



# 成功管理 森德新风系统 “风靡”世界

□李文武

森德(中国)暖通设备有限公司 1995 年成立于北京,由瑞士森德集团和北京金隅股份有限公司合资组建,不仅全套引进德国森德公司最新生产设备和质量体系,技艺领先的瑞士森德人还为中国人带来了“健康、舒适、节能”的居家生活理念。森德 comfoair 康舒新风系统和森德 comfotherm 康舒热能地源热泵系列产品代表着世界上节能低碳建筑产品领域里的最新技术,它不仅能够有效地降低建筑能耗、同时也大大提高了使用者的舒适度和居住健康指数。

## 改善管理方法与管理模式

森德集团与金隅集团精诚合作,始终不渝地持续不断地改善管理方法与管理模式,不断地改良与改善业务流程方法与程序,不断地改善与改良产品质量,以追求完美来适应顾客们的需要。始终不渝地把管理与事业的重心聚焦于品质。始终如一地通过先进的管理与科技来降低成本。始终如一地通过全球因特网来整合供应链。始终如一地使用企业资源计划(ERP)、计算机集成制造(CIMS)、柔性制造(FMS)、精益制造等。

森德集团十分注重新风系统对顾客的效用。森德将新风系统这种高科技与高质量的产品制造得比以往更有用,或者说更易于顾客使用与享受时,附加于产品或服务上的价值,或满足顾客们温度、空气洁净、家居环境清洁、节能、低碳、智能化、安全的高品质生活的欲望。

## 彰显科学技术研究实力

森德公司重点开发适用于产品的标准模块构成。然后,根据这些标准模式,开发出非常容易的通用转化工艺,在精益求精的基础上,对通有工艺根据生产规模的大小来随机调整。同时,这些高科技的新风系



# 湖南建冰洗基地 格力多元化战略凸显

国内空调品牌格力电器将在湖南宁乡建立冰箱和洗衣机制造基地。这意味着在家电业内流传长达两年的格力将从空调进军冰箱、洗衣机市场的消息得到了确认。格力进军冰洗市场的传闻由来已久。2009 年有消息称,格力集团已经在济南国资委的陪同下考察了山东小鸭集团。而小鸭此前是国内最大的洗衣机制造商之一。去年,还传出格力有意收购位于合肥的晶弘电器,进军冰箱市场。而去年,2010 年,格力集团董事长朱江洪曾对媒体表示,格力正在调研是否会进入冰箱行业。业内人士指出,从目前的市场格局来看,海尔、美的、长虹、海信等集团军企业,均已经完成了在

白电市场的多元化布局 and 扩张。特别是美的和海信两家公司,通过空调、冰洗、洗衣机的大白电市场格局,在市场竞争和企业规模上越做越大。去年,格力曾公开表示将在未来将打造成为千亿集团军企业,一位业内人士在微博上表示,“迈入千亿级,冰洗产品的贡献不可小觑。”

不过,一向被称为“专业做空调”的格力电器扩张冰洗也引来业内众多的质疑,一位业内人士称,“TCL 算是多元化经营的典范,但其白电产品一直是不温不火,康佳也早在几年前进入白电,但目前看来要赢得市场的认可仍需时日。”

(赵春燕)

责编:袁志彬 编辑:唐勃 电话:(028)87348824  
版式:张彤 校对:阳红  
2011 年 2 月 23 日 星期三

# GUANLIBIANGE

## 管理变革

革新管理 | Gexin Guanli

阿里巴巴(中国)网络有限公司 2 月 21 日下午宣布,按照公司一贯坚持的价值观和诚信原则,公司在 2010 年清理了约 0.8%逾千名涉嫌欺诈的“中国供应商”客户,公司 CEO 卫哲和 COO 李旭晖承担责任引咎辞职。阿里巴巴表示,公司决不能变成一家仅以赚钱为目的的机器,违背公司价值观的行为丝毫不能容忍。

□李群

## 公司销售员工业绩“掺水”

事件的起因来自于从 2009 年底开始的平台客户的欺诈投诉的上升,引起了公司的警觉。B2B 公司信息显示,从 2009 年开始、贯穿 2010 年全年,该公司国际交易市场上有关欺诈的投诉时有发生。虽然从 2010 年第三季度开始,B2B 公司已经开始关闭涉嫌账号并采取措

施以图解决问题,但上述投诉仍未彻底解决。从今年 1 月中旬阿里巴巴发起了一项独立调查,结果显示,部分销售人员为追求高业绩,故意纵容或疏忽允许部分外部分子进入阿里巴巴会员体系,有组织地进行诈骗。公告显示,公司已经清退了 1107 名涉嫌诈骗的“中国供应商”客户,并关闭其店铺,占 2010 年底中供付费会员总量约 0.8%,并已提交司法机关参与调查。

据比特网了解,先后有近百名销售人员被认为负有直接责任,故意或者疏忽而导致一些涉嫌欺诈的公司加入阿里巴巴平台。这些人员将按照公司制度接受包括开除在内的多项处理。

针对 B2B 高层管理团队在上述事

□于谦

在商业社会中,很少有公司敢于自揭伤疤,还扒开自己的伤口给人看,阿里巴巴可以说是绝无仅有的。

根据以往的商业记录,大多数公司习惯了报喜不报忧,在错误面前要么遮掩,要么轻描淡写;即使被媒体揭露出来,也恨不得将所有的错误推到“临时工”身上——这几乎成为一条不成文的“经验”:保住面子才能保住饭碗。但一家不敢正视自己错误的公司,谁又会相信它能

## 坚持价值观和诚信管理原则

# 阿里巴巴管理层“大变阵”

B2B 公司 CEO 卫哲引咎辞职



件中的尽职情况,B2B 公司董事会称,虽然管理层从 2010 年第三季度开始关闭涉案中国供应商的账户,并采取行动以图解决问题,而新的诈骗账户也明显下降,但董事会认为,这种组织性的问题需要本公司继续强化价值观才得以解决。

## 马云大谈诚信和价值观

阿里巴巴集团董事局主席马云表示,“诚信,是阿里巴巴最珍视的价值观基础,这包括我们员工的诚信以及我们为小企业客户提供一个诚信和安全的网上交易平台。我们希望释放一个强烈信息,就是任何有损我们文化和价值观的行为均不可接受”。

马云的公开信提到,这一个月来他很愤怒,也很痛苦,“对于这样触犯公司价值观底线的行为,任何的容忍姑息都是对更多诚信客户、更多诚信阿里人的犯罪!我们必须采取措施捍卫阿里巴巴价值观!所有直接或间接参与的同事都

观点

# 阿里巴巴“自揭伤疤”勇气可嘉

信它能作为它的顾客负责?谁又愿意相信它能拥有持久的生命力?

阿里巴巴此次事件真的是负面吗?以笔者个人浅见,这是一件非常好的事情!马云在发表的公开信中说,“成非凡之事,必有非凡之担当。今天阿里巴巴面临的问题就是所有年轻公司成长中的痛苦,也是企业发展之路必须付出的代价。”马云疾呼,“很痛!但我们别无选

将为此承担责任,B2B 管理层更将承担主要责任!”

公开信还透露,他要求所有阿里人对不诚信行为采取零容忍态度。他说,“客户第一的价值观意味着我们宁愿没有增长,也决不能做损害客户利益的事,更不用提公然的欺骗。”马云要求 B2B 团队必须进行深刻检讨,要拥有“面对现实,勇于担当和刮骨疗伤的勇气”。

主动引咎离职的 CEO 卫哲为上述事件进行了公开道歉,并表示,“正是基于对客户第一的使命感,和阿里人为了组织健康的责任感,我才提出辞职申请”,“这四五年里,我刻骨铭心地体会到以客户第一为首要的阿里巴巴的价值观是公司存在的立命之本!

## 陆兆禧接手 无重大财务影响

在马云看来,公开、透明,诚信是阿里巴巴价值观的体现,勇气和担当是每一个阿里人的基因,阿里人有勇气面对成长的纠结,也敢于将自我修复的过程

择!如果今天我们没有面对现实,勇于担当和刮骨疗伤的勇气,阿里将不再是阿里,坚持 102 年的梦想和使命就成了一句空话和笑话!”

今天阿里巴巴将这些错误晒出来,不仅仅是为了提醒集团内的其他子公司未来不要出现同样的问题,更是给所有的中国企业一个反思,成为其他公司的警示。

公之于众。他希望这次事件也能为中国其他的公司提供一些镜鉴——遇到类似事件时,应该怎么应对。

马云说:“这个世界需要的是一家来自于社会,服务于社会,对未来社会敢于承担责任的公司。这个世界需要的是一种文化,一种精神,一种信念。因为只有这些才能让我们在艰苦的创业中走得更远,走得更好,走得更舒坦”。

据悉,陆兆禧会接手卫哲此前的工作。根据之前 B2B 公布的公司战略,该公司仍将在“为中国中小企业提供全面服务”的既定战略下,提升相关业务在全球的竞争力,为客户和股东提供持续的优质回报。B2B 公司还公告说,上述不诚信事件未对该公司相关财务期间构成任何重大财务影响。

阿里巴巴方面还进一步表示,该公司还将继续行动,查找任何政策上、结构上、程序上和系统上的不足之处,以防止同类事件的再次发生。

【相关链接】

## 卫哲简历

卫哲,1970 年生于上海。1993 年毕业于上海外国语学院,进入上海万国证券分公司。历任万国证券资产管理总部副总经理,“普华永道”(PWC)高级经理,东方证券投资银行总部总经理。2000 年出任百安居(中国区)执行副总裁兼财务总监。2002 年出任百安居(中国区)总裁,带领管理团队在 5 年中发展成中国最大的建材零售连锁超市。被评为“2004 年度中国七大零售人物”和 2005 年度“中国零售业十大风云人物”。2006 年 11 月正式加盟阿里巴巴,并出任集团资深副总裁兼企业电子商务(B2B)总裁。

马云之所以值得公众尊重,不在于他有钱,也不在于他做慈善,而在于他的商业价值观:“阿里巴巴从成立第一天起就从没以追逐利润为第一目标,我们决不想把公司变成一家仅仅是赚钱的机器。我们一直坚守让天下没有难做的生意的使命,客户第一的价值观意味着我们宁愿没有增长,也决不能做损害客户利益的事,更不用提公然的欺骗。”

# 风物长宜放眼量

——茅台集团习酒公司内外发力实现新跨越战略纪实

□特约通讯员 沈必方 贺凝

本报记者 张建忠 樊瑛

山高人为梯!2010 年 12 月 28 日,茅台集团习酒公司 2011 年全国经销商大会暨酱香习酒窖藏 1988 全新面世在中国避暑之都,在美丽的林城贵阳隆重举行。中国白酒专家沈怡方、于桥、张菊明等行业泰斗和全国 300 多名习酒经销商齐聚林城,共商习酒发展大计,描绘习酒美好蓝图。

## 披荆斩棘

总动员内外发力开启新征程

上午九时,茅台集团习酒公司董事长、总经理张德芹作了重要讲话,他说:“我代表习酒公司党委、董事会、经营班子及习酒 3000 员工向在百忙之中挤出宝贵时间莅临习酒品鉴会的中国白酒界各位泰斗和营销界的各位精英以及新闻界的朋友们表示热烈的欢迎和衷心的感谢。”张德芹强调,习酒自 1998 年加盟茅台以来,在集团公司的正确领导下,在各位专家及社会各界的关心支持

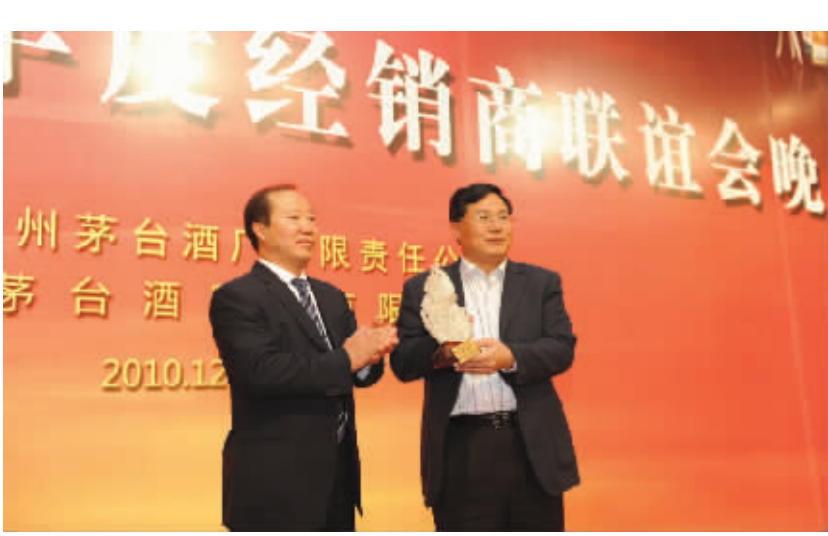
下,在习酒全国经销商朋友的共同努力下,习酒公司领导班子带领和团结全体员工始终坚持以“发展和做大做强习酒为第一要务”;坚持“科技兴企,人才强企”的科学发展观;坚持“无情不商”的经营理念 and “诚信为本”的经营原则;坚持“浓酱并举,两翼齐飞”的品牌发展战略;坚持“优质化、个性化、低消耗、高效益”的质量效益型道路,实现了习酒的大发展。

张德芹指出,习酒的发展一步一个脚印,一年一个台阶,一年一个飞跃,销售收入从兼并时的年销售 7000 万元到现在的年销售 10 个亿;职工工资从兼并时的人均年收入 5000 元到现在的人均年收入 40000 元;实现了跨越式发展,企业步入了持续、快速、健康发展的快车道,实现了社会效益和经济效益的双丰收,成为贵州白酒行业的知名企业和骨干企业。

## 形成合力

齐聚力打造习酒高品质赢市场

张德芹表示,习酒发展到今天,有



优秀经销商受到隆重表彰

喜有忧,喜忧参半。特别是对面竞争激烈甚至惨烈的白酒市场以及目前消费群体转型、消费结构变化的市场环境,习酒的发展面临严峻的挑战和考验。为了适应市场发展的需要,为了满足消费者的需求,我们在“浓酱并举、两翼齐飞”的品牌发展战略下,重新进行品牌定位,调整优化产品结构,分步骤、有急缓地实施“浓酱并举”策略,推进以习酒窖藏 1988 为主的战略性产品推广和销售,通过央视等媒介的传播和大量的公关活动,进行系统性的品牌维护和管理,提炼和升华了“崇道务本、敬商爱人”的企业核心价值观和“无情不商、服

务为本”营销观念,积极探索习酒品牌的全国性诉求,快速提升酱香习酒的品牌影响力和市场竞争力。张德芹强调,我们将创新营销方式,做好招商工作,引进酱香、浓香白酒销售的合作伙伴,构建“资源共享,品牌共创,市场共建,利益共赢”的和谐习酒利益共同体。厂家、商家、消费者都是这个共同体的既得利益者,都是乘坐在一艘既有风险又有希望,既有挑战又有机遇的大船上,只要我们正确把握方向,乘风破浪,勇往直前,就会直挂云帆济沧海。

(紧转 B2 版)