



· 微博声音 ·

■ 李东生



中国企业发展的三次机遇:第一次机遇是1978年改革开放;第二次机遇是上世纪90年代初从计划经济向市场经济转轨;第三次机遇是世纪之初中国加入WTO。这样难得的发展机遇往往眷顾的是平时有准备的企业。下一次机遇若是来临,你做好准备了吗?——TCL集团股份有限公司董事长、CEO

网友评论

齐国姜夔:第四次就在5年内了。随着国内经济发展模式的改变,企业所面对的不仅有资金、技术、价格、服务方面竞争,还需要突破营销渠道的束缚。



■ 夏华

我的管理感悟:无能的管理者不如没有!主帅无能累死三军!一个无能的管理者会让员工疲惫而无奈直至信心全无!所以老板至少要用50%的时间选人带人!

——依文企业集团董事长

网友评论

数字100汤雪梅:无能的管理者不如没有!选人带人在中国企业是重要课题,时间都花在这上面了,而没有多少时间做业务。栏目主持:高立萍 图片为资料图片

· 速读 ·

煤炭限价令后首周小幅下跌

按照发改委的规定,自本月起实行煤炭限价令,此后的首周煤价出现小幅下跌。但煤价能否真正持续下跌到800元之内,则成为火电厂和各界关注的焦点。对此,专家认为,限价令限制不了煤价的上涨。

按12月1日起实行的国家发改委限价令,2012年1月1日起,秦皇岛港、黄骅港、天津港、京唐港、国投京唐港、曹妃甸港、营口港、锦州港和大连港发热量5500大卡的电煤平仓价最高不得超过每吨800元,其他热值电煤平仓价格按5500大卡限价标准相应折算。

从今年限价令后的首周数据来看,煤炭价格确实出现下行的趋势。以秦皇岛港5500大卡发热量动力煤价格为例,煤炭网信息研究中心的数据显示,限价令后,价格当周环比下降了10元左右,降为830-840元/吨,而大同地区5500、5800、6000大卡动力煤价格,截至12月8日,当周也出现平均15元/吨的降幅。与此同时,从环渤海动力煤价格指数来看,指数上周跌幅扩大至7元/吨,报收840元/吨,环比减少0.83%。但5500大卡的煤炭价格距离每吨800元的限价关口仍有40元的价差。

对此,中投顾问煤炭行业研究员邱希哲认为,当前,环渤海港口市场煤价要降低到每吨800元以下存在较大的难度,即使表面价格下调到800元/吨,实际成交价格也不会低至这一水平。此外,他还表示,发改委的这一举措有助于抑制煤价上涨,也不能有效降低电厂的购煤成本。相反,这一举措可能会扭曲市场供应机制,导致更多的问题。“政府强行压制市场价格,必然导致煤炭需求上升,而煤炭供应将更加紧张。在此情况下,煤价上涨动力较强。为了规避政府限价,各种地下交易、违规交易必然层出不穷。”他说。

商报记者 高立萍

ASTALIFT艾诗缇两款熠采新品上市

岁末之际,富士胶片集团旗下高端护肤品牌ASTALIFT艾诗缇为中国女性光彩呈现限量版星耀套装礼盒,全国发售100套。

据了解,艾诗缇岁末限量版星耀套装礼盒内含艾诗缇莹润化妆水(滋养性)、美白精华素、莹润精华霜和采用施华洛世奇元素定制的艾诗缇限量版CHECKY相机,璀璨华丽,令人心动。据悉,艾诗缇岁末限量版星耀套装礼盒仅在艾诗缇上海新天地体验中心和北京朝阳大悦城体验中心限量发售。

商报记者 王万利

关闭部分冰淇淋工厂 加码糖果市场

雀巢以退为进调整在华策略

正在中国市场大手笔收购扩张的雀巢突然宣布停止部分地区的冰淇淋业务,引发市场的广泛猜测。如果说加码糖果市场,寻求企业利润来源的最大化尚可理解,那么放弃看似市场空间巨大的冰淇淋这一“黄金”业务就有点儿让人匪夷所思了。是什么原因导致雀巢在华业务的调整呢?

冰淇淋市场业务收缩

在雀巢位于上海的冰淇淋工厂停产的消息甚嚣尘上之际,雀巢方面给本报记者发来声明称,冰淇淋是雀巢在华产品系列的重要组成部分。雀巢公司完全致力于在华建立一个长期可持续性的冰淇淋业务,并正在加大对该业务的投入。但是,雀巢也坦言,公司在进一步加强在华南和华北地区的冰淇淋业务的同时,将于2011年12月底中止在华东的部分冰淇淋零售业务,并停止该地区的冰淇淋生产运营。

对此,中投顾问食品行业研究员简爱华认为,雀巢关闭部分冰淇淋厂或因其多年来在冰淇淋市场上表现不如预期,因而有必要进行调整谋求新发展。他介绍称,国内冰淇淋市场发展较为平稳。2010年,中国冰淇淋市场规模

约有308亿元,位于市场占有率前两位的是伊利、蒙牛。尽管雀巢通过收购加强了其在冰淇淋市场的地位,但是近几年,雀巢市场的份额变化不大,发展情况并不理想。

中国冰淇淋市场研究中心日前发布的报告也指出,预计2015年,国内冰淇淋年销售额将达到1100亿元,而国产品牌有望主导这个千亿的市场。报告中透露,伊利以17.5%的市场占有率高居榜首,蒙牛以15.3%的市场份额位居第二,均高于世界品牌和路雪和雀巢的9.7%与8.2%,其他的49.3%的市场则被众多的中小企业瓜分。

成功加码糖果市场

有失也有得。就在雀巢宣布关闭部分冰淇淋工厂的同一天,商务部批准了其以17亿美元收购徐福记60%股权的交易。

有分析人士指出,雀

巢虽然是世界最大的食品制造商,但其糖果业务相比之下却显得十分单薄,旗下的知名品牌只有趣满果和宝路,而且在近年来的竞争中,被强势的竞争对手压下风头,在与美国玛氏、卡夫及联合利华的竞争中处于劣势,需要通过收购来扩大市场份额。从2008年我国糖果市场的品牌布局来看,美国玛氏以12.9%的份额排名首位,徐福记以3.9%的份额排在第三位,而雀巢的市场份额仅为1.6%,位于第五位。

简爱华也指出,糖果市场是投资回报率较高的市场之一,利润率较高。雀巢收购徐福记,使其在糖果市场的市场份额超过卡夫、联合利华等竞争对手,极大地提振其糖果业务在市场上的地位。

调整或为逐利而行

有数据显示,糖果行业的市场增长率为10%左

右,全球冰淇淋行业在2010年度的平均增幅为2.5%,只有以中国为代表的新兴经济体的增幅可以达到10%。

有食品行业研究员分析称,企业为求利润最大化,进行产品、业务的调整和布局是很正常的现象。从行业发展情况及雀巢的举动来看,雀巢在华东冰淇淋市场的占有率远不及竞争对手,盈利情况并不理想,而且市场落后无法取得定价权。放弃这部分弱势市场,将资源整合到优势市场,也属于以退为进的做法。

另外,也有营销专家表示,冰淇淋行业受季节影响较为明显,利润收益无法最大化,而糖果方面则不存在这些问题。而且,冰淇淋行业的利润空间远低于糖果行业,在市场规模、销售情况等相同的情况下,糖果业务可以贡献更大的利润。从企业逐利的角度考虑,雀巢的做法也是合理的,况且中国的婚庆市场对糖果的需求一直呈现上升趋势。这对糖果市场的发展将会产生极大的提振作用,使得整个市场的发展前景表现得更为乐观。 商报记者 李冰

王老吉商标争夺战打上法庭

加多宝情感牌难敌广药拥有权

有者,将该品牌授权给多家企业进行非凉茶类产品的开发和生产,而加多宝方面也多次在公开场合指责广药方面,称对方无限地延伸王老吉品牌凉茶以外的品类,不利于王老吉品牌的继续壮大。呼吁社会、媒体和政府一起关注“王老吉”品牌,希望动用舆论的力量来对抗广药方面的步步紧逼。同时还陈述加多宝使王老吉从销售额不足2亿元发展到140亿元的情况,祭出感情牌。

但是,行业分析人士指出,虽然加多宝获得了很多舆论的支持,但是其租赁王老吉品牌的事实,对其很不利。广药打出整合的旗号,任何单位和个人都没有理由阻止企业的



整合决定,所以广药一定要拿回品牌的话,加多宝将无计可施。目前惟一的筹码就是租赁合同,如果能够再拿到10年的使用权,那么也有了一个品牌转移的机会;如果失去这个筹码,那么加多宝多年来的经营将付诸东流。

据广药方面的说法,租给加多宝的王老吉商标,去年5月即到期了,但是时

任广药集团领导的李益民在收了加多宝300多万元贿赂之后将合同续约了10年,因此加多宝一直对外宣称到期时间为2020年。随后,贿赂案东窗事发后,李益明被判处无期徒刑,但是双方的租赁日期则没有进一步明确。加多宝方面谈及合约日期时,均未有正面回答。 商报记者 李冰/文 陈伟/摄