



# 借道返利 中粮趟微商浑水

朋友圈微商面膜等刷屏广告刚刚消散，大鳄中粮的微商刷屏广告纷至沓来。中粮集团最新推出的“中粮电商城”，就以返利形式让各类企业高管为此站台。从表面上看，“分销擦边球”式返利举措是中粮短期打开微商渠道的营销活动，不过在业内人士看来，这是中粮在全产业链条布局中对销售渠道去中心化的探索。

## 微商

一则中粮集团在朋友圈的广告疯狂曝光。国企巨头中粮集团宣布进军微商。中粮此次推出的中粮电商城实为一个名为“中粮健康生活”的微信服务号。服务号信息显示，该号由中粮集团旗下中土畜健康食品事业部官方运营，账号主体是中宏生物工程有限公司。北京商报记者查询工商注册信息显示，该公司成立于1998年，陆续推出了蜂王浆冻干粉胶囊等保健产品。

该商城定位于“健康”，北京商报记者体验发现，商城主要售卖零食、冲饮、保健、粮油、面粉、美护六大类产品，且产品均为中粮自有品牌，并提供满88元免邮费服务。目前

大量商品已有销售记录。

## “分销”

与此前微商直白的广告不同，具有返利特性的宣传语让此广告迅速在朋友圈传播。该玩法也使人极易联想到“拉下线”的分销广告。

中粮在宣传语中表示，“加入世界500强，不用投资一分钱，中粮就是这么任性”。据了解，每个人都可以在关注该服务号后，生成附带有自己二维码的海报。当其他消费者通过扫描该二维码进入商城并消费后，海报发布者便可以获得利润分成。

不过，北京商报记者在商城中并未找到利润分成方式及幅度，仅在推荐奖励中看到可获得粮票或奖励。极具诱惑力的宣传语也引发了广泛质疑。宣传语中提到，“越早关注，你的下线越多，他们消费你就有钱进账”。有消费者向记者表示，这让人感觉特别像此前的分销广告，甚至是传销。

中粮方面对此特别回应称，这是对公司营销方式的曲解，“本公司及本公司运维的微信账号从未涉及直销业务和多层次分销业务，而是基于本公司现阶段营销推广方式，通

过现金折扣方式对推荐者进行返利奖励”。中国贸促会研究院研究员赵萍表示，这并非是非销售人员通过发展下线获利的方式，而是一种通过“传播广告”获利的行为。

## 去中心化

在中粮涉足微商之前，包括韩束、浪莎等品牌均进军了微商领域。在赵萍看来，此前C2C模式的微商存在发展误区，中粮等B2C模式下的微商是对全渠道销售中去中心化的探索。

打造全产业链一直是中粮集团的重点发展战略。赵萍表示，传统商业采用的是“中心化”模式，抢流量是发展根本，不过，在消费升级下，去中心化已是未来电商发展趋势，“在渠道为王的趋势下，抢先布局是企业要考虑的问题”。

不过，此前“杀熟”的无序发展已经给微商抹上一层阴影。包括微信等都曾对微商进行过整顿。有业内人士直言，“中粮返利式营销未来是否会被封杀都存疑问”。在赵萍看来，巨头的加入也是对微商的一次升级，“采用B2C模式将推动微商走上一个新台阶”。

(李铎 王运)

# 鄂尔多斯能化掀起形势任务宣讲热潮

在全年各项工作开局起步的关键时期，兖州煤业鄂尔多斯能化在全公司范围迅速掀起形势任务宣讲热潮，提振了广大干部职工度危求进的“精气神”。

为切实做好宣讲工作，该公司超前准备，在广泛收集资料的基础上，同时紧密结合能化公司实际，重点从当前形势怎么看、兄弟单位怎么干、听听上级怎么说、我们应该怎么办四个方面确定了内容。1月21日-25日，能化公司宣讲小组辗转800多公里，深入到能化公司“五矿一厂”，和广大干部职工共聚一堂，敞开心扉，共同谈形势、明目标、讲任务、定措施，解开了头脑中的疙瘩，甩掉了思想上的包袱，收到了解疑释惑、释放压力、凝聚合力的良好效果。

该公司紧紧围绕党和国家重大方针政策、上级工作思路和决策部署，紧密联系职工思想、工作、生活实际，引导职工充分认清形势正确对待成绩，正视问题不足，牢牢

掌握舆论导向权和话语权。宣讲中，既给职工讲清能化公司目前面临的巨大的压力和挑战，也给大家分析优势和有利条件；既指出了存在的问题，也明确了具体措施，回答了职工当前形势怎么了、为什么、怎么做等问题，及时把大家的思想和认识引导到了正确的轨道上来。

他们创新宣讲形式，增加互动环节，宣讲过程中让职工多提问题，现场给予解答。他们还创新形势任务教育的载体，充分发挥多媒体直观、生动的优势，将形势任务教育内容改编成图片、幻灯片或FLASH动画通过电子邮件、视频机发布。另外，还注重从单纯抓理论教育向鲜活典型事例教育转变，把能化公司成立以来的“感动兖矿”人物、劳动模范等先模事迹梳理汇总，利用身边的事例教育职工，感动职工，让职工比着学、照着干。

(张兴茂)

# 中国远洋海运集团有限公司成立运营规模将实现 4 个世界第一、6 个世界前列



中国远洋海运集团有限公司18日在上海正式成立。许立荣任集团董事长、党组书记，万敏任总经理、党组副书记，集团总部设在上海。

许立荣18日在此间介绍，2015年8月7日，两家集团涉及的8家上市公司宣布停牌，拉开了改革重组的帷幕。2015年12月初，国务院正式批复两家集团实施重组。近期，相关上市公司先后召开股东大会，重组方案均获得高票通过。

交通运输部副部长何建中表示，此次改革重组，将进一步推进我国建设海洋强国目标，有力支撑“一带一路”战略实施，形

成对“海上丝绸之路”战略的有力保障和支持。

许立荣介绍，两大集团重组将实现资源重构、信息共享、人才互动、产业升级的重组整合效应和规模优势效应。中国远洋海运集团拥有总资产6100亿元人民币，员工11.8万人，运营规模将实现4个世界第一、6个世界前列。

中远集团成立于1961年，远洋航线覆盖全球160多个国家和地区的1500多个港口，船队规模居世界第二；中海集团于1997年在上海成立，已形成以航运为主业，航运与航运金融、物流、码头、船舶修造、科技信息等多元化产业协同发展的格局。

许立荣表示，中国远洋海运集团将秉承“一个团队、一个文化、一个目标、一个梦想”的理念，打造以航运、综合物流及相关金融服务为支柱、多产业集群、全球领先的综合性物流供应链服务集团。

(林红梅 赵文君 贾远琨)

# 重点推荐投资名家名作——邵祥发



邵祥发 SHAO XIANGFA

邵祥发，口名冰心，冰心斋主，一片冰心。汉族，一九六三年生，广东电白人，国家一级书法家。现为中国国际艺术家协会高级会员，中国画创作研究院理事，中国管理科学研究院经济论坛专家委员会副秘书长，中国管理科学研究院中华知名专家，中国管理科学研究院中华大智库知名书画专家主席团副主席，中国国际现代艺术中心艺术顾问，中华文化名人堂文化名人，中华文化研究院名誉院长，北京大有乾景书画院副院长，广东十大杰出书法家，共和国当代著名书法家，金奖艺术家，中华民族杰出艺术家，中企报盟信息科学研究院艺术顾问，中国书法家艺术协会副主席，中国企业报道艺术资本理事会副主席。

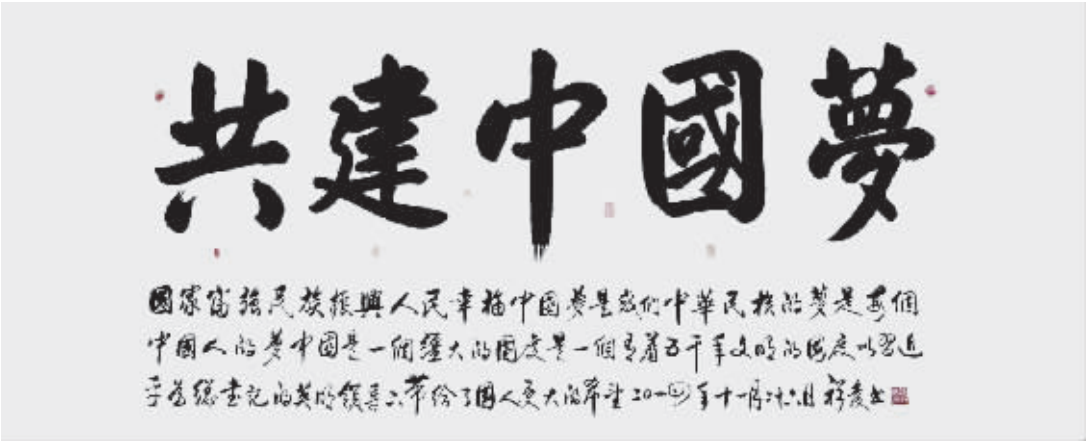
从小受父辈熏陶、耳濡目染，酷爱毛笔书法，最初临习颜真卿、柳公权、欧阳询、诸遂良、文徵明等名家名帖。曾师承麦华三先生。于一九九三年到西安碑林临习碑刻。历时三年之久。又遍游祖国名山大川，所到之处必专心研习寺庙之碑刻、木刻楹联书法，把中华书法艺术视为毕生之至爱，每日必书，笔耕不辍，历数十载寒暑之锤炼，博采众长。工楷、行、草、隶、篆诸体。其楷书端庄秀美，圆润华贵；行书自然飘逸，顾盼有度；草书笔走龙蛇，行云流水；隶书结体创新，大气磅礴；篆书行笔流畅，清丽高雅。作品深受社会各界人士之喜爱和收藏。

其作品入展2011年广西首届《黄庭坚杯》全国书法大赛，同年，入展广东第三届《观音山杯》全国书法大赛。作品被编入2014年《中国编年史》1949—2014，同年入编《现代书画辑要》，入编由中国邮政，中国集邮网出版发行的《庆祝建国65周年》主

题邮币卡，入编《“盛世中国”书画界最具贡献人物献礼建国65周年》，作品被中国企业报道艺术资本选为《向企业重点推荐的百强书画名家特刊》，同年被全国专家学者协会教育委员会选为《世纪辉煌》大型文献封面人物，该书籍由中国文联出版社出版，2015年3月，入选《特邀最受欢迎的双十大人民书法家献礼全国两会》媒体特刊。被中国国际新闻选为2015年度《中华艺术家》新闻人物头版头条报道，与中央委员，新华社原社长邵华泽先生二人当选。作品被人民大会堂收藏。同年6月，由国务院国有资产监督管理委员会主管，中国企业家协会主办的《市场观察》杂志作为投资重点推荐的书画名家刊登报道，该杂志赠阅全国人大，全国政协，中央国家机关，国资委系统，世界500强企业，中国500强企业，中国企业家协会会员企业。被中国企业报道授予《全国百位优秀人民书画家》荣誉称号，并由媒体专题报道，作品被中国《企业家日报》刊登报道。同年7月，应约于国务院新闻办的《中国

网》中国访谈，世界对话作个人专访。被中国高科技产业化研究科学成果转化工作委员会出版的书籍《协同创新发展》选为封面人物，并应邀为该书题写书名，被中国国际新闻选为正刊报道，入选文化部中国文化信息协会编撰的大型文献《中华伟业》，并应邀为该书题写书名，该书由中国文联出版社出版发行，入编《艺海十人行》书籍，该书由天津人民美术出版社出版，入编全国专家学者协会编撰的大型文献《时代中国人》，并被该文献选为封面人物，该书由文联出版社出版，被选为中英文化年出版的书籍《画韵书香》中华瑰宝四大家之一，与欧阳中石先生，刘大为先生，冯远先生共同入选，该书由天津人民美术出版社出版，入选中国国际新闻编撰的《中华龙坛、名家经典》书籍，该书由中国文化出版社出版。9月，被人民代表报，人民美术报，人民艺术家书画院选为《纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年——“民族魂”当代艺坛名家》专题报道，入选中国邮政、中

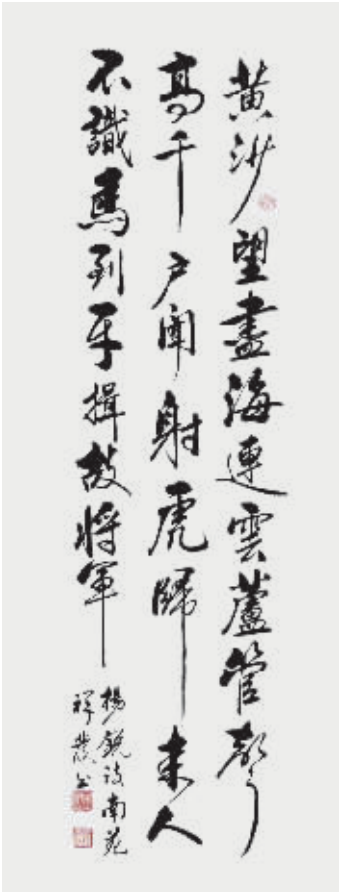
国集邮网发行的《纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年》主题邮册。作品被选入《当代最具贡献书画家献礼70周年大阅兵》，被中国企业报道出版的《艺术资讯》2015第5期选为封面人物刊登报道，10月，入编中国中外名人文化研究会学术委员会编撰的《人民喜爱的书画家》宣传特辑，该书由中央文献出版社出版，11月，文化长征走进韩国中韩书画文化交流，作品被韩中企业家友好联合会收藏，并被评为友好大使，文化长征走进韩国中韩书画文化交流，作品被评为特等奖，并获韩国首尔特别市长颁发特殊贡献奖，入选中企报盟信息研究院《百位书画艺术传播大使专题报道》，11月28日，应邀出席中国管理科学研究院经济论坛专家委员会于北京钓鱼台国宾馆召开的峰会，并荣膺中华大智库《十大知名书画家》称号。作品多次在国内外展出，并受到国内外的一致好评和获奖。作品被韩国，新加坡，泰国，美国，英国，马来西亚，印度尼西亚等国际友人收藏。



《共建中国梦》2.4米X1.2米 2014年创作



《龙》2.1米X70公分 2014年创作



邵祥发作品