

【《商鉴·争议公司系列》之六】

# “大粮仓”想做大粮商：政策下的蛋难以孵成市场上的鹰

江金骥

中储粮最近又被公众盯上了,这次是被审计查出问题。而两个月前,因下属粮库出现“以陈顶新”问题被央视曝光。不出三个月,中储粮两次陷入舆论的漩涡。

细心的人发现,在中储粮,不论事之大小,一经报道,定能引发社会关注,个中原因无非有二:一是中储粮作为央企的经营行为,二是中储粮半官半商的经营角色。作为前者,其被监督、被曝光是无可厚非的,而作为后者,换句话说,中储粮通过披着“政策外衣”,参与市场竞争,这一点,从2012年中储粮推出“金鼎”食用油至今,关于其“官商”争议就从未停止。

众所周知,“要求对粮食进行托市收购、搞好国家粮食储备、服务国家宏观调控、维护粮食市场稳定”是国务院赋予中储粮的基本职能。

不可否认,在我国食用油市场,外资占据主导,客观上对粮油安全有一定影响,这时,作为市场“维稳”主力军的中储粮,进军小包装食用油市场、面向最终消费者,保持粮油价格的稳定,一般认为是顺水推舟的事。正是因为其宏观调控与生俱来,进入终端市场的中储粮油脂公司,每年可以从母公司那边拿到最低价格的大豆原料。这一点,中储粮自己并不讳言,以他们自己的话说,中

【点穴道】

中储粮作为终端市场上的“后来者”,在品牌经营上有先天性短板。中储粮作为世界最大的粮食储备库,其很多的优势无法进入自由市场竞争。中储粮作为有“政府化”光环的企业,其执行政策性行为与市场化经营是否存在明确界限,一旦两者存在交叉,则难免会造成“与民争利”的公众苛责。

储粮生产食用油的的优势主要在于加工成本,他们可以比益海嘉里、比中粮减少6%。

生产优势能否转化为市场优势,对中储粮来说是个巨大的考验。

有数据显示,我国小包装年食用油的销量约600万—700万吨,主要以益海嘉里、中粮以及鲁花为主。其中,益海嘉里旗下品牌约占50%—60%的市场份额,中粮和鲁花分别占据约15%和6%的份额。按照中储粮油脂公司的规划,2017年之后,产量将达到70万吨,占据小包装食用油10%市场份额,这将挤掉鲁花在市场上第三的位置。但是,业已形成的行业巨头,是中储粮实现目标的最大阻力。

在国内领先的品种中,金龙鱼有强大的创新能力、全国最大的分销网络和强大品牌优势;福临门则在研发和品牌运作上效仿金龙鱼,并有效借助了央企优势,保证了自身的市场份额;鲁花则凭借其独创的压榨工艺、成功的品牌策略稳居市场前三强。这些品牌,谁也不会轻易被打败,中储粮中途杀入,要想胜出,必须要另辟蹊径,但是,留给中储粮的空间并不

大。

以益海嘉里为例,他们深耕市场多年,利用最先进入小包装油料市场的先发优势,形成了完整的品牌布局,先后开发出“金龙鱼”、“胡姬花”、“鲤鱼”、“元宝”等16个国内小包装食用油品牌,完整覆盖了高中低三个价格领域,而中储粮仅靠“金鼎”一个品牌打天下,其压力可想而知。

除了外部挑战,中储粮的内部整合也很困难。

作为实力庞大的央企,中储粮众多的地方子公司,先于总公司进入了粮油市场,并创造了100多个米面粮油品牌,如海上花、武昌鱼等地区性品牌,但所有这些,整合起来太难,放弃了太可惜。

与此同时,在整个中储粮系统,并未拥有响亮的全国性品牌,比如从5年前就开始,中储粮相继向市场推出“龙系”、“隆鼎福”、“华夏粮华”、“盛湘”等大米品牌以及“东鼎”牌面粉产品,因为小、散、乱,一直成为这艘粮食航母转向的障碍。

中储粮的优势不在营销,那么,作为一个旗舰型企业,它的优势在哪

里?在中储粮的官网上明确写着,粮油仓储、加工、贸易、物流、科研等是其涉猎范围。

毫无疑问,中储粮拥有全世界最先进的粮食储备库,这也是中储粮最大的资本,但是,具体到终端市场上,这些优势很多是用不上的,在销售市场上也无法形成议价能力。在原料采购方面,即使能节约6%的加工成本,但只能局限于采购国产大豆,如果没有优势,而且竞争对手已经“跑出了半圈”。

中储粮搞“跨界经商”,目前看来,不但没有占得便宜,有时还授人以柄。中储粮成立至今,担负着国家“大粮仓”的任务,托市收购的市场功能,使其被赋予了独特的“政府化”光环,这也导致了中储粮一旦进军消费终端,就会屡被诟病。目前,中储粮在终端粮油市场,还没有出现鹰击长空的一幕,假如有一天,中储粮真的打败了其他粮油加工企业,基于其特殊身份,业界难免会怀疑其是否利用了政策补贴,造成不公平的市场竞争。

人本论

## 什么样的职业才算好工作

丁是钉

什么是好工作?几年前庞大的“公考”大军告诉我们,那时候,公务员是大家理想中的好工作。但是从2014年起,随着反腐声浪的高涨以及“万众创新、大众创业”浪潮的兴起,年轻人的职业选择不再集中在机关和国企,多元化的趋向越来越明显。

职业是一个人一生中最重要的选择之一。很多人因为找到了一个适合自己的理想工作,更好地实现了自己的人生价值;也有很多人因为职业选择的错误,不仅个人的才华能力没有得到极大发挥,甚至是会生活贫穷和潦倒之中。

现实中不乏这样一些例子:有很多人开始找到自以为喜欢的工作,但没过多久却发现自己并不喜欢;也有人找到大家公认的好工作,但最终却发现并不是好工作。所以,先弄明白什么是好工作。

从职业的价值曲线上,我们可以把职业分为三大类:

有一种职业叫做“吃青春饭”。典型的是模特、空姐、职业运动员等。特点是年轻时的收入让人眼热,但如果不能实现职业转型,收入就会随着年龄的增长越来越低。在中国,这种现象尤其突出。那些曾经被掌声和鲜花包围的奥运冠军,有不少已经落魄潦倒过着令人唏嘘的窘迫生活。

还有一种职业叫“越老越值钱”。典型的是医生、心理咨询师等。这类职业的特点是年轻时的收入水平并不高,甚至有可能低于社会平均工资,但随着个人经验的积累和能力的提高,收入水平及社会尊重程度会越来越高。

介于这两种职业之间的叫“保本保息”。什么意思呢?就是说像银行的柜员、医院的护士,这一类工作的劳动技能和复杂程度,一直会维持在相对稳定的水平上,这就决定其收入也会随着社会平均收入曲线,做上下浮动。

明白了各类职业的不同价值曲线,你可以根据自我需要,做自由

选择。

比如,“青春饭”的竞争激烈残酷,并且也不是谁想吃就能吃的。即使你有吃“青春饭”的资本和能力,你还要同时谋划好两个事情:一是能不能在年轻时挣够一辈子所花的钱;二是如果不能,你将来如何实现职业转型,也就是靠什么吃饭。

再比如,“保本保息”的工作看起来稳定,但其中却隐含着很大的风险。原因是这类工作特别消磨人的激情和斗志,会让人充满乏味感。并且随着年龄的增长,个人的成就感、满足感会越来越低。更大的风险在于这类工作对技能要求不高,可替代性强,有的可能被机器人或智能化工具替代。

还有,尽管“越老越值钱”看起来是一个相对理想的选择,但这样工作都是“终生学习型”的。你必须及时了解行业里最前沿的信息和技术,不停地学习和超越,否则一项重大的技术变革,就可能让你此前的经验和能力归零。这样的职业特点决定了,你必

须把别人休闲或陪伴家人的时间用来学习。除非,你自甘平庸。

所谓“好工作”,我觉得首先是要有足够开放性。能够让人拥有更广阔的视野,和更多更高层次的人互动、交流,提高水平,扩大格局。第二是要有更大的发展空间。能够让自己的水平、能力得到更大程度的发挥,既能实现自身价值,也能为社会创造价值。第三是基本的职业尊严感和荣誉感。只有这样,自己的内心才会踏实,才会有更大的奋斗动力。第四是适度的工作弹性和宽度。这是一个快速变化的时代,注定会有很多职业会消亡或没落,有些是我们可以预见的,有些则无法预见。保持一定程度跨界的可能和自由,你就会有选择的自由。

和60后、70后相比,80后、90后最大的幸福,不是生活水平的提高和物质条件的丰富,而是拥有了选择职业的机会和自由。但光有选择的权利还是远远不够的,你还必须拥有选择的能力。每一个成功的人,都要把选择的主动权把握在自己的手里。

图说企业登记之六

## 小区附近办市场 登记工作咋开展



“青香园小区”是一个大型居民小区,由于配套设施不齐全,小区周边不仅是每天早晚流动小摊贩多,而且摊贩对生活环境造成了污染,居民怨声载道。这让小区物业经理老王犯了难,为此,老王专门召集了一次会议,大家七嘴八舌,最后,房管部的小李说了一句:“要不我们干脆自己办个市场吧!”这让老王眼前一亮:“对呀,办市场,既能满足小区居民的日常需要,又有利于小区管理,一举两得,何乐而不为?”

说干就干,老王和小李开始合计,开办市场,先得弄明白工商登记该咋办。

开办市场,等同于开办企业,先需要到工商机关办理营业执照

1. 取得许可:

现在城市管理部门对开办市场限制很严,但如果是为了满足居民实际需求的前提下,可以开办社区菜市场。

2. 登记准备:

经营场所:市场的经营场所要办好房产证,不能是居民住宅。

组织形式:开办市场只能选择企业法人的形式,一般都是选择有限公司的形式来设立。

经营范围:因为只承办市场,所以这个公司叫做市场专营企业。

确定股东:可以以物业公司作为股东出资。

想好名称:提交申请时和今后营业执照备用。



市场登记的特殊性:

1. 在办理名称预先核准之前,先到辖区登记机关,提出开办市场的意向申请。首次申请时需携带经营场所的房产证,还需提交一份新设市场意向书,接受初审。

2. 将拟办理市场所在的地址、面积、股东情况、注册资本、名称和经营范围的具体意向填好后打印出来,同房产证复印件,提交给市场登记人员,意向申报就算完成。



工商部门审查材料:

意向书中申请的事项是否符合政府要求,工商局会安排专人实地考察,如果符合条件,工商登记部门会及时反馈,并将下一步的办理意见告诉申请者。

至此,就可按一般公司设立的程序进行网上名称预先核准申报了。



核准申报:

1. 名称中一定要体现出“市场”字样;名称通过以后,就可以从网上申请设立登记了。

2. 申请经营范围时,应当体现承办某市场,对于市场内可以经营的商品,也要体现在执照上。



网上申报:

将初审通过的文件打印下来,并由股东盖章、签字,准备好全部登记文件后网上进行预约,按预约时间提交登记材料。



申请受理:

递交了登记申请材料后,经受理人员审查认为材料齐全、符合法定形式,将很快发放受理通知书,之后等待市场监管科实地审查市场情况。此时,消防手续需齐备。实际情况核实完毕后,将通知申请者领照时间。一般情况下,这个手续不会超过一个月。



北京海淀工商专栏

王利博制图

微观察

## 食企遭遇微信谣传根在利益诱惑

石岩

北京通州张女士自从在微信中看到蔬菜百分之百致癌的消息后,之后几个月内她就与这道平日最爱的家常菜绝缘了。直到前几天要和家人普及相关的致癌“知识”时,她才发现这条“权威”的消息被腾讯一个红色的“谣言”官戳打回了“原型”。

在网络信息技术和新媒体大步发展的今天,与之相伴的网络谣言也在不断滋生,特别是自媒体时代,谣言经过朋友圈的转发,传播速度呈现几何级式的增长。

“微营销”微信谣传利益链中,

造谣者通过制造骇人听闻或者足以引起公众注意的微信谣言,借助公众因关心健康而随手一转的心态,通过传谣攒粉,然后再以“微营销”的方式攫取广告费。新媒体传粉的方式可以直击消费者的痛点,借助被篡改的时间、地点、消息源以及并无事实根据的内容,打造与受众的接近性,利用健康防范的心理俘获注意力。

显然,这些依靠健康警示、提醒等吸引读者阅读并转发的信息最有助于涨粉,这也是食品企业多在“传谣利益链”上受害的重要原因。

而疯狂的谣言传播背后,是利益的驱动。这也恰恰是微信公众号

成为“传谣利益链”的前提所在。

微信公众号广告投放价格一般是150至300元/1万粉丝左右。对广大中小企业来说,微信公众号所创造的“微营销”模式无疑性价比更高。由此,无论是广告投入的精准性还是性价比上,微信公众号所进行的营销都似乎更具优势。

与这些唾手可得利益相比,“传谣攒粉”不但违法成本低,而且非常不容易被对手抓到,因为网络举证相对困难,这时候企业往往就需要收集更多的证据。即便如此,这些数据能否作为归责理由仍然缺少具体法律支撑。加上在赔偿方面,到底是按照企业受损来计算,还是按

照造谣者的利益所得来计算,中间仍然有很多的争议。即使按照企业受损计算,由于互联网传播地域的不确定性,企业哪一部分的损失可以归因于谣言传播仍然难以确定。

对于受损企业来说,要打破传谣利益链,除了不得已的诉讼和危机公关之后,很多企业寄希望于法律或者行政层,但法律和行政的规制一定是滞后的,而且其威慑性和利益权衡仍有不确定性。

目前国内食企缺少有效而权威的认证,恰恰是每每遭遇食品安全风波的重要原因。推进我国关于食品安全认证的严格标准,将会从根本上肃清食品安全方面的谣言。