

新模式引爆新增长

■ 本报记者 许意强 李岷

刺激消费,一方面要靠国家相关政策的推动;另一方面还需要依靠企业的经营思路创新,通过“刺激新增消费、拉动消费升级”等手段多管齐下。日前,全国政协委员、利时集团董事长李立新在接受《中国企业报》记者采访时透露,“通过‘优二进三’加快转型升级步伐,优化第二产业、进军第三产业;传统制造业要增加附加值,走品牌发展之路,提高产品的创新能力;同时积极进入商贸流通业,开百货店、超市。

不能只守着制造一块地

早在多年前,著名经济学家吴敬琏在考察宁波地区的众多民营企业时曾指出,“宁波民营企业不能只是守着生产制造这‘四分之一’地,不应仅满足于为零售巨头做一个排队的供应商,还要在商业这‘四分之三’地想办法。从世界经济发展趋势看,包括商业流通环节在内的现代服务业发展潜力巨大。”

当时,李立新通过对“全球500强企业榜单”研究后发现,500强企业中最多的主要是三类企业:软件网络信息技术、石油等不可再生资源以及商业零售。其中,从事零售业的沃尔玛、家乐福多年来稳居前列,苹果、谷歌、微软等互联网企业则异军突起。“搞软件、网络信息,我们是典型‘门外汉’,跨度大。做能源产业,国情不允许,自身没有优势。进入商业零售等第三产业,发展空间大,不污染环境,门槛低,值得一试。”李立新告诉记者,在2006年从生产制造起家的利时集团,收购宁波十大商业零售企业之一的新江厦股份公司,随后将其拆分成3类子公司:百货店、连锁超市和大型购物中心,开始大张旗鼓地进军多业态的商业流通领域。

进军商业零售产业后,李立新突然发现,零售业符合国家产业政策,而且还能够获得相应的政策支持。同时,随着居民消费收入的增加,特别是农村消费力的快速爆发,从一二线城市向三四级农村发展,潜力无限。目前,我国最大的饮料集团娃哈哈,在农村占据60%的市场份额,并构建持续而强劲的盈利体系。



许意强/摄

农村市场大有可为

到农村去,成为利时从制造业进军商业零售后,实施的一次企业再革命。《中国企业报》记者了解到,与传统的商业零售企业多集中在城市市场不同,李立新为新浙厦提出“要让农民在家门口也能逛超市、选放心称心的商品”的新定位。最终,在国家大力推动城镇化建设、农村生活水平快速提升等一系列产业与政策利好推动下,为企业提升赢得在农村市场的发展先机。

除以乡镇市场为目标的连锁超市“新江厦”,利时集团还在浙江的海盐、衢州、桐庐、象山、镇海、长兴、鄞州等三四线城市,建立起多个以“新江厦百货”、“利时百货”为名的大型高档百货商城。

去年开始,利时将目标转向开发第三代城市商业综合体——利时广场。利时广场集百货、超市、影院、酒店、娱乐、餐饮、购物等为一体,为消

费者提供购物休闲娱乐的理想场所。截至2011年年底,利时已拥有大型百货商场12家、连锁超市55家,覆盖宁波及浙江省内,而商业连锁的发展也为集团带来丰富的现金流。

李立新透露,“未来5年,利时计划在全国打造大型城市综合体及百货门店25家,连锁超市达到120家,销售超过130亿,为社会提供就业岗位超过2万个”。

对于农村市场的“提前布局、积极开拓”正是推动利时集团在进入商业零售领域短短几年便获得快速扩张的重要动力。

工业大佬的“农民”梦想

近日,一则“武钢砸390亿重金养猪,称两斤钢不抵四两肉”的新闻被炒得沸沸扬扬。虽然武钢新闻发言人很快出来澄清,投资金额未定,新闻属不实报道。但在全国两会前夕,武钢养殖生猪的事实还是得到直接印证。全国人大代表、武钢集团总经

理邓崎琳在召开媒体见面会时表示:钢铁业已进入寒冬,预计持续5年以上。下一步,武钢将加大相关产业的投资力度,并将涉足第三产业,开始养猪、养鸡、种菜。

无独有偶,时下摩拳擦掌要当“猪倌”的企业不在少数,联想、广钢、酒钢等大企业都赫然在列。毫不夸张地讲,面对食品消费这块大蛋糕,中国企业表现出来的“异动”似乎愈演愈烈。

武钢“觊觎”食品消费已有时日。武钢后勤集团的“武钢盒饭”不仅满足了10万职工的需求,还进入武广高铁;其属下国贸公司常年销售葡萄酒、橄榄油等进口食品。据悉,武钢接下来将在周边购买几千亩土地,用于养鸡、养猪、种菜,开展立体生态养殖,产品除供给武钢后勤集团,很有可能进入市场销售“武钢牌”农副产品。对此,邓崎琳表示,今后武钢用于提高产能的投资一分钱不花,而相关产业的投资将加大力度。未来5年的发展中国,武钢产值的30%将不再是钢铁。

(下转第三十六版)

新增长



让拖拉机卖上奔驰价

■ 本报记者 郭志明

60万元能买辆什么车?可以是高档轿车,也可以是豪华SUV。

但在全中国人大代表、五征集团董事长姜卫东的眼里,60万元恰好是一辆动力换挡大型拖拉机的价格。“拖拉机的同义词已经不再是低档、廉价了,消费在升级,农业机械化领域优质优价的产品不断涌现。”3月11日,姜卫东对《中国企业报》记者说。

广州证券分析师刘毅铭认为,今年的政府工作报告强调扩大内需特别是消费需求,是中国经济长期平稳较快发展的根本立足点。消费可以分为普通消费和升级消费,在这场升级换代中,高端消费品企业将获得丰厚的利润。

从价廉物美到质优价高

“贵有贵的道理。这款拖拉机的作业效率非常高,车主每天的纯收入能接近10000元人民币,每天能完成500—600亩地的深翻,非常适合大规模农业生产,比联合收割机的效率还高。再往上就是无级变速拖拉机了,目前国际上无级变速产品还很少。”说起这款大型拖拉机,姜卫东啧啧称道。

尽管价格不菲,但在高端农业机械领域,“中国制造”仍具价格优势。

“之前中国没有这种产品,西方同类产品在中国要卖70—80万元,最多要100多万。自从国内有了这款产品,西方产品的价格就开始下降了。”姜卫东说。

不过,令姜卫东苦恼的是,尽管农村汽车保有量逐年增加,但农民在购车、用车时面临多部门重复、交叉管理,车辆证件办理、审核手续繁多,税费过高等问题,增加了农民的直接和间接费用,在一定程度上影响了农业机械消费的发展。

目前,交通局运管所和公安局车管所对农村运营车辆都有管理权,运管所的营运证与车管所的行驶证作用相同,车辆每年的检测和维护两个部门相加达到了4—5次,车辆存在检测频繁现象,且费用较大,在陕西、安徽、黑龙江等地,货车审核营运证和行驶证,每年每次审核台车需要300—500元。运管所的上岗证与车管所的驾驶证作用相同,上岗证每年审核一次,驾驶证两年审核一次。调查统计,一台汽车、一名驾驶员一年中关于营运证、行驶证、上岗证、驾驶证的审核费用就在2000元左右,这还不包括农民进城费用以及花费的时间。

“要考虑到农民赚一分钱都很不容易,这些费用大大增加了农民负担。我建议,降低或免除部分收费,让农民买得起车、用得起车、用得好车。”姜卫东说。

姜卫东的担忧也是当前中国消费格局的写照。

文化、主观体验成软性指标

消费升级该从何处入手?这也是今年两会上代表委员关注的焦点。

3月11日,全国政协委员、永正裁缝店集团董事长王永正在接受《中国企业报》记者采访时表示,中国的制造业优势将支撑国内的消费升级。以制衣业为例,王永正认为,在经历了国外奢侈品品牌热潮后,越来越多的高端消费者把目光投向“量体裁衣”。“尽管一套合身的服装制作下来要一两万元,但消费者可以把自己的想法通过个性化定制服装体现出来,其中蕴含的文化、主观体验因素很难用价格衡量。”

全国政协委员、著名艺术家苏国璋则更关注旅游行业的消费升级。

苏国璋告诉记者,加快发展旅游业是经济结构调整和转变经济增长方式的重要推动力量。

中共中央办公厅、国务院办公厅今年2月发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》。《纲要》指出,要“积极发展文化旅游,促进非物质文化遗产保护传承与旅游相结合,提升旅游的文化内涵,发挥旅游对文化消费的促进作用,支持重点旅游区建设。”

苏国璋认为,文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体,《纲要》的发布,对旅游企业特别是文化旅游开发企业来说,无疑是一场及时雨,而有关政策如何尽快得到落实,是人们特别关注的问题。

为此,苏国璋建议:要大力加强文化旅游的有关宣传,在全社会形成浓厚的文化旅游消费氛围;其次,希望各级领导要高度重视,尽快落实政策,扶持文化旅游市场体系建设;再次,建议实施“市长文化旅游产业工程”,引导文化旅游产业快速发展;最后,希望各级地方政府要根据各地实际尽快制定民间资本进入文化旅游产业的具体实施办法。

与消费升级相呼应,“幸福”成为越来越多企业的新定位。

“要知道,拥有幸福感的企业才具有市场竞争力。”在近由《中国经营报》举行的“寻找企业幸福密码”活动上,与会专家表示,改革开放30余年来,中国企业规模、技术创新、营销手段、利润数据、个人财富和企业财富等方面都发生了巨大的变化。如何让企业家和员工找到生活的意义、价值以及人生方向,如何提升员工的社会获得感、安全感以及幸福感已经成为企业管理者的一项任务,更是一项挑战。雀巢公司因符合上述标准而成为“2011年度最佳幸福消费品企业”。

雀巢大中华区集团人力资源资深副总裁陈云雀表示,雀巢是中国实行改革开放之后进入中国市场的第一批跨国公司之一,培养本地人才是一项长期的人力资源发展战略。雀巢针对应届大学生设立了“管理培训生项目”,为拥有MBA学历和约5年工作经营人员设立了“雀巢未来领袖计划”,目的是为年轻人才在公司各个领域担任管理者角色做准备,以加速本土人才开发。对于公司的骨干人才,自2000年起,雀巢还启动了每批为期约2年的“雀巢高级管理者培训”。迄今为止,已培训了近500名具有潜能的本土管理人员,为其提供更广阔的学习和职场空间。