

调查

家居建材城这几年遍地开花,早已进入过度竞争阶段。如果经营没有特色,管理缺位,很容易被市场淘汰——

东方家园陷“关门”窘境

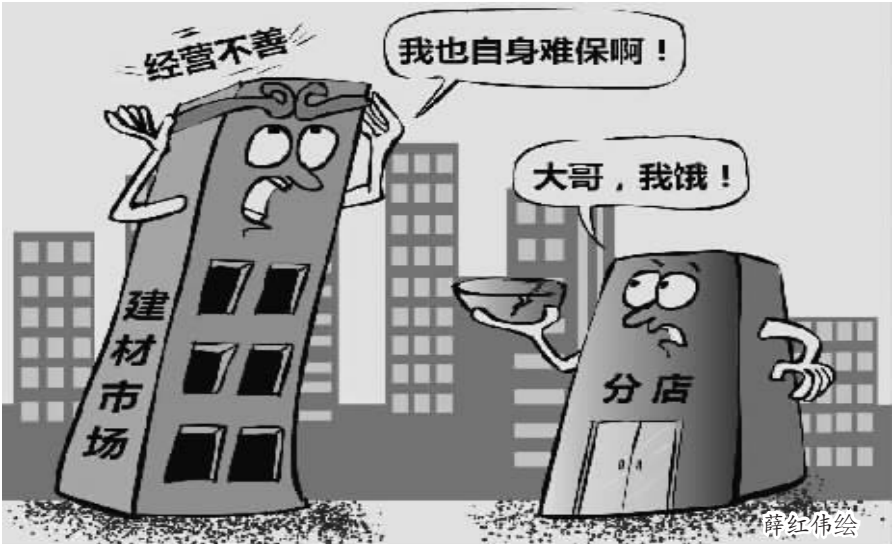
本报记者 李佳霖

1月8日下午4时许,位于北京丰台区西三环南路55号东方家园在北京的旗舰店——丽泽店已是人去楼空,3个正在门卫房里打牌的保安告诉记者:“东方家园关门了,元旦那天,100多名职工因工资被拖欠集体罢工后就关门了。”

人去楼空要钱无门

冷飕飕的寒风中,一位脸冻得通红的中年男子拦住记者问,“你也是来要钱的吗?”原来这位家住丰台区的梁成先生,2012年10月25日,到丽泽店花了3999元买了帅康抽油烟机及一些灶具,约好新年后工人携带货品上门安装,但8日中午帅康打来电话说,“不能装了,你去找东方家园要钱吧,公司通知凡是来自东方家园的货单都不发货,理由是东方家园没把货款付给帅康。”梁成气愤地说:“这么大的店说关就关了,东方家园和帅康都不对,你们之间的矛盾纠纷,难道让消费者承担损失吗?”圣象地板负责北京地区超市业务的经理赵彦红则透露,作为供应商,圣象在去年10月就给北京东方家园的5家店断了货,原因是东方家园欠了数百万元货款。在上海的圣象总部已准备用诉诸法律的途径来保护公司利益。

至今人们还记得,1999年8月20日,东方家园北京丽泽桥店正式营业,这是东方家园的第一家门店。当时的东方家园风光无限,大卖场这一新颖经营模式吸引了近千家经销商进驻,家居市场全新的业态,使东方家园成为家喻户晓的知名品牌。当年东方家园提出的一句口号“明明白白买建材,明明白白搞装修”吸引了众多的消费者。以



后,东方家园又在北京市陆续开了4家分店。近几年,也不时耳闻东方家园建材超市日趋不景气的消息,直至2013年元旦后,东方家园资金链断裂,拖欠供货商、顾客大量货款,员工工资无法正常支付,引发了供货商及顾客包围门店抗议等多起事件。截止到1月6日,东方家园北京市内的5家分店——西三旗店、来广营店、丽泽店、玉泉营店和吕营店全部暂停营业。

大股东缺位

1月9日上午,东方集团在北京举行的东方家园事件说明会上,东方集团总裁孙明涛介绍说:“2011年12月,龙柏宏易资本集团通过收购,间接持有东方家园65%的股份,成为东方家园第一大股东。持股35%的

东方集团对东方家园不再具有实际控制关系。2012年初,龙柏宏易在转让协议中明确承诺将继续履行瑞寰基金未完成的增资义务,并在2012年签署的两次《合作框架备忘录》中,同意在2012年6月30前完成3.46亿元人民币增资义务,但目前资金也没有到位。”

“我认为,在广大的顾客、供应商和装修工人利益受损的情况下,龙柏集团应该站出来面对问题和困境,以企业的社会责任感来解决,而不是一味地逃避,我们不希望口水战升级。”孙明涛呼吁。

东方家园董事、总裁丛亮在电话里气愤地告诉记者,2012年11月,东方家园就出现资金问题,假如3.46亿元人民币增资及时到位,就不会出现今天的局面。到12月30日,我给龙柏集团总裁兼东方家园董事

长蒋跃敏打电话,始终没有人接,一直到今年1月4日,电话也没有接通,直到目前也没有回复。“作为一个企业的管理者,这样的态度真的很不负责任。”

截至发稿时,记者多次拨打龙柏董事长王平、龙柏总裁兼东方家园董事长蒋跃敏的手机,均处于无人接听状态。给蒋跃敏发短信也没有回复。

家居业洗牌剧烈

家居建材企业的这个“寒冬”变得特别漫长。家得宝败走中国、百安居连亏6年,如今曾是中国本土最大建材超市的东方家园建材超市也濒临破产。

从行业来说,家居建材城这几年遍地开花,早已进入过度竞争阶段,目前市场优胜劣汰加剧。

中国家居建材装饰协会秘书长胡中信认为,建材超市的经营方式是等客人上门,灵活性差,而建材城的经营方式灵活,所以赢利较好。“四五年前北京人装修买材料基本都去东方家园,而现在都是去红星了。”出租司机的议论,也说明了消费者对建材市场业态的选择。

2012年12月6日,东方集团公告称,因不再处于相对控股地位,不再将东方家园与上市公司合并报表计算。可见,家居建材业务正在逐渐淡出东方集团的投资舞台。据东方集团财报显示,2010年东方家园营业收入13.34亿元,营业利润-2.44亿元;2011年营业收入10.20亿元,营业利润-0.49亿元;2012年上半年,营业收入更是下降到了1.9亿元,而营业利润却是-1.24亿元。

海信在国际消费电子

展上竞技“超高清”

本报青岛1月9日电 记者刘成从海信集团获悉:1月8日,在美国拉斯维加斯开幕的全球最大消费电子展上,海信(Hisense)推出了U-LED电视,与其他国际巨头同台竞技“超高清”。

据悉,高清显示和智能应用是本届CES展的两大主题。在韩日彩电企业纷纷推出OLED等超高清平板的同时,海信推出了U-LED电视。从对比效果看,同一片源,U-LED在暗场、画质、色域上大大超越了之前的LED电视。而海信提供的数据显示,U-LED的动态对比度可达到百万比一,是普通LED的10倍,而色域范围较普通LED提升15%以上。

本次CES展会上,三星、LG等均发布了即将上市的OLED,但其55英寸售价将高达8万元人民币,而海信U-LED将于本月底全球同步上市的65英寸大屏幕,售价只有3万元左右。

尽管不掌控显示屏,但海信U-LED技术获得CES“2012年度显示技术创新奖”。这是中国企业首次在显示技术上获此大奖。

本版编辑 杨忠阳 王轶辰
电子邮箱:jrbqbybd@126.com

民企有望“入网”移动业务

工信部就《移动通信转售业务试点方案》征求意见

本报北京1月9日讯 记者刘瑾报道:工业和信息化部日前就《移动通信转售业务试点方案》公开征求意见,虚拟运营商可租赁中国移动、中国联通或中国电信的移动通信网络,发行自己品牌的手机通话卡。

移动通信转售业务是指从拥有移动网络的基础电信业务经营者处购买移动通信服务,重新包装成自有品牌并销售给最终用户的移动通信服务。一般业内习惯将从事移动通信转售业务的企业称为“虚拟运营商”。

在该征求意见稿中,要求拥有移动网络的基础电信业务经营者应保障在试点期

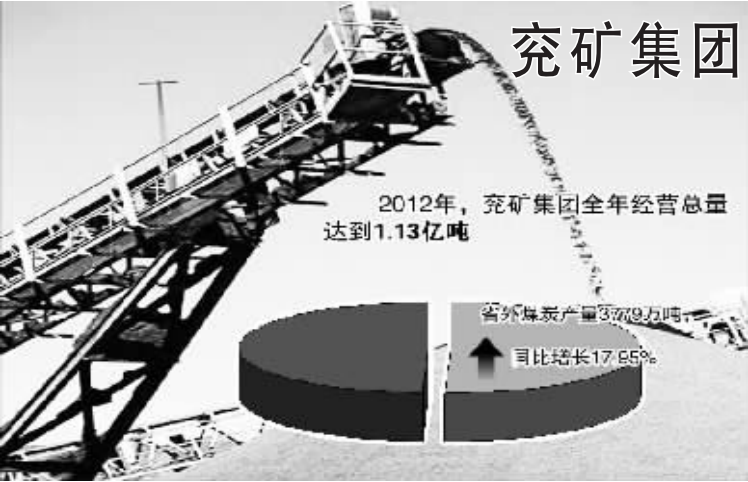
间至少与2家以上转售企业签署合作协议并开展合作。

对此,知名电信观察家项立刚表示,这项业务主要是针对除传统运营商之外,包括民营资本在内的、所有有能力承担电信业务的虚拟运营商而开展的业务。“现在可以通过用电信运营商的网络,形成自己的品牌,自己做自己的客户服务支撑系统,然后通过这样一个系统用自己的品牌提供电信运营服务。”

这意味着,虚拟运营商或将以租赁中国移动、中国联通、中国电信三家运营商的移动通信网络,发行自己品牌的手机

通话卡。国家发改委经济体制改革研究所产业室主任史炜表示,这显示了国家打破“玻璃门”的决心,将进一步促进电信行业竞争,提升行业竞争力,对消费者来说,也有可能进一步降低资费。这种虚拟运营实际上是活跃市场,建立多元化市场竞争体制,能够形成良好的环境。

征求意见稿还规定,申请经营移动通信转售业务的企业必须是依法设立的中资民营公司。试点时间初定2年,自试点启动的1年内,拟开展移动通信转售业务的中资民营企业可向电信管理机构提出参与试点业务申请。



兖矿集团迈入亿吨俱乐部

本报北京1月9日讯 记者林火灿从兖矿集团获悉:2012年,兖矿集团煤炭生产经营总量首次达到1.13亿吨,比上年增加2221万吨。其中,集团在山东省外及国外的煤炭产量为3779万吨,同比增长17.95%,占集团煤炭总产量的50.19%,首次超过在山东省内的煤炭产量,这标志着兖矿集团的外部资源开发战略取得突破性进展。

2012年,兖矿集团全年产煤7530万吨,同比增长6.37%。目前,兖矿集团已在国内外建立多个能源基地。其中,在澳大利亚运营9对生产矿井,年产能达到4670万吨,资源储量62.53亿吨,成为澳大利亚最大的独立煤炭上市公司;在国内累计占有和控制煤炭资源达到400亿吨。

论律

“

国内彩电企业必须加速做强,尽快提高价值创造能力;同时,彩电行业要五指并拢形成拳头,倾力发展国产面板,做好面板集体采购,有效维护自身利益

退款易 受益难

周雷

近日,三星等6家液晶面板生产企业因在中国内地销售液晶面板时存在价格操纵行为被处罚。国家发展改革委依法责令涉案企业退还国内彩电企业多付价款1.72亿元。随即有爆料称“视像行业协会截留垄断案退款”。1月8日,中国电子视像行业协会正式回应,1.72亿元退款已到中彩联账户,不存在协会截留问题,因为深圳市中彩联科技有限公司本身就是由9家彩电企业投资成立的合资公司。

至于1.72亿元退款的用途,中国电子视像行业协会秘书长、中彩联董事长白为民表示,这笔资金属于9家彩电企业,视像协会也无权动用,之前9家企业达成共识,认为统一使用,比如用于购买专利等,解决行业面临的共性问题,可能比分发给各家企业更有意义。中彩联也将根据股东意愿来处理这笔资金。但中彩联的股东们所持态度则有些耐人寻味,一些彩电企业对于这笔资金的去向和用途都不愿置评。

观察此事,笔者不禁想起了前国脚洋教

头米卢的一句话“态度决定一切”。说到钱,不多。对于年营收几百亿元的国内彩电企业来说,1.72亿元实在是个小数字。说到分钱,不难。该谁的,就是谁的,企业拿退款合法合理。纵然之前可能存在一些模糊地带,既然协会方面表态“如果有企业明确提出分钱要求,中彩联肯定会根据要求来处理”。企业权益维护问题也就迎刃而解。说到态度,就有些复杂。人的手指不一般齐,9家彩电企业各有想法,遇事若是打打小算盘也是正常的。而协会方面大致本着对本行业发展负责的态度,多以大局为重,常从长远利益出发,总想着把大家聚拢起来。有时候,出于公心做事也会遇到费力不讨好的情况。但无论如何,在我国彩电业集中度较低的情况下,集中力量办大事的方向是正确的。

相对于三星这样实现上下游一体化的全球彩电企业,我国彩电企业从规模、资金、技术等方面都有较大差距。彩电企业之所以在面板市场上吃了亏,归根结底是实力不够、品牌不强、话语权不足。试想,苹果公司

采购液晶面板,6家液晶面板生产企业哪个敢在价格问题上造次?

经过这么多年的竞争,惯打价格战的国内彩电业也没有演进到巨头时代,企业数量依然较多,利润微薄。行业一盘散沙、企业单打独斗,结果只能是被国际巨头各个击破、漫天要价。因此,国内彩电企业必须加速做强,尽快提高价值创造能力;同时,彩电行业要五指并拢形成拳头,倾力发展国产面板,做好面板集体采购,有效维护自身利益。

在市场经济中,政府是裁判员,企业是运动员。我国首次对境外企业实施价格垄断处罚,传递出政府出手强力维护市场公平竞争秩序的信号。但是,市场竞争从来都是凭实力说话。彩电行业上下游之间的博弈,终究需要企业依靠自己的努力,赢得尊重、掌握主动。与面板生产线动辄上百亿元投入相比,众所关注的退款1.72亿元可谓杯水车薪。

当下,彩电业还是要集中力量干好转型升级的大事,把钱用到刀刃上。若不如此,只能是退款易,受益难。

看公司

期待京东

由“乱”到“治”

袁茵

最近,京东完成了第4轮融资,开始尝试金融服务。这让一直质疑京东的人看到了未来。多年的媳妇一定会熬成婆。虽然京东还要经历几年煎熬的日子,但至少人们暂时不会再说,“京东摇摇欲坠,马上就要死去。”

2012年应该是京东最难过的一年。年初团购网站集体陷入生存困境,作为电商的代表,京东的生存让人忧虑。在业务量快速增长的同时,一些小问题总会在不经意间溜出来。比如,京东的品类扩张不着边际,人们怀疑京东是否要被对赌或是速度拖垮;京东外部环境那么恶劣,传统厂商渠道商一次又一次地围攻、反抗,等等。

在此内忧外困之际,京东的刘强东却上演了一出“西红柿门”。那一天,中关村的传统渠道商正在举行“反京东”大集会;也是那一天,刘强东心情甚好地在办公室里巡视,然后神情愉快地对记者说,“只要一天京东大经销商的身份不改变,京东就是全行业的公敌。”

的确,京东的“敌人”太多,有传统的经销商、有垂直B2C、那些没有盈利的平台,还有“敌人们”背后的种种力量,只要一有风吹草动,全世界都会反对京东。刘强东本人也在反对声中经历洗礼,过去几年对批评和误解很介意的他,如今已变得很淡然了。

时势造英雄。就算没有刘强东,也会有张强东、李强东做一个电商大平台;就算没有京东,也会有人把传统的供应链颠覆。但未必每一个被赋予“颠覆者”使命的人都和刘强东的风格一致。有时刘强东显得刚愎自用,这有助于对抗“敌人”,但这往往也将自身置于冒进的境地,而忽略一些真问题。刘强东相信团队的执行能力,希望消费者得到真正的实惠,然而估计过于乐观。当刘强东发出了“开战”宣言,很多人将他冠以“大话王”。

刘强东曾说过,“价格战不是为了赚钱,而是为了把线下的用户打到线上来。用户只要知道网上价格便宜,更多用户到网上购物,有三分之一来京东也好,争夺线上用户是以后的事。”此话一出,认同他的人放心了。开始提供供应链金融服务,让质疑京东的人不再怀疑,因为沃尔玛也是这样赚钱。虽然中国金融监管更严格,但大电商平台所剩无几,只要细心与勇气就很容易闯出一条通路。平心而论,信心和勇气,刘强东都不缺乏。

当然,在真正成“婆”之前,刘强东和他的京东还需要熬一段。虽然外部环境转暖,前途也有定论,但管理才是京东的真挑战、真问题。解决了管理问题,京东才有可能从不盈利变成盈利,从采购、用户中变现效益。今年,京东完成了第3轮组织架构调整,让决策更扁平高效。有人说京东内部有些乱,但乱是速度的必然前提。

期待京东在新的一年里,能够由“乱”到“治”,建立行业新秩序。

(《中国企业家》杂志社供稿)

微讯

苹果

下半年将推出低端iPhone

据新华社电 (记者李宓) 苹果公司正在研发低价iPhone,低端iPhone外观可能类似现有产品,但为降低成本,外壳可能会使用聚碳酸酯塑料而不是iPhone5的铝外壳。低端iPhone主要面向中国等新兴市场,将在今年下半年推出。

近年来,使用谷歌安卓系统的智能手机以价格低廉和型号丰富等优势,不断侵蚀iPhone的市场份额。数据显示,2012年第三季度,iPhone系列占全球智能手机发货量的14.6%,比2011年第四季度巅峰时期的23%已有较大幅度下降。

新飞电器

填补国际加湿保鲜技术空白

本报讯 河南新飞电器有限公司的冰箱加湿控制方法发明专利日前获得第十四届中国专利优秀奖,该发明的实施,首次使冰箱冷藏室的湿度得到有效控制,从传统冰箱的30%至70%最高提高到98%,并可持续维持在90%以上。

据制冷业专家介绍,保鲜技术是冰箱的核心技术,长期以来一直属于电冰箱制造业创新突破的一个技术难题。而新飞的该项发明对冰箱技术朝着节能、保鲜、低碳方向发展具有积极意义。(李鸣升)

中国建材

与台湾水泥集团强强联合

本报讯 记者祝君璧报道:中国建材集团与台湾水泥集团近日签署战略合作协议,宣布双方交叉持股,合资经营四川泰昌水泥厂,合作完成并购赛德水泥。

双方表示,将进一步加强信息沟通、技术经验交流,携手开展高品质水泥研发与生产技术创新,推进国内水泥区域市场产能扩充和布局优化;寻求以建设“生态文明”为核心的产业升级道路;配合“十二五”水泥工业发展政策,合理化调整市场结构等。