

中国远洋海运集团重组凸显整合效应 提质升级参与全球竞争

■ 赵文君

今年 2 月 18 日，中远集团、中海集团实施重组，成立中国远洋海运集团有限公司。中远中海重组整合是中央企业改革发展历史刻度上具有重要意义的新标记，在中国航运界乃至全球航运界具有深远影响。

“4 个世界第一”和“6 个世界前列”

金融危机以来，航运市场仍然没有走出史上持续时间最久、程度最深的低谷。航运企业业绩恶化、资产缩水、负债增加。船厂订单稀少，很多全球主要港口集装箱吞吐量同比连续出现负增长。

“航运市场的变化已经不是仅仅停留在表象层面，也不是可以简单用周期来解释的。”中远海运集团董事长许立荣说。

改革重组后，中远海运集团成为全球运力规模最大的综合航运公司，规模优势和综合实力得到显著提升，迅速实现了“4 个世界第一”和“6 个世界前列”。船队综合运力、干散货自有船队运力、油轮运力、杂货特种船队运力均位居世界第一。集装箱总吞吐量排名世界第二；全球船舶燃料销量排名世界第二；集装箱租赁规模居世界第三；集装箱船队规模居世界第四；海洋工程装备制造接单规模以及船舶代理业务稳居世界前列。

新集团改革重组工作庞杂繁复，两集团总资产 6100 亿元，员工近 12 万人。今年 1 至 6 月，新集团实现营业总收入 910 亿元，利润 91.74 亿元，初步体现了改革重组以后的整合效应。

“航运 + 金融”模式实现战略转型

2016 年 9 月 8 日，作为中远海运集团金融上市平台，原中海集运正式更名为中远海运发展股份有限公司，中远海运集团金融产业集群正式组建完成。加上 2016 年 6 月 2 日在香港正式挂牌成立的中远海运金融控股有限公司，中远海运集团金融平台总资产合计 1300 亿元。

“新的业务结构，使得重组不仅是规模上的合并，还是深层次的优化业务布局，对新集团未来抵御航运市场的周期性波动风险将起到积极作用。”许立荣表示，新集团依照“规模化、国际化、盈利性和抗周期”四个发展维度，确定了包括航运、物流、航运金融、装备制造、航运服务、社会化服务以及互联网+在内的“6+1”产业集群，并将优先发展全球集装箱运输、码头业务、航运金融和全球综合物流。

许立荣介绍，本次重组整合，打破过去把航



主业作为不可逾越更改的一条线，打造了一个金融控股的上市平台，从根本上提高了抗周期能力。

根据新的战略布局，新集团将融合原中远、中海两大集团旗下优质金融资产，打造以“航运+金融”的业务发展模式，依托航运主业，发展多元化租赁业务的综合性金融服务平台，实现战略转型。

航运产业集群将作为新集团核心产业集群，重点在经营规模增长、盈利能力建设和全球化水平提升等方面着力发展。按照新集团的产业集群发展战略，将码头和集装箱运输划入一个事业群，并明确“以码头为点，以航线为线，以集运和物流为面，共同打造全球服务网络”。集运、码头以及物流等板块将相互融合、相互促进、协同发展。

提质升级参与全球竞争

中远中海重组整合是国家骨干航运企业提质升级、参与全球竞争的重大机遇。今年 6 月 26 日，举世瞩目的巴拿马运河新船闸开通启用仪式隆重举行，中远海运集团旗下的“中远海运巴拿马”轮成为第一艘通过新建船闸的新巴拿马型船舶，被载入国际航运史册。

在新的发展蓝图指引下，中远海运集团积极响应国家“一带一路”战略，重点布局“海上丝绸之

路”的新兴市场和战略要地，新集团在国际航运业的行业地位及话语权已逐步增强。

在集装箱航运方面，中远海运集运与法国达飞、东方海外、长荣集团组成新的集装箱运输联盟“海洋联盟”，成为全球集装箱航运三大联盟之一，与由马士基、地中海航运组成的 2M 联盟形成抗衡。

今年 3 月 28 日，新集团与新加坡国际港务集团合作，将原来在新加坡港合资经营的两个旧泊位，置换成该港区第三、第四期码头的 3 个至 4 个新泊位，成立合资公司经营，集团占 49% 股份，扩大了双方合作规模。同时，新集团先后在海外购买了土耳其、荷兰鹿特丹、阿联酋哈里发和意大利瓦多集装箱码头的股权，还正在与全球众多港口与码头洽谈，新集团码头业务的海外布局正在加快。

中远海运集团副总经理俞曾港表示，今年 2 月 20 日，新集团启动了海外网络整合。经过重组，目前，中远海运集团在境外设有欧洲、北美、南美、东南亚、非洲等 10 大区域公司，在 50 多个国家和地区拥有 315 家控股企业。

“今后，新集团将以海外公司为载体，进一步推动集团全面参与全球产业分工，努力成为全球航运物流市场的有力主导者。”俞曾港说。

千家中小企业将获赠 “指令管理系统”构建新型管理平台

记者 11 月 26 日从工信部获悉，工信部中小企业发展促进中心将启动“中小企业效率提升公益体验全国行”活动，在全国范围内遴选一千家中小企业作为样板，免费为其安装运行“指令管理系统”，构建创新型组织管理平台，提升企业运行效率。

对规模、资金都偏小的中小企业来说，从管理上要效率，出生产力是解决生存问题，实现发展壮大主要方式之一。

指令管理是以“指令控制”为核

心，通过打造平台、技术控制让组织成员之间的每一条指令成为契约，并切实得以履行，提高效率，是一种新型管理模式。

工信部中小企业发展促进中心表示，除了为样板企业免费安装运行“指令管理系统”，还将组织专题培训班，向社会推广组织效率提升的经验和方法。

样板企业的选定采用各级中小企业主管部门、行业协会推荐与企业自荐相结合的方式。

(新华)

通 知

南充市顺庆区大都会商场三楼电玩城区域业主(李春云、吴彩琼、黄学文、龚德松、胡碧华、代启良、彭尚红、白春艳、文莉、李有文、杨喻斐、敬琼、蒙绍玉、陈斌伍、冯文胜、唐晓梅、彭国芳、傅桂华、付碧华、罗小燕、明国清、彭涛、谢燕、徐琴)：

由于(第三方)电玩城(张万才)已无法再坚持经营下去，已通知我司解除“租赁合同”。根据你们与大都会实业公司签订的委托协议第十条之约定，现提前通知你们，终止贵我双方委托关系。

特此通知

四川南充大都会实业有限公司

2016 年 11 月 22 日

福喜迎门酒业与上海望格国际跨界合作 强强联合推动新品鸿运高照酒全国布局

■ 王昔

2016 年 11 月 18 日，“宜宾五粮液股份有限公司福喜迎门酒东部运营中心”签约仪式在美丽的天府之国、成功之都五粮液股份有限公司福喜迎门酒中国运营中心成都隆重举行。上海望格国际贸易有限公司付江峰董事长与四川省福喜迎门酒业股份有限公司代表、副总经理刘黎力女士签署战略合作协议。东部运营中心将在全国范围内全力运作公司福喜迎门新品祝君鸿运高照酒。这也是福喜迎门酒业首次如此大手笔、大力度地全国推广单品。

“宜宾五粮液股份有限公司福喜迎门酒东部运营中心”由上海望格国际贸易有限公司与四川省福喜迎门酒业有限公司战略联盟共同打造，上海望格国际贸易有限公司将投资 3000 万元跨界合作运营福喜迎门酒，目前将在全国重点推广新品鸿运高照酒。日前，首批货款 500 万元已到账。11 月 21 日，首批 3600 件货品已从成都发运上海。

东部运营中心是福喜迎门酒业 2016—2017 年深度布局市场的一大举措，继北京办、南京办、东北办、苏北办、宜宾办、南通办后的又一营销大区，选择上海望格国际贸易有限公司，是机缘，也是双方深思熟虑后的精诚协作，抱团发展。东部地区包括北京、天津、河北、辽宁、上海、浙江、福建、山东、广东和海南等 11 个省(市)，均为我国经济、文化较为发达的地区，也是福喜迎门酒业一直以来发力和重点耕耘的区域。而上海望格国际与东部运营中心主推祝君鸿运高照酒，也是基于产品优势及当前市场需要的选择。

祝君鸿运高照酒是宜宾五粮液股份有限公司与福喜迎门酒业在 2016 年针对全国中高端喜宴酒市场开发的新品，于 2016 年秋季糖酒会上在福州隆重面世，并在该会期斩获“2016 年度中国十大喜酒明星产品”大奖；福喜迎门酒也同时在“2016 年度中国糖酒食品业品牌与价值榜”活动中荣获“2016 年度最受消费者喜爱品牌”桂冠。



上海望格国际贸易有限公司董事长付江峰先生(左)与四川省福喜迎门酒业股份有限公司代表、副总经理刘黎力女士签署战略合作协议，福喜迎门酒东部运营中心签约成立



上海望格国际贸易有限公司董事长付江峰先生与福喜迎门营销团队精彩亮相，互相勉励，要将福喜迎门酒发展更上一层楼！



福喜迎门新品祝君鸿运高照酒，也是本次双方合作全力推动的“爆”品



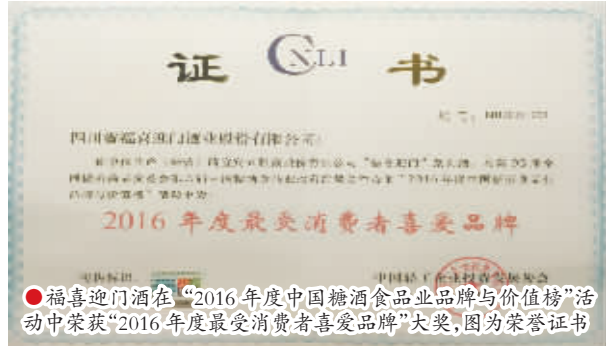
福喜迎门祝君鸿运高照酒荣获“2016 年度中国十大喜酒明星产品”殊荣



中国酒类行业协会会长、中国酒类流通协会副会长、四川省福喜迎门酒业股份有限公司董事长王葆森先生(右)与上海望格国际贸易有限公司董事长付江峰先生(左)构建跨界战略合作



江苏省酒协副会长陈向东、唐山市酒协副会长孙贺明、中糖巨购董事长杨映之等热情祝贺福喜迎门祝君鸿运高照酒荣获大奖



福喜迎门酒在“2016 年度中国糖酒食品业品牌与价值榜”活动中荣获“2016 年度最受消费者喜爱品牌”大奖，图为荣誉证书

锦上添花，两项大奖的角逐及最终获奖，使得祝君鸿运高照酒及其所在家族——福喜迎门酒在全国招商、渠道拓展道路上一马平川，捷报频传。福喜迎门此番与上海望格国际贸易有限公司的跨界合作，尤其在行业复苏阶段，更显五粮液系列产品优势和企业的优良运作策略。

宜宾五粮液股份有限公司福喜迎门酒自上市以来，就定位为喜宴用酒，并坚持中国传统文化“福喜文化”及现代品牌经营理念有机结合。在“福到万家，喜传天下，有喜

事就喝福喜迎门酒”的强力感召下，广大消费者已经深深爱上了这款喜酒品牌。福喜迎门酒合纵南北，风靡东西，突破喜宴酒市场层层包围，凭借独特的喜庆文化，脱颖而出，成为全国优先通过行业权威领导机构，公信权威媒体推荐的消费者优选喜酒驰名品牌。与此同时，在喜宴市场占有自己稳健的市场江山，也探索出一条精彩不断的喜酒品牌之路。这次与上海望格国际贸易有限公司跨界结盟合作，企业如猛虎添翼，增加了发展动力。

福喜迎门酒优良品质受到各界认可和 market 青睐，是“中国酒类流通协会特别推荐产品”，仅今年，就先后荣获“2016 年度中国烟酒名星新品新消费·名酒之星”、“2016 第四届金爵奖中国酒业重构期榜样产品”、“2016 中国千商大会首届中国酒业华商奖十大创新品牌”、“2016 年度最受消费者喜爱品牌”、“2016 年度中国十大喜酒明星产品”等五个国家级大奖。这些璀璨的成绩和凝聚无数福喜迎门人心血的荣誉无疑为“福到万家、喜传天下，有喜事，喝福喜迎门

酒”的喜酒文化、喜酒市场推动添砖加瓦，锦上添花。

福喜迎门酒作为中国福喜文化酒的领航者，致力将福喜迎门酒打造成中国福喜文化第一喜酒，与五粮液酒作为中华优秀传统文化的杰出代表者的品牌内涵一脉相承，并独具一格。9 个非常福喜、非常吉利、非常尊贵的且高品位的子品牌，价位从几十到几百，好酒不贵，是老百姓真正消费得起的喜酒、好酒、名酒。整个系列酒总体来说性价比高，产品配备高中低档齐全，价格体系衔接紧密，各个环节的利润分配合理，区域经销商利润空间高，保证了其经济效益，经营者积极性更高。

消费者爱“福喜迎门”，爱的是她的大众民酒路线，爱的是每一款产品蕴含的喜庆祥和、美满祝福，爱是亲民的价格，爱的是优良的酒质，爱的是初心不改始终如一的“喜酒”策略，“老百姓喝得起的五粮液”……从品牌定位之初，公司就明确以喜宴酒为主打，却又局限在婚宴上，凡是有喜事、开心事的地方，婚宴、寿宴、升学宴、乔迁、百日宴、同学聚会、好友相逢、庆典等都是福喜迎门酒服务和亮相的“喜宴”。

福喜迎门酒是中国白酒市场上第一个将中国传统福喜文化和时尚消费文化以及消费心理习惯整合、连接、运用到炉火纯青之境界的白酒名和白酒品牌。福喜迎门酒是五粮液股份有限公司特为新中国 60 华诞敬献的祝贺喜酒，每一款单品的酒名充分体现出对中国喜文化的传承、提炼与发展，正是针对国人渴望幸福，有喜事要喝酒的民俗文化而命名的，它呈现给大众消费者的是一种中国喜文化、中国福文化、“好运”文化、祝福文化、福喜文化，五粮液酒文化。

上海望格国际贸易有限公司董事长付江峰先生在签约仪式上，也表达了对东部运营中心期冀，将充分利用上海望格的全资源优势，全面推动鸿运高照、福喜迎门酒在东部、在全国的市场深耕工作，助推福喜迎门酒业在全国酒类市场以及资本市场的进一步发展。