

编者按：一个企业要想成为一个受人尊敬的企业，首先就必须建设一套受人尊敬的企业管理理念。伍田将“诚信”作为企业经营管理价值观体系的内核，作为产品的标准，服务的守则，用“三心”经营形成了“天天都是3·15”的生产观念，赢得了广大消费者的口碑。还是古话说得好：“人无信不立，商无信不财”。

“三心”理念使伍田食品天天都是“3·15” “诚信”是伍田经营管理的“内核”

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 王辉

每当“3·15”临近时，“诚信服务”、“诚信经营”等等关于“诚信”的话题就再一次被老百姓们提起，引发世人关注。在食品行业，“诚信”更是成为消费者讨论最多的话题。俗话说，金杯银杯不如消费者口碑。在消费者维权意识的不断提高的时代，只有那些坚持不懈靠高质量的产品、诚信经营服务和良好的信誉来赢得消费者赞誉的优秀食品企业，才会在“3·15”赢得消费者的口碑。

“作为‘全国行业质量示范企业’，诚信经营是伍田企业经营管理价值观体系的内核，是伍田食品天天都是‘3·15’的保证。”成都伍田食品有限公司总经理范正海接受本报记者采访时说，中共中央政治局常委、国务院副总理李克强在3月5日开幕的第十二届全国人民代表大会第一次会议上，他强调，食品安全是关乎国人的重大基本民生问题。要加快建立健全食品安全长效机制，依法重点治乱绝不能软，筑牢食品安全防线，确保人民群众“舌尖上的安全”。国家领导人的讲话，再次说明：只有企业发展方向适合社会文明的要求，依靠诚信经营和负责任的经营管理，这样企业才能实现可持续发展并大有作为，唯有这样才能受人尊敬。

“诚信”是伍田产品的标准，是服务的守则

“人无信不立，商无信不财”，是中国古已有之的俗语，千百年来规范着人们的行为，支撑着人们的信念。然而，在当代市场经济发展过程中，物欲冲击之下市场道德严重的失序，已成为制约我国经济发展的一大“痼疾”。它冲击了健康的市场运行理念，扰乱了正常的市场运行秩序，阻碍了稳定的市场秩序。诚信的缺失使我们不得不呼唤诚信。

范正海表示，正是“食品安全是关乎国人的重大基本民生问题”的这一特性，决定了优良信用是食品企业的生命线，只有“诚信经营”赢得良好的信誉，才能使食品企业



●范正海(左三)说,好的产品才能赢得经销商和消费者的“口碑传播”。

在激烈的竞争中立于不败之地。

在现代管理之父彼得·德鲁克看来，利润不是企业经营管理的目标，而是企业发展的结果。企业的存在远远比追求利润重要得多，要想实现基业长青，企业和企业家长就必须将目光从“利润”上移开，为自己树立更加高远的目标。

伍田的经营管理目标是“为社会创造更多的财富，提高全民生活质量。”如何才能实现目标？“以诚信服务，质量第一的经营原则做好食品，是提高全民生活质量的保证，也是企业实现持续发展为社会创造更多财富的基础。”范正海首先从产品品质入手，

据了解，伍田首先从产品品质入手，企业创建就确立了“以质量为中心的品牌发展战略”，从生产设备、原料采购、现场管理、售后服务等各个环节，都坚持了高起点、高标准的全程质量控制手段，在公

司已建立的 ISO9001：2000 国际质量管理体系和 HACCP 国际食品安全管理体系认证的保证下，产品质量和服务水平持续改进。这样，不仅在精神上提倡了“诚信经营”企业价值观，还在企业制度及员工行为上贯彻了诚信的理念，从根本上促进了企业诚信形象的建设。

十几年来，伍田在“诚信经营”过程中的努力是有目共睹的。“伍田食品”2003 年即被中国食品工业协会评为“国家质量卫生安全全面达标食品”，连续被四川省质监协会评为“无质量投诉示范单位”，公司被中国质量检验协会评为“全国行业质量示范企业”，并取得了食品行业最高的 3A 等级级。用多年来的脚踏实地，向广大的消费者交了一张满意的答卷。

“诚信是伍田产品的标准，是伍田服务的守则。”作为成都市畜禽屠宰协会副会长

和成都市食品商会副会长的范正海希望，一个优秀的企业不仅要让广大消费者享受到优质的产品服务还有价值理念服务，同时还要以自身更好地发展去推动行业共同的良好发展。

“三心”经营伍田食品天天都是“3·15”

一个企业要想成为一个受人尊敬的企业，首先就必须建设一套受人尊敬的企业管理理念。

伍田凭借自身的强大实力和专业素质，不仅切实有效地为消费者着想、满足顾客的需求，还在行业率先倡导“做产品凭良心，让经销商安心赚钱，让消费者放心享受”的食品经营管理“三心”观念。

范正海说，伍田的经营理念是：和、诚、勤、进。其中，“和”是：人和、事和、财和、如何实现企业“人和、事和、财和”的和谐发展？范正海用他提出的“三心”观来为记者阐释：食品是人类赖以生存的基本物质，是人们生活中最基本的必需品；食品安全是食品企业责任的最低控制线，是密切消费者关系的先决条件。伍田人凭良心做出的食品，是自己能吃，自己的孩子能吃，自己的父母都能吃的食品；这样的产品生产出来后，伍田人不昧良心回家能睡得着觉，经销商赚了钱也能安心睡得香，消费者享了口福也能放心睡得好。这样大家都睡得好吃“人和”，带来的必然是企业的“事和”及“财和”。

市场诚信度的建立，需要靠高质量的产品、优质的服务和良好的信誉来赢得消费者的口碑。正是因为伍田坚持将“三心”观作为与员工、经销商、消费者之间的一份“契约”，将“三心”建立在安全、安定、安心的“三安”原则上，将“三心”落实到人品、产品、三品合一的建设上，才使得伍田公司上下形成了“天天都是 3·15”的生产观念，赢得了广大消费者的高度好评，美誉度、忠诚度不断攀升。

新作《温州“智”造》应运而生，为温州商人们指出了一条明路。

马勇伟从事文化创意产业 15 余年，其创办的浙江奥美文化传媒有限公司专业从事节庆产业的运作，已成为中国节庆产业的领航企业，2008 年起至今数次荣获中国十大节庆企业称号。为了推动温州创意产业的发展，马勇伟投资创办了东瓯智库创意产业园，并成立专业运营机构——浙江东瓯智库创意产业开发有限公司。目前，东瓯智库创意产业园已经成为温州最具规模、最具活力的文化创意产业园区。同时，他还创办了浙商管理咨询研究院，专业从事文化产业研究及文化创意产业人才的培养。

此次，他的《温州“智”造》，收集了近 50 位温州本土成功企业家的真实创业故事，如森马集团老总邱和光、“浪莎”创始人翁荣金兄弟、康奈集团副总裁郑莱莉等人物，并融入了自己多年探索文化产业发展之路，培养创意产业人才的经验，为“如何用创意来引领企业发展”这个问题开出了自己的独家“药方”。

正如马勇伟所说：“将温州制造变成温州‘智’造，从而成为在世界上领先的智慧型

持续发展并保持“省级文明单位” 为企业发展提供强有力的文明保障

四川宜宾威力化工有限公司通过“省级文明单位”第五次复查验收

2012 年 12 月，宜宾市委文明办受四川省省委委托对宜宾威力化工有限公司进行第五次“省级文明单位”的复查考评验收。复查考评组在听取汇报的同时，随机抽取该公司 20 名职工进行了问卷调查，对公司环境卫生进行了考核检查以及对公司创建和保持“省级文明单位”电子文档进行了检查。经复查考评组汇总充分肯定，对公司创建和保持工作给予充分肯定，第一，企业高度重视创建和保持“省级文明单位”工作，即构架了健全的创建组织机构，又建立了规范具体的运行制度，做到了有计划、有布置、有考核，有奖惩，体现出责任到位、工作落实，成绩突出的威力特色；第二，企业在技改投入大，搬迁工作即将开展所需要花费大量资金的前提下仍然在环境整治上的亮化、绿化、美化方面给予一定投入，体现出“两手抓”的管理风范；第三，企业领导顺势而为，勇于创新，开拓进取，深得员工认同；第四，企业文化的爱心活动开展得丰富多彩，不断推出的暖心爱心活动惠及广大员工，营造了浓厚的文化氛围；第五，公司讲文明、树新风氛围浓厚，员工文明素养达到一定层次；第六，企业发展不忘回馈社会，坚持发扬尊老爱幼，扶危济困、扶贫助学等传统美德，尽到了一定的社会责任，在军警民共建方面也起到了示范表率作用，已连续多年被宜宾市政府评为双拥军警民共建先进单位。最后，经考评组综合测评获得了 91 分的好成绩，顺利通过了复查验收。自此该公司已成功创建和保持了十年的“省级文明单位”荣誉称号。

于 2001 年 12 月创建命名为“省级文明单位”的四川宜宾威力化工系四川省民爆行业生产企业中的首家“省级文明单位”。多年来，公司结合高危行业和企业长久安全稳定发展的实际需要，以省级文明单位为契机，坚持高标准、严要求，通过搭班子、立制度、明责任、细分工，狠抓精神文明建设建设，并不断深化创建意识，注重创建工作的整体水平提升，确保了领导班子坚强有力，业务工作实绩显著，创建活动扎实有效、管理制度规范健全，并在大力开创公司精神文明建设工作新局面的同时，助推了企业经营管理工作的健康运行与稳健发展，其经营业绩已跻身民爆行业第一方阵。

(特约通讯员 张义蓉 曾莉)

下一站，温州“智”造

当代有诗人这般形容温州：“攘往熙来富贵商，天上机航，水上舟航。”可见温州的繁荣与秀美。

温州是一个神奇的地方，商业是这里的关键词，温州商人世界闻名。勤劳刻苦、从商致富，似乎每个温州人都擅长做生意。敢想、敢试、敢为天下先，温州人打造了许多令人惊羡的第一；胆大包天、包地、包海、包岛、包油田……温州人占尽市场先机、屡屡得胜。短短 30 年，温州以独辟蹊径的行走模式凸显了中国经济的创造性与原创性。

但在欧债危机、人民币升值、中国人口红利逐渐消失的大背景下，温州企业生存举步维艰。现如今的温州实体经济崩溃，投机之风横行，私企老板跑路，百姓人心惶惶……如若今日的温州真的陷入困境，传统的温州制造已走上绝境，温州人究竟要何去何从？2011 年的温州资本跑路潮和破产潮，引发了人们的恐慌。无往不利的发展态势怎么了？出了什么问题？民营经济发先锋面对种种困境如何突围？

新的时代赋予了温州新的契机，也给当代的温州人提出了新的挑战。作为巨变时代新兴经济体内的特殊存在，温州资本能否保持其超前、敏锐的优质品性，并超越其软肋，走出一条足以作为范本的民间资本发展之路，关系到所有人的房子和钱包。可以说，温州的每一步变化都会对整个产生巨大的影响。

这是一个“唯变是恒”的时代，谁故步自封，谁就将被淘汰；只有不断发掘新的创意，才有前进的动力。传统的温州制造已经无法再为温州创造成功和辉煌了，必须注入新的力量！总结其他优秀企业的成功经验，具备对行业的前瞻性，大胆地开拓创意之路，将温州制造变成温州“智”造，走出一条新的温州“智”造的道路。

但，思转型易，践转型难。温州制造如何转型？温州“智”造如何进行？温州商人在现有的情况下，利用自身的优势，如何实现华丽蜕变？这些疑问都在困扰着温州商人。恰逢此时，中国十大营销策划专家之一马勇伟

华为牵手天猫大数据 开启 C2B 新模式

以运营商渠道见长的华为终端，正试图打开那扇隔在消费者之间的玻璃墙。

“从去年 11 月份开始，我们与天猫就新的业务模式做了大量准备。”3 月 11 日，华为电子商务部总裁徐昕泉在接受记者专访时透露，就在这个月内，华为与天猫合作的业界首款 C2B 智能手机将在电商渠道正式上市。

所谓 C2B 是指，这款手机不仅将借助天猫作为销售渠道，而且其早期的产品设计、研发，就以天猫、淘宝网的海量用户调研数据作为基础，即消费者定制生产。这是与华为此前大行其道的运营商定制迥然不同的业务模式，也是华为终端业务试图与消费者直接互动的一次试水。

天猫电器城总经理谭斌对记者表示，目前越来越多的生产制造商调整，在不断地为下一个新消费时代的到来做调整，而在天猫乃至整个阿里巴巴集团看来，电子商务未来的价值将不仅仅是一种把货架移到网上、成本更低的方式，而一定是让生产制造企业能够有更多的机会利用数据，接触消费者。

在此次以 C2B 为名义的牵手中，双方开展了大面积的用户调研。谭斌说，每天访问天猫和淘宝的人群已经过亿，这里面



产生了大量的消费者数据，但天猫并不是简单地把数据结果输出给华为，而是双方一起参与到数据挖掘中来，包括探讨与消费者互动的方式，以及怎样吸引更多消费者的关注。

徐昕泉表示，在这种 C2B 模式的消费者互动中，很多想当然的看法被颠覆了，比如大家通常以为网上购物人群以屌丝为主，对价格非常敏感，“其实不是这样”，调研显

示，在不同的价位段，消费者清晰地给出了自己期望的产品配置、屏幕尺寸、芯片性能(核数)等。

作为海量调研的结果之一，华为和天猫认为，在当前的市场阶段，一款 5.5 英寸以上屏幕、四核芯片、超大容量电池，并有增强视频播放功能的产品，具有很大的市场空间，而且这个市场刚刚处于爆发的拐点。据此，华为在今年 1 月的美国消费电子展上率先发布了其 6.1 英寸屏幕、4050 毫安电池的 Ascend Mate 手机。

谭斌也坦承，从目前的阶段来看，还无法让消费者独立地、从零起步地去定义一款智能手机，即使能够做到，等产品真正开发上市的时候就已经过季了，“华为的工程师原来对市场也有预判，并基于调研做了优化和调整，现在看到的 Mate 是这两个不同角度的结合体”。

在智能手机行业，对产销的柔性预测是一个至关重要的考量因素，经常有很多企业会被库存所累，也有不少企业在非常好的时间窗口期供不上货。华为有关人士表示，C2B 除了通过消费者调研获悉其对智能手机的硬件和软件偏好之外，还能更好地解决前端预测能力，给柔性生产辅以更判断的依据。

管理日记

管理者的负面思维如何控制

■ 零点研究咨询集团董事长兼总裁 袁岳

有一类朋友看问题总是看到消极负面的一面，他们开口就会说：但是……但是……；不过……不过……他们总是觉得有那么多的问题，那么多的困难，那么多的后果，因此他们不能尝试，不能探索，不能实践。

要我说，这样的思维很可能与小时候父母说不能去做超出父母许可的事情，或者老师让大家不能做学校赞许以外的事情，很多大人给孩子施加了太多吓唬加威胁的教育模式的后果有关。

世界上本有消极与积极两面，有正面与负面两面，我们周围的人也分倾向乐观、倾向悲观、或者兼顾两面的人三种。问题是，人们更喜欢跟随、欣赏、接受乐观与平衡的人，而比较不喜欢看重悲观与注重负面的人。所以让我们警惕负面思维，不要简单地只说“但是”与“不过”。

不只是我们看问题如此，有些负面思维的人当了领导，看普通同事也会比较注意他们的问题与不足，比较容易批评，比较容易骂娘。坦率地说，我也曾经是这样的人，但我发现这样的负面思维其实很容易引起周围同事与团队的反感，因此我逐渐去改进自己的行为，主要的改进策略有三个：

一是在有批评与小时指出来的时候，不是立马发布，而是停顿半小时以后再说。

二是如果说几个问题，就尽量争取发现对等数量的优点与成绩先说。

三是进一步把要说的内容，转化为提醒对方要注意的事项。

结果，这样的沟通效果会更好。同样的，对于一般有负面思维的朋友来说，我也建议采取这样的停顿、对称、建言策略，如此则能更好地收到正面的成效。

世界本没有绝对的好与坏，也不是绝对的正面与负面，在我们认识事物的时候，最好能够两两而论与平衡观，但是在我们传播与沟通的时候，则应该更加注意积极与正面思维，当然正面思维不是意味着从积极的可能性方面去看待，更多去掌握信息与收集知识，更多地激励，更多去看到实现的机会，这样的话我们更能感染人，更能让人愿意授予我们任务，更多得到资源帮助。



企业！”这不仅是马勇伟的期望，更是每一个温州人的期望！

《温州“智”造》，作者：马勇伟，出版：北京工业大学出版社，时间：2013 年 1 月第一版，定价：35.00 元，ISBN：978-7-5639-3357-0

(唐文)

对于此次合作，华为和天猫都以“尚属首次”为由，不愿预测产品的具体销量，截至目前，双方也还没有公布这款产品的最终售价。

谭斌认为，这种基于消费者定制化的 C2B 模式，其本质就是大数据应用，即使从全球范围来看，亦属前沿课题，“我们认为所有的数据，如果只是静态存在，是挖掘不出其深刻价值的”，天猫倾向于把这些数据分享给合作伙伴，未来天猫将基于不同的行业特征，合作这些数据进行分享，在此过程中不断地积累，最终寻求固化的方式。

而在华为内部，电商渠道被定义为在运营商渠道（陆军）和公开渠道（海军）之外的一支空军部队。华为的电商部门成立于去年 6 月，目前的业务模式包括与电商平台合作的 B2B2C 模式，天猫旗舰店和自营 VMALL 的 B2C 模式，以及此次尝试的 C2B 模式等。

“电商在公司里的定位是帮助企业互联网化、电商化的业务转型，绝对不仅仅是一种新通路的概念。”徐昕泉说，电商是企业的基础设施、基本能力，让企业能够高效利用互联网，特别是电子商务这种先进生产力，对消费者需求直接进行快速、低成本、大规模、广覆盖的理解和满足。（施捷）