今日 12 版
第 091 期　总第 8249 期
统一刊号:CN51——0098
邮发代号:61——85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

做　中　国　企　业　的　思　想　者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

2015.4.10
星期五
乙未年　二月二十二
热线电话:400 990 3393
官方微博:weibo.com/jrwbd
weibo.com/jlrbs

入朝鲜:乔夜雷的商业奔袭

◎朔鲜总不缺乏世界关注的目光。今年,平壤的一家超市,受到了世界的瞩目。

«[P3]

本期导读　Highlights

快餐界小鲜肉 Shake shack 营销碾压麦当劳

快餐界出现了一个"小鲜肉"。这家快餐店名叫 Shake shack，已经在全球拥有 63 家门店,去年全年利润增长 41.4%,单店销售增长率上涨 6%。

«P3

电商渠道抢占高校市场 打通校园配送"最后一百米"

全国高校在校生 2468.1 万人,年均消费额为 2800 亿元，人均达 1.13 万元，其中近 30%都用于网上消费，且还在持续增长……这是多么大的一块蛋糕啊！面对令人垂涎欲滴的巨大市场,各大电商当然不会坐视不管,纷纷进驻。

«P4

全渠道整合掘金"懒人经济" 苏宁云商抢滩社区 O2O

记者日前从苏宁云商 O2O 运营管理中心获悉,苏宁今年将全面布局社区 O2O,并将以此作为新的业绩增长点。目前,公司已经在一二线城市的核心商业圈进行门店布局，社区 O2O 将以门店为核心,全面深入到社区。

«P4

银行发力"微信营销"

为了吸引更多的潜在客户，微信营销已成为如今许多商家的"必杀技"。不过,关注银行微信号,也能享受吃喝玩乐多重优惠,这样的好事你听说过吗?

«P5

奢侈品牌在华营销的新奥秘

人们最喜欢哪些奢侈品牌？汽车、手表、服装和电子设备等厂商都想知道这个问题的答案。他们希望人们购买自身的产品,同时他们也想知道自己的营销是否有效。因此,这些生产厂商常聘请专业市调机构来调查自己的产品(和品牌)是否受欢迎。

«P6

"互联网 +"余热未消 "金三轮"网络营销再引围观

就在多数传统产业领导者不明白 "互联网+"是一个什么概念的时候,"金三轮"放出狠话"我是第一,你算老几",引起各大媒体的关注。

«P6

想在社交网站上做好营销? 看看这些鞋履品牌怎么做

在社交网站上玩儿营销其实早都不新鲜了,可消费者们就爱吃这一套,各大品牌也就乐此不疲地经营着各自的公众账号，时不时地玩些花样出来，有时还真能达到不错的效果,来看看这几个鞋履品牌是怎么做的吧。

«P7

用"心"打造　得心应手

——访内蒙古呼和浩特市格日勒阿妈奶茶馆总经理刘国向

■ 赵文靖

刘国向，内蒙古呼和浩特市格日勒阿妈奶茶创始人。

12 岁时,在草原深处第一次喝到了格日勒阿妈煮的奶茶,久久难忘!

2000 年,以"格日勒阿妈"命名的第一家奶茶馆在呼和浩特市开门营业。

2014 年,在内蒙古锡林郭勒盟西乌珠穆沁 80 多岁的格日勒老阿妈还在健康地喝着"格日勒阿妈"奶茶,而刘国向的"格日勒阿妈"奶茶馆已经发展到了 13 家直营店,靠自己的执着与勤奋,用 14 年的时间创造了一个自己的"奶茶王国"。

力排众议　改革重生

刘国向,1961 年生于锡林郭勒盟西乌珠穆沁旗达青牧场,虽然生活在牧区,他却不是蒙古族。亲切、低调、文雅的气质是给记者的第一印象。刘国向告诉记者:"开始并没有想到要做餐饮,我一直在做教育,我是第一个把沛沛英语引到呼和浩特市做的人，当时我在儿童英语教育培训的事业上发展的很好。开奶茶馆,最主要的原因是想帮助家里的亲戚,才有开个奶茶馆的念头。"

2000 年第一家格日勒阿妈奶茶馆在呼和浩特市满都海西巷开业。"开始生意并不好,苦苦撑了两个月,奶茶馆的生意突然间出奇地好。于是第二家奶茶馆诞生，此后第三家、第四家,一直达到几十家。"但随着奶茶馆的增多,刘国向却在看到了发展的严重弊端。经营没有统一的管理,品质也各不相同,家族式经营模式是企业成长的桎梏。格日勒阿妈奶茶馆要发展壮大，而且还要打造内蒙古的传统蒙餐文化品牌。刘国向要实现这个心中的愿景,他就必须做出艰难的抉择:重整顿格日勒阿妈奶茶馆,淘汰管理、服务不符合标准的家族小店。最后决定,被分离出去的店面可以经营奶茶生意,但禁止继续使用"格日勒阿妈"这一品牌。决策一定,刘国向立马实施,而凭借格日勒阿妈奶茶馆的经营，发家致富的亲戚们很难接受刘国向的这一举动，家族成员都不愿意。然而刘国向明白，企业走到此刻,要想发展壮大,就必须经历脱胎换骨般的重生。他力排众议,坚持己见。最终在 2009 年,格日勒阿妈奶茶馆的重整全部完成。由于刘国向的正确决策,2013 年–2014 年很多餐饮企业不景气的情况下，格日勒阿妈奶茶馆营业额出现了 22%的增长。

自创经营模式　做百姓口碑品牌

格日勒阿妈奶茶馆创始人刘国向自有一套经营理念。"我想让客人进了格日勒阿妈奶茶馆后的感觉,一定要和别的餐馆不一样。格日勒阿妈奶茶之所以有别于其他奶茶,关键是用料更纯、更精,这也直接造成了成本的增加。当时我们卖 3 块钱一暖壶的奶茶,成本却达到了 3 块 1 毛,根本不赚钱。"刘国向说。但是为了打品牌,刘国向没有对价格作调整。"我当时就是想抓住'消费领导人群',抓住那些懂得正宗锡盟奶茶的消费者的心,让他们有'这么好的奶茶居然这么便宜'的感觉。虽然我们的奶茶不赚钱，但是店里经营的其他蒙餐如手把肉、蒙古馅饼等却是赚钱的,我的目的就是要使'格日勒阿妈奶茶'这个品牌深入人心。"他的策略很快收到了效果。同时,格日勒阿妈奶茶馆是家装修统一、管理完善的直营店,奶茶馆在装修上也极其富有浓郁民族特色。墙壁全部是用纯木铺就,透着质朴自然的气息,置物架上摆放着酸奶桶、油灯、马鞍这些与牧民生活息息相关的物件，木制的桌椅看似普通,实则却有着独具匠心的设计,所见所闻的一切都让人有置身草原、置身牧民家中的感觉。

刘国向说:"我们要做百姓口碑品牌,为保障直营店品质,统一进货渠道,肉食、奶制品全部从锡林郭勒盟购入,奶茶统一按照格日勒阿妈传统奶茶熬制方法熬制。格日勒阿妈奶茶馆的根本就是品质始终如一,用料纯正,品质如一是格日勒阿妈奶茶馆最基本的保障。"

"家"是凝聚企业文化的核心理念

"在企业文化建设上,我们融入了'家'这一概念。格日勒阿妈的'家'文化就是让每个店员都成为这个家的儿女,只有带着对家的热爱和眷恋才能用自己最真诚的一面为客人服务。"目前格日勒阿妈奶茶馆已有 13 家直营店,为了能够更好地帮助他们成长,刘国向特意成立了一支由 26 人组成的"格日勒阿妈管理团队"。"我们这个团队非常优秀、非常难得,他们大都有教育行业的从业经历,他们懂得如何去管理一个'家'，如何帮助每个孩子的成长。很多餐饮企业都会出现缺服务员的现象,而我们却没有,因为来到我们格日勒阿妈工作的人,他们并没有感觉到他们是在打工,而是回到了自己的家。"同时,管理团队会在每月都会对十家直营店进行评比，通过对成本率、利润率、菜品、服务、卫生等二十几个项目的综合考核,评出上月前八名的直营店店长会得到奖励。正是这些机制的建立,促使每一名店员都为"格日勒阿妈"积极贡献着自己的力量。

同时,在格日勒阿妈奶茶馆里，有一个必须达标的内容，是员工餐一定要好。"一定要保证员工吃好。蒙古族的孩子爱吃肉，员工餐里就一定要有肉,员工吃好,就能工作好。"刘国向说。记者了解到,格日勒阿妈奶茶馆的服务员全是蒙古族,会唱蒙古歌,率真、爽朗。"我是我们企业里的唯一的汉族人。汉族人领导者蒙古族人在做餐饮。"刘国向对记者说道。当记者问到刘国向的下一步打算时,他表示,下一步还是要在内蒙古的其他地区继续开分店,同时已与北京的朋友决定要在内蒙古呼和浩特市盛乐园区建立格日勒阿妈奶茶加工厂,将"格日勒阿妈"的品牌越做越大。

在刘国向的言谈话语间，我们感悟到,他是每天在用"心"经营着这个"王国"。刘国向 14 年来，一心扑在事业上，用他的决心、恒心、良心……用全付心力打造出一个"奶茶王国"。这就是刘国向的成功之道!

2015 克明面业经销商暨新品发布会长沙揭幕

第一天湖北区经销商现场订单达 2800 多吨

本报讯（记者 **李凤发** 通讯员 **周忠应**）4 月 8 日上午 11 点 40 分,在克明面业长沙总部三楼多功能厅，当主持人宣布:"今天经销商现场订货到此结束，请工作人员统计订单数据。"这时,有几个经销商不约而同站起来说:"等一等。"一位经销商说,我还要补订单"华夏一面"100 箱;另一位经销商说,我漏订"来碗面 "了…… 11 点 50 分,工作人员统计的数据显示,一个小时现场共下订单 2800 多吨。这是 2015 克明面业经销商暨新品发布会现场的一个火热场面。

这次克明面业经销商暨新品发布会分区域分时段在长沙总部三楼多功能厅进行。第一场会议是湖北经销商会议，到会的经销商达 90 多人,他们对克明面业推出几个新品非常感兴趣,如陈克明牌粉丝、面粉,他们相信"陈克明"这个品牌,对新品推广很有信心。据统计,这次下的订单除了传统的品种外,新品种的订货比例达到了近 10%。

●克明面业营销精英团队

据记者了解，此次克明面业的经销商会议分 4 次进行,4 月 10 日是湖南经销商会议,4 月 12 日是福建与广西经销商会议,4 月 14 日是江西经销商会议。克明面业十分重视这次经销商会议，每个细节都安排得有条不紊，让经销商们感受到克明面业家的温馨与厚重的企业文化。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用；本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金，广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号，不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃查处。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028–68230681
028–68230659
028–87344621
举报传真:028–87325242
企业家日报社

销售热线:028–83527832 18198649198
成都沁缘春贸易有限公司总经销
地址:成都市天祥街香颂丽景 5 楼 32 号

Iphone,android 手机扫描二维码下载安装
企业家日报微信公共平台二维码
企业家日报社手机客户端 APP——太阳岛二维码
本报常年法律顾问为闫永宁律师
手机:13609110893