三季度亏损 1.4 亿元,并且全年亏损几乎已成定局。这也意味着,2013 年和 2014 年连续两年亏损之后,水井坊可能将面临被退市警告,股票也将戴上*ST 的帽子。

据华西都市报消息,对于巨亏,水井坊总经理大米(James Michael Rice)11 月 3 日晚接受记者采访时称,主要是公司和总代上半年在处理之前的产品,而且产品线之前不够完整。不过,在未来水井坊市场战略上,大米依旧称要坚持走“高、冷”路线,不会跟随降价。

亏损:因为调整产品结构

10 月 29 日晚公布的三季报显示,水井坊前三季度实现营业收入 2.78 亿元,同比下降 43.09%;归属于上市公司股东的净利润-1.40 亿元,上年同期为盈利 3459.98 万元,同比下降 504.37%。这已经是水井坊连续第五个季度出现亏损。

水井坊在公告里称,营业收入下降主要因为市场环境变化,高档白酒行业进入调整期,销售量减少及产品结构变化所致。

而水井坊总经理大米在接受记者采访时称,上半年的亏损主要来自于公司和总代在处理之前的产品。“这对公司来说是好事,该做调整都做了。此外,去年和上半年亏损这么大是因为竞争对手有高端、中档和低价位的产品,而水井坊没有。目前正在进行营销网络、产品线等方面的调整。”

对于即将面临的退市警告,大米坚信随着产品结构、销售网络调整到位,明年一定可以赚钱。

“给我们的管理团队说,明年我们必须赚钱,这个是很清楚的。压力还是蛮大的,明年比今年还要费劲。”大米称,“公司从去年开始的产品结构、销售网络等方面的



调整,今年都会到位。现在已经可以看到,明显看到有一定的销量就可以赚钱了。”

定位:水井坊会越来越高端

“水井坊的品牌定位是高端,我们不会离开这个定位。”在今年 6 月底的股东大会上,大米就称,水井坊品牌要往上做,会越来越高端。

在行业龙头茅台等白酒纷纷“降价换量”业绩趋稳止滑时,水井坊还要坚持高端定位吗?3 日晚,大米依旧称,水井坊还是要坚持高端定位,“从现在到年底我们要上的新的品种都是限量、高价位的。”

水井坊为何还要坚守高端定位?大米给出的理由是:高端消费的目标客户还是有,但是必须提供好的产品给他们,“这部分人会越来越多,而且他们追求的是越来越精致的;虽然整体的经济在下行,但对这部分人的消费影响没那么大。”他提到,从量上竞争不过,“所以选择不要做很大,要做赚钱的。限量的产品还没上市已经卖出去一些,说明高端还是有消费者的,而且也是可以赚钱的。”大米表示“我们要保持高端定位,降价是在往下走,品牌

产能翻三番 四川森态源激发“魔”力

■ 马锐

10 月 30 日下午,云南省永善县魔芋产业办主任谭安培与四川森态源生物科技有限公司总经理刘磊的双手紧紧地握在了一起。同谭安培一起前来的,还有永善县的几家魔芋种植大户。他们来到沐川,是为实地考察四川森态源公司 1.44 万吨魔芋制品建设项目推进情况,并同该公司洽谈签订产销合作协议。

沐川县建和工业园区内,四川森态源公司投资 6000 万元新建成的 1.2 万平方米魔芋生产基地一期项目坐落于此。走进全封闭式生产车间,年产 8000 余吨全自动魔芋制品生产线基本安装到位,几名技术工人正忙着为设备进行最后的调试。

“项目一期生产线建成投产后,将实现魔芋制品全自动生产,年产超过 8000 吨,实现销售收入 2 亿元,利税 3400 万元。”刘磊说,一期项目自去年 7 月开建以来,现已基本竣工进入厂房清理和设备调试阶段,预计 11 月底全面投入生产。

老工厂年产 1100 吨,新项目一期年产超 8000 吨,产能翻 3 番,生产效率、产品质量、企业效益都得到全方位



●工人们正在清洁魔芋。

提升,这得益于公司坚持科技引领、创新发展的战略眼光。公司通过与高校实现校企合作,引进先进技术和专业人才,让这条年产超 8000 吨的魔芋制品生产线实现了全自动化。四川森态源公司在机械化、智能化方面走在了行业前列。

项目一期投产后将年产魔芋制品 8000 余吨,这意味

如今,成高已经成长为全国最大的球形阀门制造商,在国内天然气管网中的市场占有率已经超过 70%。

在赵刚看来,成高阀门之所以能够取得现在的成绩,主要因为拥有多项自主知识产权。目前,成高阀门拥有 17 项专利,覆盖了生产环节的各个方面。“其中最重要的,就是我们的异形阀门分割和焊接技术。”赵刚说。

球形阀门属于异形阀门,目前在制造大型球形阀门时,德国、美国、意大利等国家主要使用铸造方法。“但钢水在流动时容易出现气孔、夹砂等问题,会留下安全隐患。”经过多年的研究和试验,成高阀门已经能够通过分割、锻造、再焊接的方式来制造球形阀门,“这样就不容易出现气孔、夹砂等问题。”

但如果分割不合理,焊接技术不过关,仍然会造成安全隐患。“我们的专利中,最重要的两项就是分割技术和焊接技术,就是因为攻克了这两个技术难点,才让我们的水平追上了国际前沿。”赵刚说。

2004 年,正是凭借过硬的产品质量,成高阀门赢得了西气东输工程 2 线的部分项目订单。尽管数量只有 20 余台,但成高因此而一“战”成名,甚至迫使此前为西气东输工程 1 线提供阀门的外国公司不得不降价 40%来与之竞争。“即使这样,还是竞争不过我们。”赵刚对此很得意,“由于技术原因,我们成本始终比他们低,品质又不比他们差。”

此后,成高阀门订单量大增,特别是在西气东输工程的 3 线项目中,成高阀门占到了 80%以上。“以前,这些关键工程的阀门可都是依靠国外进口的。”

目前,成高阀门有限公司的销售量在 4 个亿左右。“虽然和国内的巨头企业比,完全遥不可及,但我们自身的定位就是在一个行业里面做深做精。”下一步,该公司还将继续探索煤制气、液态天然气、页岩气等相关项目的研究,为国家新能源发展战略的配套做好准备。

会受到影响。”

行业:白酒难做因为渠道老化

对于白酒行业,大米比较乐观的,“总体来说,行业肯定还是会增长的,但是不是过去每年 15%以上的增长,有增长但是不大。”

他提到,白酒行业还是很难做的,而且老的销售渠道更难。目前,对酒企来说,最重要的是要找到消费群体,原来的团购现在已经比较费劲了,“要在大卖场、便利店、好的饭馆等,把合适的价格、合适的产品摆在目标消费者的面前,这个比过去的团购做得要细。”

在今年 6 月的股东大会上,大米称,目前是白酒行业的困难时期,大的变化代表着行业的发展,现在已经有了多元化的习惯,加上对各种品牌的认知度,白酒行业的困难局面很难讲会持续多久。

►专家支招

卖高端也需要规模

“整个高端白酒的市场容量已经在萎缩了,我并不看好水井坊坚持高端的定位。”白酒营销专家、糖烟酒周刊首席行业分析师王传才称,高端白酒(300 元以上)市场容量已经从 2012 年的将近 1000 亿元规模萎缩至 450 亿元左右。

“即使水井坊的高端产品在赚钱,也是需要规模。”王传才称,水井坊的品牌力不足以和茅台、五粮液竞争。“高端市场已经被其他大的品牌抢占了,水井坊的占比很小,他凭什么赚钱?”此外,他提到,水井坊的管理层是外资团队,对中国市场不够了解,“低端酒更重视铺货率、传统分销等,高端酒讲究的是个性化的沟通等。”

着四川森态源每年将“吞”入魔芋原料 17 万吨。余胜良是沐川县本地农户,通过两年多的魔芋种植,如今他已达到了 30 亩的种植规模。“森态源通过农业合作社向我们收购,魔芋销路根本不愁,我今年种植利润就达 20 余万元,周边的农户都因魔芋种植实现了增收!”余胜良在同四川森态源的两年合作中尝到了甜头,这下听说刘总的“胃口”更大了,他已决定明年扩大种植规模到 50 亩以上,誓要搭上这趟“致富快车”。

日本、东南亚、澳大利亚……作为乐山市农产品加工出口创汇龙头企业的四川森态源,今年 1—9 月已实现外贸收入 720 余万美元。“一期项目投产后产出的魔芋制品 70%以上将出口海外。”曾到日本留学 4 年的刘磊对海外魔芋制品市场非常熟悉,他说魔芋是食疗保健的佳品,注重保养的日本人需求很大。“中国人对魔芋的了解还不完全,国内市场还有无限潜力。”刘磊说。

“二期项目将向魔芋产业后端延伸,主要生产魔芋面膜等高附加值产品,投产后和一期项目一起,将实现年产魔芋制品 1.4 万余吨,预计年销售收入 5 亿元。”一期项目即将投产,刘磊又开始展望一旁已破土动工的二期项目。在他看来,四川森态源的点“魔”成金术远未结束。