

2 大趋势 Major Trends

聚合精英 共谋发展

成都商圈俱乐部 2015 年迎新晚会暨成都商圈俱乐部与雅居乐原乡战略合作签约仪式举行

■ 本报记者 王萍 成都报道

2015 年 2 月 5 日,成都商圈俱乐部 2015 年迎新晚会暨成都商圈俱乐部雅居乐原乡战略合作签约仪式在上层名人酒店完美落幕。200 名民营企业、商协会领导、老板会员齐聚一堂,共同见证了此次盛典。

跨界合作 打造企业家交流互动平台

据悉,成都商圈俱乐部(英文缩写:CD-BC)是成都商协会圈层读物《北尚成都》联合成都市多家商协会组织、成都城北商圈众多民营企业以及成都企业界、商界、金融界、学术界、传媒界精英自发成立、自愿参加的非盈利性组织,旨在打造成都商圈最具影响力的第一高端人脉与价值分享平台。

成都商圈俱乐部自 2014 年 10 月 25 日成立以来,关注成都民营企业发展,更关心民营企业的人文与健康,定期策划举办了多场以人为本的高端资源对接圈层活动,为广大的商务精英们提供了一个交流、互助的平台,促进了商务人士之间结成了长期合作的战略合作关系。

晚会现场,成都荷花池商业联合会、四川省工商联牛仔服装行业商会、四川浙江浦江商会、成都纺织贸易商会、成都绍兴商会等兄弟商协会代表亲临现场,与来自俱乐部各个行业的精英成员们齐聚共享盛宴。

异业联盟 跨域缔造高端品牌汇聚地

当今商业竞争不再局限于公司之间的相互竞争,整合资源、打造平台共同寻求发展是大势所趋。成都商圈俱乐部顺应时代潮流迅速崛起,坚实而迈,致力于为会员寻找匹对等的资源,也为资源持有者寻找需求者。

让商业共语人文,成都商圈俱乐部坚持跨界合作、异业联盟、整合营销的战略思维,整合包括房地产、汽车、金融、服装、餐饮、健康、现代农业等数十个行业组成异业联盟。在当晚的年会现场,雅居乐云南原乡与成都商圈俱乐部携手同行,强强合作,双方代表举行战略合作签约仪式,正式建立起战略合作关系。精诚握手、合作共赢,双方负责人均表示,此次合作不仅为成都商圈俱乐部再添新鲜血液,同时也为雅居乐云南原乡的发

来自“上帝”的奖赏

江滨公司分获潍柴、玉柴主机客户授予的“2014 年度最佳质量奖”和“2014 年度质量奖”

日前,在山东潍坊召开的“潍柴 2015 年商务大会”上,湖南江滨公司总经理金铭登上了领奖台,高兴地 from 潍柴公司领导手中接过了“2014 年度最佳质量奖”的奖牌,这是该公司第二次荣获主机客户颁发的质量奖。在此之前的 2014 年 12 月 26 日,在湖南长沙召开的“玉柴 2015 年供应商大会”上,江滨公司同样被玉柴公司授予“2014 年度质量奖”。湖南江滨公司“梅开二度”,接连被主机客户授予“最佳质量奖”并不意外,实至名归,这是该公司长期以来坚持“以顾客为关注焦点,全员参与持续改进,打造江滨驰名品牌”的质量方针,深入开展质量提升活动所取得的丰硕成果。

玉柴与潍柴公司是江滨公司的两大主机

巨能集团中环公司承建 观音桥商圈北大道一期工程

近日,笔者获悉,重庆能源巨能中环公司成功承建重庆观音桥商圈北大道一期工程。观音桥商圈北大道项目东起洋河中路洋河体育场路段,西至渝澳大道,全长 2.19 公里,分两期建设。其中,一期工程位于观音桥商圈 6.8 平方公里规划区北部,东起洋河中路洋河体育场路段,下穿建新北路,上跨轨道 3 号线后出地面向西延伸至建北六支路,全长 1.39 公里,其中隧道长 0.93 公里,双向四车道设计,设计车速 40 公里/小时。工程内容包括土石方工程、道路工程、支护工程、隧道工程、排水工程、道路照明工程、管理用房工程及其他附属工程等内容。

北大道一期工程中的关键工程是联通洋河片区和鹅子丘地下隧道。按照目前的规划,这条长 930 米的下穿道,将从洋河中路洋河体育场路段进入地下,下穿建新北路、上跨轨道 3 号线,在鹅子丘片区建北六支路出地面。这将改善观音桥片区路网缺乏东西向连接的问题,串联起渝澳大道东侧居住区、鹅子丘片区,从而减轻商圈环道及红旗河沟立交交通压力。

据了解,观音桥商圈北大道工程建成后,将串联起江北鹅子丘和洋河两大片区,每小时承担约 1200 辆车的交通流量,将分流观音桥商圈环道和红旗河沟立交约 15%的交通流量。(范方银)



图为签约仪式现场

展搭建起了坚实的桥梁。

展望未来 聚合精英力量共谋发展

精彩的文艺演出和抽奖环节将晚会一次次推向高潮,在动人心弦的歌声中,成都商圈俱乐部 2015 年迎新晚会暨成都商圈俱乐部雅居乐原乡战略合作签约仪式圆满落下帷幕。

2015 年,机遇与挑战同在,困难与希望共存。站在新的起跑线,成都商圈俱乐部的会员们纷纷表示,将借助于成都商圈俱乐部这个优质平台,与成都各界民营企业企业家业共建共享,为促进成都民营经济又快又好发展作出新的贡献。

成都商圈俱乐部秘书长牛汶洪表示,2015 年,成都商圈俱乐部将进一步搭建更高的平台,继续为企业对接优质资源,组织俱乐部成员展开各种形式的活动,以细致深入的合作方式推动俱乐部成员进入更长远、更广阔、更深入的发展阶段,切实推动俱乐部与商圈共荣共进,谱写出一个新的历史篇章,携手创造更加辉煌灿烂的明天!

客户,湖南江滨公司向玉柴和潍柴提供的高性能环保活塞产品的装机份额分别占到 60%左右,双方形成了紧密的配套合作与良好的战略合作关系。江滨公司也因此连年被玉柴、潍柴、重庆康明斯、南京依维柯等主机客户授予“优秀供应商”、“最佳配套合作奖”、“新产品开发奖”等殊荣,实现了“双赢”。

长期以来、特别是 2014 年来,湖南江滨公司紧跟玉柴、潍柴等主机客户的创新发展步伐,落实“主动沟通、主动开发、主动改进、主动服务”的原则,公司总经理金铭、党委书记黄毅分别亲自率领质量、销售、技术、生产等部门负责人,组队到玉柴、潍柴等主机客户登门拜访,主动与高层及相关部门加强沟通交流,了解和征求客户对江滨活塞产品质量

四支队伍两种模式 两套办法一个目的 中铁武汉电气化局兰渝成本管理新“坐标”

■ 贺玉琴 张晓玲

“明确作业层的责权利,最终让职工受惠、企业受益。”在谈到《接触网内部承包管理办法》和《管理费使用考核管理办法》时,中铁武汉电气化局兰渝四分部经理曾元一语道出,自 2015 年 1 月 1 日开始全面实施的“两个办法”的意义和目的。兰渝第四分部共有 18 名管理人员,平均年龄 28 岁,其中 60%的人员是新近参加工作的大学生。这支兰渝线最年轻的队伍隶属中铁武汉电气化局成都分公司,他们驻扎在阆中,承担着广元至龙桂段 158 正线公里的牵引供电系统和隧道照明系统施工。

该项目分部按照集团公司劳务分包限价要求,对直管的第一、三综合架子队及中心料库实行承包,内部承包与外部劳务分包同等条件、同等价格执行,除设计变更造成的工程量增加外,单价和总价均为不可调闭口合同。“月薪”改为“日薪”是兰渝四分部实行接触网内部承包之后的亮点。

“成本管理是全员参与的‘人民战争’。”大胆实行这一举措的四分部经理曾元是位仅 33 岁就两证(建造师证、监理工程师证)

▼ 相关链接

- 1.成都商圈俱乐部 开启成都民营企业家的圈层生活新时代**
成都商圈俱乐部(英文缩写:CD-BC)是成都商协会圈层读物《北尚成都》联合成都市多家商协会组织、成都城北商圈众多民营企业以及成都企业界、商界、金融界、学术界、传媒界精英自发成立、自愿参加的非盈利性组织,旨在打造成都商圈最具影响力的异业联盟、跨界合作机构。
人脉整合、价值分享,成都商圈俱乐部首批会员约 3000 名,整合了四川省浙江浦江商会、四川省工商联牛仔服装行业商会、成都荷花池商业联合会、成都市服装(服饰)行业协会、成都市工艺品贸易商会等数十个区域性、行业性商协会资源,囊括地产、金融、汽车、服装、餐饮等数十个行业,此外,成都商圈俱乐部还立足成都城北荷花池商圈,与数十个商贸批发市场数以万计的民营企业、个体老板信息互通,资源共享。
- 2.雅居乐云南原乡 高黎贡山下的第二人生**
云南原乡东临高黎贡山世界级自然保护区,西接国家级地质公园,总规划面积超过 33000 亩并规划有国内罕见的长达 10 公里山地峡谷景观大道,串联起自高黎贡山至地质公园的沿途美景;希尔顿、嘉佩乐、喜来登三家超五星级酒店入驻,完美融合自然风光与民俗文化;36000 平方米的古镇商业群,提供完善的旅游度假配套;堪称负建筑艺术精品的民俗文化展览馆,无时不展示着腾越灿烂文明;与原生山水相融的温泉会馆,让人尽享天然温泉的极致呵护。多种风格的低密度度假住宅与山景度假洋房,荟萃了雅居乐 20 年人居研发精华与多位建筑大师的杰出灵感。在项目规划之初,雅居乐就深知不能辜负这片造物主的最美恩赐。因此,雅居乐地产斥资 200 亿,汇聚了美国 RTKL、泰国 BDS 与 TSS、日本隈研吾、香港吕元祥等大批国际顶级规划设计力量,以造城之势,将云南原乡打造成为国际旅游度假地产标杆。

的意见、建议,并采取有效措施持续改进;同时在公司内部广泛深入开展以“完善标准、规范操作、减少变差”为主题的质量提升活动,对质量问题“零容忍”;并注重抓好外部质量风险防范工作,对自查自纠发现的 31 个外部质量风险点加强严格的质量管理控制,认真落实各项控制措施,稳定提升主机产品的到位合格率,降低外部故障率,降低市场质量风险和质量外部损失;尤其是从 2012 年开始,创造性的在江滨公司内部设立类似于潍柴等外检性质的检验岗位“潍柴客户代表”,前往潍柴学习,掌握了潍柴产品的外检重点和江滨活塞产品容易忽视的质量问题,制定了潍柴产品外检控制的规范、职责、检验依据、项目、抽检方法及对不合格品的处理方法等,一

四支队伍两种模式 两套办法一个目的 中铁武汉电气化局兰渝成本管理新“坐标”

在手的“湖北省争当向上向善好青年”。摸着石头过河,曾元对四个作业队实行两种管理模式,一、三队属直管内部承包,签订《工程项目经济承包责任书》,以详细的条款明确彼此的责、权、利;二、四队实行劳务队管理。曾元表示,推行作业层承包是逐步探索作业层实体最有效最科学的管理模式,也是培育具有较强施工能力和管理能力的作业层实体最有效的手段。

在该分部务公开栏中,笔者看到月度管理费预算:“一主一帮一打杂,厨师月工资共 8500 元”,详细清单对于各项管理费用明码标价,严禁超支。项目部管理人员由原来 21 人压缩为 18 人、作业队管理干部由 9 人压缩到 8 人、作业层精细测算和费用预算后有 10%的利润空间,诸如此类的精细化措施,充分显示了项目部成本控制的决心以及初步成效。据分部副经理谭永胜介绍,以前外聘炊事员最低月工资 3500 元,带了“级别”的更是很难聘到,而施工单位加班加点是家常便饭,对于后勤人员,不仅要求厨艺高还要有责任心和敬业精神,服务质量通常是和管理费成正比的,现在要把管理费用降下来,的确要动很多脑筋,多想办法才能更

改“江滨质检员”的身份,以“潍柴客户代表”的名义严格质量检验。把质量隐患消灭在问题发生之前,将不合格品扼杀在萌芽状态,解决在江滨公司内部,深受潍柴等主机客户的欢迎与好评。

通过一系列的有效措施,取得了良好效果。不仅进一步密切了江滨公司与主机客户紧密的战略合作伙伴关系,而且有力的促进了江滨活塞产品质量的提升。据统计,2014 年,江滨活塞产品质量实现了“两升两降”:即活塞产品综合合格率和主机交付到位合格率同比、分别提升了 5.5 个百分点和 0.4%,活塞外部故障率和质量损失率则比 2013 年分别降低了 54PPM 和 0.65%,为完成全年生产经营目标作出了突出贡献。(王昌文)

四支队伍两种模式 两套办法一个目的 中铁武汉电气化局兰渝成本管理新“坐标”

加精细化,节约更多成本。
四分部出台的《管理费使用考核管理办法》主要是规范管理费的使用,明确项目部、作业队、中心料库各自的管理费的使用范围、额度,在保障项目各机构正常运转的前提下最大限度地减少管理费支出,提高项目团队成员的主动性、积极性,以此来降低项目成本,提高项目经济效益。在月度管理费用被装进成本预算的“篮子”后,分部的第四作业队果断拒绝了项目部的越野车,自己去租用能承载 7 人并可携带少量工具的“经济型”面包车,每月的司机薪酬、油料费和车辆维修保养费能够降下来 2000 多元。

为了提高内部承包的积极性,严格考核管理费的使用,项目分部要求直管架子队在合同签订前上交合同额 3%的风险抵押金,负责人上交不低于保证金总额的 25%。项目分部每月组织进行经济活动分析,对出现偏差或亏损风险较大的承包单位进行预警,并对负责人约谈。最终合同清算后盈利则对承包单位负责人退还全部风险抵押金,亏损则以风险抵押金冲抵,对于已经出现亏损或预测亏损且后期无法弥补的承包单位责任人予以撤换或处理。

产业新语



如何在文化 MALL 市场上 啄出我们的产业生机?

■ 苟德培

随着文化产业的发展越来越受到国家的重视和扶持,在房地产市场上,富裕起来的人们愈发表现出对居住环境的文化需求,因此,当房地产商的产品竞争、价格竞争等达到一定程度后,文化攻略愈发受到重视,文化 MALL 模式随之兴起。突出表现为以下特点:
经济增速较快、人口流量较大、有显著文化符号的地域更容易(自发或他发的)形成城市文化 MALL 或文化活力广场。四川社科院李明泉副院长指出,城市文化综合体项目首先必须选址在经济较发达的地方。经济发达与否要以当地的常住非农人口规模、地区生产总值、人均可支配收入、人均消费性支出、社会消费品零售总额等基础数据来综合评判。凤凰传媒董秘徐云祥进一步表示,人口超过百万级的二线城市就可以考虑布局城市文化综合体或文化活力广场。

社会资本、民营企业投入城市文化综合体或文化活力广场的嗅觉与速度比国有文化企业更灵敏、更快捷。据已有资料看,国内民营企业如万达集团、华谊兄弟、卓尔国际、绿城集团等投入城市文化综合体或文化活力广场的嗅觉、速度、规模都远远超过国有文化企业。

借文化壳,打地产牌的现象在全国各省市投建城市文化综合体或文化活力广场的过程中广泛存在,新一轮的“圈地运动”正在如火如荼的进行。上升到国民经济支柱产业的文化产业,近年来迎来了大发展的春风。于是,“挂文化、卖旅游、赚房产”的各路社会资本纷纷涌入。北大文化产业研究院陈少峰就曾指出:一些市场或写字楼只要和文化沾边,就敢把自己称作文化产业集聚区。而安徽华仑国际相关负责同志则认为:完全不妨先商业地产,后文化广场,用产业地产哺育、孵化、培育文化消费的市场、人群与习惯。

沿海地区的国有文化企业在城市文化综合体或文化活力广场的投入上奋起直追的速度较快。江苏凤凰出版传媒集团、安徽新华发行集团、陕西文旅集团等大型国有文化企业在布局文化综合体上奋起直追。江苏凤凰出版传媒集团省内在建项目:南京凤凰文化广场、苏州凤凰文化广场、盐城凤凰文化广场、南通凤凰文化广场等;省外在建项目:合肥凤凰文化广场、成都合肥凤凰文化广场等。安徽新华发行集团在建或拟建项目有芜湖项目、亳州项目等。

社会资本、民营企业,以及沿海国有文化企业利用城市文化综合体或文化活力广场圈地的触角已经跨区域伸至西部地区。如江苏凤凰出版传媒集团、万达集团等纷纷布局四川地区,原本属于四川本土企业的产业机遇,正逐渐被蚕食或鲸吞。

对于各省本土文化企业(此处指省属文化国企)而言,这种源自外来文化国企、民企及本土文化民企的跨越扩张,一方面可谓引入的是“弱肉强食,优胜劣汰”的丛林法则,拉伸的是“以外逼内,由动激静”的鲶鱼效应,拓展的是“要么强者更强,要么由弱变强”的产业走强路径。当然,另一方面,列强进逼,也加速了本土原有生态圈中出现“弱者更弱,直至湮没”的可能。

其一,社会资本、民营企业以大众喜闻乐见的影视娱乐、动漫游戏、城市文化综合体式文化消费等进军文化产业的嗅觉与速度比国有文化企业更灵敏、更快捷。突出表现在万达集团、华谊兄弟、绿城集团等跨区域、大手笔、高回报的投入文化科技产业、城市文化综合体等的嗅觉、速度、规模上。其二,沿海地区的国有文化企业如江苏凤凰、安徽新华在城市文化综合体等的投入上奋起直追,并将圈地的触角跨区域延伸至西部地区。原本属于我们的产业机遇,正逐渐被蚕食或鲸吞。其三,本土文化国企虽然也常常能在我们的西部盆地与沿海、与东南亚、与欧美之间飞来飞去,但取经之旅似乎并没有助于摆脱“盆地意识”,习惯了倚靠传统的产业链条、核心利润的我们,在新业务、新业态的拓展上,表现出嗅觉与眼光的明显不足。

列强已经临门“倒逼”,文化川军如何“逆袭”?鸡蛋从外打破是食物,从内打破是生命。那就从里啄破自满、自闭、自矜、自欺的鸡蛋壳,啄出我们的生机。

(作者:苟德培,先后供职于科研院所、国有企业等,现任四川大学文化产业研究中心助理研究员,长期致力于文化产业发展、文化企业投资等方向研究)