

姚明咤体坛 叶莉成富婆



中国体育运动的商业化和职业化运作，不仅造就了一批体育英雄，也造就了一批身缠万贯的富豪，例如李宁、姚明、刘翔等人，就是其中的佼佼者。当然，女人撑起半边天，体育运动同样催生出批亿万富婆，篮球运动员叶莉的名气不大，但她的老公姚明那可是“相当的有钱”。作为 NBA 休斯敦火箭队的当家球星，姚明除了火箭每年向他提供上亿年薪外，更重要的收入是来自代言各种各样的大品牌广告。据不完全统计，姚明在去年一共赚得了388 亿人民币。不难看出，叶莉在与姚明结婚之后，她的个人财富将突破三亿大关，一跃成为国内女运动员的首富。

（翟 明）

女人最适合在哪些行业大显身手？

□ 蒋小华

最近，碰到不少女人的感叹：做女人挺难！做事业女人更难！她们特别提到，女人做什么行业可以发挥女人的优势。以下八大优势行业供大家参考：

(1)**服务业**：服务业是十分适合女性的一个行业。很多成功女商人都曾从事过这一行业的工作。因为女人的直觉感十分强，她可以清醒地看到每个层次的人们的需要，因此，选择服务业是发挥女人优势的一大天地。

(2)**教育业**：女人天生就有一种母性，这种母性使女人有着比男人更强的心理优势。女人的母性、温柔、心细、耐心等天生特征都是女性从事教育业的优势。

(3)**传播业**：在报纸、期刊和图书等出版行业里，女性的优势处处可见。她们拥有女性记者的采访优势，细心可以使她成为优秀编辑，她们的直觉判断使她们能够策划出读者喜爱的题目……

(4)**广告业**：你会想到，如果你设计出杰出的作品，就能得到客户的赞赏，如果你善于交际和筹划，你会从客户手中得到很多钞票……女性很容易掌握这方面的才能。广告界是个广阔而又奇妙的天地，也是一个对女性开放的天地。

(5)**会计业**：在西方，有两大就业潮流：很多男孩学电脑，成为电脑工程师；很多女孩学财会，成为财务管理人。在中国，也有很多女性成为非常吃香的会计师。会计业因此成为她们特别擅长的行业。

(6)**股票业**：女性也可以尝试一下这个行业，她们帮助人们分析股票涨落的行情，真是一言可以决定兴衰。许多玩股票的男性对股票小姐都倍加奉承，你也可以乘机选个对象。不过，希望你们为爱情而结合，不要仅为金钱而嫁人。

(7)**律师业**：女性也很适合从事法律工作。律师需要的记忆力强、思维敏捷、善交际、善言辞等特点，很多女性都天生具备。在律师行业里，大有作为的女律师不乏其人。

(8)**艺术界**：在这一行业里，当演员、歌手、当技术员、当编剧、当导演等，女人都可大显身手。不过，干这一行生活大都不规律，有时甚至把白天当成夜晚。如果你对这行有兴趣的话，也不妨试试。

□ 刘致远

时间总是过得很快，我们告别了2010，距离李宁换标，已是半年。再次写下了有关李宁的标题，缘于两个小插曲：2010 年 12 月底，非凡中国收购李宁 30% 股权案没有通过审批，同时受 2011 年订单下降的影响，李宁的股票香港剧跌，至 1 月下旬，李宁市值一月内蒸发 50 亿以上，与上升势头强劲的安踏差距加大。随之而来的口诛笔伐络绎不绝，畸形、困境、滑铁卢纷纷与李宁挂上了钩。另一个插曲，某天下班后，与公司品牌总监一道回家，谈及李宁的品牌，他第一个观点就是，李宁开始做 90 后的品牌重塑，对我们 70 和 80 后而言，在情感上有一种被抛弃的感觉……

诚然，无论是市场真实数据还是品牌专家心理概念中，李宁的下滑显得那么的明显。

然而笔者却不愿意像以往，再做一次李宁的批判者，尽管李宁半年以

养兔一年没赚钱 “公司 + 农户”引争议

□ 林书喜 文/图

“公司 + 农户”是当前种植和养殖业中比较流行的一种合作模式，政府也予以大力支持，目的是降低农民的生产成本和风险，让农民增产增收。可是，海南儋州市东成镇的 200 多户农民与海南椰恋农牧有限公司（下称椰恋公司）合作饲养“东坡玉兔”后，双方产生了纠纷，养殖户称公司不按时供应饲料，造成兔子饿死病死；而公司方称养殖户拖欠饲料款，且私下卖兔子。

每家农户贷款 3 万养兔子

记者在村民李家金的养兔房里看到，笼子里的兔子大的有 4 斤左右，小的刚刚出生。有的兔子无精打采。“因为得病了。”李家金还说：“有的兔子病死了，有的兔子没有饲料喂，已饿死了，多数的笼子已空着。”李家金告诉记者，2009 年 10 月份左右，椰恋公司来当地宣传饲养兔子的项目，并声称可以帮助农民取得小额支农贷款作为启动资金，公司保底收购，短时间内就可以回本并赚钱。不少农民心动了，纷纷跟该公司签订了养殖合同。

根据养殖合同约定，公司负责技术指导、兔笼、种兔、饲料等物料供应及销售环节建立和管理，养殖户负责养殖场设施和劳动力，包括前期兔舍、兔笼等所需的费用。养殖户利用农业银行的小额信贷跟公司购买种兔、饲料、药品、疫苗等物品。养殖户所饲养种兔及繁殖后代，出栏商品兔，一律由公司收购，保护价每斤 8 元，收购价以行就市。

签订养殖合同后，养殖户们跟当地农业银行办理了 3 万元小额支农贷款。根据贷款协议约定，3 万元贷款中，养殖户只能提取 3000 元作为建兔舍资金，余下的 2.7 万元当中，用 5000 元支付 50 只种兔款，6000 元支付 20 个兔笼款，其他贷款给公司当作饲料款。

养兔一年多没赚钱反而负债

“本以为养兔子可以赚点钱，可养了一年多，非但没有赚钱，反而无



面对生病的兔子，李家金束手无策

9793 亿元，2011 年的销售额大致会与 2010 年持平，加上李宁计划整合 500 家门店，单从数字上来看，李宁的利润率应该是增长而非下降。

李宁被争论最多的还是换标事件与消费者定位。半年前，李宁耗资巨大，改换 LOGO 标识和 slogan，我们熟悉的一切皆有可能，也变成了让人感觉似乎有些别扭的“Make the Change”，目标直指 90 后。意欲抢先一步，占领未来的消费大军。半年的转换，李宁的收获并不很多。甚至有业内朋友在微博中写道：属于李宁的年代，过去了。

在经过半年的思考与观察，笔者的看法，却有了另外的变化，或许是对李宁的品牌运作有了更深的理解。在中国的体育品牌当中，李宁无疑是一个领跑者。与晋江的集群效应不同，李宁从诞生伊始，就因为创始人的独特身份，拥有了自己的品牌认知。而李宁在中国体育品牌前行的道路上，经历了无数的第一次，第一次引入品牌形象，第一次改变订货形

式，第一次在订货会上有所突破，第一次赞助国外运动员，更重要的是，李宁第一个实现了公司管理模式的转变，实现了职业经理人制……

在全球的体育品牌领域，有个不争的事实。人人都知道彼岸在何方，耐克与阿迪达斯是毫无争议的老大，他们就是所有品牌学习和追赶的目标。人人都知道自己的品牌终极目标在哪里，但是要走到胜利的彼岸，却是茫然一片。而李宁就是在风雨泥泞中当中第一个趟出那条道路的人，在中国体育品牌的前十多年，李宁是当之无愧的领导者、探路者。

人物链接 Renwu Lianjie

李宁：自我突破中继续寻找

不论结局如何，李宁的长年探索，在自我突破中寻找下一个方向，这种品质，这种积极求变的性格以及大胆转变的魄力，才是李宁在蓝海中搏击出的宝贵财富。这种近乎本能的素质，

月份天气热的时候，兔子更是大批大批地死亡，大家很心疼。

公司称是养殖户违约在先

对于养殖户反映的问题，记者电话采访了椰恋公司的法人代表黄莉萍女士。黄女士说，该公司是经儋州市政府引进开展养殖的，为此，政府也予以大力支持，由政府倒贴息给农户办理小额贷款。为了保证养殖户及时还贷，及保证饲料供应正常，公司在跟养殖户签订合同时就约定，公司在收购商品兔后，贷款 40% 给养殖户现金，30% 作为银行的分期还款，30% 作为周转资金，主要是用于支付饲料款。可是，部分养殖户不履行合同，不把商品兔卖给公司，私下拿到市场卖，不还贷款，又向公司赊账买饲料；有的养殖户最多的已欠公司 1 万多元饲料款，200 多户共欠公司 100 多万元饲料款，以至于她不得不在春节前借钱发工资。在这种情况下，她无法再赊帐，要求养殖户交现金买饲料，所以不存在公司不供应饲料的问题。

此事发生后，引起了儋州市有关部门的高度重视，该市畜牧局、东成镇政府等派人赶到养殖户家里了解情况。

槽率是最高的。但从最近 5 年的调研数据来看，这两个职业倦怠期分别提前至 6 个月及 3 年，说明当前员工相对以往更希望别人快速地识别、接受自己。

（严峻嵘 许南欣）

必将为李宁带来与众不同的气质和能力。笔者有理由相信，假如有不可预知的剧变产生，李宁的求生与存活能力，一定是第一位的。李宁的品牌竞争力，依然强劲有力。不断的探索精神，赋予了李宁品牌更加旺盛的活力。

小理发店女老板 做成了大生意

二月二龙抬头，因传统习俗使然，再加上天生不修边幅，那天去理发，风大吹乱了一头秀发，初进理发店被店员惊呼为“犀利哥”来了。理发的还是原来的女老板，店的名字也没有弄个“发院”之类的稀奇古怪的名字，但面貌却是焕然一新，人手也多了一半，生意好了几倍不说，还接连开了两个分店，而在我看来，理发店美女老板表现出来的生意天赋不由让人赞叹其精明：这是个很懂营销的老板。

1. **会员制笼络，大小通吃。**在这条聚居人群较多的燕子山西路上，过去零零散散的分布着六七家理发店，大家的生意一直都是不温不火的，勉强经营得下去。但自从这女老板进来以后，其他店的生日日渐惨淡，业务也越来越被这家店所吞噬。而究其原因，却在于该店老板借鉴大润发等经营模式推出的会员制——你只要交 60 元的会员费办一张会员卡，就可以加盟进来成为我们的会员，全年你可以无限次地随时随地过来理发，好多精明的人士一算计，60 元钱在其他店也就理 6 次左右，而这里全年可以理发，真是太划算了，于是就纷纷办卡，一些退休在家的老年人闲来无事就隔三差五来这里理发，或者说说话，或者聊聊天，人家店里也不急不躁，耐心地为他们服务。结果透过透明玻璃窗大家看到的是这里整天人山人海的人气，都认为这里理发肯定不错。这样一而再再而三的，人气就多了起来，其他店的生意则直线下滑，最后惨淡经营直至退出。

2. **上门服务，再少的钱也干。**太太单位离理发店近，由于职业的原因，规定上至首长下至普通干部乃至普通员工，男女生一律不得留长发。而自己单位的理发室呢又忙不过来，因此定期邀请这家理发店的老板上门服务，但给的价格并不高。老板并没有太计较，仍然坚持耐心地上门服务，上至首长下至普通一兵一视同仁。而据介绍，现在单位里本就不多的女干部人人都成了她的会员，人均消费也从一千到几千不等。女老板缘非常好，又能说会道，再加上手艺也不错，而女人又天生是个感性的动物，喜欢扎堆喜欢攀比，结果呢？纷纷接受她们深度服务。

3. **服务至极致。**极致是一种智慧，而在这家理发店里呢，则是将服务做到了极致，一杯水、一张报纸、一句温暖的话语，处处透露着温馨。上次去他们店里理发，邵珠富就曾经说过，现代人的生活方式往往离不开网络，你这里人多，等的时间长，时间久了人容易感到无聊。说者无心，听者有意。没有想到我只是随便说说的话，元旦前到他们那里理发的时候，惊奇地发现，他们竟然真的就上网了。而据服务员讲，现在网络上利用 QQ 与她们预约的人也越来越多了起来。

闲下我就在想，一家小小的理发店，却有着这样的经营思维，细节做得如此之妙，让人叹为观止，难怪他们的生意会如此之好，这的确值得一些服务行业学习和探讨了，让她们学学这位美女老板的服务营销。

（邵珠富）