

“康谷金泰隆”倡导“生态产品 健康人生”消费新理念——访安徽省十大社会责任感企业家 安徽康谷金泰隆生态农业发展有限公司董事长任绪堂

■ 宗毅 姚光琼

随着社会高度文明和进步的不断深入和经济收入的不断提高,越来越多的人,不再只追求物质的享受,更多的人把健康提升至首位。大家有一个共识就是“失去健康就失去了一切”,“今天不养生,明天养医生”等观念已经开始被大众所接受,普通人群的健康养生和保健意识,达到了一个前所未有的高度。康谷金泰隆正是瞄准这一市场的巨大潜力,在国内率先提出“生态产品,增值消费、健康人生”的全新经营理念,为广大消费者奉献“绿色、天然、有机、无污染”的大别山生态、有机、绿色产品,真正把“吃出健康”提升到战略的高度。

桑梓情怀:淬就任绪堂在茶油、石斛领域始终领军行业

十年磨一剑。康谷金泰隆的前身是六安金泰隆农业科技有限公司,它地处大别山革命圣地金寨县。这里得天时、地利、人和,有着10年军旅生涯和10年地方企业管理经验的,大别山之子任绪堂,他是一个农民的孩子,与土地有着深厚的感情。凭借着多年的企业管理经验直觉告诉他,商机就在身边。2001年,他知道,全国上下人们已由温饱型向健康型转变,全国人民对天然、绿色、无公害食品的追求已成时尚,健康食品消费已成趋势,巨大的天然食品消费市场逐渐形成。面对机遇,他审时度势,通过一年多的筹备,在金寨县政府的直接关心下,成立了一家集科、农、工、贸于一体的综合型现代农业产业化龙头企业。首先,该公司确立了以油茶、石斛两大品种的种植、生产、加工为主导产业。在技术上,他们采取请进来,走出去的方式,与多家科研院所合作,走访学习多家企业。在市场上,组建了营销队伍,主攻江、浙、沪。从此,任绪堂和大家一起,一头扎进大山,潜入市场,摸爬滚打十几年,建立了油茶、石斛基地三万亩,建设加工厂16000多平米,发展市场各级代理300多家。呈现出市场欣欣向荣,加工厂机声隆隆,种植基地人欢马叫的繁忙景象,公司真正成为了大别山地区的企业龙头,群众的财富靠山。十多年来,公司在革命老区金寨县解决了200多人的就业,使100多户贫困家庭,摆脱了贫困。康谷金泰隆公司先后获得“安徽省农业产业化龙头企业”、“安徽省最佳



品牌企业”、任绪堂也先后获得“安徽省六安市年度经济人物”、“安徽省十大社会责任感企业家”等荣誉称号!

分享经济:任绪堂提出一次消费,N次分享、增值消费

随着互联网的发展强势来袭,传统专营店的营销模式,已成明日黄花,康谷金泰隆也不例外,好景不长,康谷金泰隆的市场受到了电子商务、互联网的强力冲击,市场业绩每况愈下。在此紧要关头,为了满足现代人的健康消费需求,该公司顺应消费市场发展趋势,公司一班人,经过三年的探索和实践,借助互联网+,实现传统农业向电商平台、资本运作转型,在全国率先创立“增值消费、健康人生”的消费大平台,成功地探索出了一条“分享经

济、增值消费、三方共赢”的创新型商业模式。此模式的精髓是:广大消费者得实惠,一次消费,N次分享;合作者(平台的建设者)在发展市场的同时,完成了体验消费与推广的结合,从中获得N次收入;让消费者在享用有机优质产品的同时,通过分享方式传播健康好产品,还可以享受到利润分成,真正实现消费时代向消费投资合作创业时代的转变。把消费者转变为利益共同体的消费合作商;持续服务亿万消费者和消费家庭;持续为消费者省钱、赚钱,创造价值、分享价值。

创新模式:互联网+平台成就康谷金泰隆健康体验馆千城万店

康谷金泰隆模式是融合了当前最前沿的大健康、众筹、股权、互联网、物联网、金融和

资本等产业趋势和思维的一种全新的商业运营模式,具有与时俱进,创新整合的特点,具有强劲市场推动力,自2017年5月专营店招商政策出台以来,在市场上受到广大门店店主的欢迎与推崇。2017年6月26日,康谷金泰隆健康生活馆1号店在合肥落地开业了,这标志着公司“千城万店”的战斗号角已经吹响,在公司管理团队和市场推广人员的共同努力下,各地专卖店如雨后春笋般迅速推广开来,从第一家店帮助找店面、装修、摆放货架与产品、办开业酒会到2017年5月底200家专卖店落地,康谷金泰隆公司在任董的带领下,克服了高温、货物采购与配送、专柜收银系统与后台结算管理系统完善、市场服务、专卖店技能培训等等一个困难,创新的商业模式给消费者带来了惊喜,同时也得到众多合作者的认同,项目自2016年6月试运行以来,短短一年时间,合作加盟商就达300多家。

康谷金泰隆在专营店建设的基础上,还开展“增值旅游、增值保险、股权推广”等项目建设,增值消费模式通过“动态资源整合,资本运作”,实现消费商得实惠、合作者得利益、公司得到发展壮大三方共赢。2017年7月该公司将正式启动万商联盟,从而为康谷金泰隆健康体验馆专营实体店插上了腾飞的翅膀。

2016年12月康谷金泰隆在深圳前海股权交易中心新四板成功挂牌上市(挂牌代码:366052),标志着康谷金泰隆正式进入资本市场。在未来的发展中,公司将本着务求创新的精神,立足产业,着眼市场,服务消费大众,平等合作,共建平台,整合资源,走资本运营之路。任绪堂董事长在接受本报记者独家专访时很自信地对记者说:“2017年是康谷金泰隆腾飞之年,计划全国完成专营店1000家;整合供应厂家3家;实现销售收入5个亿;康谷易联、万商联盟正式运营;启动新三板上市程序;力保100个专营店年收入超百万;完成精准扶贫脱贫50户。2018年是圆梦之年,全国完成专营店3000家;整合供应厂家5家;实现销售收入15个亿;通过借壳或买壳的方式,进行捆绑式联合,进入主板上市程序;力保300个专营店年收入超百万;完成精准扶贫100户。2019年成功之年,全国完成商家联盟上万家;实现销售收入50个亿;捆绑式上市主板。总之,三年内完成“千城万店、万商联盟、千百十”工程,为广大群众服务、为消费者服务、为社会做贡献。”

专家建议规范大股东通过员工持股计划减持

5月27日,证监会发布《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》,新规在保持现行持股锁定期、减持数量比例规范等相关制度规则不变的基础上,专门重点针对突出问题,对现行减持制度做进一步完善,有效规范股东减持股份行为,避免集中、大幅、无序减持扰乱二级市场秩序、冲击投资者信心。其中员工持股计划作为一种合规的“减持”通道,引起市场关注。

华安证券首席宏观分析师徐阳在接受记者采访时表示,企业通过员工持股计划实现大股东减持的目的,本身有利于提振市场情绪。在目前很多公司股价处于低位的背景下,员工通过持股计划未来可以获得较高的投资收益,另一方面,通过合规“减持”,员工持股计划也是在保护中小投资者的合法权益,有利于减少市场波动,维护市场稳定,恢复市场信心。

徐阳表示,员工持股计划直接利好本公司股价。公司可以通过员工持股计划向市场传递出公司对其未来业绩的信心,提振公司股价;第二,通过员工持股计划将员工与公司促成命运共同体,能有效激励员工提高工作效率;第三,大股东通过员工持股计划可以实现更安全且经济的减持。在当前市场背景下,如果采取大宗交易的方式实现大股东减持可能需要给予受让方一定的价格折扣。

浙江理工大学金融系副主任钱一鹤在接受记者采访时表示,从员工持股计划本身看,不能当做“炒股”,需要长期持有,要有吸引力还需要把业绩提高上去。但员工持股计划在国内还有很长的路要走,从对企业发展来看,员工持股计划是一个期权,员工越努力工作,企业价值越大,收益越高,但对一般员工来说这个“蛋糕”太遥远,落实机制是个大问题。

至于如何规范员工持股计划,钱一鹤表示,各企业都有自己的企业文化,不能一刀切,重点只在防范欺詐。

徐阳告诉记者,首先,员工参与持股计划资金来源要规范;其次,由于员工持股计划仍面临着股价下跌的风险,需要完善公司员工持股计划保障机制,如对于大股东及高管人员最低持股比例限制、相应缩短普通员工锁定期等;最后,针对员工减持可以附加相应的期权计划来对冲普通员工面临的投资风险。

(苏诗钰)

伊力特召开管理现场观摩交流会

6月5日,在新疆伊力特公司副总经理刘新宇、陈双英、总工程师李强带领下,伊力特实业股份有限公司酿酒一、二、三、四厂的厂长、副厂长、技术员与公司生产设备部、技术中心、质量部的领导等20多人在各酿酒厂观摩学习。

在伊力特实业股份有限公司酒一厂参观时,领导们走进包装车间发现,生产现场整洁明亮,设备闪亮无尘,保持原色,员工着装整齐利索,工装器具摆放整齐有序,参观人员细致观看了包装流水线上产品,询问设备运行情况,包材质量等等,包装动作娴熟有条不紊地包装着产品,不时回答着参观人员的各种提问,忙而不乱,各司其职。

在酿酒工房,参观人员细致入微地观看了分层出槽、机器配料、质量摘酒、窖池养护等工序,还和酿酒班组员工进行了互动,沟



问糟醅发酵情况,各等级品酒理化指标,出入池温度和水分;走进员工休息室,参观人员发现了其中的亮点,普通简单的休息室里

养了几盆花,姹紫嫣红,娇艳夺目,让人感到身心愉悦,公司当即领导要求,把这种作法在全公司推广实施。(李俊)

战略深度融合 飞利浦牵手京东创共赢新业态

日前,中国最大的家电零售商京东集团与健康科技领域领导品牌飞利浦,在北京京东总部举行了战略合作备忘录签约仪式,旨在全面深化双方在全渠道拓展、大数据分析、供应链协作、产品创新升级等多领域的战略合作,共同探索、建立有序共享、健康发展的业务模式和行业生态。

京东集团副总裁兼京东商城家电事业部总裁闫小兵先生在致辞中说道:“飞利浦见证了京东家电不断提升经营效率,从当初的边缘渠道成长为中国最大的家电零售渠道的过程,飞利浦在京东也实现了30倍的增长。未来我们要进一步发挥双方作为行业领导品牌在技术、产品、渠道、物流和大数据上的优势,强强联手,精诚协作,引领家电行业向着智能化、高端化和个性化方向发展。”

在消费升级的大背景下,消费者对健康、智能、高端家电产品的需求愈加强烈。顺应此趋势,京东家电致力于整合平台优势、推动家电消费升级,对入驻品牌在产品品质、技术价值等方面提出了严格的准入标准。飞利浦作为健康科技领域领头羊,其主张的以创新科技打造智能家电、为用户提供品质生活的宗旨与京东家电不谋而合。

自2010年展开自营合作以来,双方在产品、市场、销售、服务等各方面始终保持着多层次的深入沟通。目前飞利浦包括电动须

刀,电动牙刷,空气净化器等多个品类在京东占比第一,京东已经成为飞利浦向全国乃至全球展现最新科技、发布最新产品的重要舞台。2016年,飞利浦有超过30款最新科技产品在京东首发上市成功,得到了消费者的一致好评。得益于京东先进的商业模式和远高于同行的经营效率,从2010年到2016年年底的6年间,飞利浦在京东的销售额实现了30倍的高速增长。随着本次合作的签订和后续的全面深入,双方将继续突破,未来三年实现200亿的销售目标。

飞利浦大中华区健康生活事业群总裁钟鸣先生表示:“京东作为中国最大的自营式电商企业,是消费者非常信赖的一站式服务平台,其在大数据领域的优势与庞大的用户群体能够帮助飞利浦更深入地洞悉消费者习惯,进而能提供给消费者及其家庭成员更好的健康科技解决方案。”

京东家电作为家电零售第一渠道,在商业模式上拥有先天的电商优势和流量红利,两大巨头的合作不仅为飞利浦赢得了销量的增长,口碑的积累,京东大数据也让双方即时获取市场反馈,精准定位消费者需求成为现实。

本次战略合作,双方在多个领域达成共识:第一,探索渠道创新模式。双方将共同试点O2O全渠道合作模式,探讨线下飞利浦实体店产品体验和线上京东商城购物相融

合的全新商业模式;第二,整合供应链,提高效率。双方将在干线物流、支线物流、大数据合作方面深度合作,优化供应链合作,实现更加快捷、更具效率的服务方案;第三,利用技术优势促进产品升级。双方将利用各自多年的数据积累和技术优势联合在智能家居方面深度挖掘消费者需求,拓展一条新的产品创新升级之路,更好地服务消费者的需求;第四,深入合作,开拓市场。一方面,飞利浦积极参与“京东帮服务店”和“京东家电专卖”项目,与京东共同开拓4-6级农村市场。同时,通过利用各自的品牌优势,加强战略合作,在全球范围内共同拓展市场,让不同市场的消费者都能够享受到京东的优质服务和飞利浦的创新科技产品。

京东家电与飞利浦将发挥各自优势,进一步探索合作新模式,优化产业链,缔造良性循环的新业态,最终实现合作共赢的战略目标。

在今年的“618全民年中购物节”中,京东家电已做足准备,将于6月9日联合飞利浦推出一场“飞利浦王牌代言”品牌促销盛宴,引爆618。届时,众多消费者耳熟能详的明星单品都会参与大力度的促销活动,配合极具竞争力的优惠方案,让消费者以最实在的价格体验飞利浦的有意义的创新,尽享健康美好生活。

(中新网)

河南省明确党委政府及有关部门安全工作职责

为认真贯彻落实中央《意见》精神,明确和落实党委、政府安全生产责任,近日,河南省以省委办公厅、省政府办公厅名义印发了《党委政府及有关部门安全生产工作职责》。《职责》按照“党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责”和“三个必须”的总体要求,依据有关法律法规和部门“三定方案”,明确了各级党委、政府及有关部门安全生产工作职责。

《职责》对中央《意见》明确的地方各级党委、政府安全生产工作职责进行了进一步细化。各级党委要将安全生产工作纳入重要议事日程,党委常委会每半年至少听取1次安全生产工作汇报,研究部署安全生产工作,支持政府依法履行安全生产监管职责,严格安全生产履职绩效考核和失责责任追究。各级政府要加强对安全生产工作的领导,将安全生产工作纳入政府常务会议重要议事日程,充分发挥安全生产委员会作用,组织、督促各有关部门依法履行安全生产监督管理职责,落实安全生产目标管理责任制和行政责任追究制。

《职责》明确了军区、检察院的安全生产工作职责,省军区要组织指挥所属部队、民兵预备役部队参加生产安全事故救援。省检察院要依法介入生产安全事故调查处理工作,对涉嫌职务犯罪的案件,依法立案查处。

《职责》进一步明确了是党委、政府相关部门的安全生产工作职责。主要对纪委、组织部、宣传部、发展改革委、安全监管局等48个党委政府相关部门的安全生产工作职责进行了明确和细化。

《职责》对各级党委、政府及有关部门履行安全生产工作职责提出要求。明确各级党委、政府对本地安全生产工作负总责,党委、政府主要领导是安全生产工作的第一责任人,对安全生产工作负全面领导责任。各级党委、政府要将党政领导干部落实安全生产责任、加强安全生产工作情况作为干部选拔任用和表彰奖励的重要参考依据。各有关部门要按照职责分工,各司其职、各负其责、密切配合,形成推进安全生产工作的合力。

(本报记者 任二敏)

红豆集团深入开展“安全生产月”活动

6月1日,我国迎来第十六个“安全生产月”,按照国务院及省政府安全生产委员会部署,红豆集团于6月1日至30日在全集团范围内开展以“全面落实企业安全生产主体责任”为主题的“安全生产月”活动,全面推动今年安全生产各项工作落实,进一步强化责任意识,加强依法治安,落实“一岗双责”,提升全员安全素质,为红豆集团安全生产持续稳定发展奠定坚实基础。

在6月5日集团晨报会上,集团安保部副部长郭建强宣读了安全月活动方案,集团安保部专门下发通知对“安全生产月”活动进行安排部署,并成立了“安全生产月”活动领导小组,对全集团“安全生产月”活动进行总体安排部署,对各一级子公司、两级事业部、三级子企业的“安全生产月”活动进行指导、监督和服务。活动内容包括安全主题宣讲活动、安全生产警示教育活动、安全征文竞赛、安全隐患排查专项活动和应急演练活动等一系列活动。

安全月活动重在落实,力求实效。《安全月活动方案》明确,要加强组织领导,各公司应成立专门的活动组织机构,制定活动方案,保障经费投入,分解细化任务,层层落实责任,确保各项措施落实落细。各生产企业要切实将“安全生产月”活动与企业实际结合起来,深入到车间、班组、岗位,因地制宜策划好活动方案,从严从实从细组织好活动,努力使各项活动内容形成长效。“安全生产月”期间,各单位要充分利用各种媒体对活动情况进行宣传报道,要正面引导、积极发挥《红豆》报、集团官微、手机报、电视等新媒体作用,加强舆论监督,扩大宣传声势,形成更加有利于安全生产的良好氛围。同时,各公司要做好“安全生产月”活动信息报送工作。“安全生产月”活动期间,要及时反馈活动信息,推广和交流活动中好的做法、经验,并认真做好相关文字、照片、影音资料的收集整理工作,确保活动取得实效。

郭建强表示,企业是安全生产的责任主体,应当依法履行安全生产法定职责和义务。谋发展必须把安全放在首位,安全生产事关员工生命财产,事关企业发展稳定大局,事关企业的社会形象和声誉。重视安全生产,怎样强调都不为过。抓好安全生产,任何时候都不能疏忽。安全责任大于天,企业唯有对本单位安全生产和职业健康切实负起全部责任,建立起自我约束、持续改进的内生机制,在安全投入、基础管理、安全培训和应急救援等方面下足功夫,封堵漏洞死角,才会最大限度减少事故的发生。

(鸿轩)

