

喜迎羊年 河南华英工作忙

■ 本报记者 李代广

春节后：召开高管述职及目标分解汇报会

新春伊始，当人们还沉浸在节日的欢快气氛中，河南华英农业发展股份有限公司已开始谋划新一年的工作。

2月24日至25日，华英公司高管述职及目标分解汇报会在总部十一楼会议室举行，43名中高管人员参加了会议。

会上，高管述职人员对2014年的工作进行了简要的回顾，重点对2015年各自分管或主管的工作提出了具体的打算及保证措施。各部门、二级机构的主要负责人对照各自的2015年工作目标进行了认真的分解汇报，拿出了具体的工作思路和保证措施，提出了很多合理化建议。

整个会议发言人员准备充分，重点突出，措施得力，会场上始终保持着热烈而又振奋的气氛，与会者对圆满完成全年目标任务充满了信心。此次会议的召开，为2015年华英公司全年工作目标的顺利实施打下了一个好的开局。

大年初一：公司高层新春慰问一线员工

一大早，受河南华英农业发展股份有限公司董事长曹家富的委托，华英公司杨志明、胡志兵等集团和股份公司高管成员来到房地产公司、种鸭孵化五场、饲料三厂、羽绒事业部等二级单位，看望慰问了节日期间坚守在工作岗位上的一线华英员工，并代表公司和董事长曹家富向他们致以新春的祝福。

春节前：开展系列“送温暖”活动

在羊年春节到来之际，河南华英农业发展股份有限公司把关怀与温暖及时送到定点帮扶贫困村和贫困户当中去，使困难群众、困难职工群体过一个欢乐、祥和的春节，华英公司工会积极开展了一年一度的“送温暖”活动，与以往不同的是，今年“送温暖”的范围更广，活动内容更丰富。

2月14日上午，细雨朦胧，华英公司工



河南华英公司举办 2015 年迎春茶话会

春节前夕，河南华英农业发展股份有限公司2015年迎春茶话会在总部十一楼会议室举行，公司中高层领导及家属，离退休老干部代表，优秀养殖户、先进工作者、大学生代表共60余人欢聚一堂，共享丰收喜悦，共庆新春佳节。

华英公司董事长曹家富在茶话会上发表了热情洋溢的讲话。他首先向在座的各

位离退休老干部、华英家属送上了诚挚的新春祝福，向与会的干部职工们致以亲切的节日问候。

随后，他介绍、回顾了2014年的工作，刚刚过去的2014年，是华英夯实管理基础、整合资源、提升发展后劲的一年。这一年，华英在逆境中取得了不菲的业绩，目标管控能力持续增强，卫生注册取得大丰收，

项目建设取得丰硕成果，创新采购体制成效显著，营销活力明显增强，熟食发展异军突起，内部管理持续完善。

关于今年的工作，曹家富指出，华英的战略目标还是“争创世界名牌，打造百年华英”。发展思路是“突出主业，做大做强相关产业”。发展方式是将“哑铃型”逐步向“宝塔型”方式转变，就是前端要做高、中间

2月15日下午，公司工会一行人又来到潢川县清真寺回回营，走访、慰问了3户回族困难家庭，给他们送去慰问金，祝福他们度过一个愉快的春节。

此次“送温暖”活动惠及公司内外职工、群众共计35户，得到了百姓的一致赞誉，使困难职工、群众真切感受到以董事长曹家富为首的华英公司领导班子的关爱与温暖。

传统产业要做强、底部要做大，继续推进华英事业在新的一年里取得新的业绩，再续华英新的辉煌。曹家富的讲话引起了与会来宾们的共鸣，老干部代表、家属代表、大学生代表随后纷纷发言，大家忆往昔，话未来，会场内欢声笑语，其乐融融，茶话会结束后，公司在内部酒店还举行了迎春家宴，全体来宾参加了宴会。

银行乱收费发改委重罚 15.85 亿

■ 黄博阳

历经的近一年的排查整顿，针对银行业乱收费，发改委祭出重拳。

日前，国家发改委发布消息称，针对企业反映突出的“融资贵融资难”问题，发改委自2013年10月到2014年底，对各类商业银行的150家分支机构收费情况进行了检查，实施经济制裁15.85亿元。

国内商业银行收费乱、滥、散等乱象，广受诟病。尽管近年来发改委、央行、银监会甚至大型银行高层均对乱收费现象进行约束整改，但客户被“雁过拔毛”的感受依然存在。中小微企业受到“高收费”盘剥，敢怒不敢言；消费者受到“乱收费”困扰，投诉无门。

此轮整顿银行业乱收费，已然让金融从业者嗅出监管层不一样的坚决。

2014年8月1日，《商业银行服务价格管理办法》正式实施，对银行的13项服务重新定价，并均有所下调，同时有条件地免收个人基本养老金账户本行异地取现手续费，为客户提供一个免收账户管理费和年费的账户，下调个人转账汇款手续费等。

针对银行涉企收费层面，2014年8月，国务院办公厅印发《关于多措并举着力缓解企业融资成本高问题的指导意见》，《意见》要求，缩短企业融资链条，整治层层加价行为；对于直接与贷款挂钩、没有实质服务内容的收费项目，一律予以取消。随后，银监会会同发改委派出数十个检查组专项清理整顿银行业收费，严查各项服务的收费价目是否公开，收费行为是不是规范，尤其是针对企业客户投诉较多的“以贷转存”、“存贷挂钩”、“以贷



收费”、“转嫁成本”等问题。

此次发改委开出近16亿元的大额罚单，显示出监管部门拿出了“铁腕”整治银行乱收费，绝不姑息迁就。

近年来，银行中间业务“巧立名目”收费大有泛滥之势。以某中等商业银行为例，在对企业贷款所能提供的“服务”中，长长地列出六至八大项目，其中安排费、承诺费、代理费、常年财务顾问费、专项财务顾问费等。

在收费金额上，银行普遍依据贷款金额的一定比例作为收费标准。以“融资顾问费”为例，部分银行的此项收费与总金额和贷款

余额挂钩，如果按照“每年按贷款余额的3%收取并购顾问费”的标准计算，也是一笔惊人的数字。

更有一些收费，让人瞠目结舌——曾有某国有大行分行向一家建材批发企业提供的常年财务顾问服务中，竟还包括“2012年四季度电影放映行业分析报告”；某股份制商业银行向客户收取财务顾问费用后，提供的服务居然是组织客户采摘杨梅……

如此资金“重负”让企业客户苦不堪言！就这样，一边是银行顾问咨询类收入不断增长，一边企业为“融资难、融资贵”叫苦不

迭，唯有那点“杨梅”可以安慰。

此次发改委开出的罚单不算小，但相比与银行巧接中间业务从企业身上“薅”得的羊毛，未必算高；16亿的罚金不少，相较于国内的400多家银行以及高达20万家的银行物理网点，未必算多。

除了巨额罚单外，公众更关心在150家各类银行分支机构中，哪些是受罚的？哪些是未查出违规的？哪些罚得多？违规所得收入是否向涉事企业退还？对违规相对严重的机构是否还有更多的行政处罚，甚至法律制裁。15.85亿，多乎哉？不多也！



日系全面败退已成定局 3600万台彩电市场 谁来填补

■ 金朝力

索尼总裁平井一夫日前表示，将有可能退出竞争白热化的电视市场。随着东芝、松下、夏普等日系彩电巨头先后宣布或出售或关闭海外工厂，一个近3600万台的市场真空留给了中韩等彩电企业。但在短时利好的情况下，中韩企业也各有各的难处，国内彩电的竞争也正步入没有真正王者的真空期。

索尼再传退出电视领域

尽管索尼多次被传出退出电视市场，但都进行了否认。但平井一夫日前在被问及电视和手机业务的情况时，他则回答“不排除考虑退出”。这是迄今为止索尼对可能出售电视和手机部门或者为这些部门寻找合作伙伴的最清楚说明。

索尼的表态意味着，日系家电在电视方面的败退正成为定局。不久前，松下刚刚关闭了中国的工厂；因电视部门业绩恶化，夏普正考虑整顿海外电视生产体制，计划出售或关闭海外电视工厂；东芝也宣布将结束海外电视的研发、销售业务，计划于今年3月将北美电视品牌TOSHIBA提供给中国台湾仁宝使用。加之以前的日立、先锋、三洋的退出，日本电视几大品牌几乎全军覆没。

家电分析师梁振鹏表示，日本电视企业集体败退的主要原因有以下几方面：一是日本整体经济环境影响；二是创新能力缺乏时效性；三是中国企业的快速崛起。随着日本企业的没落，对于中国企业来说无疑是一次新的机会。奥维云网数据显示，2014年东芝电视全球销售大约720万台，夏普有800万台左右，松下有850万台，索尼有1200万台，这几大日系电视厂家的退出将会在全球电视市场让出近3600万台的市场容量。

中国企业危机中迎曙光

尽管巨大的市场空间凸显，但中韩彩电企业的机会似乎并没有那么明朗。近日，LG连续两个季度净利润下滑，其中彩电押宝OLED被认为是其中最大的败笔。而国内企业在互联网电视的“逼宫”和市场饱和情况下，也举步维艰。

国内某知名彩电企业北京公司负责人告诉北京商报记者，今年彩电企业的销售压力非常大，业绩考核都是按天计算，大年初四他还跑到京城的家电卖场考察了电视的销售情况。

北京商报记者了解到，尽管中国电视市场庞大，但经过20多年的发展，市场占有率已经很高。一二级市场从CRT到液晶平板的更新换代已经完成，三四级城乡市场占有率也已经很高。未来再想在这些市场有大的增量突破，几乎不可能完成。这样未来中国电视品牌将不得不和日系品牌一样，转战国际市场。

此外生产成本的增加也让电视企业苦不堪言。据资料显示，北京市1994年最低工资标准是240元，2014年最低工资标准涨到1560元，20年涨了5倍多。但电视的价格却没有大的上涨，反而一路下跌，电视售价与人力成本的不匹配增长，大大压缩了电视行业的利润。

市场全面复苏尚需时日

据奥维云网数据显示，2015年春节促销期间（2月2日-22日）彩电市场零售规模达129.3亿元，同比下降3.4%。可见彩电行业的寒冬并没有过去。

近年来，随着乐视、小米等新贵纷纷涉足电视领域，一场彩电企业向互联网化转型的大潮袭来。同时，传统彩电企业纷纷步入利润高昂的高端市场，纷纷推出量子点电视、百英寸投影电视等万元以上高端产品，来弥补利润日益压缩的中低端市场。

梁振鹏表示，目前国内彩电市场需求正趋于饱和，产业也开始步入深度调整期，越来越多的彩电企业开始寻求转型。不过，要在国内外市场上争取高端地位，并不是一味地提高价格或盲目炒作，要增强品牌的创新能力，用技术进步催生更多符合用户需求的电视产品。

日系家电的退出，让竞争日益激烈的彩电市场也正酝酿着新的洗牌，但真正的市场王者却并没有出现。去年的数据显示，在国内彩电市场，海信、创维、TCL属于领跑者，但差距并不大。而乐视、小米等企业也正酝酿着在今年拓展电视产品线，进行新一轮的圈地。

“目前彩电市场正处于一种胶着状态，但这种真空期不会持续太久。”中怡康品牌中心总经理左延鹄表示。

更正

本报2月26日第二版第一条图片说明应为：中铁二十三局四公司董事、党委书记周宏。特此更正，谨向读者致歉。

本报编辑部