

伍田食品卓越质量赢发展



范正海在联谊会上鼓励营销中心为客户更好地服务

■杨文 本报记者 何沙洲

由于受到持续低迷的经济形势影响,2015 年食品行业的处境也极为困难,部分食品企业出现销售业绩大幅下滑的现象,甚至还有企业严重亏损。但作为食品行业知名企业的成都伍田食品有限公司,却在逆境中异军突起,逆势上扬,经受住了严峻考验,2015 年销售产值和利润双增长 30%,创下业绩新高。

为什么成都伍田食品有限公司在食品行业普遍不景气的情况下能取得这样的业绩?伍田公司总经理范正海认为,伍田能实现逆势上扬,得益于公司坚持一如既往地坚持保持产品的卓越品质,坚持产品的差异化定位,坚持以产品的品牌内涵和服务取胜,坚持以实现广大经销商和消费者的最大满意度为价值取向,从而赢得了企业的持续发展。

卓越品质为发展提供了保障

自古“民以食为天,食以安为先。范正海自担任伍田公司的总经理以来,就一直坚持将“企业凭良心做食品,经销商安心销售食品,消费者放心享受食品”的“三心”理念建

立在安全、安定、安心的“三安”原则上,落实到人品、企业、产品“三品合一”的建设上;这不仅是对企业提出了价值观取向,同时也对每一个员工提出了具体要求,将“为社会创造更多的财富,提高全民生活质量”的社会使命落实到生产和销售每一个环节的执行中,融入到从管理者到普通员工的勤劳和智慧中,从理念上为伍田公司全体员工培植了正确的价值观。

为了确保“伍田”食品的卓越品质,范正海和公司决策层一直坚持引进国际一流的生产设备。比如引进了一流的进口设备技术,如西式火腿灌肠生产线由德国的汉德曼的充填机、克维尼亚全自动包装机、自动滚揉机等组合;速冻小包装生产机由德国的 K+G 全自动充气包装机、特莱富自动切丁机、螺旋速冻机、不锈钢振动输送带组合;还有由瑞士斩拌机、日本 ADP 充填结机机、杀菌釜、德国制冰机组组合的高温肠类生产线等。

为确保科技创新,公司设立与国内外食品研发机构合作的技术研发中心,负责产品和工艺技术的研发。通过已建立的技术研发平台,综合德国工艺技术,把原来生产西式化的设备技术改进为中式化,生产符合国内消费者传统消费习惯的高品质中式化西式

食品。如伍田食品品牌产品“黑牛肉”,是从传统工艺改进而来的,通过西式的滚揉加工等工艺,再增加一系列的现代化加工设备加工而成。目前,伍田“黑牛肉”在品质和产品规模上,已在整个西南甚至国内行业都居于前列。

内部优化资源配置降低成本

近年来,原材料价格上涨,运输费用增加,以及人工成本增加等,导致企业总体生产成本大幅增加,企业利润空间受到了严重挤压,企业不得不面临利润减少和产业结构调整阵痛。如何在保证产品质量的前提下保证企业合理的利润,这成为很多企业管理者的严峻课题。

在伍田食品公司,范正海一直提倡“能者上,平者让,庸者走!”的用人机制,不断充分发掘企业改革创新的活力,确保用一流管理生产一流产品。面对 2015 年的新形势的严峻,范正海和公司高层冷静分析,理智地做出了在公司内部实行“减员增效”的决定,一方面减少不必要的岗位,淘汰平庸的员工,同时大胆启用新人,提拔新人,激发团队士气,深挖团队潜力,最大限度内优化内部资源配置。

为了确保生产一线的正常运行,确保“伍田”食品的卓越品质,范正海提出了支持一线、倾斜一线的要求,尤其是在生产紧张的时候,公司及时安排公司管理层和区域销售经理到车间参与生产。这种方式,不仅弥补了车间生产人力的不足,降低了生产成本,而且也让一些销售经理们对“伍田”食品有了更全面的认识。一些销售经理们告诉记者,紧张并忙碌的生产劳动经历,以及经过与车间一线员工零接触的沟通,让他们深度体验到了“伍田”食品一流的生产工艺和近乎苛刻的管理,让他们在面对市场销售时更有底气,更有信心,更有激情。

为了进一步激发销售团队的活动,范正海对销售团队进行了整顿,并大胆引进、提

拔了新人孙书建为营销总监。“我到伍田是慕名而来的,知道这是一家品牌食品企业,率先在行业里提出‘企业凭良心做食品,经销商安心销售食品,消费者放心享受食品’的‘三心’经营理念,做得很不错。”孙书建说他最高兴的是,跟范总见面,因为都曾经是军人这个缘分,他们谈得很开心。孙书建的许多营销策略和想法与范总不谋而合,他觉得范总待自己如战友间兄弟一样,在一起交流就是谈想法、说未来,互相鼓励,感觉有一种跟随范总一起向前冲的劲头。

外部拓展渠道实现销量攀升

面对经济持续下行的压力,很多消费者感觉钱难赚,同时由于同类的食品众多,很多消费者对购买的食品要求极为苛刻。无疑,广大消费者的期望是不断发展变化的,只有适应市场的变化才能最终被消费者认同。对此,范正海表示,服务好消费者是伍田人的永远信念。

在产品竞争白热化的今天,买方市场大行其道,得渠道者得市场,渠道是食品企业的命脉。伍田公司对每一位经销商都极为重视,不仅因为他们是伍田公司发展的伙伴,更重要的是大家都有一个共同的信念——为消费者提供优质、美味的放心食品。前往伍田食品公司的每一位经销商都感觉到,陪同他们参观公司和产品的每一位伍田人都是坦诚的交流者和认真的倾听者。

2015 年,伍田公司为了提升销售业绩,扩大市场占有率,不断拓展销售新渠道,成功与良品铺子等新型店铺连锁企业建立了稳健的合作关系。凭借“伍田”食品卓越的品质,“伍田”系列食品在良品铺子等新型连锁店呈现出销量逐日攀升的势头。

“2016 年,伍田公司将不断优化产品的性价比,提高产品的综合素质,与广大客户和消费者共赢共享美好的未来。”范正海在日前举办的 2015 年伍田公司客户答谢联谊会上充满激情地如是说。

奥康携手《中国好声音》放歌献礼春节 入驻温州龙湾万达广场一楼唱响新年开篇曲

2016 年 1 月 30 日,奥康与温州龙湾万达广场签署合作协议,奥康国际馆入驻温州龙湾万达广场一楼并正式开业。同时,奥康还宣布与《中国好声音》展开合作,共同举办《中国好声音》学员奥康行之温州龙湾万达站,《中国好声音第四季》学员张楠、李文豪亮相温州龙湾万达并登台献唱,与百万市民共贺新春。

实力铸就荣耀,比肩国际时尚名品

“奥康国际馆入驻万达广场一楼,与国际大牌为邻,相互竞争,这是奥康走向国际的又一步。”活动现场,奥康董事长王振滔表示,“信心来源于实力。一是对奥康产品质量有信心,二是对奥康产品设计有信心,三是对店铺营销服务有信心。”

据悉,近年来,奥康产品一直在做时尚化、年轻化、精细化的变革,公司管理团队先后多次前往韩国、日本时尚商圈考察,学习探索潮流动态,并在意大利和广州设立研发中心,先后推出布洛克·莫卡辛时尚休闲名品系列,得到市场强烈的反响。去年 8 月,奥康战略合作美国第一时尚运动品牌斯凯奇,在进军运动板块的同时,将斯凯奇运动鞋时

尚舒适的产品特性引入奥康皮鞋设计生产中,追求别具一格的设计风格 and 独一无二的穿着脚感。去年 10 月,奥康启动产品 4.0 战略,力求产品品质进一步提升,并设置时尚买手部、超级 shoes 场等具体方案,以期结合市场信息和潮流趋势,将消费者的需求,精确转化为新款样品。

“万达广场一楼作为购物中心的钻石区位,汇聚国内外各类时尚名品店,都是国际主流一线品牌。在钻石区位开店的品牌,都要经过严格的考察认真才能落户。”温州万达广场相关负责人表示,“这几年奥康国际馆无论是店铺布局、运营,还是店内产品款式设计,以及品牌号召力都有极大的提升,奥康国际馆已经完全满足在万达广场一楼开店的要求。”

据悉,温州龙湾万达广场商业面积 27 万㎡,其中一楼主要经营快时尚品牌、时尚休闲服装、精品少女淑女装、化妆品集合店、精品时尚配饰,汇集了 ZARA、优衣库、M&S 等众多国际知名大牌。

“中国好皮鞋”牵手《中国好声音》,共筑梦想新未来

活动现场,刚刚荣获 2015“中国好皮鞋”



荣誉称号的奥康正式宣布与《中国好声音》展开合作,共同举办《中国好声音》学员奥康行之温州龙湾万达站。《中国好声音第四季》那英组学员张楠、庾澄庆组学员李文豪携手登台献唱,并与奥康高管共同为奥康龙湾万达国际馆开业剪彩。

“浙江卫视《中国好声音》首季播出就给全国观众带来了惊喜,第四季收视率依然居高不下,凝聚了大量的粉丝人气,并引发社会不同年龄阶层之间的互相沟通和理解,是‘浙江制造’的名片之一,也是中国娱乐文化产业化的标杆。”谈及此次奥康牵手《中国好

声音》,奥康相关负责人表示,“此次牵手,奥康不光着眼于《中国好声音》的超高人气,还在于其节目具有强大的认知引导力。通过合作,除了有利于奥康品牌的宣传,对促进消费者对奥康品牌时尚化、年轻化的认知更加有利。”

据悉,除此《中国好声音》学员奥康行之温州龙湾万达站外,随着奥康营销脉络的不断铺陈,今后还将在全国更多地区与《中国好声音》展开合作,共筑梦想新未来。

(朱文俊)



“我已经有去‘IOT’(万物互联)方向上的部门调动计划。”1 月 27 日,一位 360 公司中层告诉记者,他将从一个传统部门调往行车记录仪部门。该部门是近年 360“IOT”战略的重点关注领域。

360 的诸多员工和这位中层管理者一样,在公司的重大战略调整中,面临着岗位变动。1 月 26 日,360 董事长周鸿祎在公司年会上宣布,将对 360 部分业务进行单独拆分,并在公司内部推行鼓励员工创业计划。具体内容是,为内部创业实施配套的激励机制——项目团队将拥有新公司部分股权,即便最终无法上市,管理层也能回购公司股权。

周鸿祎之所以做出这一决定,是因为 360 在安全、浏览器等传统业务增长放缓后,管理层需要重新激发技术骨干的活力,以避免技术骨干外流。

周鸿祎分拆 360:为创业员工分配股票池

业务分拆早有图谋

关于 360 的未来,周鸿祎的想法是,安全业务要下沉,甚至与政府相连。“我们要从个人安全走向企业安全、社会安全甚至国家安全。只要让别人离不开我们的安全,360 就不会是一家倒下的公司,我们就会有坚实的用户基础。”

“IOT”是 360 接下来的另一块业务重点。它目前主要包括路由器、儿童手表和行车记录仪三个方向。周鸿祎称,360 并不认为硬件能成为一个赚钱的生意,而是从得到用户、数据和连接入手。

“IOT”方向被 360 视为公司未来的“星辰大海”,更多的人力需要投入到新业务中。目前,360 管理层迫在眉睫的问题是,如何在公司架构和管理方面跟上业务发展的节奏。

事实上,一年半之前,周鸿口就开始谋划对 360 公司部分业务进行拆分,360 高层也就此事进行过商讨。1 月 26 日是周鸿祎正式在公司内部年会上阐述这一想法。

“目前已经有几个部门,根据老周的思路,在尝试进行业务拆分和调整。”上述 360

中层告诉记者,无论在搜索、浏览器还是其他技术部门工作,迁移到“IOT”领域的新部门,所利用的技术角色并未改变。

安全、浏览器、搜索等部门,曾为 360 的发展打下江山,但目前这些业务增速放缓,发展面临瓶颈。加上,当前 360 员工人数已达 6000,公司管理力度减弱,这些已使 360 很难像初创企业一样灵活运转。

360 管理层遇到的矛盾是,无法将之前的管理办法简单复制到一个规模更为庞大的团队中,尽管他们也有意避免公司陷入程序复杂的“大企业病”中。主动分拆部分业务,成为 360 不可避免的选择。

据记者了解,当前 360 已经在互联网金融、国际化业务两个方向上进行内部创业的鼓励和尝试。以互联网金融业务为例,其部门总监原先负责的是 360 的导航业务部门。这种跨部门的调整,在内部获得了周鸿祎的认可。

但拆分或许并不能让 360 实现“弯道超车”。一位业内人士向记者分析,在当前较为庞大的员工规模和架构下,用拆分的做法,借一些较为前瞻的业务实现上述目标很困难。

况且,在各大互联网公司的密切关注下,360 的一举一动都会引起竞争者的警惕。

“拆分无疑也将带来一些问题,例如在市场推广和员工管理等方面会出现重复投入,架构重新调整也将激化公司的内部竞争。”上述 360 中层告诉记者。

周鸿祎鼓励员工创业

“创业者最牛,我最爱创业者。”在 1 月 26 日的 360 公司年会,周鸿祎毫不掩饰他对创业文化的喜爱。不过,他也意识到,在大公司内部“光空谈创业文化是没用的”,所以他要用业务拆分的方式,鼓励内部员工创业。

按照周鸿祎的阐述,内部培养创业者可分两个层次:一是,360 本身要有核心业务,扮演“航空母舰”的角色;二是,将部分中高层管理人员、业务骨干培养成为公司合伙人。

“分拆和鼓励内部创业,老周在过去两次内部会议中已经提到。”上述 360 中层告诉记者,“IOT”将是 360 鼓励内部创业的

复星集团执行 非终身全球合伙人计划

日前,复星集团宣布已向 18 位全球核心管理人员授出共 1.11 亿股普通股股份购股权,这标志着复星集团全球多层次合伙人计划的进一步完善。

据公告显示,复星国际有限公司(“复星国际”,连同其附属公司统称为“本集团”)在香港联交所发布公告,宣布复星国际已经于 2016 年 1 月 8 日(“授出日期”),按行使价每股股份 11.53 港元,向首批 18 位全球核心管理人员(“承授人”)授出共 1.11 亿股普通股股份购股权,以秉承复星国际一贯倡导的企业家精神的核心价值观念,激励本集团核心管理人员的价值创造、主动承担及业绩贡献,持续完善多层次及长期的激励机制,积极推动管理创新及文化传承。

推全球合伙人计划

在承授购股权的首批 18 位全球核心管理人员中,包括复星国际执行董事丁国其、秦学棠、陈启宇、徐晓亮,4 人共承授 4000 万份购股权。此外,也包括复星集团各业务板块和职能板块的核心高管、以及海外投资企业的核心高管。

复星集团董事长郭广昌在《致复星全球合伙人的一封信》(后简称为《一封信》)中写道:复星从 24 年前成立之初,创始人之间就是合伙人的概念。“我们希望复星的人才战略更多地学习高盛的合伙人文化,我们要强调团队、精英组织和企业家精神,我们期待每一位复星人都能成为复星合伙人”。

郭广昌如是解释复星合伙人计划:首先,复星会有不同层面的合伙人,我们的合伙人将是各自专业领域的脊梁,又拥有着复星全局发展的视野;其次,复星集团层面的合伙人,是完善我们整个合伙人计划最重要的一步;第三,复星合伙人一定是全球化的,Fidelidade 首席执行官 Jorge 已经成为了首批集团层面的合伙人,未来我们将有更多来自全球的合伙人加入;第四也是最重要的,复星合伙人不是终身制的,也不是论资排辈,我们希望更多年富力强、符合我们标准的新鲜血液补充进来,而不符合的一定要逐渐退出。

与绩效目标挂钩

复星国际此次执行公司于 2007 年 6 月 19 日采纳的购股权计划,授出共 1.11 亿购股权,每份购股权赋予该购股权持有人权利,可按行使价每股股份 11.53 港元,行使该购股权以认购一股股份。

根据购股权计划,每名承授人于授出日期第五周年日(2021 年 1 月 8 日)起,至购股权届满失效(于授出日期起计第十周年日,即 2026 年 1 月 8 日)之前,分三次行使购股权。

在购股权届满失效(2026 年 1 月 8 日)之前,承授人在授出日期第五周年日(2021 年 1 月 8 日)起,可首次行使最多 20%购股权;在授出日期第六周年日(2022 年 1 月 8 日)起,可再次行使最多 30%购股权;在授出日期第七周年日((2023 年 1 月 8 日))起,可行使余下尚未被行使(及未失效)的购股权。承授人在达成与集团相关的特定绩效目标后,才可行使购股权,绩效目标由董事会设立。

值得注意的是,有业内人士称,执行股权激励计划,有利于提升小股东的信心,对提升股价也有一定作用。而向管理层出售股权,即绑定管理层利益,有助于提升公司业绩。

事实上,如何让职业经理人拥有事业经理人的思维模式和做事方法,是复星一直在思考的问题。鉴于此,全球合伙人计划对复星来说,并不突然。在复星向投资集团转型之初,复星事业合伙人制度即被提了出来,甚至早于万科。只不过,复星此次股权激励的对象是全球核心高管。(王丽新)

主要领域之一。

尽管周鸿祎决定将部分业务放权给合适的员工进行管理,但 360 将保持对这些初创公司的掌控度和话语权。

周鸿祎称,360 将考虑给创业项目创员工分配 20%-30%不等的股票池,鼓励脱颖而出员工成为 360 旗下创业业务的合伙人,可拥有旗下公司股份。对于最后不能独立上市的公司,360 方面将按“市面公允价值”将公司股份进行回购,再重新装入到已上市公司中,以实现员工个人的财务自由和资本回报。

事实上,相对于企业管理层面的变革,周鸿口对产品技术创新更感兴趣。“他更像是一位产品经理,很少在高层间扮演协调角色。”上述 360 中层告诉记者,周鸿祎在公司开会时,谈论产品充满激情,产品也成为每次 360 内部开会的重点。

周鸿祎的一位下属也曾评价:他是一个产品至上的理想主义者,曾在多个场合表达对巨头跟风做 O2O 等新业务的批评。但如今,在技术创新之外,“产品经理”周鸿祎正在在领导一场企业管理变革。

(汪传浩)