

## 发布新战略新品牌新产品

## 上海家化剑指世界行业 20 强

新闻眼

本报上海8月6日电 记者李治国报道：上海家化联合股份有限公司今天在沪举办“中国美丽，中国创造”品牌战略发布会，携旗下5大品牌佰草集、启初、玉泽、恒妍、茶颜共同亮相。该公司董事长葛文耀表示，上海家化希望凭借中国优势、产品优势、营销优势和人才优势，打造在世界范围具有知名度的中国名牌。未来，上海家化不仅要牢固占据本土日化行业的领军地位，更要实现跻身世界化妆品行业20强的目标。

从发展数据来看，尽管历经动荡风波，上海家化依然连续8年以快于同行业的速度增长。2012年，上海家化实现销售收入45.04亿元，同比增长26%，实现净利润6.15亿元，同比大幅增长70%。葛文耀表示，2013年，上海家化将有效应对经济和零售增长放缓的压力，着力实现

销售和利润双增长的目标，进一步提高市场份额。

从各子品牌发展来看，上海家化未来品牌有3项核心任务：第一是打造3大超级品牌，即六神、美加净、佰草集；第二是培育细分化品牌体系，除了上述3大品牌，还要发展双妹、高夫、玉泽、启初、恒妍、茶颜、家安。佰草集将通过百货商店、化妆品专卖店和电子商务三管齐下实现新一轮快速发展；六神将主动出击、突出重点、集中资源，强化品牌伞效应，保持快速增长趋势；美加净将完善品类布局，推陈出新，升级换代，促进产品、分销和传播之间的协同提升，奠定超级品牌基础。与此同时，上海家化还根据市场变化趋势，完善渠道和品牌布局，大力推进化妆品专营店和电子商务渠道业务，启初、恒妍、茶颜便是此战略的产物。

葛文耀认为，上海家化目前与外资企业的实力差距正在缩小。近年来，公司的科研能力、品牌管理能力、质量管理能力、预知和控制风险能力等构成的综合实力有了大幅提高。

葛文耀表示，上海家化与外资进行竞争具备以下六大优势：一是更加理解中国市场和中国消费者的洞察力优势，二是中医中草药研发优势以及中国文化优势，三是细分市场或利基市场优势，四是人才优势，特别是管理者和业务骨干实施股权激励机制，收入大幅提高，五是快速决策优势。

谈及未来发展，葛文耀说，此次上海家化让公司新战略、新品牌、新产品集中

亮相，展示了上海家化为主动迎接消费格局多元化新时代所做的准备、变革和创新。中国的化妆品人均销量与发达国家相比仍有很大距离，中国市场的潜力巨大，从纵向和横向的比较来看，现在是做民族品牌的最好时机。上海家化将把握机遇，深入了解和理解消费者需求及变化，不断增强科研实力，加大营销力度，发展多样化、多渠道的品牌战略，打造强大的综合实力，以实现企业的快速发展。

## 链接

目前，上海家化在大众日化用品市场和中高端化妆品市场，都占有一定市场份额。业内分析，未来若能有一个品牌获得突破，上海家化的多品牌运营能力将不断提升，成为国内日化和化妆品领域首个在多品牌运营上取得持续突破的企业。

作为此战略主导者的葛文耀，于今

年5月份经历了一场内部风波。随后，双方在上海国资委调停之下噤声。之后，葛文耀除出席一次股东大会外，再未公开露面。

业内人士认为，5月上海家化内斗风波只是公司成长中的烦恼，无碍公司持续强劲增长。大股东虽然与管理层曾有分歧，但在上市公司层面利益一致，都乐于见到上海家化做大做强。短暂的风波可能并不会影响上海家化高速发展的步伐。

## 首批淘汰落后产能部分企业名单

## 铅(含再生铅)冶炼行业

企业名称	淘汰产能(万吨)
山东临沂市真球金属有限公司	4.5
湖北金洋冶金股份有限公司	10
湖南株洲冶炼集团股份有限公司	10
湖南株洲昌盛有色金属有限公司	3
湖南博鑫有色金属再生综合利用有限公司	3
湖南衡阳天原有色金属股份有限公司	3.5
湖南衡阳中南冶金有限公司	3
湖南省耒阳县有色冶金有限公司	3
湖南耒阳市诚松有色金属再生有限公司	3
青海格尔木康源有限责任公司	6

## 铅冶炼准入门槛在提高

常理

我国铅精矿资源量约占全球的15%，主要分布在中西部地区。2008年以来的国际金融危机，为全球铅工业的战略重组提供了良好机遇，持续推动了世界铅产业格局发生变化。中国、印度等发展中国家的铅企业抓住这一历史性机遇，积极参与世界铅工业的战略重组，进而在全球铅产业中占据了主导地位。

但是，铅(含再生铅)冶炼属高耗能、高污染行业，在我国淘汰落后产能、促进行业整合的大背景下，作为资源性产品，铅冶炼在准入条件、工艺水平与环保等方面的要求都在逐年提高。

2012年，工信部和环保部联合发布《再生铅行业准入条件》明确，各省份须严格审批再生铅项目，抑制盲目扩张。《条件》还要求各省份根据自身资源、能源状况和市场需求情况，同时依据产业布局和国家相关规划严格审批再生铅项目，并在再生铅企业厂址选择应符合本地区大气污染防治、水资源保护、自然生态保护等方面提出了明确要求。准入门槛的提高，表明国家在保护环境、防止重金属污染方面的决心，既要经济发展，也要绿水青山。

(更多内容请关注中国经济网 www.ce.cn)

## 海尔借智能电视构建智慧家庭

本报讯 记者陈静报道：在近日举办的4K智能电视新品发布会上，海尔云平台架构师周远武表示，海尔正试图以智能电视为中心架构智慧家庭，智能电视将作为智慧家庭的入口。电视与智能家庭的结合将成为海尔未来的竞争优势。

据了解，利用海尔的4K电视所配备的一套中间件，可以通过电视控制冰箱，调节空调温度。此外，海尔4K智能电视智臻H9000还具有“电视聚”等功能。用户可以直接使用电视遥控器控制机顶盒，同时浏览多个喜爱的频道，甚至可以跳过广告等内容。

本版编辑 董庆森 梁剑箫

## 奇虎360为网易有道提供搜索服务

## 搜索领域马太效应显现

本报北京8月6日讯 记者译辛报道：互联网安全公司奇虎360与网易有道8月2日联合宣布，双方在搜索业务方面达成战略合作，360搜索将为有道搜索提供技术支持服务。今后，用户在使用有道搜索时，搜索结果将由360搜索提供，在页面的右上方将会有“360搜索提供技术支持”的标注。

对于奇虎360来说，此项合作可以为奇虎360带来网易有道的流量，更重要的是提升了360搜索品牌。据了解，双方本

次合作将包含网页、新闻、图片、视频等多个搜索服务产品，但不涉及资本层面及广告业务。不过，也有分析认为奇虎360不能通过此次合作在搜索广告上获得利润，而只是收技术服务费。技术服务提供商并非会是搜索市场盈利模式的主流。

网易高级副总裁、网易有道CEO周枫透露，虽然网易有道以搜索起家，但目前网易有道以语言翻译应用与服务、个人云应用和电子商务导购服务等3个核心业务方向。

艾瑞咨询分析师张希认为，尽管当前搜索市场营收份额的结构仍相对稳定，但流量竞争已进入较为激烈的阶段。联想到最近即刻搜索和盘古搜索合并，以及奇虎360收购搜狗的消息，可以断言，未来搜索市场的竞争将进一步加剧。

动向

北京现代 NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.

## 2.4L周年纪念版 前索未有



年销10万辉煌殊荣成就时代典范  
CCTV年度车型大奖诠释尊崇品质

2013款 第八代 索纳塔 SONATA

北京现代汽车有限公司 客服电话 400-800-1100(手机可拨打) www.beijing-hyundai.com.cn



6速手自一体变速器



锋芒前格栅



炫日日间行车灯



三片式全景天窗



智能7寸DVD导航