

2 大趋势 Major Trends

用“心”打开质量“锁”

太钢专注质量打造行业品牌

■ 黄传宝 报道

11月4日,从北京传来喜讯:太钢获全国质量奖。这是太钢自2006年获得该奖项以来再次获此殊荣。据了解,太钢是山西省唯一获此殊荣的企业,也是冶金行业先后两次获得全国质量奖的唯一企业。

“严峻的钢铁行业形势给钢铁企业正常生产带来了很大困难,但产品质量绝对不能下滑”。太钢董事长李晓波如此表述。

在一年一度的“质量月”活动结束后,太钢按照惯例,继续实施为期一个季度的持续质量改进活动。

日前,记者走进太钢,感受全员重视质量、关注质量、崇尚质量的浓厚氛围。

正负激励同步化 一把尺子严守质量关

11月6日一大早,在炼铁厂3#高炉值班室里,当班职工正在用自编的“专家系统”软件,密切关注高炉数据变化和运转情况,分分秒秒确保高炉正常运转。

“前段时间,由于限产,铁水出现硅含量偏高的现象,导致高炉炉况不稳。我们及时采取了‘两个团队,一个奖惩政策’的具体措施,这几天整体炉况一天比一天好。”炼铁厂徐纪山主管欣喜地说。

“两个团队,一个奖惩政策”引起记者的关注。他介绍,两个团队是质量攻关和设备维护团队。一个奖惩政策就是用质量的标准精准评判、实施奖励。

正激励牵着跑,负激励推着行。在此政策的激励下,影响铁水质量的因素得到有效控制,连续3天,硅稳定率达到了100%。

在不锈钢冷轧厂2#热轧,机组经理范建勇正指导开卷工操作。他介绍:“通过摸索,我们按照钢种区分工艺,制定出每个岗位的工艺操作要点。建立微信群及时发布近期工艺事项,大家一看就心中有数。另外,我们还根据客户的不同需求,建立档案,量体裁衣。这些

措施就如同一把无形的尺子,给职工定出了质量标准。如今,产品质量好了,成本也降下来了。”

无论是正负激励同步化,还是一把尺子严守质量关,可以看出,各生产单位都在为提升产品质量绞尽脑汁、各尽其责。

主动出击、直面问题 聆听质量服务带来的品质

11月9日,记者在能源动力总厂见到该厂技研部部长韩兴国,说到质量问题,他说:“尽管能源动力总厂没有成材产品,但我们也有严格的质量标准,检测到精准的数据为保供质量做支撑,就是我们对质量的要求。”

韩兴国讲了这样一件事:硅磷表提供的数据是影响锅炉蒸汽品质的重要参数。以前30万机组的硅磷表发生故障后,要请制造商维修,不仅耗费大,问题还得不到及时处理。现在,我们通过自主维修,这一难题得到了快速解决。

水处理作业区技术员赵艳芳补充道:“其实,质量问题往往存在于我们忽略的地方,就拿水质控制来说,在一次监测过程中,发现除盐水电导偏高,由于忽略了水质指标波动因素,几个人费尽周折,才发现是水源问题。如果当时按精细化要求,及时注意水质指标波动问题,就不用这么费周折了。”

遇到质量问题“拦路虎”,主动想办法,克难题,同时注意细节,打破“想当然”思维,一切从精细化做起,已然成为能源动力总厂职工一个好的习惯。

与能源动力的习惯不同,不锈钢钢厂生产的是成材产品,他们的产品质量“看得见,摸得着”,直接面对市场的检验。

“产品质量是决胜市场的保证,产品的内在质量和包装质量我们都非常重视,并按照客户要求不断改进,直到用户满意为止”。该厂技术科科长杨凤毛表示。

该厂实施了“三道防线”法,即:标签上设立强化工人确认、技术人员核实、装车确认。



同时在装车方式、包装加固方面做了改进,避免了产品表面在运输过程中发生问题。

质量提升是个持续改进的过程。直面问题、解决问题,在改进中提升,在提升中完善。对于太钢的质量改进值得借鉴。

问询质量主体 质量提升的空间究竟在哪里

“如今太钢的质量管理更加务实,贴近实际。”这是记者在采访中听到最多的一句话。

炼钢二厂技术科科长谭俊告诉记者,就拿今年“质量月”活动来说,公司更加注重各二级单位的主体作用。我们结合自身特点,针对性的制订了“质量月”活动方案,使广大职工都积极参与到了“质量月”活动中,形成了“人人关注质量”的良好氛围。找准质量短板,针对性的实施了质量攻关、质量过程控制、质量管理培训等措施,“质量月”期间,不锈钢、碳钢产品实物质量得到明显提高。

如果说质量月是一个提振质量的“强心剂”,那么太钢质量改进的“功力”更体现在平时。

11月9日,在不锈钢材厂技术质量科,

一个电商团队销量相当于500家专卖店 “GXG”今年双11线上销售2.37亿元

在刚刚过去的“双11”,浙江宁波中哲慕尚电子商务有限公司赚得盆满钵满,旗下的GXG品牌服饰实现线上销售额达到2.37亿元,位居天猫男装品牌销售额前5位。该公司相关负责人表示,至今,他们在全国各地开设了1700多家,而电商平台一年的销售量相当于500家专卖店。

GXG“触电”至今,经历了6次“双十一”,对企业而言每一次都是一步大跨越。“一天卖出1亿元,这在传统销售渠道是不可能的事,但如今通过电子商务营销,一天卖出1亿元已不再是梦想。这是一个让人无法想象的裂变速度。”该公司负责人对电商魅力感叹不已。

11月10日深夜,笔者在该公司看到,随处可见大红色的提振标语,所有人穿着红色

服装,看上去火红的一片。电子屏幕上滚动着“双11”倒计时。

阿里旺旺的提示音,客服人员手指敲击键盘的声音,行政人员跑前跑后,为同事准备夜宵……每位员工都严阵以待,等待未来24小时的这场攻坚战……

零点钟声敲响,随着网友们“指尖”急切地戳戳点点,“双11”狂欢购物节再次把“疯狂”二字演绎到极致。

0点01秒,屏幕上显示成交额17.79万元。随着时间的流逝,销售数字直线激增:3分钟2503万元,6分钟5042万元,9分钟7256万元……

市场部员工袁琦琦用手机对准着大屏幕,把不断刷新的成交额,发到了微信群上。

很快得到经销商、专卖店店长的回复。“真的没有办法睡觉了,赶紧派单,我现在去打包”,“我要去门店加班,不要拉我”。

16分54秒后,屏幕上跳出了令人振奋的数据,成交额1.007亿元。此时,所有员工欢呼声、鼓掌声响成一片。

客服服务中心经理陆巧燕激动地说:“通过数据对比可以看出,今年的走势比前几年更猛一些。前年‘双11’,成交额破亿元用了22个小时,去年用了15个小时,今年不到17分钟。”

25分钟后,数字上蹿到1.18亿元,这是该公司今年“双11”销售目标的一半!

激昂的音乐在回荡着,大家从喇叭中听到不断拉升的业绩,早就忘记了熬夜工作的

疲劳。据GXG品牌经理魏雨杰介绍,前几年,电商上的商品给人感觉是抛库存。现在,电商上新品越来越多,逐步向实体店靠拢。也就是说,新品在实体店上线的同时,也在电商平台上销售。据GXG统计,双11期间电商平台上销售的商品,在实体店同步销售的,去年是10%,今年提高到20%,电商专供商品(就是实体店没有的)去年是30%,今年提高到50%,库存待处理商品,去年是60%,今年只有30%。

“我们去年成立了电商产品设计团队,专门开发电商平台销售的产品。新品先在电商平台上展示,如果消费者有订货,迅速组织生产,这样,可以减少库存压力,真正引领市场。”魏雨杰说。(张文胜)

韦桂华独家解读深化国企改革之四 国有资产彻底资本化的路径选择

■ 特约撰稿 韦桂华

国有企业改革的主调已经明确,以管资本为主。

如何实现这一点?中央政府指明的改革路径是两条,一是创建国有资产管理新架构,组建国有资本投资、运营公司,将现行两级监管体系改革为三级监管体系;二是完善国有企业现代制度建设,推进国有企业整体上市,实现国有资产资本化、证券化、公众化,让国有企业成为真正意义上的现代企业。

《指导意见》提出:“以管资本为主改革国有资本授权经营体制。改组组建国有资本投资、运营公司,探索有效的运营模式……国有资本监管机构依法对国有资本投资、运营公司和其他直接监管的企业履行出资人职责,并授权国有资本投资、运营公司对授权范围内的国有资本履行出资人职责。”明显,国有资本监管机构的监管对象从当前面广量大、行业繁多的国有企业,转向国家授权经营国有资本的投资、运营公司。

国有资本投资公司以产业资本投资为主,与所投资企业强调的是以资本为纽带的投资与被投资的关系,着力于培育产业竞争力,重点是要解决国民经济的布局结构调整。国有资本投资公司还可以通过产业资本与金融资本的融合,提高国有资本的流动性,开展资本运作,进行企业重组、兼并与收购等,即通过资本投资而不是行政权力保持对某些产业和企业的控制力,实现政府的特定目标。

国有资本运营公司的经营产品是资本,是股权投资,以阶段性持股为经营理念,运作主要在资本市场,强调资金的周转循环、追求

资本在运动中增值。国有资本运营公司通过资本的投入拥有股权,通过股权行使出资人的权利,通过对投资的企业进行管理,提升投资企业的价值;通过资本的流动,实现资本增值,或改善国有资本的分布结构和质量,有效组合配置国有资本,带动社会投资。

国有资本投资运营的典范当数新加坡淡马锡。1974年,新加坡政府决定由财政部负责组建一家专门经营和管理原国家投入到各类政联企业资本的国家资产经营和管理公司,这家公司就是淡马锡公司。根据当时政府的委托,新加坡开发银行等36家政联企业总额达3.45亿新元的股权,被授权由淡马锡公司负责经营。作为一家公司,淡马锡并不享有任何形式的特权和优惠,与私营企业一样参与市场竞争,开展经营活动。同时,政府也不干涉淡马锡公司的具体经营活动,政府赋予它的宗旨是:“通过有效的监督和商业性战略投资来培育世界级公司,从而为新加坡的经济发展做出贡献。”成立40年来,公司年均净资产收益率超过18%,远远超过同期私有企业的经营业绩。目前,淡马锡控股在本地资本只占其总资本的30%,70%投资在海外,尤其是中国、印度等新兴市场,投资主要着眼于转型中的经济体、增长中的中产阶级,强化中的比较优势和新兴的龙头企业,大部分是股权投资。

在国内,最接近新加坡淡马锡模式的,是与国资委同一年成立的中央汇金投资有限责任公司。汇金公司代表国家行使对重点金融企业的出资人权责,掌控了金融资产的半壁江山,其监管模式即为“财政部(出资人)—汇金—国有金融企业”三层架构,曾任汇金公司董事长、现任财政部部长楼继伟2013年对“汇

金模式”的归纳是:根据国家授权,遵循市场化方式,积极履行国家国资改制平台和国有金融资产出资人代表两大职责,“只做股东,不做婆婆,没有任何行政审批色彩请柬”。那么国有资本投资、运营公司由谁来主导?是财政部,还是国资委,这可是个不小的难题,《指导意见》没有明示,或许是为未来的实际操作留下更大的空间,当然也会为未来改革的纵深推进带来更多的争议。但以管资本为主的监管体系的重大变革,已经向国人昭示:中国国有企业的改革必须坚定地走向彻底的资本化、彻底的市場化和彻底的社化,借鉴淡马锡,并超越淡马锡!

国有资本投资、运营公司如何建立?一是新设,由国家有关部门直接投入资本创立,明确相应的功能界定;二是重组,选择部分大型国有企业集团,剥离其经营性业务,依据国有资本的功能定位,整合相关领域的国有资产投资企业资本,重组创建;三是改组,将原有大型国有金融性投资公司的资本功能进一步明晰,引进战略投资者,改组设立。

资本的本性是增值,增值的条件是流动,国有资本不流动,便失去了增值的空间。国有资本投资、运营公司效能发挥的基础之一,就是国有资产的实现形式由实物形态的“企业”,转变为价值形态的资本,赋予国有资本在资本市场上的流动性,使国有经济布局和功能可以灵活调整,以市场力量将国有资本流动到最能体现价值和效益的地方,放大国有资本效能。

国有企业历经此前三轮改革,公司股份制已经成为其主要组织形式。目前国企总数超过15万家,其中三分之二是地方国企。

全国国有企业改制面已达78%,中央企业及其所属子企业改制面已从2003年的30%提高到2014年的85%以上。国资委网站显示,截至2014年12月末,国有及控股企业资产总额1021187.8亿元,负债总额665558.4亿元,所有者权益合计355629.4亿元,其中:中央企业资产总额537068亿元,负债总额32621.4亿元,所有者权益为184446.6亿元;地方国有企业资产总额484119.8亿元,负债总额312937亿元,所有者权益为171182.8亿元。(注:不含国有金融类企业)

面对如此庞大的国有资产,国有企业整体上上市,让国有资产资本化、证券化、公众化,无疑是实现习近平提出的“放大国有资本效能”最直接、最有效、最务实的路径。

如何推进国有企业整体上市?一是对于业务集中且比较单一,资产难以有效分隔的国有企业,全面实施整体股份制改造,使其符合IPO要求,尽早推向证券市场;二是对于拥有上市公司平台的国有集团公司,借助上市公司平台,通过“再融资收购”、“股票置换”、“现金收购”等多种资本运作形式,收购集团公司非上市资产,最终实现整体上市;三是对于没有上市公司平台的国有集团公司,整合主营业务及优势资产,在保障国有资产不流失的前提下,通过引进战略投资者,实现主营业务资产上市,再谋求集团公司整体上市,或者优化、重组、评估集团公司整体资产,通过借壳实现集团公司整体上市。

可以这么说,突破国有资产的监管体制,实现国有企业的整体上市,将为国有企业新一轮改革拥抱社会资本打开一扇宽敞、通透、公平、高效的窗子!

(上接P1)

家电行业30年首次“大阅兵”

记者直面浙江金华四通家电有限公司董事长黄海明:如何在三四线城市打造“中国家电卓越品牌”?

四通家电的发展历程对中国三四线城市的商业开放提供了非常正能量的样板,带动和影响整个行业的变革,并继续引领中国家电行业高效、优质、平价的行业变革,为中国家电商业文化的可持续发展树立区域标杆。

区域为王打造连锁典范

俗话说高处不胜寒,四通家电的下一步迈向何方,同样令业界瞩目。四通家电已经有了一定的规模,今天在互联网+发展时代的时候,到底凭借什么继续往开?黄海明强调,商业企业进一步的发展,最终要回归零售业的本质。互联网思维并不新鲜,其实质还是关注市场,关注消费者,关注顾客而不是关注自身和对手。从关注于顾客的角度来讲,商业主体应该更多的关注顾客到底需求什么样的服务,到底需求什么样的商品,而商家用什么样的方式,使得它的服务体验能够被接受,同时在为顾客创造产品和服务的同时,企业自身怎样提升品牌和利润。从企业的内部管理、文化的建设上面,四通家电坚持公司统一的价值要和个人的利益相统一,对福利、薪酬、晋升、期权,企业内部实行差异化的激励,以此实现个人和企业的长远发展。这样的规划和发展,始终是零售业继续开来的本质。

无论一个人有着怎样不同的命运,把他放在中国30年巨变的大背景下,则有着更多的相同或相似,正如他们都已年过五十的年龄。黄海明分析,一些零售实体转型试水O2O不尽如人意,特别是区域性商家,如果内功修炼不够,过于倚重引进新项目、新模式显然不行。现在提出“互联网+”,最大的区别是要跟用户互动,建立粉丝,四通也在线上做O2O,通过微信营销等方式把顾客引到商场来,今年的双11全体员工邀请家属、亲朋好友同时参与,把顾客从电商拉回到商场,当天晚上十点还在接待顾客,一天就创造了900多万元的业绩。四通家电在双11喊出“比线上便宜10%,不便宜就退货”的承诺,四通绝不怕价格比拼,实体店更有服务支撑,这是我们今后的目标。刚参加工作的毕业生可能会因为数十元的差价三更半夜在网上比价,而为排屋新居购买全套电器的消费者,更多看重的是商家的购物环境、商品品质,这正是顾客不同的需求点,可以说实体店的挖掘空间还很大,要做的工作还更多,做家电就要熬苦要有耐心,有服务有作为才有地位。在黄海明的带领下,四通家电通过自主创新不断提升核心竞争力,正一步步完善着现代零售业的定义和标准。

中国家电行业在未来10年仍然有望保持5-8%的发展速度,10年以后的产值有望突破3万亿。正如中国家电商业协会理事长彭宝泉所言,新常态下中国家电流通行业转型路径应该从四个方面来发展,经营模式创新,多元融合发展;细分市场,引导消费升级;提高物流效率,降低物流成本;变革粗放,选择精细化经营。四通家电自持金华、龙游、衢州三大黄金商场,拥有强大的物流配送能力,在金华建有18000平方米的物流配送中心,15台自送货车每天定时送货,形成了以金华为物流中心向周边衢州、龙游、义乌、浦江、兰溪等地辐射的一小时配送体系。物流配送遍及各销售网点及周边乡镇,用户在购买家电后48小时内保证送货上门,且安装、调试当日完成。4008877915电话售后同步跟踪,确保商品和服务都能及时快速到家。

“未来无论如何转型,关键还是要找到真正提高服务消费者能力,满足消费需求的清晰模式;区域性家电龙头的优势和资源在于拥有实体零售更本质的人性化服务,在信息化条件下进一步提升服务水平。家电行业这几年也开始在大扩张之外进行思考和反省,因为服务业‘规模不经济’的弊端已经显现。从积极的角度看,这既是零售业加快结构调整和转型升级的结果,也是家电企业优化资源配置和网点布局,提高自身竞争力的体现,对行业的持续健康发展是有利的。四通家电在金华市场有着很好的基础,20多年来我们一直坚持守在这里,面对未来我们还想进一步坚持。四通家电的选择是突破行业发展天花板,从精细化服务链中找到新天地。希望到2020年的时候,大家再来验证一下四通的模式,这种专注的‘小而美’是不是适合中国三四线城市区域商业的连锁和行业的发展。四通家电仍将创新和前行,致力于为新中西用户提供领先的家电消费品质而努力。”