

万隆：双汇最大敌人不是跨国公司，而是地区封锁

2月16日，广西平果县坡造镇坡造村张玉琼状告平果县人民政府、平果县工商行政管理局、平果县新安镇人民政府等三家单位的行政诉讼案正式开庭，再次显现了双汇省外开店受阻的窘境。

实际上，这些年，双汇在省外开店频频受阻，甚至遭遇查封。双汇集团表示，他们反对不正当竞争，要用法律手段维护自己的合法权益。

案例：开店 10 天被镇政府强行关闭

1976年4月出生的张玉琼，家里上有79岁的老母亲，丈夫没有工作，下有两个正在读书的孩子，家里土地被征用。2015年10月，为响应党中央“大众创业，万众创新”的号召，她经过考察，决定与南宁双汇食品有限公司合作，在平果县新安镇开办专卖店，销售双汇品牌生鲜肉。

随后，张玉琼到新安镇工商所申请办理“门面肉类”营业执照，但该所不予办理。无奈，张玉琼找到平果县工商行政管理局申请办理，被告知平果县政府下发的文件(平办发[2013]78号)(以下简称78号文件)中有“取缔门面肉类”的规定，不能办理，但可办理“农副产品”营业执照，“农副产品”包括“猪肉”可以卖肉。

2015年10月21日，平果县工商行政管理局为张玉琼颁发了经营范围为“粮油、农副产品、预包装食品批发兼零售”的个体工商户营业执照。

11月6日，张玉琼的粮油店正式开业，由于她经营的双汇品牌生鲜肉名气大、品质好、价格合理，受到当地消费者热烈欢迎。然而，两天后，她的门店遭到当地猪肉市场摊贩的围堵，并要求她关店。

11月11日，新安镇工商所以78号文件中“取缔门面肉类”“擅自超越核准的经营范围从事猪肉销售”为由，对张玉琼做出“立即停止相关经营活动”的责令改正通知。

张玉琼对此不服，于11月12日向平果县政府依法申请行政复议，11月17日平果县政府正式通知受理。

11月19日，新安镇政府一名主要负责人带领新安镇工商所工作人员强行将张玉



琼的粮油店关闭。

进展：双汇商户状告平果县政府

为避免造成损失，张玉琼立即向平果县政府提出申请，依法决定停止执行平果县工商行政管理局做出的“立即停止相关经营活动”的责令改正通知，但平果县政府没有理睬。

2015年12月31日，张玉琼向平果县人民法院提出行政起诉状，将平果县政府、平果县工商行政管理局、平果县新安镇政府告上法庭。

2016年2月16日，平果县法院依法公开审理了张玉琼提出的行政起诉状。

平果县政府代理人称，张玉琼的门店被关闭，与78号文件没有关系，该文件不属于规范性文件范畴，只是为了市容市貌专项整治工作这一件事而出台的一个内部文件；同时，这个文件只在平果县县城范围内有效，不适用于县城之外的乡镇；另外，这个文件在2014年1月10日就已经无效了。

平果县工商行政管理局代理人称，张玉琼的门店被关闭与78号文件没有关系，他们依据的是《中华人民共和国个体工商户条例》有关规定。

新安镇政府代理人也称，张玉琼的门店被关闭与78号文件没有关系，他们这样做是为了保护当地猪肉摊贩的利益。



该案没有当庭判决。

现实：双汇省外开店频频受阻

据双汇集团统计，至2003年8月底，仅公开没收、堵截双汇冷鲜肉的事件就达50多起。

2012年11月份，发生了江西永修县屠宰大队官员殴打双汇业务人员的事件。

而在2013年12月份，发生了江西弋阳双汇冷鲜肉店被砸事件。

双汇集团介绍，自从2010年双汇集团进入江西市场至今，双汇在江西省内数个市县已遭受过数次不同程度的围攻或产品被扣事件。

“近些年，不仅是江西，双汇在湖北、浙江、河北等地开拓市场，都遭遇了这种情况。有的是当地猪贩自发阻止，但也有当地政府为保护屠宰户和猪肉商贩‘利益’，出台一些红头文件形式的‘土政策’。甚至罔顾法律，强制双汇冷鲜肉门店关门。”双汇集团法务中心食品安全律师唐全成介绍。

实际上，双汇冷鲜肉的“地方战争”从双汇冷鲜肉产品诞生便已开始。1999年，为了保住“龙头”地位，双汇集团决定以特许经营的方式和自建直营店连锁经营模式，拓展中国冷鲜肉市场。但是，这种先进的连锁经营模式，让地方屠宰企业看到了危险的前景。

其高速扩展也影响了这些“地头蛇”的利益，再加上这些屠宰企业大多和当地政府商务部门有着千丝万缕的联系，各地的商务部门随后开始对双汇冷鲜肉展开“围剿”。

声音：地方政府出台限制政策不可取

“针对此类现象，我们已启动相关法律程序解决，部分县市有了进展。”双汇集团副总裁宋保国表示，双汇集团反对一切不正当竞争行为，并会通过法律途径维护自身合法权益。

双汇集团掌门人万隆曾感叹：“双汇最大的敌人并不是强大的跨国公司。国内各地区封锁，诸侯经济才是双汇最大的对手。”

专家指出，面对新的市场变化，政府部门有比出台限制政策更多的事可做。

“双汇冷鲜肉店被砸，频遭地方封锁不是偶然事件，实际上反映了地缘经济和市场经济体系之间，传统生猪销售业态和现代业态之间的矛盾。”河南省政府发展研究中心主任谷建全认为，“本地小商贩经营的肉摊在解决就业、满足本地消费习惯方面有不可替代的作用，双汇的进入对他们而言确实是冲击，但政府应该相信市场的调节作用。政府的职责应是规范市场秩序，无论是大企业还是小商贩，都要从源头把关，确保其产品质量。”

(来源：东方今报 记者李凌)



贵州省国资委领导赴鸭溪茅台集团循环经济产业园区等地实地考察

2016年2月21日，贵州省国资委党委书记、主任黄秋斌，党委副书记陈亮贵一行在茅台集团调研期间，到茅台酒制酒生产一线、鸭溪循环经济产业园区等地进行了实地调研，茅台集团党委书记、总经理李保芳，党委副书记、纪委书记赵书跃，副总经理、总工程师吕云怀，茅台股份副总经理万波，茅台集团总经理助理游亚林、钟怀利，茅台股份总经理助理黄维等公司领导陪同调研。

在茅台酒股份公司制酒二十一车间，黄秋斌一行实地考察了茅台酒的生产工艺流程、环境和贮存、勾调情况，并对中华新区茅台酒扩建工程规划建设情况进行了调研。

随后，黄秋斌一行驱车前往鸭溪镇茅台集团循环经济产业园区展开调研，钟怀利就



茅台循环经济产业园的建设概况、茅台酒糟处理及综合循环利用项目--复糟酒生产、酒糟处理转化为天然气、生物蛋白饲料、有机肥、有机蔬菜培植及其他研发产品等项目逐一向黄秋斌一行作了汇报和介绍。

黄秋斌在视察和听取了茅台集团相关发展规划和建设情况之后，对茅台集团近年来的发展成就表示肯定，并希望茅台集团做

好茅台酒的文章，做好茅台品牌管理，科学谋划，合理布局，按照省委、省政府的要求全面落实国有企业的主体责任，为全省经济发展继续做出卓越的贡献。

(华文)

顺丰确认启动 A 股上市 民营快递掀“资本之争”

继申通、圆通分别借壳艾迪西、大杨创世，曲线抢占A股市场席位后，民营快递另一巨头顺丰也已确认启动A股上市。

顺丰控股(集团)相关人士告诉记者，“深圳证监局目前已受理公司的上市辅导申请，辅导机构为华泰联合证券、招商证券和中信证券。”

过去几年，快递业收获光环无数。2011年-2014年，行业连续四年业务量以超过50%的速度狂飙增长，但发展背后又暗藏隐忧，2015年行业增速放缓至50%以下，同质化竞争、利润下滑的问题渐渐凸显。随着快递企业逐渐以各种方式借道资本市场，2016年，无疑将成为民营快递业发展整合的关键年，巨头们也将由过去的“规模之争”迈向“资本之争”。

顺丰上市路的“最后一公里”

一家经营了20多年的老牌企业，又居于一个炙手可热行业的龙头，顺丰一度是最受市场期待上市的公司之一。不过，长期以来，顺丰似有意与资本市场保持距离。公司官方微博曾于2012年9月公开承认，“一直以来都有资本找顺丰洽谈，但顺丰并未与任何资本签订任何协议。”

2013年8月，顺丰首度实现“融资破冰”。据报道，公司引入元禾控股、招商局集团、中信资本、古玉资本四家战略投资者，并转让出25%的顺丰速运股份。

尽管上述动作被外界理解成为上市铺路，然而，顺丰似并未打算立即着手证券化，

创始人王卫也在公开场合表态，投资方未就IPO问题作出强制要求，同时目前没有上市计划。如今，顺丰突然确认启动A股上市，前述投资者们也可以宽心了，毕竟，对于PE投资者来说，退出是完成投资的最后步骤，也是最终实现股权变现，获得实际利润的重要环节。

关于上市细节，记者询问公司计划采用部分资产单独上市，还是整体上市？顺丰控股上述相关人士表示，“公司过几个月将披露招股说明书，现在还不方便透露。”事实上，除了快递业务，顺丰控股旗下还拥有商业、金融等众多业务板块，其中，顺丰速运的盈利能力最强，该板块也被业界认为极有可能被公司单独拿出来上市。

官网显示，顺丰速运1993年于广东顺德诞生。截至2015年7月，顺丰已拥有近34万名员工，1.6万台运输车辆，19架自有全货机及遍布中国大陆、海外的12260多个营业网点。资料显示，2014年顺丰占据8%的市场份额，位于申通、圆通、中通之后，但公司盈利能力一直处于行业领先地位。

快递业微利化催生“资本之争”

2015年12月1日，申通快递100%股权拟作价169亿元借壳艾迪西上市，估值溢价达到7.5倍，成为国内民营快递第一股。2016年1月16日，此前欲独立IPO的圆通最终也选择了借壳这一途径，“壳公司”为大杨创世。

有意思的是，申通与圆通两家快递公司

此番借道A股均速度惊人。前者在艾迪西重组过程中演出了“第三者上位”的戏剧故事，后者在大杨创世宣布重组到公布交易对象的过程中，不足一个月。

2015年8月，艾迪西在股价连连下挫后，火线停牌重组，随后公司披露重组对象为海南星华集团旗下的旅游资产。不久后，公司又更新一名潜在交易对手：一直谋求上市的申通快递。作为迅速发展的快递业龙头，显然比上述旅游资产更具吸引力，而申通董事长陈德军与艾迪西实控人郑永刚的“同学”缘分，也让申通在民营快递业“资本之争”上拔得头筹，艾迪西更在复牌后连续跑出13个涨停板。

就在人们猜测下一家快递上市公司花落谁家时，圆通又突降A股。2016年1月5日，大杨创世发布重大事项停牌公告。1月16日，揭晓意向重组方为圆通速递。

申通率先上市之举显然具有标杆效应，事实上，除了顺丰确认启动上市外，近日也已有媒体报道，中通快递一直有上市的计划，并且一直在准备中，但目前尚未有确定具体的上市地点和确定的时间表。

问题是，长期以来，现金流充沛、对融资不感冒的快递企业，如今为何竞相寻求上市呢？

一方面，受益于电商的发展，快递业规模迅速扩大。国家邮政局数据显示，“十二五”期间，全国快递服务企业业务量持续快速增长，市场规模从2011年的36.7亿件增长到2015年的206.7亿件，年均增长率超过50%。按照国务院印发的促进快递业发展若干意见，到2020年快递年业务量达到500

亿件，业务收入达8000亿元。

另一方面，受制于电商的发展，快递业的盈利能力也逐渐削弱。“十二五”期间，全国快递件平均运价持续下跌，从2011年的20.7元/件跌至2015年的13.4元/件，五年的降幅达到35.1%。

中金公司分析指出，电商未来会继续以快件量的优势，利用快递业同质化竞争的弊端打压快递价格，进一步恶化以网购为主的快递业企业微利化情形。

此外，部分大型电子商务企业，如阿里巴巴、京东、苏宁云商等，正通过自建物流体系的方式降低对第三方物流企业的依赖。

由此，伴随着规模的扩大，尽管行业整体利润呈现增长态势，但在快递价格下滑等因素影响下，快递行业的毛利率持续下滑，中金公司数据显示，行业毛利率已从2007年约30%的水平下滑至目前5%-10%的水平。

而正是这种微利化趋势，催生了快递业公司的融资需求。

实际上，从申通的借壳预案中，也能窥见快递业对资本的渴求。预案显示，重组所募资金剩余部分将主要用于中转仓配一体化项目、运输车辆购置项目、技改及设备购置项目、信息一体化平台项目等项目建设，借助资本市场，申通将拓宽融资渠道，提升品牌影响力，为后续的发展提供推动力。

国金证券认为，上市融资后，快递企业将提高服务质量和时效性。精益运营，航空机队、转运中心等重资产投入将成为行业趋势，但由于所需投资金额巨大，预计未来，资本实力将成为快递业竞争的新壁垒。

(李曼宁)

武汉重塑老字号企业 2020 年国内知名品牌将达 15 个

力争到2020年，建设1-2条武汉“老字号”商业街区，形成15个年销售额过亿元的国内知名“老字号”品牌。记者日前获悉，为增强“老字号”企业的品牌影响力和竞争力，武汉市政府办公厅出台《关于进一步实施武汉老字号振兴工程的意见》，启动新一色商业地产企业，打造武汉“老字号”商业街；在城市繁华商圈的大型商业综合体内部形成“老字号”品牌集聚区，集购物、休闲、旅游、娱乐等多功能于一体，塑造武汉“老字号”整体形象。

同时，实施“走出去”战略，支持“老字号”企业在其他城市开设连锁门店，扩大经营规模和市场占有率；结合本市社区商业发展，积极拓展中心城区社区和新城区市场；支持产品进入连锁超市销售，拓展营销渠道。

为此，武汉市将继续加大对“老字号”企业的财政扶持力度，今年起至2020年，对“老字号”企业入驻“老字号”集聚区、以开展连锁经营方式新增经营网点、建设配送中心、开展电子商务及非物质文化遗产申报等给予资金支持。

意见还要求，在城市建设改造中充分考虑对“老字号”原址原貌的保护，尽量避免对“老字号”建筑的盲目拆除与迁建，特别要加强“老字号”起源店原址的保护。

在制定商业网点规划、建设新商业街及商业街区结构调整中，优先考虑和安排“老字号”企业。

据了解，2009年武汉市制定“老字号”企业振兴发展规划，并从2010年-2015年，市级财政每年安排预算500万元，支持“老字号”企业改善经营、技术，拓展市场。

截至目前，该市共有“老字号”企业57家，主要分布在餐饮、零售、食品、医药、服务等行业。

(吴明)

单聚焦、多品牌发展 “百亿俱乐部”安踏来了

23日，安踏体育在香港发布2015年业绩公告，多项指标好于市场预期。报告期内，安踏收益同比增长24.7%，达111.26亿元，创历史新高，成为第一个进入“百亿俱乐部”的中国体育用品企业。

“我们在品牌、商品和零售上做了很多创新和改变，着力提升品牌和产品差异化，既凸显了专业形象，又扩大了领先优势。”安踏董事局主席兼CEO丁世忠在财报发布会上表示，安踏还与国际高端运动品牌Descente成立合资公司，专门运营和推广Descente在中国区的业务。

自2014年体育产业上升为国家战略后，安踏相继推出“实力无价”篮球战略和全新的跑步战略“你就是跑者”，支持中国著名极限马拉松选手陈盆滨完成连续100日跑100个马拉松。值得一提的是，去年安踏跑步品类的科技含量产品订货量较2014年增长38%，如陈盆滨同款跑鞋Challenge200等拥有科技含量产品的售罄率高于普通产品。

选择2015-2016NBA总冠军金州勇士队核心球员克莱·汤普森为篮球代言人，为其打造的首款签名战靴“KT1”去年底首次在中美同时发售，再次让业内惊艳。

去年10月，安踏全面启动“只管去踢”足球战略。通过赛事组织、青少年球员和教练员培训，正式进军足球市场。去年第四季度，安踏推出专为中国青少年脚型设计的儿童足球鞋，销售火爆。

优化分销网络，大幅提升店效。去年，安踏继续与零售商分享市场资讯及零售数据，提供精准订货指引，改善零售商的盈利能力。同时，加快整合较小、效益较低的店铺，并在优越地段开设更大、更具吸引力的店铺。

安踏电商渠道销售线下同季同款期货及线上独有专供款产品，逐渐成为一个推广集团独特产品的互动平台。去年“双十一”购物节，安踏电商销售创历史新高。

专注消费者体验，研发舍得下本钱。安踏已在美国、日本、韩国设立多个研发设计机构，通过组建国际化的研发设计团队，大大提升产品竞争力。去年，安踏研发投入占销售成本的比例为5.2%，为行业第一。目前，创新产品在安踏整体销售中占比为30%，利润占比为50%。

丁世忠说，安踏选择走“单聚焦、多品牌”的发展路子，今年将围绕“颠覆、创新、高效”的战略主题，大胆改变不适合未来发展的商业模式、管理模式和运营模式，在商品开发、市场营销上不断创新。

记者手记 >>>

善育人，后劲足

安踏之所以能逆势突围，成为领跑者，靠的是人才。作为用人者，安踏尤为重视育人，肯花时间、人力和财力培养人才，打造以业务为导向的高效组织和团队，赋予前方战场“听得到炮声”的员工以更多的权利和责任。

根据规划，未来几年，安踏将逐步加大对人力资源的投入，把更多的钱花在人的身上，让员工收入增长速度大于业务增长的速度，让每一个努力工作的员工都有体面的收入。

正因如此，员工有了归属感，才不惧怕变革和挑战，这恰恰是增强安踏凝聚力和竞争力的根本所在。

更重要的是，随着多品牌战略的实施，团队和文化将更多元，安踏努力营造宽松的环境，引导员工拥有更加开放和包容的心态，相互学习、共同成长，进而形成人人崇尚创新、人人渴望创新、人人皆可创新的良好环境。

善育人，后劲足，方能事半功倍。正如丁世忠所说：“我相信，一个人可以走得很快，但一群人才能走得更远。”

(单志超)