

虽然中国经济呈现企稳回暖态势,但是金融危机影响下的羊绒产业仍然能感受到阵阵“寒意”

品牌乏力制约羊绒产业回暖

INC. 焦点
■本报记者 张 玺 通讯员 母 瑾

据海关统计,今年1~9月,全国纺织品服装出口1216.8亿美元,同比下降11.2%。9月份,纺织品服装出口额再度反弹,当月出口额创年内新高。

目前,虽然中国经济呈现企稳回暖态势,但是金融危机影响下的羊绒产业仍然能感受到阵阵“寒意”。

订单减少

今年第三季度,羊绒巨头鹿王所在的包头市纺织品出口额4711万美元,环比减少50.3%。有关部门分析,三季度应是纺织品传统出口旺季,但由于全球金融危机对于欧美等主要消费国的影响远未消除,羊绒纺织品的消费持续低迷,再加之纺织品在上半年集中履行合同,故羊绒纺织品出口减少明显。这也是该市唯一金额环比下降的大宗出口商品。

数据显示,另一羊绒巨头鄂尔多斯羊绒产业集团今年上半年订单量为292万件,比去年同期减少约55万件,比2007年同期减少240万件,今年外销接单量下降40%左右。实际上,2008年羊绒产业感受到的金融危机寒意更为“刺骨”,内蒙古羊绒衫出口量是纺织品配额取消以来最低的一年。

作为全国最大的牧区,目前内蒙古有羊



绒加工企业150多家,羊绒制品产量、销售收入、出口交货值均居中国首位。但是,受人民币升值、全球金融危机等因素的影响,2008年内蒙古共出口羊绒衫、羊毛衫2862批、545.9万件,出口量同比减少280万件,降幅高达33.8%。去年内蒙古羊绒衫、羊毛衫的出口总值仅为19.72亿元,同比下降27%,成为内蒙古出口值降幅最大的轻纺类产品。

据内蒙古出入境检验检疫局统计,去年内蒙古羊绒衫的出口市场仍以日本、美国、欧盟、俄罗斯、韩国和我国香港特区为主。其中,向日本、美国的出口量减少最少,降幅分别高达56.3%、31.8%。

受国际金融危机影响,今年内蒙古羊绒价格一直在低位徘徊。国家统计局内蒙古调查总队抽样调查得出的数据表明:2009年上半年,内蒙古农牧民家庭出售的山羊绒平均价格为每公斤186.15元,比2007年同期下降90.36元。内蒙古羊绒价格已经连续两年大幅下降。

国家统计局内蒙古调查总队分析,受金融危机影响,出口订单减少,出口量相应减少是导致绒价下跌的重要原因。

逆势谋变
“羊绒服装也可以时尚化”,这是呼和浩

特市中山路商业区很多年轻人的感慨。

在维多利商厦一家知名羊绒品牌专区,销售人员告诉记者:“保暖实用的传统羊绒服装现在销量一般,年轻消费者前来选购时尚新款的越来越多。”

面对国际金融危机冲击、出口下滑的局面,很多羊绒企业加快了设计时尚化的步伐。在前不久举行的鄂尔多斯2010年新品发布会上,采用棉、桑蚕丝、丝绵、丝绒等材质的春夏时装受到时尚界的关注,消费者发现羊绒品牌原来也可以时尚。

内蒙古鄂尔多斯服装有限公司负责人表示,今后几年内,鄂尔多斯集团要拿出数亿元的巨资投入到渠道升级上来,并聘请香港的专业设计团队进行创新突破。

记者调查了解到,除了设计时尚化,在销售方式上,羊绒企业也有新招,量体定做和网上直销成为应对金融危机的新手段。

在中国羊绒界地位突出的河北省清河县,量体定做企业越来越多。据媒体报道,在当地羊绒制品市场有60多家企业开展了量身定制,每家企业一般在旺季每天可收订单一、二百件,淡季也有五、六十件,收入丰厚。

中国两大羊绒巨头鄂尔多斯和鹿王的网上直销生意也初见端倪。

品牌缺失
资料显示,我国羊绒资源在全球居垄断地位,羊绒产量占全球75%以上,其中优质山

羊绒占全球90%以上,出口量占全球80%以上。世界羊绒消费市场有3/4以上的商品产自中国。

目前,中国已完成了羊绒原料大国向羊绒制品生产大国的跨越,年羊绒衫生产能力已经超过4000万件。但是,由于自主品牌的缺失,使羊绒企业的竞争力和利润大打折扣。

中国出口的羊绒制品大部分以“贴牌生产”的身份进入国际市场,真正挂中国品牌的不到10%。中国羊绒产业实际已成为国外企业原料和产品的加工“车间”。

愈演愈烈的市场低端竞争导致羊绒衫出口价格持续走低。1996年我国每件羊绒衫出口价格达到37.89美元之后不断下滑,今年仍在30多美元徘徊,折合人民币200多元。

内蒙古社科院一位研究者认为,内蒙古羊绒企业受金融危机冲击严重,在一定程度上也是长期品牌缺失酿成的“苦果”,加快品牌国际营销,应当成为羊绒企业应对金融危机的新战略。

实际上,目前在国内有一批羊绒企业已经拥有相当的实力和品牌知名度,加快品牌国际营销的条件已经具备。

据了解,鄂尔多斯在研发高端新品的同时着力构建全球销售网络,已经在洛杉矶、科隆、纽约、伦敦、莫斯科、香港等地建立了销售公司,在法国、德国、日本、美国等国家和地区开设了20多家直销店,品牌国际化的进程明显加快。

多形式培训

“良好的员工素质,是推行铁路建设标准化管理、精细化施工的前提和基础。”部总工程师告诉记者,中铁一局南广项目部针对大多数管理人员年轻、经验不足的特点,采取多种方式强化员工培训,使标准化建设收到了事半功倍的效果。

他们首先力抓岗前培训。项目部明确规定,管理人员岗前教育不少于30课时,劳务工不少于20课时,以《南广铁路公司管理标准》和管理制度为主要内容,重点加强安全、质量培训。

其次,抓专项技能培训。项目部每季下达培训计划,由五一室对各部门的相关人员进行对口培训。截至目前,已举办了“改良土技术培训班”、“超前地质预报培训班”、“隧道监控量测培训班”等14期培训班。

再次是检查式培训,对照管理标准边检查、边整改、边培训。在6月份项目部组织的内业资料检查中,针对发现的问题,手把手地教各分部如何补齐合格的内业资料,并在下发的通知中列举出内业资料清单。

如今,通过强化培训学习,项目部的标准化管理水平明显提高,施工进度、安全、质量等各项指标均名列南广各标段前茅。

项目部在四个分部仅有三个形成生产能力的情况下,截至10月25日已累计完成产值49056万元,占年度投资计划84989万元的58%;目前,日平均产值已超过500万元,完成年度投资计划指日可待。

据悉,南车株洲所成立于1959年,是我国最早的电力机车电气系统专业化研究所之一。经过50年的发展,该所已从单一专业研究所,成长为拥有轨道交通装备、新材料、新能源三大产业板块、七大业务主体、三家上市公司、两个国家级技术中心、两个企业博士后科研工作站、两家大型外资合资公司的高科技企业;形成了电传动、网络控制、变流等七大核心技术所组成的完备技术体系,成为中国电传动系统集成技术的集大成者;从只有20多名产业工人到拥有41名博士、491名硕士的专业技术队伍,成为中国轨道交通装备及相关领域的“人才硅谷”。(刘亚鹏)

2009 北京国际城市轨道交通展览会开幕

最大的城市轨道交通建设市场,这也为全世界的城市轨道交通制造企业提供了广阔的市场空间。鹿巴迪、西门子、法维莱等国际知名轨道交通设备制造企业在悉数亮相展会,带来了世界上最新的城轨技术、装备,代表着世界城市轨道交通技术装备的发展方向。中国南车、通号公司、北方重工、南京康尼等国内知名轨道交通设备制造企业,携具有自主知识

产权的国产城轨车辆、信号、通信、屏蔽门等装备参展,显示了我国城市轨道交通装备制造水平的进步。

2009北京国际城市轨道交通展览会作为我国城市轨道交通领域最具权威性和影响力的展会,将对进一步加强国内外技术交流与合作,促进中国城市轨道交通快速发展起到重要的推动作用。

在号称“未来华南地区经济大动脉”的南广铁路上,中铁一局南广项目部努力实现着“让标准成为习惯、让习惯符合标准、让结果达到标准”的目标

标准化托起南广精品工程

INC. 观察
■本报记者 沈刚 通讯员 张纪平

“全线第一墩,是我们建的;全线第一涵,是我们建的;全线第一桥,是我们建的;全线第一隧,还是我们建的!”走进中铁一局南(宁)广(州)铁路施工工地,记者不止一次听到职工这样的自豪话语。

号称“未来华南地区经济大动脉”的南广铁路,是华南沿海地区铁路通道的骨干线路,横跨桂粤两省区。中铁一局承担的NGZQ-6标段,线路起于广西梧州市藤县塘步镇,终于苍梧县大坡镇,全长49.21公里。

南广全线建成的第一座桥墩、第一座涵洞、第一座桥、贯通的第一座隧道,均出现在中铁一局管段。在业主组织的2009年下半年第一次信誉评价中,中铁一局在10个施工企业中名列第二。

“南广铁路6标没有高难度的控制性工程,要打出一局的品牌和信誉,唯有在高品质管理、精细化施工上做文章。”中铁一局南广项目经理部志宏透露了秘诀:从标准化管理入手,狠抓精细文化建设。

标准化管理

走进中铁一局南广铁路沿线工地,首先映入眼帘的是一排整齐的“五牌一图”,包括工程简介、安全、质量、环保规范、管理岗位责任牌和工地平面布置图。



本报讯(通讯员赵金海)11月13日9点,一列满载着4158吨铁矿石的列车到达积雪厚度540毫米的朔黄铁路西柏坡站。这是朔黄铁路公司克服特大暴雪影响,列车装车难、卸车难、行车难的困难,为当地钢铁企业运送的第四列铁矿石,解决了从天津港到西柏坡企业公路运输铁矿石中断的燃眉之急。

11月10日以来,承担着我国西煤东运任务的朔黄铁路,全线遭受铁路开通运行近10年来最大的一次暴雪袭击。在山西段的神池南站积雪达31厘米,石家庄地区的西柏坡、灵寿车站最深积雪达58厘米,严重影响着我国东部地区煤炭需求。该公司迅速启动除雪应急预案,出动员工2000多人,冒雪奋战在千里朔黄铁路线上,保障全线1000余组道岔的安全运转。

三天时间里,朔黄铁路公司共完成煤炭外运256列,107.4万吨,保证了我国东部地区煤炭的大量需要。同时为了保证河北省一钢铁企业日常运转生产,朔黄铁路公司克服雪灾下装车难、卸车难、进车难的重重困难,从天津港经黄万铁路、朔黄铁路到西柏坡车站,为当地企业运输铁矿石1.66万吨。

INC. 随笔
■本刊特约主笔 刘勇

最近,一个负责招聘的朋友向我抱怨说,年底公司要扩编,招人却无比困难。作为HR方面的专家,这位朋友也明白,大家都等着拿完年终奖奖金再离职,现在离职,一下子损失好多。但老板下达的任务必须完成,因为这涉及到他的年终奖金数额。

年终奖在国外叫做Bonus,在金融等行业,员工的工资收入大部分用来缴税和付房租以及日常支出,年终的Bonus一般是作为这一年辛苦工作的收益,存起来,或者用于度假。有

时候,年终的Bonus会超过工资1到2倍。

但年终奖在中国的企业薪酬制度里,一直是个模糊的概念,老板可以给,也可以不给,给多少也没有规律可循。2008年底,我甚至在网络上看到,一家深圳企业给员工发了一箱馒头,寓意“蒸蒸日上”,不知道这家公司今年年底会有什么雷人举措。

事实上,年终奖一般可以解读为公司对员工的激励,对于员工而言,这也是预期收入的一部分。员工并不是希望获得奖金而来到这里这家公司,但他实际上是预期得到这样的奖金。即使在经济低潮中,任何一个取消年度奖金的公司,都会不可避免地看到员工成群结队投向其它公司的怀抱。

不过,年终奖也不是越多越好。2008年,美国杜克大学行为经济学教授Dan Ariely曾做了一系列实验,来分析员工是如何对奖金激励做出反应的。他在2009年发布了实验结果。

他挑选了一些受试者来做各种实验,包括记忆游戏、解谜和体力任务,比如定点投篮。这些项目有不同奖励,有些是小额奖励,比如类似工人一天工资,有些则是大奖励。

结果很有趣。对于那些不需要脑力参与的工作,比如重复敲击键盘上的同一个键,当研究者提高激励数额,参与者表现会提高很多。当所从事的是一项负责的工作,比如完成一个复杂电子游戏的过关,这些激励的

作用就没那么大。有些时候,激励越高,反而工作表现越差。过高的激励反而成为负担。任何员工都应该清楚,随着自己薪酬中奖励比例的增高,自己所承担的压力也会相应提升。这些压力反过来也会影响其工作表现,从而影响未来收益。

在繁荣时期,公司的很多政策其实是鼓励冒险的。在2003年的一个研究中,哈佛大学两位学者走访了30多个国家的超过200位高层管理者。得到的答案几乎一致认可,奖金对于公司或者雇员表现并无太大实际作用。许多高官甚至承认,他们会虚报(降低)年度预期,来确保大家都能获得年终的奖励。

其实,大多数人都清楚,激励并不是有效

矛盾的年终奖

其实,大多数人都清楚,激励并不是有效工具,公司内部的公平和持续发展才是关键。合理调整工资与奖金结构,才是解决问题的办法

工具,公司内部公平和持续发展才是关键。合理调整工资与奖金结构,才是解决问题的办法。

一个很明显的例子是,北美汽车企业在濒临破产之时,曾被广泛诟病其员工薪水过高、福利过高,但德国汽车生产线工人的平均年薪大约6万美元(4万欧元),而通用、福特以及克莱斯勒等北美工厂生产线工人的平均薪水只有约3万美元,工资更高的宝马却比之中的通用取得更好的竞争能力。

北美将更多收入纳入到奖金和福利之中,工人并不在意收入多寡,而在意工资之外的收入。工资是与公司业绩和个人表现挂钩的,福利则是与工人身份挂钩,一旦成为正式雇员,就可以享受这些福利。这也就成为通用汽车等北美汽车企业的巨大包袱。北美汽车公司将大量福利转为长期,其实是减少了短期的支出,从而获得更漂亮的财务报表。但随着这个包袱越来越大,等到被拖垮之时,后悔已晚。

结果就是,今年北美的汽车制造商们大概真的只能发一箱馒头来寓意“蒸蒸日上”了。