

北京苏宁易购4家门店推“双11” 携手百大品牌

11月3日,记者从苏宁易购获悉,11月11日至11月12日期间,北京苏宁易购慈云寺店、联想桥店、四季青店和刘家窑店将同步启动36小时不打烊服务。活动时间为11月11日早8点至11月12日晚8点。

据了解,此次活动将携手百大品牌,针对彩电、空调、冰洗、厨卫和中央集成五大品类产品进行全场7.8、9折的活动力度,北京苏宁易购相关负责人透露,此次活动仅对苏宁易购super会员开放,到店购物可以参与最高2%云钻返利、参加免费抽iPhone13等会员专属活动。除此之外,到店消费者可凭有效证件享受北京市最高13%的节能补贴。到场消费者可以同时参加以旧换新补贴,还可参加最高1500元的以旧换新补贴。

今年“双11”,从“电商大促”到双线融合趋势显著,苏宁易购联动线上平台、线下超1万家实体门店,双线落地“来电互动城”、潮店品牌日、新品日、“播动新生活”等5000场“超级活动”。

(王维伟)



强化网络营销推广 打造湖南美食品牌

11月2日,湖南省政府副秘书长陈献春主持召开2021“味道湖南”美食季活动筹备重点工作第四次协调会,专题研究“味道湖南”美食品牌网络营销推广活动,活动组委会成员单位有关负责同志参加会议。

会议对当前疫情防控形势进行了分析研判,对组织开展“味道湖南”美食品牌网络营销推广活动进行了研究部署。根据当前疫情防控工作需要,原定于11月举办的“味道湖南”竞星城活动调整为“味道湖南”美食品牌网络营销推广活动,于11月10日至12月9日依托网络平台举办。

会议认为,2021“味道湖南”美食季活动按照统一主题、统一名称、统一标识、统一内容和统一时限的标准和要求,各项主题活动进展顺利,已取得阶段性成效。当前,要根据常态化疫情防控的新形势,把“四名”网络投票评选与“五进”网络营销推广相结合,统筹整合各级网络营销推广资源,完善网络营销推广优惠促销措施,以老百姓喜闻乐见的方式,深入宣传推介“味道湖南”名菜、名店、名厨、名优食材,弘扬美食文化,传承美食经典,打造特色美食品牌。要始终把消费者的安全与健康放在第一位,全面落实疫情防控和食品安全各项措施,大力促进网上订餐、外卖送餐等网络消费,积极引导消费者有序进店消费,努力拓展消费市场。

会议指出,组委会秘书处要加强统筹协调,各成员单位要强化协作意识和团队精神,以倒计时的紧迫感,抓紧筹备湘菜产业创新发展论坛暨“味道湖南”美食季品牌发布和授牌仪式活动,加快推进筹备成立“味道湖南”美食品牌营销联盟,丰富完善“味道湖南”品牌营销网站,制订出台湘菜产业创新发展鼓励政策,举办“味道湖南”美食品牌展销会等系列活动筹备工作。

(葛磊)

齐心集团“大鹏战略”发布 数字化将成核心业务最强底座



■ 刘娥

当前,数字化、平台化成为办公用品行业的发展趋势。11月3日,深企齐心集团在30周年庆典上发布全新五年战略——“大鹏战略”:未来5年,齐心集团B2B业务将继续聚焦央企、金融等大客户市场,不断下沉客户群体,以业务数字化能力为底层支撑,强化B2B集采的核心竞争力。

本次发布会以“数智化,共生长”为主题,齐心集团与行业嘉宾、产业互联网专家、合作伙伴、海内外员工等齐聚一堂,围绕产业发展趋势、新战略发布、数字化转型等议题展开深入探讨。发布会通过齐心好视通云视频及十多家直播平台联合直播,线上累计超过262万人次见证了齐心集团的新战略发布及30周年庆典。

“大鹏”战略明确五年目标

在构建数字中国的政策推动下,企业数字化被提至新的国家战略高度。齐心集团把握数字经济机遇,赋能企业,在此基础上发布全新五年战略。五年战略实施期后,齐心剑指

“中国政企数字化采购与服务第一”。

发布会上,齐心集团创始人、董事长陈钦鹏对“大鹏战略”进行了明确的目标提出:到五年战略实施期后,齐心集团将位于中国政企数字化采购第一名、中国新文具第一名、全场景云视频综合应用第一名。

在新战略引领下的齐心集团,陈钦鹏表示,未来齐心将以企业服务平台为核心业务,构建两条“品牌护城河”——通过品牌新文具、品牌云视频建立核心竞争壁垒;同时,依托于高附加值的商品供应链体系和持续升级的数字化平台底座,为新战略目标保驾护航。

同时齐心集团将秉承“开放”原则,持续构建供应链、产业链、生态链,形成以数据驱动的数字业务形态,最终形成一个员工值得托付的、合作伙伴共生的、客户始终信赖的超级平台。

企业服务平台为核心

在产业数字化的进程中,办公集采行业已经基本完成了体系化布局,进入竞争力建设阶段。齐心集团高级副总裁戴盛杰在发布会上表示,在业务层面,齐心集团B2B业务将

以客户为中心,建立五大核心能力体系:投标入围能力、商务拿单能力、商品供应链能力、仓储交付能力、业务全链路数字化能力,打造数字化、多场景运维物资服务平台。加速办公集采的数字化进程,保持齐心B2B在中国办公集采的第一梯队。

在持续数字化转型与升级的过程中,齐心集团自有品牌也走向了业务升级与新品类拓展。行业数据表明,规模成长性高的文具用品行业集中度却较低,需求趋向个性化,因此,齐心自有品牌业务升级的核心在于对客户个性化需求的满足。

齐心集团副总裁、自有品牌事业部总经理赵仁志对自有品牌业务规划做了深入解读:未来齐心自有品牌的发展目标是“成为高效工作和快乐学习用品的第一选择”,将以办公用品、学生文创、智能办公三大业务板块为核心,聚焦精准市场人群,扩品类、拓渠道,并通过智能办公产品业务搭建场景,打造生态,更好地满足企业级客户需求。

未来,齐心集团将从渠道多元化、产品创新化、信息数字化、品牌情感化四个角度激发齐心品牌新文具业务的创新活力,将齐心品

牌新文具业务打造成中国新文具市场第一。

作为数字化时代企业服务场景的进一步延伸,云视频领域具有巨大的想象空间。2009年成立的齐心好视通是云视频会议品牌的“老兵”,全场景覆盖智慧政务、智慧党建、智慧金融、智慧医疗等垂直应用领域,受到政企客户的一致认可。2021年,齐心好视通成功入选IDC创新者榜单。

在发布会上,好视通CEO王化福表示,云视频这个行业需求爆发式增长,同时面对的挑战、巨头的竞争、买家的需求比过去更为专业、更为挑剔、更为苛刻。为应对视频会议行业的高速发展和激烈竞争,好视通将持续发挥云平台的核心技术优势,打造核心竞争力“云+端”的同时深耕行业,强化纵深服务能力,最终形成“云+端+业务全场景”的强势抓手。未来,好视通将发力中型企业级市场、政企市场、公立教育三大垂直领域,发挥品牌“护城河”效应,推动好视通成为全场景云视频综合第一。

企业服务市场未来可期

发布会上,中国物流与采购联合会会长助理、公共采购分会常务副会长胡大剑,亿邦动力董事长、亿邦智库院长郑敏等行业大咖于会上发表讲话,并对齐心集团新战略发布和30岁生日致以祝福。

齐心集团独立董事胡泽禹莅临发布会,并表达了对齐心集团的祝福。与集团共同成长的分公司、子公司以及服务商和经销商等行业伙伴也被邀请至此次发布会线上观礼,集团高级副总裁戴盛杰与服务商伙伴进行了亲切互动。

作为具有30年历史的深企,如何看待自己的使命?戴盛杰接受读创/深圳商报记者采访时表示,在粤港澳大湾区发展的大背景下,深圳市政府未来会成为生产要素,对外的门户,跟香港、澳门的连接。未来5年,齐心集团将立足这次战略发布会上的内容,先做好企业服务平台,未来根据整个大湾区、深圳市政府对整个区域的定位,去找到新的增长点,也就是第二曲线。

中信银行正式发布“云企会”品牌

■ 焱培 赵可蒙

10月19日,以“知其云·伴其远”为主题的中信银行“云企会”线上发布会圆满落幕。中信银行党委委员、执行董事、副行长郭党怀出席并致辞,中信集团子公司中信建投证券执委会委员、经纪业务管理委员会主任张听帆,中信信托党委副书记、副董事长薄伟康,华夏基金副总经理刘义,中信证券董事总经理刘曼,中信保诚人寿高净值业务部相关负责人出席发布会。

此次中信银行发布“云企会”品牌,旨在依托中信集团金融和实业协同、并举优势,面向企业家客群提供全方位、个性化、稀缺性的“个人+家庭+企业”的金融和非金融综合服务

方案,充分体现中信和客户的合作“高度”,金融与实业并举、企业与家族的“汇聚”力度,金融创新、数字强行的“科技”强度。

郭党怀在致辞中表示,“云企”意在云集众多企业家共建共享,为企业家客群提供交流互动、共襄合作的平台;提供综合服务,围绕生产场景提供综合融资、资产增值、财富传承等金融产品,生活场景提供健康保障、法律咨询、子女教育等非金融服务;加强科技赋能,描绘企业家客群画像,分析需求场景,将银行服务深度融入到产业生态和生活场景,实现生态共融、协作共赢。此次发布“云企会”品牌,意在全面依托中信集团优势的基础上,整合银行公司银行和私人银行资源,打通内部服务团队,为企业家客群提供“个人+家庭+企业”综合服务方案。

中信银行私人银行部负责人王旭松分别从品牌愿景、品牌溯源、品牌寓意三个角度深度解释了“云企会”的含义。定义为中信幸福财富项下子品牌,主slogan“知其云,伴其远”,进一步突出私人银行“用信含守护传承的温度”的品牌内涵。寓意则包含了公私联动、集团协同和资源撮合三层理念。

中信银行公司银行部副总经理魏靖详细阐述了中信银行“云企会”的服务方案。通过分享中信银行与江苏沙钢集团有限公司、北京九强生物技术股份有限公司等公司的合作案例,展现了中信银行在助力个人及企业践行社会责任、助力资本市场、助力普惠金融、助力企业经营、陪伴企业共同成长等方面做出的努力。

发布会邀请了中国国际金融股份有限公

司研究部执行总经理、银行业首席分析师张帅以“大财富时代的选择”为题做主题演讲,结合近期热点问题深度剖析了企业家所处的时代环境和面临的多重抉择,并提供了分析框架和可行方案。会上,与中信银行相伴多年的老客户、老朋友们也准备了证言视频为“云企会”的发布送来了祝福。

目前,中信银行已有私人银行客户超5.6万名(其中约五成为企业实控人),综合金融管理资产超8000亿元;对公客户近90万户,综合金融管理资产超3.5万亿元,已向1万名企业家提供企业和个人交叉金融服务。放眼行业内和整个市场,为企业家提供交叉服务空间巨大,这也将成为中信银行继续前行、不断进步的动力。

企业家自述(长篇连载之一百六十九)

王建明:动力大王的传奇故事

第二条是“使绝大多数职工愿意达到要求”,这一条是讲干部品德,讲干部建设机制或民主管理机制的。你这个企业到处都搞一言堂,到处都不能听反对意见;600个人就是600个武大郎干部,就是600个九五之尊,600个大小皇帝;然后就是自己贪占拐骗,坑蒙百姓。谁会为这样的企业卖命?企业主体好,有几个角落不好也不行;一是会传染,二是会拖累,会因几个小小的局部影响全局。

2002年玉柴的干部队伍经受了一场严峻的考核,结论应当说是合格的。成果表明职工主体是认同管理团队和管理目标的。但是不能说没有问题,没有不良角落。和企业其他工作一样,在干部建设机制或民主管理机制方面是不能够满足于现状的;要抓反防,要抓提高。

第三条是“使每一个岗位的职工懂得如何达到要求”,对应企业的教育机制。广义上讲的是企业各种各样的培训,像早期的电大工经班,电大财会班,各种各样的成人高教班,中高级技工培训班,到青年高级技工的培训计划,再到上世纪90年代后的研究生班,等等。狭义上讲的是职工上岗前手把手的教育和培训,后来又增加了必须做到使职工真正懂得的过细要求。

第四条是“使每一个岗位的职工能够达到要求”,对应企业的投入机制。干部是干什么的,是创造条件的;是为马克思所说的生产力的第一要素提供后两项要素的,第一要素是人,人必须有劳动工具和劳动对象,你必须给生产者提供合格的工艺文件、工艺装备和合格的待加工零件,这是软硬件条件;对第一要素还有一个生理条件

和心态条件的问题。生理条件,如营养、睡眠和保健药物;心态条件,像中年人的家庭困难,年轻人的文化郁闷或感情纠葛,等等。任何一类条件都要创造到位,否则就有管理人员的责任。

第五条是“使每一个岗位的职工必须达到要求”,对应企业的责任机制。要顺应大工业生产的一般规律,要有预约在先的严明的劳动纪律、工作纪律、考核办法、奖惩办法;你的章法不明,执法不力,要求不严,想做庸俗的老好人,出了问题,当然要负责任。

第六条是“集思广益、反复检讨、周而复始、完善要求”,对应企业的反馈机制。这一条是讲零起点哲学的,讲事物的运动,讲完善的相对性和不完美的绝对性。因此,本项要求层次比较高。工作不达标当然要检讨,要重新努力;目标实现状况好也只是意味着完成了无数个循环之中的一个循环,立即应当着手做的事情是把目标本身再升级、再完善,再进入下一个循环;只有这样才会收到不间断的螺旋式上升的成效。不管你是什么人,不管你的资格有多老,不管你的管理能力或专业能力有多强,不管你的学识有多高,你如果要事业连续兴旺,你就必须遵循这一规则。1999年玉柴的发动机质量年底报上来的发动机一等品率达到96%,但是市场表现并不是稳定受控,怎么办,立即废除原来的等级评定标准,全新执行企业自定的考核标准。2000年一等品率一下子降到了百分之六十几。这就叫做“集思广益、反复检讨、周而复始、完善要求”。2002年看起来是抱了一个金娃娃,有了成绩。面对成绩管理团队必须能够做到“集思广益、反复检讨”,查

问题,查隐患、查危机,再“周而复始”提出新的奋斗目标 and 作战要求。“集思广益、反复检讨、周而复始、完善要求”是玉柴的看家宝。什么时候无视了,什么时候玉柴就会跌下去。

现在谈谈对干部的十字要求。我将分别按照低端要求、高端要求、反防要求、谨记要求和禁令要求来谈。请大家注意,高低端要求不是分别对不同级别管理人员的要求,而是对所有管理人员的最低要求和希望努力达到的要求。

第一是民主。低端要求是至少能够容得反对,容得个性,至少能够明了别人的长处,知道自己的短处。这些要求做不到在玉柴就很难当干部。当也勉强,不如不当。

高端要求是能够容得下强烈的反对和激烈的争辩,能够把它看成是可以防范病毒,可以防范错误的防火墙。激烈反对,激烈争辩,当然令人不舒服。在这个时候头脑要冷静,只要他平时的工作是正常的,只要他的工作是有成效的,你难受一下没有什么坏处,至少能帮你减掉一些九五之气。少起坏念头,不要去整人。我和一些同志探讨过,反对和争辩当中的缺少分寸也可能是一种补充资历、补充威望的需要,即或如此也应予谅解。哪个人不应该给别人垫一垫背,哪个人不应该给别人做一下脚踏。难道只能别人为你当垫背、当脚踏,你不能为别人当一当吗?正常!只要他能竭诚工作,只要他能出成效,正常!但是做到不容易,所以我定位叫高端要求。整个文革一场悲剧,多少功臣最后惨死,其中不乏直言犯谏者,结果是事业受损、民族受害、国家遭殃。

要反防的是迷信自我、设定异己、排斥个性、挫伤骨干、误伤人才。2002年工作成绩很大,但是在玉柴干部队伍当中,也有不良倾向,就是倾向于自己很了不起,很迷信自我。自我迷信之后就必然把意见不一致者人为地设定为异己,就厌恶、就排斥、就挫伤或误伤骨干和人才,就热衷或沉溺于清一色。事实上干部干到这一步就离什么都干不了已经不远了!怎么办?要急速反防、要自我反防。要谨记的是热衷、追求、沉溺于清一色顺从的人决不会是一个强者。一个高中级管理人员发展到把自己的周围弄成全是清一色顺从,清一色唯唯诺诺,清一色你说什么就是什么的时候已经是很虚弱,很无力了,或者叫做已是病入膏肓了。

要禁止的是整人。给反对者以不公正,这就叫做整人。在玉柴这是不允许的,是犯大忌的。整人也有术,有明火执仗者,也有阴阳怪气者;可能会得一时但无论如何最后都会有报应,谁的报应?玉柴理念的报应,玉柴厂风的报应,玉柴建设者的报应。讲这些话是因为现在确有一些不好的端倪,当然尚未成气候,尚未成灾害。但是希望每一位干部认真记取上述要求,我深信这对玉柴的事业是会有大好处的,对你的成长和进步也是大有裨益的。

第二是开明。低端要求是“容得批评、容得指正”,适用于下一级管理人员对上一级管理人员。每一级管理人员都有自己的上属和下属,对上似应侧重开明,对下似应侧重民主。还有一个不分上下的原则是“记恩不记怨,记功不记过;为人宽厚,律己恰当;深知他人之长,

明了自身之短;与人为善,助人为乐,喜人有获。”我希望这个原则能够成为玉柴所有干部一般性的品德。要想让玉柴不输掉未来,要想让我们这个团队能为中华民族有所贡献,这样一个基本风格,我觉得是需要的。例如“喜人有获”,喜别人有所获,乐他人有所得,这本来就是中华民族的美德。玉柴管理团队的成员当然也要有。高端要求是大器,这是我在董事会里历经十年的反向感受,我觉得大器实在是太必要、太重要了;一吐为快,说出来大家共享。什么叫中华民族的大器?黄河之气派、长江之气魄叫大器。“大度、大量、大智、大魄、大商、大勇、大德”叫大器。这是绝好的品德。我是半个韩国人,韩国产生不出这些东西,1993年跟韩国人打了一年交道之后停止了接触,原因是感觉不到大器。这种“大度、大量、大智、大魄、大商、大勇、大德”只有在黄河、长江这两条母亲河周围生活的中华民族才能真正拥有,只有大器之人才具备“能盼贤、能识贤、能求贤、能合贤”的度量,才能真正成就一番事业。贤人不可少,贤人多多益善。如果我们大多数的管理者,我们管理团队的多数成员都有这种度量和能力,那么玉柴就不得了。我在庆功大会上讲的维苏威火山的连续爆发、连续喷射就能够长在。

“能盼贤”,首先是能思贤若渴,不是叶公好龙。最低等、最庸俗的心态是怕人家强于自己,夺掉自己的位置。只要此念一生,你的队伍一定掉价,很快就不值钱。矮子比矮子,不是越比越高,而是越比越矮,这种队伍还能搞什么争第一呢?

(此文系本报整理,待续)