

“钢铁侠”变身全能“家政妇”

武钢集团华丽转身
给国企突围提供多重样本



■制图/王珏

钢铁侠手捧咖啡，飘然而至，放下杯子，正欲腾空而去，“喂，你的咖啡。”“不，是你的咖啡。”小罗伯特·唐尼回眸一笑，恍然化为日剧《家政妇三田》中的松岛菜菜子。

以上纯属记者杜撰。不过作为一家特大型钢铁企业，武钢股份这位现实中的“钢铁侠”却正打算成为一位“订快餐、做家政、介绍保姆……”的全能型“家政妇”。这种变身的巨大差异，堪比姚明与郭敬明的身高。

为何武钢不专心炼钢铁，却“花心”送外卖？这种转变的背后，是否折射出传统大型国企在经济周期轮回中的蜕变之路？

武钢转型城市服务商

近日，一家名为“招之即来”的城市服务中心在武钢悄然开业。这意味着在武钢的多项非钢主业中，后勤集团也开始“出海”，自谋生路，尝试向城市服务业拓展。

不过武钢的变身早从今年3月份就已经开始。3月2日，武汉钢铁公司总经理邓崎琳公开承认，要生产高品质的有机农副产品，争取年内生猪出栏。

从曾饱受争议的养猪，到如今的做“家政妇”，武钢大力开拓的相关产业似乎跟主业很脱节。不过这种脱节，却为武钢带来不菲收益。通过大力拓展非钢产业，2011年，武钢非钢产业的营业收入达600亿元，利润达20.8亿元，占到整个集团利润的60%左右。

据从已经开业运营的武钢服务中心获悉，除送餐外，目前武钢服务中心已启动的服务还有会议摆花、家具定制、飞机票预订、艺术培训、管道疏通等项目。武钢希望做到的是：做一个城

市服务商。

武钢和猪有什么关系

一家特大型钢铁企业，又当“猪倌”，又做“家政妇”，这是为何？

武钢的这种转型也是迫于行业的严峻形势。今年一季度，钢铁业出现新世纪以来的首次全行业性质亏损。业内人士指出，从曾经的暴利到当前的亏损，钢铁业由盛入衰仅经历非常短暂的时间，“在钢铁行业欣欣向荣的时候，没人会在意自己身上的包袱。”

作为一家传统大型国企，武钢具有国企典型的弊病：人员包袱沉重。目前武钢职工约有7、8万人，而真正从事与钢铁业有关的从业人员却仅有可怜的1、2万人，其他6、7万员工均分布在公司其他近10个非钢产业中。“以往，在钢铁业一片红火的景象中，非钢业务还可以得到大量补贴，但如今主业已经溃不成军，非钢业务必须另辟蹊径才能免于覆灭。”

对此，武钢的尝试是，用市场化的方式来养活大批的非钢产业企业员工。“我们旗下的交通运输公司，已做出了成绩。”武钢对外宣传办公室主任孙劲介绍，“以前每年要给他们补贴1700多万元，但被‘承包’第二年，公司就开始盈利，2011年盈利200多万元。”

上述业内人士认为，武钢股份通过多元化经营，以非钢业务应对行业低迷，是一种不错的自救方式，“这就好比在敌军的重重包围之下，分兵突围。通过市场化的手段，将原来的包袱变成了一个利润来源点，可谓武钢为所有传统大型国企做出的一个表率。” ■记者 李庆钢

华菱钢铁酝酿多元化

连线湘企

“华菱集团也有多元化经营的打算，我们正在研究怎样做。”华菱钢铁董秘阳向宏表示。不过他对于华菱钢铁准备如何展开多元化经营未作说明，仅仅表示，“各家企业选择多元化的路径有差异。”

一位钢企人士指出，相比武钢，

华菱钢铁的体量要小得多，“武钢连职工带家属有20万人，华菱只不过4万人，比武钢的包袱轻很多。”他认为，武钢在目前的多元化，很大程度上是他们自己的第三产业要转型，“华菱钢铁的多元化肯定有别于武钢。”

分兵突围

记者手记

当年在国民党军队的重重围剿之下，中央红军采取分兵突围的策略，分成数支部队，经过浴血奋战，终于跳出敌人包围圈，这才有了后来令人荡气回肠的抗日战争、解放战争。

纵观中国企业发展史，企业办社会的问题始终没有得到妥善解决。为了解决这个问题，在实施经济体制改革以来，许多国有企业均采取了不同的形式改造计划体制下的组织形式，其中包括在国有企业内部兴办由国有企业所有的集体企业，即通常所称的“三产”。

“三产”的弊病丛生，不必赘述，其中最大的问题，就是对企业的发展形成巨大拖累。在经济形势良好的情况下，“三产”的问题犹如隐藏在水下的暗礁。可一旦经济退潮，暗礁

露出水面，就会让国企这艘大船触礁，轻则搁浅，重则沉没。

要想摆脱“三产”这个沉重的包袱，必须分兵突围，否则只会全军覆没。分兵突围的方法，当然是以市场化手段来剥离“三产”。

武钢从“钢铁侠”变身“家政妇”，正是这种分兵突围的绝佳诠释。通过市场化方式，武钢将曾经拖累自己的“三产”变成了一支突围的奇兵，不但摆脱了负担，还为主力部队提供了巨大的支持。

可见唯有分兵突围，才能出奇制胜。特别是在经济周期的轮回对企业形成巨大压力之时，借助市场化的分兵突围，才能从根本上解决这个困扰、桎梏大型国企的“三产”问题。

■记者 李庆钢

汇市周评 峰会收获意外 市场步步为营

美元指数：因欧盟峰会意外利好，提振风险情绪，上周五美指较开盘82.70直降1.33%至81.60，之后非美涨势稍歇，美指逐步回调，7月4日适逢美国独立日假期，交投清淡。技术上看，6月以来多次触及均未有效突破的两年高位88.70斐线61.8%位置82.60存在较强阻力。

欧元：周三公布的德国PMI服务业指数跌破50分水岭，德国火车头的颓势令投资者更加看空欧元。短期内关注周四举行的欧洲

央行利率会议，市场普遍预计会降息25个基点，一旦实现，可能短期内压低欧元。预计中期欧元仍以1.25上下区间波动为主。

澳元：本周澳元走势较为抢眼，目前已涨至年内高位1.0842斐线38.2%的1.0289位置，料将存在一定阻力。周五公布的美国非农就业指数将影响非美货币的走势，若澳元有效突破当前阻力，短期内有可能突破布林带上轨阻力1.0337。

黄金：黄金本周也走出一波上涨行情，最

高涨至162470的近三周高位。基本面方面，美联储QE3的相关预期对金价走势颇为重要。技术上看，1618位置短期内具备一定的阻力。

以上仅为个人观点，不代表所在机构。汇市有风险，投资须谨慎。

中行外汇黄金交易免费资讯群：可发短信至15274909369申请，收到系统信息后直接回复“Y”给系统信息，即可加入（仅限移动用户）

■中国银行湖南省分行外汇交易员 罗宇锋

外币	钞买价	外币	钞买价
港币	81.14	日元	7.6986
英镑	955.67	欧元	767.11
美元	629.15	加元	605.63
瑞郎	638.54	澳元	630.38


外汇牌价由中国银行湖南省分行友情提供
 咨询电话：0731-82580629
 中国银行网上银行提供个人结售汇业务

经济信息

共享七大商业资源平台“三免”政策受厂商青睐

苏宁易购 逾八成品牌确定入驻

7月5日，苏宁易购在南京举行“开放平台战略发布暨2012供应商大会”，上千家供应商和近百家媒体出席了这次大会。

三大特征诠释苏宁易购开放平台

苏宁易购的开放平台有三大特征：第一，信息平台、物流平台、资金平台等苏宁各大平台资源向合作伙伴全面开放；第二，

全品类共建，实物商品、虚拟商品和内容商品都纳入开放招商；第三，全网络共享，入驻商家全面共享苏宁旗下的购物中心、网上商城和售后网点，实现深度合作。

整合七大商业资源平台全面共享

首先，入驻苏宁易购开放平台的供应商，将共享“苏宁”这一商业品牌价值。

其次，供应商还将共享苏宁易购持续的品牌市场推广的成果。

第三，供应商可以共享苏宁易购海量优质客户资源与庞大的网络流量。

第四，供应商将会共享苏宁强大的ERP信息系统后台。

第五，供应商可以共享苏宁易付宝这一自有的第三方支付工具。

第六，供应商将会共享苏宁覆盖全国的物流服务网络。目前苏宁易购依托苏宁全国1800家门店和4000家售后网点的自提

配送网络支撑，实现了对全国三四级市场的有效覆盖。

第七，供应商将会共享苏宁自营售后服务网络。

“三免政策”吸引80%参会厂商入驻平台

苏宁易购顺势呼应国家对零售行业的相关要求，回归零售本质，创造性提出了“三免”政策，即“免年费、免平台使用费、免保证金”。

参加大会的供应商中有80%与苏宁易购现场签约或是达成了合作意向。