

财富山东



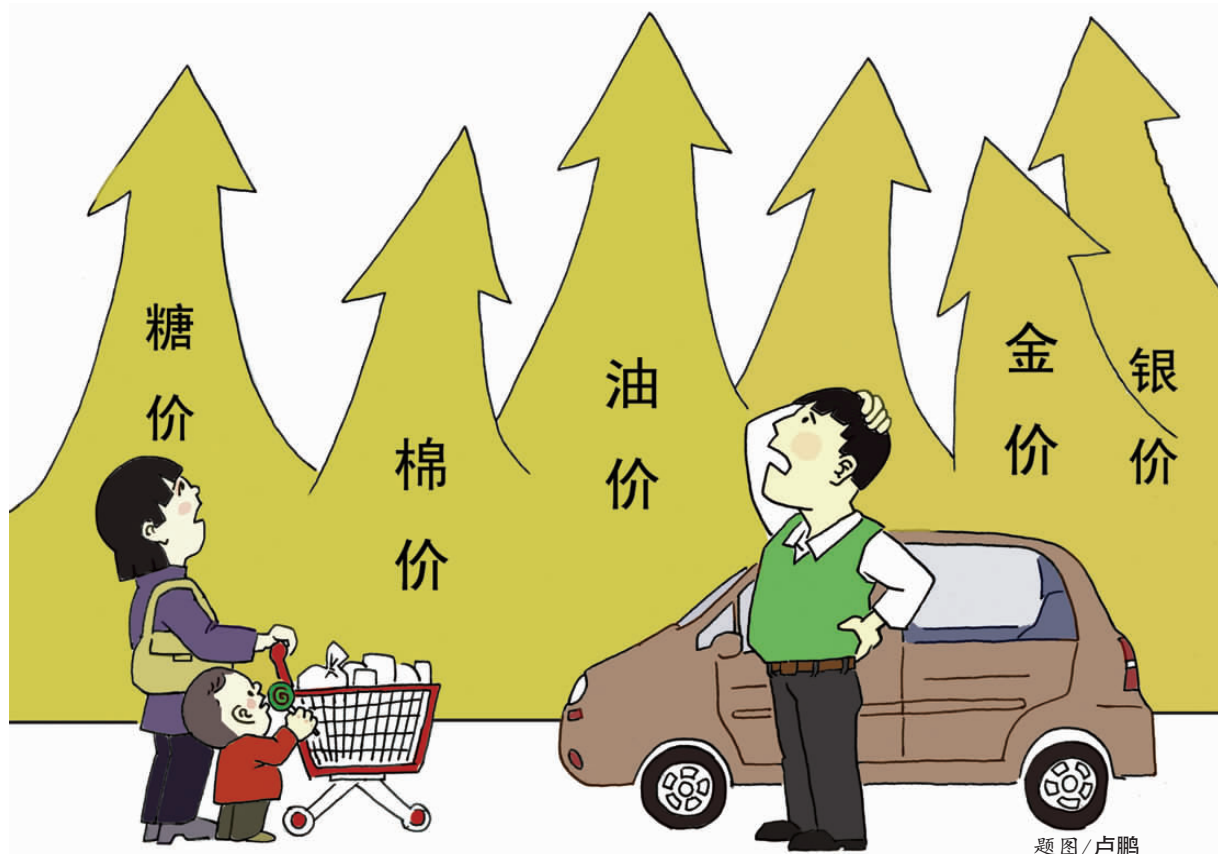
大宗商品涨价 零售市场发烧

核心提示：

继8月份的居民消费价格指数(CPI)刷新22个月以来历史纪录，9月份的CPI继续顺延了7、8月份的上行态势，且涨幅再创新高。国家统计局最新发布的三季度经济运行数据显示，前三季度，CPI同比上涨2.9%，从环比来看，有6个月的环比为正增长，只有3个月环比为负增长。其中，9月份CPI同比上涨3.6%，环比上涨0.6%，涨幅创23个月来新高。

从国际来看，俄罗斯粮食减产和出口禁令、国际机构的投机炒作、严重自然灾害使国际粮价面临较大的上涨压力，国际粮价震荡上升，将加大对国内的传导作用。

展望下一步的CPI走势，虽然央行已经祭出加息“法宝”，但考虑到CPI走势的惯性以及货币政策的滞后效应。因此，要想CPI立即出现拐点，并不是一件轻松的事情。



题图/卢鹏

一周财富人物

马蔚华：企业文化催生创新动力



招商银行董事长马蔚华说：“使企业能够获得发展的不是一个人，而是一种文化的传承。”他表示，文化是力量的源泉，企业文化是决定企业长期经营绩效和持续成长的关键变量。招行的战略、管理和文化给了我们创新的想象力，养成了自己独特的文化。文化也成为我们的核心竞争力之一，尤其是创新文化。

陈天桥：核心竞争力是人的创造



盛大网络董事长兼首席执行官陈天桥说：“一切商业模式，本质上只有一个，最高的工资给最优秀的人才，最优秀的人才创造最大的价值！”陈天桥将独特核心竞争力归之于人的创造，希望打破任何人为管理以及所谓的共性思维，把员工的个性彻底释放出来，推动他们的个性创造，从而为企业创造带来价值。

张茵：做企业关键要专一



玖龙纸业有限公司董事长张茵说：“企业最关键的是要定好位，要专一。你做错一单生意没问题，但定错位就很麻烦。上世纪80年代，做房地产、做金融股票都很赚钱，但我们没有改行，一直非常专注地做纸业。”张茵凭借其在造纸行业成功的纵向一体化及对产业链的优化把握，成为中国“女首富”，财富达380亿元。

王健林：企业家精神有三个核心



万达集团董事长王健林说：“什么叫企业家精神？最高尚的人不为自己活，不为自己死，我觉得这就是企业家精神。”他认为，企业家精神是多个方面的，最核心的是创造力、坚持和责任。“你努力做到这三个，尤其是你的创造力，也许你就会成功，成为在这条路上千千万万个奋斗者中成功的一员。”

杨兴平：互联网时代整合为王



多普达通讯有限公司CEO兼总裁杨兴平表示，“从创业的角度讲，不能光说技术好、产品好就能打遍天下，现在很多好的东西都是靠整合。”他认为，商业模式最终是以用户体验为导向，真正好的企业会从用户内心深处考虑。只有商业模式好，用户体验好，又善于整合良好技术的公司才算是一个比较好的公司。

财富动态

安赛乐米塔尔净利润增长48%

全球头号钢铁企业安赛乐米塔尔集团26日发布财报说，今年第三季度净利润13.5亿美元，同比增长48%。但是该集团对今年第四季度的盈利前景持谨慎态度。

英特尔大连芯片厂投产

26日，英特尔公司大连工厂正式投产，总投资额25亿美元。大连芯片厂的落成，使英特尔在中国的总投资额达到47亿美元。

友邦保险将创香港最大宗IPO纪录

友邦保险在香港的IPO首发价定于每股19.68港元。按此计算，友邦此次IPO的融资规模至少达到178亿美元，将成为香港有史以来最大的一宗IPO。

中兴通讯拟采购30亿美元芯片

26日，中兴通讯计划向美国的多家芯片厂商采购总额为30亿美元的半导体零部件，以此加快进入美国市场的脚步。

本报记者 赵小菊

10月份以来，不论是黄金、白银等贵金属，铜、铝、锌、锡等贱金属，还是棉花、白糖等农产品，大宗商品价格纷纷持续上涨，甚至创出历史新高。而原材料的迅猛涨价潮迅速波及下游产业，各种终端产品零售价格受到不可避免的波及。刚刚上调的成品油价格上调更加剧了这些商品的上涨压力。

中低档棉品涨价最凶

中国棉花交易网的信息显示，今年棉价延续了2009年的涨势，内地籽棉的价格每公斤达到9.6元-10.8元，创下了近10年来的历史最高价，近半年来棉花价格暴涨了50%左右。10月25日，全国棉花交易市场商品棉电子撮合交易成交价格继续上涨，国产棉328B棉各月合同价格涨幅均在670元/吨左右，涨幅约为2.5%。同日，郑州期货交易主力合约2011年5月的棉花价格较上个交易日每吨上涨1255元，达到5%的涨停板。

上游原材料价格的持续上涨在终端市场已有所反应。因品牌服装中原料成本所占比例并不占主导，所以棉价的上涨在各大商场高端品牌服装零售上表现并不明显，反而是与百姓生活息息相关的中低档产品价格涨幅得厉害。

据了解，在传统的纺织加工产品制造成本构成中，原料成本占到了60%-75%，因此，棉质内衣、衬衫、布料等终端产品对原材料价格的波动反应敏感。“以前棉布价格上涨每次每米也就涨几毛钱，可现在一次就能涨两三块钱。”三孔桥纺织市场一家经销布料的店铺老板表示。

“同样的窗帘前几个月我朋友买的时候每米布的价格是16块钱，现在我再买就20一米了，算下来，一套窗帘布料钱就得多

花好几十。”在纺织市场选购窗帘的市民杨女士表示。

据统计，目前由于布料价格的上涨，使得窗帘、棉被、被罩、沙发套等直接相关产品价格出现了两三成的上涨，而用棉较多的内衣、衬衫等服装也出现了不同程度的价格上涨。

沾糖食品纷纷加入涨价潮

10月22日，2010/11榨季我国第一次国储糖投放市场，投放数量是21万吨，竞卖底价为4000元/吨，而最终，此次竞卖的最高价格达到6850元/吨，最低价格6490元/吨，平均价格6679元/吨，远远超过9月9日5659元/吨的均价。

2009年国内食糖现货价格为3800元/吨，今年初突破了5000元/吨，10月27日，糖网的每日城市价格中，各地区白砂糖价格主体在7000元/吨以上，其中，贵阳价格最高，达到每吨7600-7800元。而各地区白砂糖价格最高的廊坊地区达到7600元/吨。据了解，白糖30%用于居民消费，70%用于工业消费。糖价的疯狂上涨势必提高食品加工行业的成本，从而带动相关食品价格的上涨。

面对白糖价格的节节攀升，中国糖业烟酒公司近日便发出调价通知，要求各种规格的食糖价格全面上调13%。目前，省城各大超市销售的部分食用糖已经涨价，袋装食糖每袋涨幅在0.5元-1.0元不等，而散装白糖零售每斤也已经比之前涨了三四毛左右。

白糖在普通家庭中的消费量有限，价格上涨对日常生活影响不大，但是，以糖为主要原料的糖果、糕点、饮料等产品如果随之纷纷调价，就让普通消费者有点吃不消了。由于白糖在糖果的成本里占了近一半，于是各品牌糖果开始纷纷调价。据统计，徐福记

糖果的批发价从29元/公斤上涨到了32元/公斤，雅客橡皮糖的批发价从18元/公斤上涨到了21元/公斤，阿尔卑斯咖啡奶糖批发价从每公斤27元涨到了29元。目前超市方面也已经陆续接到多家糖果品牌的调价通知。其中，徐福记巧克力提价12%，金丝猴糖果提价10%，阿尔卑斯提价5%。就连街边的糖炒栗子、糖葫芦也加入涨价行列，提价0.5-1.0元不等。

百姓出行成本应声而涨

在国际原油价格连续突破80美元/桶的背景下，10月26日零时起，国内汽、柴油价格每吨分别提高230元和220元，折合每升约涨0.17元和0.19元，有车一族的燃油成本开始上涨。

在成品油调价的同时，国家发改委10月25日发出通知，根据近期国际市场油价变化情况，决定适当提高国内航空煤油出厂价格，自2010年10月26日零时起执行。其中，民航普遍使用的3号喷气燃料航空煤油出厂价每吨由5470元提高至5690元，每吨



企业的“花心”与专注

文/项兵

作为一个从事企业管理教育的学者，我一直在思考这样一个问题：日本自然资源匮乏，企业在产业链上下游两端都高度依赖外部经济；日本的商业管理教育也可以称得上是至善至美。但为什么日本企业可在诸如汽车、电子、钢铁、造船等主流制造与装备业的全球化竞争中取得领导者地位？是不是在传统管理学考虑的范畴之外，还有一些非常重要的“软”力量，如文化的、民族特质等与制度、市场等形成合力成就了日本一批伟大的商业机构呢？

由于工作上的原因，近年来有机会近距离地和一些日本企业家、员工、学者同仁交流。这些交流给我留下了一个很突出的印象：日本企业员工很忠诚专注于本职工作。无论是企业的高层经理还是普通员工，他们在本职岗位上安身立命、恪尽职守、精益求精。

我以为，日本企业员工对本职工作的专注和精益求精的精神，可能是成就日本一批伟大的商业机构的一个非常重要的因素。

固然，专注可能会有负面的问题。过于专注可能会导致比较教条，甚至可能有碍于创新。引领全球的、全新的、“颠覆式”的创新，也确实不是日本企业的强项。然而，

日本企业恰恰是依赖专注与精益求精的精神，制造出全球消费者喜爱的高品质产品。这种独特的专注精神，虽然没有“颠覆式”创新的轰轰烈烈，但假以时日，也一样能滴水穿石，有大风流的作为。日本汽车业就是一个例子，丰田、本田等公司已是全球汽车行业领军企业。同时，日本企业的专注与精细也成就了一批在各种细分市场的领军企业。

在全球化的今天，日本企业员工的专注和精益求精已成为日本企业的主要核心竞争力之一，甚至可能是其独步全球的看法功夫，为其在高端的制造与装备业上继续保持领先地位提供了支持与保障。

与日本人的专注精神相比，华人则表现出更为明显的创业精神。改革开放30年，中国经济快速发展，物质财富有了较大的积累，创业精神对于中国经济的发展和华商在全球商界的成功是不可或缺的。甚至可以说，华人或许称得上是世界上最具创业精神的群体。

中国社会崇尚创业的一个重要原因是实现财富以摆脱贫困，这种创业精神与特殊的时代背景相结合，产生了一股强大的经济增长推动力。这种对物质财富的顶礼膜拜与创

业精神也成就了一批富商。而且，随着我国经济的进一步发展，在未来5到10年，中国经济的财富功能或许会令全球震撼，诞生一批富可敌国的超级富商。

不过，我在各种场合多次强调，造富与打造伟大的商业机构是不同的两件事情。中国经济的真正的强大不仅需要一批富可敌国的富商，更需要诞生一批伟大的商业机构。然而和日本企业相比，中国企业专注不够、过于“花心”，可能成为我们打造伟大商业机构的一个障碍。

与国内企业家在一起交流时，经常谈论的是北京与上海的楼市如何了？尽管他的企业和房地产可能一点关系都没有。股市怎样了？哪只股票值得投资？尽管他是做实业的；哪些行业有新的机会了？尽管可能他现在的企业还比较小。我们企业家所表现的“花心”态度与日本企业家和高级管理者所表现的专注精神形成鲜明对比。

在我们这样一个特殊的时代，企业家们“花心”一点似乎也可以理解。但我们应该很清醒地认识到，“花心”折射出中国社会浮躁的风气，企业缺乏专注和精益求精的精神，这可能会有碍于中国成就一批伟大的商业机构。

同时员工层面也会有同样的问题，在一个崇尚创富的新时代，人人思考如何跳槽与创业，以改变自己的命运似乎无可厚非。但是，如果员工过于“花心”，缺乏对本职工作的专注度，从公司管理的角度看，会增加企业的管理难度，公司工资福利成本不一定很高，但管理成本可能极高，这也是打造伟大商业机构的一个非常不利的因素。

如今，中国经济已完全融入到全球化竞争体系之中，我们在继续倡导创业精神的同时，应更为关注并认真思考中国何以打造一批伟大的商业机构的问题，可能有必要重新审视与反思一下我们的“花心”。这种思考可能需要跳出传统管理范畴之外，结合社会和文化精神的层面。我以为，在改革开放30年取得了巨大成就的基础上，我们有了一定的物质条件和基础，有必要在社会导向上提倡“憋得住”的心态，弘扬专注精神，做到“用心做事”。这会有助于打破国内企业生命周期很短、各领风骚若干年的格局，为中国打造一批伟大的商业机构做好一个心态上的准备。

(作者系长江商学院教授及创始人)