

人员工资涨3成,一车1天多掏20元油钱,资金链紧张 本土民营快递遭遇“生死劫”

星级记者 宛月琴

傍晚时分,省城青弋江路。顺丰快递的一处营业部门前,停满了一排排前来取件的统一标识的车,每天这里都显得格外繁忙。

“今年以来,人员工资、油费都大幅上涨,而一遇到各种节庆网店促销,快递企业压力就更大”,省城一位快递企业负责人昨日在接受记者采访时表示。而来自省快递行业协会的数据显示,全省现有214家快递企业,其中大多数是全国范围内快递企业在安徽的直营或加盟机构,不光“土生土长”的民营快递正在萎缩,就连那些落地安徽的“快递大腕”日子也不太好过。

“路上成本”涨幅超过3成

对于快递企业来说,最大的成本来自“路上”。昨日,合肥申通快递负责人吴大元告诉记者,人和油,是快递企业最纠结的事。今年以来,人员工资已经从1500元/月涨到了1800~2000元,即便这样,人员还不稳定,流动性较大。而油费的不断上涨更给快递企业带来不小压力。他给记者算了一笔账,他们公司自有车辆每天每辆汽车原先只需要30元的油费,现在

则需要40~50元/天;出市、出省的大车更不合算,除了油费,还有各种各样的过路、过桥费。

“整体来看,今年以来路上的成本至少涨了3成”,吴大元介绍。而省城另一位快递行业人士也称,“我们快递业就是个车轮上的行业,业务做得越好,范围越广,但关键的人员工资和油费上涨,可想而知,对快递企业影响有多大。”

资金链也开始“嗷嗷待哺”

“其实,快递企业是一个资金需求很大的行业,这样才能建立好相对完备的渠道。”昨日,省城一位快递业内人士坦言,现在包括他们自己在内,不少快递企业都很“缺钱”。

而实际上,来自省快递行业协会的数

据显示,在全省现有214家快递企业中,大多数是全国性快递企业的分支机构,本土企业并不多。记者也注意到,随着曾在合肥小有名气的同城快递、石头快递关门调整,燕子、八零快递“销声匿迹”,安徽本土快递企业已经成为“稀罕物”。而它们消

失的背后,资金链断裂是重要原因。

“安徽本土同城快递企业如果没有省城甚至更大市场和网络的支撑,很难生存下去。”星辰急便安徽分公司总经理刘林这样认为。而开拓这些市场和渠道,最需要的就是充足的资金链。

本土快递企业要破“家族式”

成本压力、资金困境,对于快递企业来说如何突围?不少业内人士都表示,一味涨价并不能解决所有问题,而且对于企业来说,涨价也会承受一定的市场压力。

申通快递已经想在股市上先行一步。日前,申通快递董事长陈德军透露,

申通今年收入有望达到100亿元,公司正在做上市项目的准备工作。

快递咨询网首席顾问徐勇对记者说:“快递行业具有显著的规模经济特征,上市融资可以为其解决购买飞机、网络布局、自动化分点系统和信息化等资

金压力。”

不光如此,省快递协会秘书长袁应前在接受记者采访时也表示,目前,安徽本土快递公司大多是加盟式、家族式的企业,管理水平、服务意识、网络建设等都有待提高,以适应未来发展。

白糖提价增加新人“甜蜜负担”

星报讯(记者 王玮伟)“前两天去选购喜糖,发现市场上的糖果都涨价了,虽然整体上算不多,但也不算增加了些负担。”婚期定在国庆节的省城市民苏小姐表示。

苏小姐告诉记者,她发现现在巧克力价格涨了不少,如散装好时巧克力每公斤110元,散装德芙巧克力每公斤124元。而前段时间德芙巧克力每公斤的价格只要110元。她算了一笔账,以德芙巧克力为

例,如果按照20公斤采购的话,调整前只需要支付2200元,而上涨后就必须支付2480元,这之间相差了280元。最终她还是选择相对便宜的网购。

昨日,在长江中路一家专门批发喜糖的商店内,记者发现,店内散装德芙巧克力每公斤120元,散装好时巧克力每公斤110元,一般普通的糖果价格每公斤在50至70元之间。该店的导购员也告诉记

者,随着结婚潮到来,除了德芙与好时两种品牌已经调价外,其他品牌的散装糖果和巧克力基本都小幅上涨。

金寨路北京华联超市糖果专柜的导购员告诉记者,基本上所有的糖果都调价了,如雅客散装巧克力现在价格为每公斤71.6元,而前段时间才68元左右。“厂家统一调价的,最主要的是原材料白糖价格一直在涨,人工成本、运输成本也在上涨。”

蓝鼎·星河府开盘华章暨客户答谢盛典圆满举行

9月17日,由蓝鼎投资集团扛鼎巨制的世界级园境栖居地“蓝鼎·星河府”,93-190平米“公园首府”,开盘华章暨客户答谢盛典荣耀举行。CBD国际化区位、70公里南淝河浩瀚河景、12万平米宫廷园林悦景大宅,令蓝鼎·星河府成为合肥楼盘焦点

历尽非凡,红动合肥

蓝鼎·星河府此次共推出3号、4号、5号、6号、12号楼93-190平米共计726套房源。其中100-150平米产品最受欢迎,虽然每平米8800的均价不菲,楼王均价更是突破10000元/平米,但当天还是热销了160余套,缔造了逆市合肥大宅销售传奇。

9:18,“红动合肥——蓝鼎·星河府开盘华章暨客户答谢盛典”活动正式拉开序幕。主持人介绍当天莅临开盘活动现场的

有:蓝鼎投资集团总裁金成发先生,蓝鼎投资集团副总裁周倩女士,蓝鼎·星河府项目总经理翟晓松先生等领导,并邀请了蓝鼎投资集团总裁金成发先生致辞。他表示,蓝鼎·星河府一定会以卓越的品质回馈广大业主的选择。

卓越品质,当红不让

蓝鼎·星河府,礼聘世界园林设计巨擘SED新西林,萃取皇家宫殿典范凡尔赛宫园林技法,躬心营造12万m²新古典宫廷园林,其整体面积相当于2个和平广场,让万国之园的凡尔赛宫皇室风范在合肥得以复兴。外享南淝河星河公园,内拥繁花似锦的私密庭院,犹如巨大的天然氧吧,时刻为健康提供大量负氧离子,城市之中独辟一处私家花园。

在户型设计上,户户设置有空中花园、超大阳台、设备平台等半室内半室外空间,而且客厅、卧室、花园、卫浴各空间尺度舒展,前后环回有大尺度的内部园林。对于空间的利用方面亦有全新看点,方正的全南向的户型将得房率做到极致,几乎没有空间浪费;更有两梯两户、四房两厅的中央楼王,270度无敌景观视野,赠送南北双阳台、空中花园、入户花园等。

很多选择蓝鼎·星河府的客户表示是综合了很多方面来考虑,不仅是价格符合预期,而且考虑到景观、户型、性价比、舒适性,以及将来的前景。他们认为,等到房子交付、装修完成,铜陵路高架桥、地铁1号线也就开通了,到时候肯定会升值。

品牌口碑,彰显魅力



澳优奶粉 娶个“洋媳妇” 就成洋品牌了?

记者 董艳芬

一直以来以“进口奶粉”形象示人的澳优2009年在香港联交所上市,广泛公开资料后遭遇了“姓中还是姓洋”的质疑,原因是,其注册公司竟是湖南的一家贴牌商。

现状:澳优姓“中”姓“洋”受质疑

2003年9月,澳优乳品(湖南)有限公司成立。据媒体报道,澳优奶粉从一开始就打“进口牌”的推广策略。

9月19日上午,记者来到合肥经开区一家婴幼儿用品店,一位姓袁的负责人告诉记者,澳优属进口奶粉“身份”,其中“能力强”为原装进口;A选、优选分装系列为奶源100%进口,国内分装。国内外不同的包装价格相差百元,售价从160-370元/罐不等,不过店内没有存货。当记者就澳优乳品的成立公司在湖南一事对澳优身份表示质疑时,该负责人表示并不知情。

澳优方面负责人曾向媒体强调,“澳优奶粉”为中国品牌,该公司从未回避这一事实。今年7月,澳优发布公告称,已出资1600万欧元完成收购荷兰海普诺凯乳业集团51%的股份,并通过海普诺凯完成荷兰另一家百年乳企的并购。通过这次并购,澳优在国外有了自己的生产线。

专家:国产奶粉品牌要重拾信心

娶个“洋媳妇”,不代表就姓“洋”了。合肥工业大学管理学院教授张鑫在接受记者采访时表示,澳优乳品的注册地在湖南,其“身份”理应属国产品牌,而导致企业抢贴“洋标签”行为,最主要的原因是消费者对于国产奶粉品牌的不信任。

张鑫表示,三聚氰胺事件后,企业信誉的重塑并非易事,本土乳企要有“归零”的心态,从重拾消费者信心做起,提升国内乳品行业的整体形象。而乳品产业国际化是提高产品质量、提升产品形象的必由之路。



从2006年蓝鼎投资集团成立至今,入皖六年,南征北战,从滨湖新区观湖苑、滨湖假日、棠溪人家的星星之火,到合肥包河区星河府、高新区海棠湾、经开区新世纪中心的百花齐放,再到长丰水湖新城、潜山中央城、无为中央城,渐成燎原之势。六年间,蓝鼎跨越式地成长为安徽最优秀、最成熟、最稳定的地产品牌之一,同时也跻身中国房地产百强名企,向一线房企的目标踏步迈进。