

跨界经营成就经编“大集”

■ 本报记者 季春红

近日,在对“走基层看纺织 中国经编万里行”广州中大站的采访中,《中国贸易报》记者穿梭在海珠区这个被业界誉为“千亿商圈”的经编面料专业市场,参观了由广州国际轻纺城、长江服装辅料市场、长江布匹交易城等大型纺织专业市场组成的经编纺织面料产业功能区。随处可见的物流网点、金融网点配套与市场中川流不息的人群,让这个年交易额近300亿元,占据全国经编面料销量四成以上的“大集市”热闹非凡。

从跨界经营而来

别看如今这个“大集市”的规模令人叹为观止,然而,十几年前,刚刚起步的经编面料市场却是另一番景象。最初为该行业“牵头”的企业多从跨界经营做起,当年的一次改变成就了现在经编面料市场的繁荣。

十多年前的某个下午,正在湖北经营面料生意的刘纯星因为朋友的一个电话改变了主营方向。没过几天,这位在湖北面料市场闯荡多年的商铺老板开始低价清仓,随后便带着一家老小坐上了南下广州的列车,直奔如今的广州中大市场。随后,刘纯星在几百元租下的商铺门前挂上了刘邦布业的牌子,经营起了在当时还算新生事物的经编面料,且一干就是十几年。如今,以前名不见经传的经编面料市场转变成了全国最大的经编面辅料集散中心,商业大楼拔地而起,经营商户也由最初的十几家发展到了几千家。回想起当初的决定,刘纯星的脸上挂满了欣慰的笑容。他悄悄地告诉记者,现在的商铺主要业务都让儿子做。自己要 and 更多有想法的商铺老

板们成立经编商会,做更有价值的事。

和刘纯星一样有着跨界发展经历的亿达纺织董事长沈满朝告诉记者,13年前经编面料崭露头角,年仅20多岁的他就放弃了女装行业,转向经编面料的研发、生产和销售。在他的眼里,经编技术的革新将推动中国纺织进入新一轮的产业升级和消费市场结构调整。如今,这个在广州经编行业小有名气的老板,以每年5000多个花色的产品研发和生产,佐证了自己当年转行决断的正确。

成长的烦恼

当然,生意场上并不是每个人都能如愿以偿。受近几年国际经济大环境影响,经编面料市场营销规模和利润也一度出现下滑。据中大市场商户反映,去年的销售额至少下降了10%。一些经营不善的商铺老板开始为门市租金和店员的工资而发愁,少数商户转行和主动寻

求业务升级。正如中国针织协会会长杨世滨在“走基层看纺织 中国经编万里行”广州中大站的媒体见面会上所说,任何一个行业的发展都要经得起大浪淘沙。经编行业将在市场调节中创造一个崭新的发展空间。

在对广州中大市场的采访中,记者发现,中国经编行业快速发展之后,新市场博弈中的问题也在显现。在沈满朝看来,虽然海珠区占据了华南纺织市场的核心地位,但受全球经济因素以及原材料和劳动力成本上涨、人民币不断升值等因素影响,该市场去年迎来了历史上最为艰难的时期,中小纺织企业的各种问题更加突出,如:硬件配套不完善,行业资讯更新不及时,行业标准缺乏,融资难,缺少龙头企业引领,企业自身资源整合能力差等。更为致命的是,少数店商为了牟利违规经营,损害了市场信誉,最终导致部分订单流失。

新举措、新发展

中国纺织工业联合会发布的一项数据显示,2013年1月至9月,我国经编行业规模以上企业主营业务收入约为1109亿元,同比增长14.35%,高于纺织行业整体水平;主营业务收入占针织全行业比例同比增长8.06%。这个纺织行业的利好,并没有让沈满朝有丝毫松懈。对他而言,经编面料流通市场客观存在的问题正在影响整个商圈的经营氛围,迫切需要一个有向心力的行业组织来出面解决和化解。

据悉,由企业牵头发起的广州海珠经编商会目前已正式获得当地民政部门批准成立。400多家龙头企业迅速抱团,形成了政府指导、商家呼应的利益共同体。沈满朝和刘纯星分别作为商会会长、常务副会长,开始了13年前跨界经营之后的又一次人生转折。不同的是,这一次的转向,他们希望解决行业无序竞争,知识产权保

护缺失、流通成本上升等一系列问题。

相关链接

经编布是通过一种经编纺织工艺针织或编织而成的纺织面料。从纺织机经向(纵向)送入一股或几股平行纱线,针织而成的称为经编针织物,用成圈纱线形式的称为经编编织物。

经编面料主要用于泳衣、内衣、运动装类的生产制造,在时装方面应用相对较少。随着科技对经编产业的不断推动,经编产品正朝着多样化、高档化、功能化方向发展,应用范围也在不断扩大。同时,时装风格的多样化要求面料品种多样化,又为经编面料在时装中的广泛应用开辟了极大的空间。

财经聚焦

雨润引入美国舞台剧 携“驯龙”玩文化

■ 本报记者 陶海青

据说,万达集团董事长王健林最喜欢提及的,并不是100多座万达广场缔造的商业地产王国,而是文化产业。去年,万达砸了上千亿元扩展其文化产业版图。

恒大、绿地、保利等地产商也都在文化产业中留下了足迹,他们的触角伸向影视、音乐、体育赛事、文化产业园、收藏拍卖等各个领域,形成了一股地产大佬“玩文化”的风潮。但“玩文化”的不仅仅是地产大佬。

近日,由美国梦工厂创意制作、雨润独家投资引进的大型真人舞台剧《“驯龙高手”LIVE秀”,在北京举行启动仪式。

《驯龙高手》在全球斩获了将近5亿美元票房,被《华盛顿邮报》评为“简直是天马行空”和“非同寻常”,曾荣获两项奥斯卡提名。

雨润集团董事长祝义财在接受《中

国贸易报》记者采访时说:“北京市政府也很重视这个项目,与世界顶级文化产业公司的携手合作,表明雨润致力于将此项目打造成2014年度北京最顶级的文化盛事。雨润将凭借20年来创造的良好品牌效应和资金管理优势,全力发展文化产业。”

“梦工厂”是美国排名前10位的动画电影公司,曾出品了《怪物史莱克》、《马达加斯加》和《功夫熊猫》等风靡全球的动漫作品。

在2012年初,该公司与华人文化产业投资基金合资组建“东方梦工厂”,中方控股55%、美方持股45%,首轮投资达3.3亿美元,计划在上海制作《功夫熊猫3》,并在上海徐汇滨江建设大型城市文化集聚区。

2013年初,中国雨润控股集团与美国梦工厂在南京签署战略合作协议。

根据协议,雨润将与美国梦工厂在

文化产业等层面达成战略合作,并率先引进世界著名家庭娱乐真人舞台剧《驯龙高手》投放中国市场。此举显示雨润将携手世界顶级文化产业公司,强势开启挺进文化产业的大幕。

美国梦工厂动画公司首席执行官杰弗瑞·卡森伯格表示,中国目前是世界上第二大影视制作基地,今后很可能成为最大的影视制作工厂,对梦工厂来说,这都是一个充满机遇的国家。此次与雨润的合作,也是其深入中国市场的重要一步。他本人高度看好和雨润的合作前景。

中投顾问文化行业研究员沈哲彦表示,雨润是一家多元化公司,策略是进军发展潜力大且投资回报率较高的行业。而梦工厂恰好看中我国文化产业市场发展前景,双方一个拥有技术和品牌优势,一个拥有资金和本土化优势,合作一拍即合。

对于合作价格,雨润控股集团有限公司董事冯宽德拒绝透露详情。他只是简要地说:“雨润集团对于文化产业的投入,10亿美元是远远不够的,它可能也就能满足雨润几个项目的需要。”

但一个基于美国电影文化的舞台剧,要适应中国本土文化,在中国落地并不容易。

据了解,整个舞台剧的技术环节由梦工厂掌控。卡森伯格说:“我们负责创意、开发,还有所有的技术环节,我们最终会把我们做好的东西全部运到中国来,我们同时还会有一支团队来配合雨润做很多的协调工作,但是经营和管理归雨润负责。”

业内专家提醒:雨润从未涉足动漫影视产业,雨润和梦工厂联手后,要各尽其责,才能把这个项目做好,其文化产业之路才有可能像万达集团一样顺畅进行。

三只松鼠的“卖萌”营销与潜在危机

■ 黄文潇

2013年三只松鼠销售额超过三个亿,其中仅“双十一”1天就卖了3562万元,是天猫坚果类目销售量第一。2013年底,创始人给五位高管的年终奖是:每人一辆车。

“卖萌”的三只松鼠

三只松鼠自2012年6月创业以来,从“5人窝”民房的创业环境起家,如今已落户于芜湖弋江区高新产业园。他们仅用几个月,就完成了政府规定的3年内免租的指定动作。三只松鼠办公大楼的奠基仪式已启动,过不了多久,他们将搬到只属于自己的“松鼠窝”。

如果不清楚的人莽撞地闯进三只松鼠总部办公地,大概会以为到了某个新兴的国产动漫公司。整个墙体都绘满了几米涂鸦风格的彩绘。衍生品小摆件放满了整个陈列区。隔间的玻璃墙上,都是三只松鼠的卡通形象。

这里的人也逃脱不了“松鼠化”的命运。三只松鼠前台的签到簿上,除了其CEO章燎原被规矩矩地称作章总,其余人都有一个以鼠开头的花名。例如接管工厂部的胡厚志,花名叫“鼠大疯”,据说这类花名在企业内部已经成功替代了每个人的真名。换上共同的“鼠”姓,在三只松鼠里,就是“家人”。章燎原有意打造一个以“家”文化为背景的企业,这个设定至少到目前有效地增强了企业凝聚力和员工归属感。

顾客眼中的三只松鼠是卖坚果的。但是加入公司不到一年的综合管理专员张成却回答说:三只松鼠的任务是“卖萌”。“萌货、无节操、求包养”已经成了三只松鼠的显著符号。如果说淘宝开启的

是“亲文化”,三只松鼠开启的则是“主人文化”。三只松鼠的客服部叫“全球主人满意中心”,客服身为“松鼠星人”,专门为顾客“主人”递送一种叫做“鼠小箱”的包裹,里面附赠的赠品袋叫“鼠小袋”,拍下产品叫“领养一只鼠小箱”。

章燎原鼓励客服与顾客之间的沟通交流,建立除买卖关系以外更深层次的联系。章燎原表示:“怎么样才算是交朋友了呢?如果顾客表扬你了,我认为你是很优秀的。今天说了很多,聊天的字数很多,我们认为聊天聊得很彻底,是从这些方面来(衡量)的。”这就是章燎原的情感营销。

跟同类电商相比,三只松鼠价格并非最低,但卖萌加亲热的客服所打造的品牌效应让三只松鼠暂时领先。在交谈中,章燎原说三只松鼠用的是“粉丝营销”。虽然三只松鼠已在所有电商平台上铺开,但天猫作为“主战场”占三只松鼠销售额的87%(2013年),对比该平台竞争对手的粉丝数(收藏店铺的人数):新衣哥不到8万,百草味19万左右,而三只松鼠在天猫上的“粉丝”是百草味的2.5倍,达到近48万。

这一成绩,“玩命卖萌”的客户满意部功不可没,回头客很多,二次购买率达到30%。即便满负荷工作,显示器上仍然显示同一时间等待的人数有四五十人。目前,三只松鼠客满部的人数在百人左右,其中售前客服大约70人。从三只松鼠的后台统计数据来看,自2014年1月1日起,三只松鼠天猫店的日平均访客量稳定在15万人次左右,客服日均接待人数稳定在1万人以上。1月7日,由于“腊八”搞活动,接待人数高达1.8695万人。

膨胀背后的隐患

2013年12月27日,三只松鼠全年的



销售额突破3亿元。对于一个刚刚成立一年多的企业来说,这个数字足以让人血脉贲张。膨胀背后的隐患,却同时让人忧虑。章燎原承认,公司直到现在还没有建立严格的KPI考核制度。“因为发展太快了。年初公司100个人,到年底的时候700个人。昨天写了三个部门,今天就变成五个部门,制度等来不及写啊。”曾经数个明星企业的陨落,与发展超速有关。吴晓波在《大败局》中警醒后人:一个成长过快的企业,是一个十分危险的团队。

而另一个潜伏的危机,是三只松鼠过于年轻的管理层。

虽然年轻团队有年轻团队的战斗力,“大厨”胡志厚管理的工厂在几次大考中都顺利过关,但成立一年多以后,随着三只松鼠的跃进式发展。敏锐的章燎原已嗅到了危险,年轻的团队、高增速的企业,“试错”的成本将会越来越高。“他们这么年轻,企业发展这么快。我最大的担忧是

企业管理、干部心态的问题,因为这些也会急剧膨胀。”

意识到问题的章燎原,曾想过在2013年调整节奏,奈何“后面两名追得很紧,没办法,我们一刻都不能停。”张成表示。一面是发展刻不容缓,团队急剧膨胀,一面是缺乏管理经验,可以预见未来可能产生管理失控的中层干部团队。

为了尊重公司的独立运作,风险投资介入后,仅来开过一次会。面对一个日益庞大起来的“王国”,章燎原像个孤独的统治者,缺乏比肩而立的同盟。他能看多远,三只松鼠便能走多远。这种对创始人的依赖性,才是下一步真正考验三只松鼠的问题。“所有人都知道,三个亿不代表什么,那只是一个开始。”章燎原说。

商业观察

财经动态

海欣食品投资6亿元在舟山建仓储项目

海欣食品21日公告,公司今日与舟山国际水产品产业园区管理处 in 浙江舟山签订了《投资意向协议书》,公司拟在舟山国际水产品产业园区投资建设海洋水产品精深加工及冷链仓储等项目,总投资预计为6亿元左右(其中第一期3亿元左右)。海欣食品将设立舟山海欣食品有限公司,注册地为定海区干览镇,注册资金1.5亿元。公司表示,此次投资是为了进一步优化公司产品结构,丰富产业链,增加企业新的利润增长点,提升企业的综合竞争力。

中国汽研去年业绩增长超四成

近日,中国汽车工程研究院股份有限公司发布了2013年业绩快报,经初步核算,公司去年营业收入、营业利润和净利润分别为15.03亿元、4.4亿元和4.25亿元,分别同比增长31.47%、34.41%和42.88%,每股收益约0.66元。广发证券汽车行业研究员分析认为,2013年中国汽研营收和净利润全年增幅扩大,四季度业绩有显著提升。资料显示,去年10月26日,中国汽研“汽车产品研发与测试新基地建设项目”落成并正式启用,标志着公司在汽车技术服务领域研发能力的全面提升。

卓翼科技拟收购美国批发商

日前,卓翼科技公告称,公司全资子公司深圳市中广视讯科技发展有限公司在香港全资设立的卓翼营销有限公司,拟以300万美元的价格,受让Lin Lihao(加拿大国籍)持有的美国Double Power Technology Inc.100%的股权。Double Power注册资本52.2万美元,主营电子产品的批发。截至2013年12月31日,Double Power的公司资产总额为1809万美元,负债总额为1681万美元,净资产为128万美元,实现营业收入1767万美元,税前利润78万美元。

(本报综合报道)