

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY



依托 11 个抓手 完成 11 项任务 中铁二十三局四公司新常态下实现新发展

<< P2

“犇牛”轮胎提示您收看——

本期导读 Highlights

员工流失大 莞企百万股权送全员

“只要接下来到年底分红时你还在公司就能拿到,这样也给员工一个盼头,能共享企业发展成果。”为了让员工心安,爱玛数控还在年会上请经销商和客户作为见证,并发放经过公司内部登记的“股权证书”。

<< P3

2015 年公转私继续 公募人才凋零

根据 IFND 的数据,截至 2015 年 2 月 9 日,2015 年一共有 18 家基金公司的 20 位基金经理离职或变更职务,而 2014 年同期这一数字为 28 位。

<< P4

全国工商联举办民营企业 “走出去”座谈会

为更好服务民营企业“走出去”,2015 年 2 月 11 日,全国工商联在京举办 2015 年第一期全国工商联直属会员双月活动——战略与行动:民营企业“走出去”座谈会。

<< P5

金融审计“攻略”出炉 高端服务有望提升

日前,中国注册会计师协会发布《商业银行审计指引》,对注册会计师从事商业银行财务报表审计和财务报告内部控制审计提供技术指导。

<< P6

税收优惠政策 助力小微企业发展

金融危机以来,“小微企业发展”成为国务院常务会议议题名单上的“常客”,各部门从融资支持、财政支持、简化行政审批等多个层面出台一系列扶持政策,税收优惠政策更是“重头戏”。

<< P7

ERP 环境下会计信息可靠吗?

企业资源计划(ERP)系统,是业务信息与财务信息高度集成的现代化管理平台。在此,着重就 ERP 系统的运行对会计信息可靠性的影响作初步分析与探讨。

<< P8

CCTV 央视上榜品牌

犇牛轮胎

中国力量

山东皓宇橡胶有限公司

网址: www.haoyuxiangjiao.cn

中国国家队指定供应商

双汇 开中国肉类品牌

双汇产品我们放心!

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



跨境电商新年火热 快递企业齐“扎猛子”

亚太地区的消费者在跨境网购上平均每年花费近 350 美元,全球的平均水平为 300 美元,在亚太市场中,中国的消费者花费更多。26%的中国受访者表示其每年的花费超过 1000 美元。这是国际快递巨头联邦快递委托 Forrester 咨询公司进行的电商消费者行为研究报告披露的最新数据。

近年来,中国的消费者通过网络大举加入美国“黑色星期五”和圣诞节的购物潮,也引起了这家国际快递巨头的关注,如何挖掘跨境电商市场蕴含的运输生意,已经成为急需抓住的商机。

而与联邦快递相比,中国的快递企业们似乎想要的更多。包括顺丰、圆通、韵达等国内快递巨头,不仅仅看中了国际快递的生意,还打起了建立跨境电商网站自己卖东西的主意。

国内消费者热情不减

跨境电商是指分属不同关境的交易主体,通过电子商务平台达成交易、进行支付结算,并通过跨境物流送达商品的一种国际商业活动。目前跨境电商进口主要有“保税模式”和“海外直邮”两种模式,消费者网购进口产品,一方面降低了价格,另一方面更为方便快捷。进口产品主要集中在母婴产品(比如奶



包括顺丰、圆通、韵达等国内快递巨头,不仅仅看中了国际快递的生意,还打起了建立跨境电商网站自己卖东西的主意。

粉、纸尿裤)、化妆品、服装、食品、生鲜、轻奢品等品类上。

商务部的统计数据就显示,2011 年,我国跨境电子商务交易额约 1.6 万亿元,2012 年达到约 2 万亿元。2012 年我国外贸增速为 6.2%,而跨境电子商务贸易规模同比增速则超过 25%。中国电子商务研究中心的监测数据则显示,中国 2013 年跨境电商交易额达到 3.13 万亿元,2008 年至 2013 年复合年均增长率高达 31.1%。

“全球电子商务在 2014 年销售额超过 1 万亿美元,他们预估 2018 年会翻一倍,所以跨境电子商务在未来几年会发展非常快。”联邦快递中国区总裁陈嘉良告诉记者。

跨境电商进口“钱多速来”

“人傻钱多速来”本是戏谑之语,但用来形容当下火爆的跨境电商进口业务似乎也不为过。无论早期的天猫国际,还是正在内测的网易考拉海购,几乎所有的电商大佬都在进军跨境电商。

2014 年,天猫国际、聚美海外购、亚马逊海外购、唯品会全球特卖、洋码头、1 号店海购等跨境进口电商平台陆续上线。近日,苏宁易购海外购频道又正式上线。在中国消费者

“买遍全球”的购物热情的推动下,跨境电商进口市场正值“速来”的好时机。

从母婴用品的奶粉、尿不湿,到空气净化器 etc 产品大件,中国人的购物热情从“买遍全国”发展到“买遍全球”,国内消费者对海外商品的需求旺盛。

阿里巴巴国际 b2c 事业部总经理吴倩亦此前也表示,海淘火爆背后的真正原因是中国正面临新一轮的消费升级,对进口商品的需求正在迅猛增长。近年出国游、出国购火热,不管远在欧美国家还是近在香港地区,中国内地游客在海外频频出手购物。

快递跨界做电商

报告同时显示,运输承包和交货时间是“海淘”消费者在作出消费决定时最看重的问题,这也意味着,跨境电商递送,也成为快递企业的下一个风口。

[下转 P2]



成都餐饮 O2O 品牌发力 “蓉城镖局”再获 2000 万风险投资

■ 陈楠

2015 新春伊始,成都餐饮业又高调亮相一匹黑马——餐饮 O2O 品牌“蓉城镖局”斩获新一轮 2000 万的风投资金!

2000 万投资特色卤味食品,又有着什么样的精彩故事?

品牌为木 日照大字,光明四达

“蓉城镖局”是成都本土特色餐饮 O2O 品牌,主打外卖卤味产品,创立于 2014 年初。区别于市场同类产品一上市便进行大范围推广的做法,品牌创始团队首先选择主打四川华西医院市场,在华西医院附近开设了首家体验店,以放松的丽江风情配合镖局元素的产

品包装,专职服务守护生命健康的“白衣天使”们。这样的做法与品牌创始人的亲身经历有着密切关系,原来品牌创始人的父亲生前曾受到华西医院医务工作者的精心医疗照顾,其品牌背后蕴含着一个人间真情的故事。

在古代,只有贵重的东西才交由镖局押送,品牌选择镖局元素作为名称,是品牌创始人希望“传递的不仅是美食,更是一份人与人之间的珍贵情感”,并将其作为“蓉城镖局”品牌所坚持的服务宗旨和路线。开业短短半年来,从口味到服务,均获得了众多的好评,连个别怕辣的白衣天使也慢慢爱上了“蓉城镖局”的率真火辣性格,直呼过瘾。从产品到服务,使顾客感受到的不仅是美味食品,更是种油然而生的幸福感,透露出“蓉城镖局”品牌

对顾客的真摯情怀。

服务为土 土主信,其性重,其情厚

所谓服务,就是永不自满的专业和永不停息的专注。

“蓉城镖局”品牌的创始团队成员将多年的金融思想沉淀与时下最流行的互联网思维相碰撞,专注于特色外卖卤食的创投,打造品牌,用美食传递真情!

“蓉城镖局”重金打造自有中央厨房数个,网罗多位川西地区餐饮名厨,目前 1.0 产品版本所推出的有卤味鸭子、麻辣鸭头、鸭脖、鸭翅、鸭掌、鸭舌、鸡片等川西地区风味美食,满足不同口味需求的顾客;采取独特的“帅哥镖师”送“镖”服务方式;并通过微信与

淘宝等网络渠道售卖美食,每天接受预定现货现卖,保证口感与新鲜,外送时间从上午 12 点至凌晨 3 点。

发展为金 刚柔并济,创势之新

创新改变时代,品质成就未来。

2014 年 12 月,品牌创始团队已与甘孜州第一餐饮品牌康诺餐饮管理有限公司就共同投资开发甘孜地区特产山货等合作,达成重要战略合作。

2015 新年伊始,就是这样一家极具“情怀”的餐饮 O2O 品牌,再次获得成都本地实力投资机构——天空之城投资管理有限公司的青睐,双方签订了 2000 万人民币的战略投资框架协议。

精品小酒

好兄弟 干一杯

强势打造中国小酒领导品牌

CHANGSHI DRI DIA TIAN CHENGDE CEBI XIAOZHU LINGDAO SHI PIN

宜宾五粮液股份有限公司 WULIANGYE YIBIN CO.,LTD.

400-6363-699

欢迎订阅 2015 年度《企业家日报》

1、通过当地邮局(所)订阅《企业家日报》。
《企业家日报》通过邮局发行,邮发代号:61—85,全年订价:450 元。
《企业家日报》为周刊,除星期一出版外,其余各天出版,共 12 版。
2、通过网上、电话订阅《企业家日报》。
★电话订: 邮发报刊订电话:11185,打电话,按照提示,就可完成订。
★网上订: 登录中国邮政报刊订网:bk.11185.cn,按照提示,完成订。