

从经济寒冬到车市盛夏,上汽通用五菱无疑是非常幸运的。1300多个县乡一级销售和服务网店,使他们便捷地与“汽车下乡”优惠政策接轨

“机遇怎么把握是一门课”

INC. 复苏寻踪

■本报记者 刘静 虎慧敏

7月9日,中国汽车工业协会发布数据表明,6月汽车产销分别完成115.32万辆和114.21万辆,创纪录地连续4个月保持百万辆水平。2009年上半年,汽车累计产销达到600万辆左右。

中国无疑已经成为全球最大的汽车市场。在消费税、购置税调整,以及汽车下乡等一系列政策推动下,中国汽车产业实现了V型反转,与依旧被危机阴霾笼罩的全球汽车业形成鲜明反差。而其中,微型汽车成为增长最快的市场。

来自中国汽车工业协会的统计数据同时显示,上汽通用五菱销量达到52.5万辆,同比增长50%以上,成为今年车市“半程冠军”。这也创造了国内单一汽车企业的产销纪录。

7月1日,柳州市经济委员会主任王柳平在接受记者采访时表示,汽车业是柳州市第一个走出经济寒冬的产业。“在此次金融危机中,柳州市钢铁、汽车、机械三大支柱产业表现为‘高一平一低’,这一高就是汽车业。”

除了上汽通用五菱,西南边陲工业重镇柳州还聚集了东风、一汽卡车、济南重汽卡车等一批商用车企业,在去年第四季度都陷入低潮。王柳平说:“2月20日后,商用车企业开始全面翻红了。”

没想到的冰火两重天
美国通用的破产保护,让外界对上汽通用五菱多了一份担忧。王柳平告诉记者:“在上汽通用五菱中,通用汽车只享有34%的权益。按照这个股权比例,通用公司的命运对中国业务有影响,但很小。”

“我们主要生产微型汽车,其中微型商用车是主要市场。影响主要来自国内市场的突变。”7月2日,杨杰在接受记者专访时说。从1999年开始到现在,他已经在上汽通用五菱做了整整10年销售,现任销售公司总经理。

杨杰介绍,微型商用车过去几年的销售变化一直呈现马鞍型曲线:一四季度是高峰,二三季度是淡季。由于国二标准转国三标准,2008年原本是商用车增长最大的年

【采访手记】

让人刮目相看的上下同心

“商用车企业开始全面翻红。”“在当今的经济形势下非常不易。”看得出来,作为柳州市经济委员会主任,王柳平很高兴也很感慨。

他说的不易,自然包括地方政府对属地企业不遗余力的支持。比如,柳州市采购了300辆东风柳汽自主品牌乘用车

份。然而,第四季度突如其来的国际金融危机,让还沉浸在喜悦当中的商用车企业猝不及防。

“金融危机刚爆发的时候,我们判断对企业的影响不会太大。因为我们的产品绝大部分是在国内销售的,主要作为生产工具。但是,当整体经济下滑特别是出口受阻的时候,人们对未来的预期会降低。”预期变坏时,人们自然会同时缩减投资和消费。

杨杰说:“去年10月,按照往年的规律,销售应该开始爬坡,但并没有爬上去,反而略有下降。特别是东部沿海的江浙一带,受影响的程度还会更大一些。去年11月到12月中旬,销量比目标低了30%左右,形势还是蛮严峻的。”

对企业情况非常熟悉的王柳平称:“这次金融危机中,上汽通用五菱受到的冲击没有那么火,比其它企业要略好一些。但去年11月也创了低产月。”

车市从寒冬到大热,中国汽车业在2009年上半年经历了冰火两重天。杨杰介绍:“随着众多利好政策的出台,市场信心有所恢复。今年1月份后,回暖很快。”

半年间政策和市场的巨大变化,让王柳平连称“没想到”,他分析,“国家购置税减半、汽车下乡、汽车报废补贴、汽车以旧换新等一系列鼓励汽车消费的政策相继推出,激发了汽车消费的刚性需求。”

今年5月,上汽通用五菱月销量就达到创纪录的100258辆,成为国内首家月销量超过10万辆的单一车企。王柳平说:“该企业有可能成为全国第一家产销量过百万的车企,柳州市也因此可能成为全国第一家产销量过百万量的汽车城市。”

危机中的幸运儿
连续出台的利好政策,显然是上汽通用

风行业逸做出租车。“虽然是微量,但提升了企业的信心。当时是车企日子最艰难的时候。”

6月3日,上汽通用五菱月销量超过10万辆的报表刚出来,柳州市委书记、市长就带着慰问信和礼物专程登门道贺。“政府用行动告诉企业,‘关键时刻我们与你们同在’。”

五菱销量猛增的首要因素。
上汽通用五菱全线产品排量均在1.6L以下,而今年年初汽车消费税调整后,1.6L以下车型的消费税从10%降到了5%。这样一来,用户购买一台五菱产品就能节省近2000元。

今年3月份启动的“汽车下乡”,更让微型车企从中受益。据了解,上汽通用五菱共有93款车型进入了汽车下乡产品名录。根据规定,每辆下乡产品可获得车价10%的补贴,而国内微客的价格普遍在3万-4万元,这样就为购车者节省近4000元。

在宏观经济不断向好的背景下,这些拉动内需的政策对微型车消费者构成足够的刺激,把潜在需求变成实际的购买行为。

“大量的农村溢出劳动力和返乡的农民工,因为有创业的需要,又有国家政策的鼓励,购买了微型车。用户基数增加成为我们销量增长的重要保障。”杨杰告诉记者。而这一大群“意外”的消费者,成了上半年车市增长的助推器。

在这次国际金融危机的冲击中,上汽通用五菱无疑是非常幸运的,而其之所以幸运,除了国家一系列利好政策的出台,也与其自身的努力分不开。

“不能把宝全都压在政策上。市场越好,企业越要注重质量稳定性和服务的深入,否则你只是得到了用户,却无法留住用户。对我们来说二者同样重要。”杨杰表示,“必须在保证质的前提下保证量,一定要避免萝卜快了不洗泥。”

从2003年起,该公司就开始向县乡推进营销服务网络,在县里面设立简化的2S店,只有销售和服务的功能。到目前,这种2S规模以上的网点全国有1300多个。也许这一

上汽通用五菱现有14000余名员工,已经连续4个春节没能享受七天假期了,特别盼望今年春节,公司原本也做好了放假安排。然而,面对市场突如其来的火爆行情,全体员工毫无怨言地放弃休假,在贺岁的鞭炮声中加班加点。

该公司党委书记周泓浩告诉记者:“这在外资方眼中,是很难实现的事情。我们的职工队伍关键时刻能拉得出来,让人刮目相看。”

营销模式的先行,他们能便捷地与“汽车下乡”优惠政策接轨。

杨杰介绍:“在一些连2S都覆盖不到的地区,今年我们推出了‘航班服务’,就是在村里或镇上设一个固定维修点,每周或每两周维修人员去一次,集中服务。”

井喷行情能否延续
随着旺销局面的形成,微车市“烽烟四起”。

“汽车下乡”无疑是从天而降的大馅饼。奇瑞奇瑞、海马福仕达、吉利奥旺等微客新品杀入市场,并带来了“第三代微客”、“轿车化微客”等新概念。杨杰认为,“竞争还是蛮激烈的”。



本报记者 刘静 摄

截至今年6月底,内蒙古已批准组建小额贷款公司166家,今年内蒙古小额贷款公司预计可为中小企业提供150亿元的贷款支持

内蒙古试解中小企业融资难题

INC. 观察

■本报记者 张奎 通讯员 长青

来自内蒙古金融办的消息,截至今年6月底,内蒙古已批准组建小额贷款公司166家,注册资金总额130亿元,累计放贷达30多亿元。

随着开业公司的大量增加,今年内蒙古小额贷款公司预计可为中小企业提供150亿元的贷款支持,当地中小企业融资难题将得到很大缓解。

大银行嫌小不要的都服务

“内蒙古绝大多数企业是中小企业,但只用了不到5%的贷款。”融资难题是指在内蒙古中小企业发展道路上的“第一瓶颈”。

内蒙古金融办分析,中小企业的信贷其实和农村信贷的性质相同,散户居多,中小企业的财务制度和担保能力差,银行判断甄别难度大。而且,全国中小企业平均存活期约3-8年。所以,银行对中小企业投放贷款十分谨慎。

内蒙古利用小额贷款公司解决中小企业融资瓶颈,走出了一条不同寻常的道路。作为全国首批5个小额贷款公司试点省区之一,自2006年10月以来,内蒙古小额贷款公司已遍地开花的态势。目前,内蒙古批准设立的166家小额贷款公司已覆盖自身所有盟市

和60%的旗县。

“中小企业、个体户是我们服务的主要对象,只要是银行嫌小不要的,我们都热心服务。”内蒙古融小小额贷款有限责任公司总经理助理白秀梅说。

融小公司于2006年10月挂牌营业,是内蒙古第一家小额贷款公司,目前贷款客户已超过1000家。

在呼和浩特市做粮油生意的吕先生每年用于进货的周转资金需要70多万元,以前也从信用社贷过,额度不大,审批时间太长。现在,有资金需求的话,他就找小额贷款公司,只需一两天就能拿到资金。

“小额贷款特别方便,手续简便,效率高,资金到位快,对暂时的资金应急很有帮助。”吕先生说。

依托核心企业实现多方共赢

据介绍,在小额贷款公司组建运作模式中,有一种依托核心企业、实现多方共赢的模式受到广泛注意。

该模式的组建路径是:产业集团、物流集团、农牧业产业化龙头企业、大型商企等核心企业组建小额贷款公司,利用核心企业的良好信用向银行融入批发资金再进行零售,为其上下游关联中小企业贷款。

内蒙古金融办有关人士分析,这种模式益处颇多,可实现多方共赢。一是核心企业熟悉并能一定程度上控制上下游企业,放款

风险小,收益稳定,进一步密切了产业集群的内部联系;二是商业银行通过给核心企业投资组建的小额贷款公司批发资金,回避了因信息不对称形成的中小企业金融风险;三是核心企业供应链及周围的众多中小企业得到了及时的融资支持,解决了其融资难题。

内蒙古财经学院一位研究者认为,这种利用核心企业组建小额贷款公司的做法,将分散的中小企业组织起来,大大降低了中小企业信用风险,疏通了银行资金流向中小企业的通道,将银行、大企业集团、中小企业等不同主体融合起来,成为有效解决中小企业融资难题的新通道。

内蒙古金融办地方金融处副处长齐秀文介绍,在内蒙古金融办的组织、扶持下,去年以来自治区已批准由行业核心企业发起的小额贷款公司25家,其中部分已经开业,包头钢铁集团有限公司注册资金10亿元的小额贷款公司也在加紧筹建,为其上下游企业融资。

与普通小额贷款公司相比,由核心企业发起成立的小额贷款公司向银行融资相对容易。今年以来,建设银行、农业银行等多家银行已与内蒙古金融办签署合作协议,为小额贷款公司提供融资支持。目前,维多利、东信等依托核心企业开办的小额贷款公司已获首笔银行贷款,总额达2.25亿元。

根据协议,小额贷款公司在合作银行开

设账户,合作银行既为小额贷款公司提供金融服务,还协助监督小额贷款公司运营,同时帮助小额贷款公司完善信贷制度,控制金融风险。

重监管三道红线
齐秀文副处长介绍说,我国小额贷款公司尚处于发展起步阶段。内蒙古自治区金融办在监管上,重点把握三道红线:非法集资或吸收公众存款,不超过规定利率放高利贷,不用非法手段催贷。

此外,全社会统一的企业信用系统是小额贷款公司甄别贷款企业优劣、规避放贷风险的重要手段。

内蒙古金融办由自治区政府授权,建立了全区信用信息基础数据库。该数据库归集整合了分散在工商、国税、地税、质监等22个行政管理部门在日常监管中形成的企业信用信息数据,建立了稳定、标准、开放、统一的企业信用信息基础数据库平台,通过内蒙古诚信网进行在线查询和发布,实现信用信息资源的交换和共享,为社会信用体系建设提供服务和应用技术支撑。

目前,第一批来自各行政管理部门和金融监管机构共19万户企业627万条信用信息数据已被有效整合。

内蒙古已将小额贷款公司客户信息纳入该数据库,为小额贷款公司培育信用客户,淘汰失信客户提供了支撑平台。



“善其身”而“济天下”

东风日产首度发布企业公民战略

本报讯 (记者姜文良)2009年7月9日,东风日产企业公民战略报告在广州发布。东风日产乘用车公司副总经理任勇透露,今年1-6月份,公司新车累计销售22.5万台,同比增长41.3%,是行业增速的2.3倍。“成为行业领先企业,不仅仅标志着实力的强大,它更意味着,企业要承担更多的责任,对社会和各利益相关方更多的承诺。作为一个企业公民,不仅要‘善其身’,还要‘济天下’。”

据悉,这是东风日产自2003年成立以来首次发布企业公民战略。该战略明确以“共创价值、共谋福祉”为核心理念,以成为备受信赖企业为目标愿景,在顾客、环境、员工、合作伙伴、股东、社会六个直接利益相关方中,有系统、有计划地开展企业公民实践。东风日产总经理大谷俊明表示,企业作为社会公民,在获取经济利益、享受各种权利的同时,有责任全面考虑用各种方式来回报利益相关方,寻求企业发展与社会和谐的契合点。“这一战略得到了双方股东和社会的广泛共识”。

2009年5月,东风日产凭借出色的业绩及综合管理水平,荣获“2008年全球日报社社长奖”。6年来,中国市场成为日产全球增长最快、经营最好的市场,占日产全球市场份额由最初的3%上升到14%。到2008年,东风日产总资产增值比合资公司成立之初翻两番,成为国内资产保值增值的业内典范,同时也是东风旗下成长最快的业务单元。在公司带动下,已经有十多家本土供应商加入到日产全球采购体系。

截至2008年,东风日产在环境改造、环境保护、社会公益方面的投入已经超过3亿元。2008年8月,公司获得“国家环境友好企业”荣誉称号。去年,公司在“南光科考”、“安全驾驶训练营”、“爱心联盟”、“阳光关爱·教育援川”等公益活动方面的花费超过4000万元。

据任勇透露,东风日产近期正式启动两个企业公民项目。一是,联合东风日产专营店、技术职业院校,举办教学培训,提供发动机等教具,以解决学生就业问题;二是,联合北京师范大学等开展阳光教师培训计划,提升农村、贫困地区教师队伍素质。在发布会现场,东风日产向7家职业技术院校赠送了14台发动机。

“企业公民战略是东风日产实现可持续发展的一项长期战略,是公司文化和公司治理的重要组成部分。”任勇告诉记者,公司专门设立了企业公民战略推进委员会和常设机构,由总经理和他直接领导。未来3年,社会公益投入预算不少于1亿元。

INC. 随笔

■本报记者 丁军杰

近年来伴随着中国企业走出去,贸易纠纷不可避免的增多。面对法律差异、语言障碍以及生疏的海外环境,是选择忍气吞声,还是勇敢地拿起法律武器捍卫自己的权益?

长虹前不久在历时一年多的欧洲诉讼中终于获胜,成功地阻止了意大利K公司的侵权行为,有效地维护了自身的合法权益和长虹品牌的国际声誉,为中国企业应对贸易纠纷带来启示。

2007年3月,欧洲长虹公司在捷克正式开业。当时,意大利的K公司与欧洲长虹达成了供货关系,约定第一批订单货款为443500欧元。之后又向长虹签发了五份订单,但是K公司在7月和8月分批提走了四次后就悄无声息了,问及缘由,给出的答案是不接受分批交货。让人不解的是,为何K公司在前四次分批提货的时候没有异议呢?

第一批订单K公司欠下长虹约20万欧元的货款。当欧洲长虹向保险公司投保时,保险公司发现K公司在其他供应商那里也是债台高筑,质疑K公司的信用状况和偿还能力,拒绝承保。欧洲长虹不得不决定中止生产K公司订购的产品。

中国企业向来“以和为贵”,长虹更是抱

着极大的诚意主动和K公司多次协商,希望对方立即付款或提供担保。但此时K公司语出惊人竟然要求降价。面对这种不合理要求,欧洲长虹没有退让,为减少损失,欧洲长虹把K公司未提的产品另行处理。

K公司继续进逼,向意大利法院提起诉讼,要求长虹赔偿上百万欧元。这让长虹始料不及。

面对国际贸易纠纷,中国企业一向谨小慎微,因为在海外打官司所耗费的物力、财力和时间对企业来说是一个沉重的包袱。面对纠纷,长虹又该做何选择呢?

消息传到四川绵阳长虹总部后,长虹法务部立即成立专门工作小组,迅速了解案情。长虹认为,官司缠身会扰乱企业内部的安定,

一旦失手面临的不仅仅是赔偿,还有高额的诉讼费,甚至是企业形象的损害,也会给自己的档案上留下不良记录,直接影响对外业务。因此必须克服一切困难,积极应对。

经过一番严密的分析和权衡,长虹法务部感觉长虹胜诉的可能性还是比较大的。长虹提出了一个异议——意大利法院没有管辖权。理由是双方采用的是“工厂交货”,地点在捷克,而不是意大利,那么根据国际公约,意大利法院就不具有管辖权。这个异议的提出扭转了乾坤,掌控局势的主动权偏向于长虹。

法务部和欧洲长虹做好两手准备,一方面提出管辖权问题,另一方面准备好了反驳K公司的证据。接下来,长虹被动应诉为主

动出击——在捷克法院提起上诉。长虹精心选定了合适的欧洲律师,并向法院申请了提前开庭。

2008年8月25日,捷克法院一审开庭,K公司缺席,法院支持欧洲长虹的所有诉讼请求,判决K公司向欧洲长虹支付全部未交货款及欧洲长虹另行处理K公司未提产品所产生的人工费和相应利息。

K公司不满捷克一审判决,在捷克提起上诉。2009年4月9日,捷克最高法院开庭宣布一审程序合法,维持地区法院判决。5月,意大利法院作出判决,以缺乏管辖权为由驳回K公司的诉讼请求,并责令其承担相关费用。至此,长虹的欧洲之战全面告捷。

长虹的据理力争,积极应诉,不仅维护了自身合法权益,还提升了国际形象。此案例让我们看到遭遇纠纷积极应诉才是第一步,而息事宁人的心态只能让自身所处的状况恶化。

因为贸易纠纷不可避免,它也是市场竞争中的一部分,企业必须勇敢去面对。

长虹的据理力争,积极应诉,不仅维护了自身合法权益,还提升了国际形象。此案例让我们看到遭遇纠纷积极应诉才是第一步,而息事宁人的心态只能让自身所处的状况恶化。因为贸易纠纷不可避免,它也是市场竞争中的一部分,企业必须勇敢去面对。