

## 做食品就是做良心

《中华人民共和国食品安全法》和《四川省〈中华人民共和国农产品质量安全法〉实施办法》的实施,对得益绿色来说不是“紧箍咒”,而是更好观察自身面貌的“镜子”。

在杜诚斌看来,一个有良心的老总,才能带出有良心的员工;一帮有良心的人,才能做出有良心的产品。所以,在得益绿色建厂之初,杜诚斌把“做食品就是做良心”镌刻在厂区最显眼的位置,作为贯穿公司生产经营全过程的基本理念,并向社会广泛公示。杜诚斌认为:一个企业需要法规,但更需要良心。法规是底线,是强制,道德是根本,是能动;有了法规人们知道不该干什么,有了道德人们知道应该干什么。特别是得益绿色产业链较长,生产销售过程的质量关键控制点较多,稍有不慎就可能出问题。在生产经营过程中,企业管理的标准也好,制度也好都是死的,人才是最不确定、最重要的“质量关键控制点”,企业老总和全体员工的良心才是最需要坚持的。让“做食品就是做良心”的理念融入公司每个人的心,以有这种心的人为本,人人以“没良心”为耻,生产经营中的什么事情都好办得多。

一个有良心的企业是一个根基牢靠的企业;一个有良心的员工是一个自信、有尊严的员工。坚持“做食品就是做良心”,企业才能主动自觉遵纪守法,并在风云变幻的市场竞争中不迷失根本,踏踏实实向前发展。

在 2006 年中国国际肉类大会上,在上百名董事长、CEO、无数国外专家与学者面前,杜诚斌拿出了一根自己生产的火腿肠,掰开,告诉大家,在这根火腿肠里,除了肉与配料之外,我还添加了一样东西,那就是我们的良心。

全场掌声如雷!  
商道即仁道,食品即人品,做食品就是做良心。  
(何沙洲)



四川得益绿色食品集团董事长杜诚斌

## “2011 年全国公路自行车冠军赛”开幕 羚锐制药冠名协办

4月23日,由国内知名中医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司等单位冠名协办的“2011 年全国公路自行车冠军赛”在信阳市百花会展中心广场隆重开幕。河南省体育局副局长毛宏,信阳市委常委、市委秘书长冯鸣,市人大常委会副主任高潮,市政府副市长曹新生,市政协副主席曹茂明,信阳军分区副政委厉巍出席开幕式。开幕式由曹新生主持。

2011 年全国公路自行车冠军赛由国家体育总局自行车击剑运动管理中心、河南省体育局和信阳市人民政府主办,信阳市体育局等 20 家单位共同承办,羚锐制药等企业冠名协办。赛事活动自 4 月 23 日起至 4 月 26 日结束,共有来自国内 20 个省、市、自治区的 311 名专业运动员、教练员报名参加全国公路自行车冠军赛;国内有 18 个省、市、自治区的 33 支车队报名参加,其中包括外籍选手 4 名(美国、法国、澳大利亚、新西兰),我国港、澳、台选手 10 余名,国内知名车队全部前来参赛,整个大赛的总规模在千人以上。

在当天举行的 2011 年全国公路自行车冠军赛个人计时赛中,天津代表队队员李维和北京代表队队员王翠分获男子组、女子组第一名,上海代表队队员颜永生、山东代表队队员梁敬分获男子组、女子组第二名,山东代表队队员王杰、姜帆分获男子组、女子组第三名。在自行车冠军赛男子 185.5 公里个人赛上,年仅 21 岁的香港运动员袁志浩以 4 小时 23 分 42 秒的成绩夺得冠军,解放军队的马海军和山东队的王美银分获二、三名。(汤 兴)

### 编者按:

一个由第三方提供礼品解决方案、为都市人排解送礼烦恼的新模式正在悄然兴起,这一解决方案就是礼品册,礼品册回避了在传统礼品选择上的信息不对称,丰富了消费者的礼品选择,并成为了一种崭新的礼品选择方式,成为越来越多城市人群和企业客户的首选。

# 芭莎礼品网:你的礼物我做主

□ 荣振环

洞察了一个尚未满足的需求市场,提供了一个个性化的解决方案,再加上独特的模式和营销手段,让芭莎礼品网可以津津有味地享用这块庞大的“礼品蛋糕”!

从某种角度而言,礼品自选所提供的商品应该是大家经常选购的商品,而不是大家经常送的礼品。芭莎礼品网规模不大,却有着独特的经营方法和营销思路。

## 简单的赢利模式 让赚钱一点都不复杂

芭莎礼品最初的赢利模式很简单。芭莎礼品承担策划、物流和礼品册子制作等费用,送礼的客户只要支付采购礼品的费用即可,而芭莎的利润则来自于采购礼品和送礼客户给出的价格差。

同时,每一个芭莎的礼品册都会强调,如果用户不满意礼品册的礼品,不必急于兑换,芭莎网会定期更新礼品,然后发布在网络上。这个“不急于兑换”对礼品网站来说就又赢得了一个获利的关键:时间差。泰戈尔有句名言:“时间是变化的财富。”收礼人迟迟不兑换礼品就意味着资金会被芭莎礼品网长期占用。这部分资金一旦形成规模,对网站来说是非常有价值的,可以用于公司的发展,可以说这是一种隐藏的资产。

## 细心服务就是 对口碑传播的投资

基于这种礼品具有扩散传播的属性,芭莎礼品网非常在意服务,看重细节和用户的体验。毕竟,对于这种中间服务业而言,每一次良好的服务就是对公司最有利的投资。

所以,当初他们为微软设计礼品册子时,光一个简单的花边也要设计四五次,他们不容许失掉任何一个机会。

毕竟芭莎这种礼品册直接面对两类人群:一类是客户,还有一类是客户的客户。每一个客户都存在很多客户,芭莎礼品网的传播,理论上会产生一种 n 的 n 次方的指数级扩散式方式。此时,高品质的细心服务是其关键要素。结果,不少收礼人尝试到服务之后也变成了运用芭莎送礼的客户,这种基于体验和服务而引发的人际口碑传播省去了公司一大笔推广费用,更为芭莎礼品网沉淀更多的用户群体。



## 整合资源做市场 个性化打造两个平台

伴随着越来越多的顾客资源,芭莎逐渐开发越来越多的商家资源,最终形成了两个平台:

1、为客户提供一个轻松、有趣的送礼体验和服务平台。既然是礼品,就存在一个个性化的问题,而千篇一律的同质化产品难以满足顾客的需求。于是,芭莎礼品网不断整合各种类型的商家,以提供更多个性化的礼品。如:世博特许产品、上海当地的特色、艺术、时尚礼品。另外芭莎还针对性地推出节日特别优惠礼品册,如儿童节、母亲节、父亲节、教师节专题礼品册,有效吸引各类消费人群。

为了提供更多有趣的体验,芭莎礼品网还准备设计更多个性化的礼品。比如你和朋友闹矛盾了,可以来网站上传一段道歉的视频或者音频,附加一个网站上的礼物,网站负责将礼品送至客户手中。尽管目前这种送礼方式还没有落实,但笔者认为这是一个很好的创意。它的作用可能不在于提出了一个新的送礼理念,而在于增加了互动能力以及吸引眼球的效应,强化了用户与众不同的体验。

2、为商家提供一个有效的营销平台。商家的商品通过芭莎礼品网和



礼品册建立了一个有效的传播渠道,这也为企业发布新品提供了展示机会。

如同目前比较火热的团购网站,他们的营销和传播价值要远远大于电子商务价值。很多商家就是看中团



购网站能够帮助他们快速提升知名度,高效聚集目标客户人群,期望的是长期关注结果或者后续消费。

芭莎礼品网同样具有营销功能,伴随着礼品册的应用,这种传播价值能够渗透到人际关系网络中,展现出更广泛的价值。

### 【营销者说】

#### 我们从小做起, 从礼品册做起!

芭莎网相关负责人表示,目前礼品自选更多的是在公司集团中推广,“外企、银行、国有大公司是‘芭莎自选’目前主要的会员群体,春节过后我们会考虑启动个人消费市场。”据了解,与现有的礼品册内容相比,个人的产品会更丰富,观赏性和实用性会兼得。

“礼品册中的商品主要分成两种:一种是个性化较强的,比如高尔夫体验卡,但是相对而言它的受众会比较少;另一种是类似于米、油、纸巾这些日常生活用品,大家平时会经常使用。”据该芭莎网相关负责人介绍,礼品册除了价位不同,商品不同,其自身也在不断更新。

礼品册的主题往往会根据节日主题推出不同版本,包括设计和内容都会不一样。“比如,年初有春节礼品册、情人节礼品册等,不同时期的礼品册会有不同的侧重点。没有节假日,也可以是健康、运动主题。”

## 乐淘毕胜:广告营销首选搜索引擎

先搜索,再购物,已经成为网民消费者的购物习惯。近日,乐淘网 CEO 毕胜在接受记者表示:“乐淘之所以将今年近七成的广告预算投向搜索引擎,是因为搜索作为距离交易转换最近的用户行为,给电商企业带来巨大的流量。”

### 每天超 20 万流量 来自搜索引擎

据毕胜透露,乐淘网每天有超过 20 万的用户流量来自百度搜索引擎,对电商企业广告投放效果而言,这一渠道的转化率最高。

在网上购物时,用户往往会通过搜索引擎了解所需商品的信息,并在搜索引擎的引导下进入某一家网上商店进行购买。



据 CNNIC 最新数据显示,2010 年搜索引擎使用率达到 81.9%,搜索引擎用户达 38 亿人,成为互联网第一大应用,成为主要用户入口。艾瑞咨询报告显示,2010 年中国搜索引擎市场规模已达到 1098 亿元,相比 2009 年的 696 亿元同比增长 57.7%。搜索引擎占总体网络广告市场规模的比重达到 30.8%。

随着搜索引擎成互联网第一应

用,搜索营销也风生水起。在乐淘网 CEO 毕胜看来,在同质化竞争激烈 B2C 平台中,乐淘能够成为中国最大的网上正品鞋城,搜索营销功不可没。

“展示类广告主要是树立品牌形象,真正的订单收入来自搜索引擎。”毕胜表示,对于大型电子商务网站而言,对网站上数以百万计的商品,搜索引擎的作用是非常有效的。据毕胜透露,乐淘网今年近七成的广告预算是投向搜索引擎,而带来的回报则是每天超过 20 万规模的巨大流量。

### B2C 需要深耕 未来专注于鞋业领域

与很多 B2C 领域里的人都希望做大而全,毕胜只希望把鞋真正做

好。“因为这里面的知识含量太丰富了。”在谈及今后是否向服装等其他领域拓展时,毕胜说,乐淘的目标是专注做鞋子,希望有一天,想跳芭蕾却买不到合适鞋子的顾客,也来乐淘买。

毕胜认为,B2C 需要专注,一个行业没有吃透,就贸然向其他领域扩展,会因为冒进而速死。“深耕主要包括三个方面,首先是技术上,要注重用户体验设计,要让网页 K 数更小,让网页下载速度更快,让网页布局更合理;其次是服务的深耕。比如乐淘面向提供了码号换算工具,利用这个工具,能通过用户所穿的耐克鞋的型号换算出适穿的阿迪型号;最重要的是,还要体现在营销方面,未来乐淘将与百度搜索洽谈更深度的合作。”  
(全球品牌网)