

盐津铺子构建五大营销体系 全渠道变革成果逐渐体现

林洛颖

“公司去年经历了转型的阵痛,但全渠道变革的成果从三季度开始逐渐体现,今年我们对公司的发展充满信心。”4月22日,盐津铺子2021年年度股东大会上,董事长张学武向到场的股东介绍道。

2021年年报显示,盐津铺子全年实现营收22.82亿元,同比增长16.47%;实现净利润1.507亿元,同比下降37.65%。分季度来看,盐津铺子在去年四个季度分别实现净利润为8203万元、-3341万元、2867万元和7345万元。

正如张学武向股东介绍所说,公司在销售上通过全渠道的变革,形成了直营KA商超渠道、散装渠道、定量和流通装渠道、休闲零食专营连锁系统以及电商渠道这五大营销体系,为今年的业绩增长提供了有力支撑。

传统的直营KA商超渠道,盐津铺子从去年三季度开始进行调整改造,将全国范围内



区域能力强的门店纳入麾下。针对近年来商超流量的下降,张学武表示:“随着大家消费习惯的改变,未来其他渠道销售量将稳步提升,预计2022年公司KA渠道占比将从2021年的28.9%下降至25%左右。”

散装渠道是盐津铺子在去年转型实践中的一个新增长点,相比超市中岛投入大的缺陷,散装销售的咸味、甜味零食以小专柜的形式占据BC店核心位置,成本投入比中岛少,还能覆盖更广的区域。

“年度移动营销领军人物”施葵: 拥抱变化,破解行业发展的“流量密码”

2021年11月26日,第八届TMA移动营销盛典在广州举行。广州市玛雅文化传播有限公司董事长施葵女士凭借对营销领域的敏锐洞察和前瞻的战略布局,以精准的行业视野和突出的营销成绩荣膺“年度移动营销领军人物”奖项。

在数字化浪潮下,施葵一直坚持拥抱变化,从破圈到出圈,为品牌整合营销开创新赛道,让营销这门艺术变得更有魅力、更有价值!

谋篇布局 五大营销触手释放价值张力

深耕行业二十余载,施葵拥有丰富的营销传播经验。出身于有电视湘军“黄埔军校”之称的湖南经济电视台,到带领华娱卫视进军内地市场,再到创立广州市玛雅文化传播有限公司,她身上既有资深媒体人的光环,同时又对新兴

的整合营销实战应用有着深刻的洞察,这种双重优势让她在互联网营销领域有了更大的发挥空间。基于场景,实现共赢。施葵审时度势,紧跟发展变化,以市场营销开局,向上生长,担负起推动数字营销模式升级换代的使命。在她的谋篇布局之下,玛雅文化专注于品牌策略构建、新媒体运营推广、品牌海外推广、视频拍摄制作、品牌公关活动五大业务板块,触达整合营销全领域,打造了一站式的全网营销体系。

经过多年的发展,玛雅文化硕果累累,长年为中国领先的企业客户提供高效、多元的品牌创意传播与营销推广执行服务,并发展成为专业的4A资质综合性整合营销传播集团。

乘势而上 把握行业发展新流量红利

数字营销环境瞬息万变,碎片化、多样化的

场景不断涌现,玛雅文化之所以能突出重围,离不开施葵对行业“流量密码”的精准把握。在短视频刚刚崛起之时,施葵便紧跟时势,调整公司战略,转而为客户提供多元化的数字营销服务。在施葵看来,短视频内容营销完全有能力改变当下有且已固化的流量格局,爆发性的短视频流量平台带着巨大的向心力,能将“流量生产、运营、贩卖”链条上的角色快速吸引过来,带来新一轮的流量红利。

正是如此,玛雅文化一路开疆拓土,当短视频风口到来时,其十余年的视频内容营销优势和经验,便迅速成为发展利器,为打造短视频商业生态链提供了强大的助力。借势而为,乘势追击。施葵始终坚持做好内容化、场景化、智能化三大数字营销升级方向,提升营销效果。如今,玛雅文化已成功发展成为品牌营销一站式服务专家。

对于定量和流通渠道,张学武表示:“我们通过聚焦大单品,不断优化各个环节,将产品的价格降下来,拿芒果干来说现在的成本已下降三分之一,这样我们做定量装的核心竞争力就凸显出来了,预计今年二季度这一渠道的成效将显现。”此外,盐津铺子去年7月份进入的零食渠道或也将成为公司未来业绩增长的一个点。“零食渠道有效解决了消费者对零食种类、价格、品牌等需求痛点,去年公司开始和零食很忙进行合作,不到一年时间不断刷新业绩,现在一个月销售已突破1000万,未来我们还将和老婆大人、好想来等零食系统进行合作。”张学武说道。

而这五大销售渠道中,张学武最看好的是近期表现优异的电商渠道,他表示:“今年一季度电商渠道的增速最快,我们不断加大在电商上的投入,经过一段时间各核心产品的销量稳步提升,未来电商渠道将成为整个

公司业绩驱动的引擎。”

要满足消费者的需求,就要求企业不断进行研发创新,推出更多种类的产品,盐津铺子的研发费用也在逐年增长,鱼豆腐、深海零食、辣卤零食、烘烤薯片、休闲面包等产品的推出,成功吸引到不同受众的消费者。

2021年从分产品来看,盐津铺子几大核心品类均同比实现较大幅度增长。休闲深海零食报告期内实现营收4.07亿元,同比增长37.23%;果干产品实现营收2.22亿元,同比增长37.23%;休闲肉鱼产品实现营收3.01亿元,同比增长22.51%;休闲烘焙点心类(含薯片)实现营收7.54亿元,同比增长10.77%。

张学武认为,公司聚焦深海零食、果干产品、辣卤零食、烘焙产品等品类,做好这几大品类的研发,就已足够支撑起公司销售的产品体系,未来盐津铺子的发展将紧盯消费者,做好产品满足市场需求,同时加强数字化赋能,提升公司核心竞争力。

拥抱变化 持续拓展数字商业版图

凭借对数字营销市场的远见卓识,施葵带领玛雅文化先后为中国移动、中国电信、中国联通、华为、三一重工、港华紫荆等知名企业提供整合营销推广解决方案,合作行业涵盖了通讯、旅游、金融、重工、消费等。

从立足国内市场到迈向国际,从垂直领域到全方位出击,施葵以独具前瞻性的战略眼光,不断变革创新,持续开拓商业版图。

在这一路的发展历程,施葵始终坚持内容创新、营销理念和思维升级,为客户提供专业的营销服务,搭建品牌营销矩阵,最终实现品牌与效果的双赢。

正如施葵所言:“在新流量红利兴起的当下,营销人都应该蓄势待发,全副武装迎接新的营销时代到来。” (周茹)

厂商凝聚共识 2022年携手开启茅台美时代 贵州茅台四川省区、经销商联谊会召开第二季度会

本报记者 张建忠 樊瑛

2022年4月15日,贵州茅台四川省区、经销商联谊会第二季度市场工作会议在望江宾馆成功召开。四川省区全体工作人员、贵州茅台销售公司纪检监察室监察员、贵州茅台法律合规部工作人员、四川全体经销商主要负责人参加会议。会议由四川省区副经理左雪梅主持。

四川省区罗若颖学2022年“醉美茅台”体验活动方案,李敏颖学2022年贵州茅台酒市场活动支持方案,传达文件精神并现场对相关文件进行解读、答疑。

贵州茅台酒股份有限公司法律合规部喻浏迪从投诉、侵权、打假案例等方面工作了说明,并提醒经销商相关注意事项,维护自身权益。销售公司四级纪检监察员李云坚在会上表示:构建“清亲”厂商关系,廉洁党政作



风,希望厂商凝聚共识,守住底线,廉洁自律,2022年携手开启茅台美时代。

贵州茅台四川省区经理田锋就如何落实相关精神,要求省区人员和各经销商单位深学透公司文件,抢抓落实方案要求;要求经销商提高政治站位,提升消费者服务,特别是做好;茅台推广及线下服务,给客户创造顺利、愉悦的取酒体验;要求经销商做精、做细

品鉴会,在传统节日等重要节点,主动服务,开展主题活动;探索新思维,找准新方法,希望全体经销商紧跟茅台步伐,在变与不变中与时俱进。

经销商就:茅台使用过程中遇到的问题、如何提升服务体验、怎样提高会员单位内部管理水平等话题,自由发言相互讨论,大家献言献策、思维碰撞,为今后四川省区、联谊会的各项工作开展提供了好的建议及发展方向。

会中,联谊会秘书长林祥智作2021年度和2022年第一季度工作总结。财务部部长周怡公布了联谊会会费的收取及使用情况,市场部、宣传部、传承人工作部、监事会等部门分别作工作汇报及规划。

贵州茅台四川省经销商联谊会会长杨波作近期工作汇报及下半年工作规划。以“抓文化建设为领、规范管理为衣、求高质量发展为

心”的思路,明确三个工作重心:依法经营、明政策守规定,促进提升会员单位管理水平;着眼一线员工的培养,继续提高服务意识和水平;多形式与茅台互动,持续提升茅台的美誉度和客户的粘合力。

会中,经销商联谊会还对2021年度表现优秀的小组、单位和个人文化进行表彰,在热烈的氛围中举行了颁奖仪式。获奖的优秀员工表示:获得这个奖项非常开心,感谢四川省区、经销商联谊会为大家搭建的平台,今后将会投入更多的精力到茅台文化宣导与品牌形象树立中,致力于为客户提供更优质的服务。

奋进新征程,建功新时代。2022年,贵州茅台四川经销商将继续坚持“五匠”质量观,走好“五线”发展道路。启初心、承匠心,深入践行“五合营销法”,倾心做好客户服务,扎实做好茅台文化赋能,向茅台朋友生动展现茅台之美,为茅台紫线发展助力添砖。

红豆集团浦卓雅获评“全国优秀共青团干部”



今年是中国共青团成立100周年。为表彰先进、树立典型,激励各级团组织和广大团员青年干部向先进学习、向优秀看齐,近日,共青团中央作出表彰决定,红豆集团团委书记、人力资源部部长浦卓雅荣获“全国优秀共青团干部”这一共青团最高荣誉,这是对红豆集团团建工作的高度肯定,也是继今年1月依据《团章》有关规定,浦卓雅在共青团十八届六全会上递补为团中央委员后获得的又一殊荣。

回望百年,青春向党。“党建带团建、团建促党建,全面协同持续服务企业”发展,是红豆

集团党委书记周海江对团工作的要求,也是浦卓雅与红豆集团1455名新青年建功新时代的“共同诺言”,还是红豆集团始终坚持把党建引领作为企业发展的“根”和“魂”,从而带领红豆广大青年员工健康成长和发展的真实写照。

红豆集团党委是全国先进基层党组织,集团党建一大特色就是交叉任职,集团党委全面推行党委班子和经营管理层“交叉任职”,把党组织的决定有效融入企业决策之中。浦卓雅是集团人力资源部部长并兼任集团团委书记,在上级团组织和集团党委的领导下,浦卓雅务实担

当,实干有为,在做好人力资源管理的同时,把红豆集团共青团工作做的有声有色,先后获得江苏省优秀共青团干部,无锡市优秀人事经理,入选江苏省人力资源服务业领军人才培养计划等众多荣誉。

坚持党建引领 当好青年员工思想的“领路人”

共青团是党的助手和后备军。在企业的发展过程中,共青团也是助力企业改革创新、转型升级的先锋力量。浦卓雅充分发挥红豆集团党建优势,坚持以党建带团建,聚焦团的主责主业,抓好基层组织建设,通过以“学思践悟”加强思想建设,以“从严治团”夯实团的基础,以“双向培养”优化队伍建设,有力促进企业高质量发展。她充分发挥团属阵地作用,用活用好“红豆青年学习社”青年员工学习交流阵地,带领企业团员青年积极开展“青年大学习”等活动,打造特色学习社研学线路红豆“四千万”精神之路,创新开展红豆微团课进车间活动,为一线职工送上《青春中国》诗朗诵、《红心向党 青春逐梦》微宣讲等精品课程,成功承办团江苏省委举办的“百年党史青春说”主题活动。

目前,红豆集团团组织下属7个团总支,53个团支部,团员人数1455人,团组织全覆盖。共青团的工作力量已嵌入到企业建设的各方面。集团团委班子成员全部成长为中层管理者,二、三级团组干部70%以上成长为企业骨干,团干部的组织优势、组织力量不断增强。

聚焦技能提升 当好青年员工成长的“带头人”

青春与红豆同辉。凭着对工作的满腔热情,十多年来,浦卓雅从一名基层员工逐步奋斗成长,并通过竞争上岗担任集团团委书记,她深知是企业为她提供了成长成才的助力和展示自我的舞台。她注重把服务青年成长成才和服务企业高质量发展作为工作开展契合点,结合本职岗位,立足工作实际,不断探索和畅通青年职业发展通道,实现人力资源工作护航青年发展。

她积极搭建技能学习平台,助力青年员工成长成才;努力搭建创新创效平台,服务企业高质量发展。以红豆大学为载体,成立红豆团委“蓝领学堂”,开展分层分类培训,加强职业资格评价平台建设,相继面向青年职工开展缝纫工、营业员等多工种的培训教育,并颁发《技能等级证书》,为员工技能提升精准赋能。2021年完成技能鉴定培训229人,其中获评中级工37人,高级工66人,技师34人。集团团委持续推进“红豆五四青年标兵”评选活动,组织开展“号、岗、手”创建活动和以技术创新为主要内容的“五小”活动等,来服务企业高质量发展。

凝聚青春力量 当好青年员工身边的“暖心人”

把工作延伸到广大青年最需要的地方去,使团组织成为联系和服务青年的坚强堡垒,成

广传世纪董事长金兰香: 打造广告传媒行业的领军企业

姚姝妍

广告作为社会生活的晴雨表,经济生活的风向标,在中国的经济、社会和文化发展进程中起着重要的作用。随着传媒行业的快速发展,众多传媒企业成长为耀眼的新星。日前,我们走访了广告传媒领域的领军企业广传世纪(北京)文化传播有限公司及其董事长金兰香女士。

董事长金兰香女士于2018年创立广传世纪,目前是中央人民广播电台行业独家代理商,是国家体育总局中国钓鱼运动协会独家商业运营商。另外,公司整合了上千家资源,成为集媒介、策略、创意、策划、新媒体营销等为一体的综合型品牌传播服务提供商。

为了适应传媒行业的瞬息万变,金兰香将“以‘变’应变”的哲学思想融入到公司的管理和发展战略中。“最新颖的创意和高效的执行力”是广传世纪优秀人才的标配,“消费者思维、创新的整合策略和多元的媒介资源”成为提供优质服务的优势,“让客户投资回报率更高”是广传世纪面对每一个项目的必达目标。

在金兰香女士的领导和团队的共同协作下,广传世纪以突出的业绩和客户满意度,多次被评为“年度最具商业价值媒介策略公司”、“卓越合作伙伴”等,成为各行业领军企业战略发展的智囊。

在董事长金兰香的高效管理下,广传世纪与上百家国内外500强企业建立了友好的合作关系,成为政府最信赖的合作伙伴。

安庆石油以客户为中心 助力服务提升

陈彩凤 金丹妮

自“加油站服务提升百日竞赛”活动启动以来,安徽安庆石油始终坚持以客户为中心,从客户最关心最直接影响现实的问题入手,制定了横向到边、纵向到底的精准措施方案,持续强化服务提升,把经营目标和服务工作结合起来,将优良的服务“软实力”打造为公司经营发展的“硬支撑”。

多措并举,提升服务。在加油机旁增设“倒车镜抹布”为客户擦拭倒车镜,在柴油加油机旁增设手套为客户开盖油箱盖,在厕所内增设香水及喷头,现场员工佩戴“客户在我心中,服务看我行动”服务绶带,用心微笑、真诚服务好每一位客户,切实提高客户满意度。

头部示范,中间带动。组织优秀服务之星成立服务示范队,让富有经验的员工言传身教,提升服务质量。各加油站利用每日班前会,进行列队演练、工作点评,强化交流问候语言,在加油站全面推行微笑服务和文明用语活动。依托视频监控系统定期检查、通报,促使员工将规范自觉灵活应用到为客户服务中去。

借助养车节,带动非油销售。安庆石油抓住本局养车节契机,发挥车主客户优势和全区易捷便利店网点优势,以“洗车享免费,养车有优惠”为主题,紧贴消费者出行需求,推出洗车、养车、购车、出行险、加油、购物等六大权益活动,促进非油品销售。

征求意见,总结经验。通过客户评价、现场交流、反思总结等方式,及时回应客户“槽点”、纾解服务“痛点”、打通滞销“堵点”,为顾客提供便利,刺激消费需求,促进销量增长,助力服务提升。

为广大青年遇到困难时想得、找得到、靠得住的力量”,这是浦卓雅及集团团干部们的工作信条。

“我为群众办实事”是落实团干部直接联系青年服务青年的具体举措,浦卓雅带领团干部走访、听心声、收诉求、答疑解惑。她积极协调解决外地员工子女就近入学事宜,做实关心关爱举措,全面了解青年人的“关心关注”,帮助解决青年员工的“急难愁盼”。

浦卓雅带领下级团组织以青年兴趣爱好为抓手,开展“一团总支一特色”活动。开设了“红豆风尚乐队”“红豆篮球社”等多个社团组织,开展“红豆牵红线”青年交友会、“庆百年唱红歌”十佳歌手大赛等多样活动,还定期举办员工子女开放日,开展青少年第二课堂学习,努力让每一位青年员工在红豆这个大家庭收获满满的归属感、获得感、幸福感。她积极开展“文明宣传”、“垃圾分类”、爱心助学等一系列志愿服务活动。在红豆抗疫复工复产过程中,红豆团委组织青年志愿者参与到复工复产人员排查、防护用品生产协助、核酸检测等疫情防控志愿服务活动中,支援抗疫、抢抓生产,及时高效完成了各项任务,关键时刻,让团组织真正做到“靠谱管用”。

高举团旗跟党走,青春之歌百年红。在她的带领下,今后,红豆集团团组织一定会进一步坚定广大团员青年“听党话、跟党走”理想信念,传承红色基因,激昂青春力量,持续服务企业大发展,以优异的成绩迎接党的二十大召开,向中国共青团成立100周年献礼。(文萱)