



策划词 | CEHUACI

微博营销这片蛋糕，让嗅觉灵敏的人士闻到了商机，一批专攻微博营销的网络营销公司、广告公司、甚至微博营销“达人”应运而生，每月几万元的业务外包费用已颇为可观。一条新型的产业链已经诞生。

微博营销燎原成势 “微”产业链悄然诞生

□ 稿件采写 徐皓

微博营销的兴起，正在催生一条新型的产业链。

线上活动“开源节流”

相当部分活跃的基金公司官方微博每月会定期举办推广活动。不过，大部分营销活动都颇为雷同，通常为“转发回答问题+圈好友”，并以抽奖的形式鼓励参与。

基金热衷微博活动的另一个重要的原因，是通过微博平台推广活动能大幅缩减营销成本。“相比在官方

网站平台，可以节省至少10倍的费用”有基金公司人士透露。

据了解，此前基金公司线上活动多以官方网站作为平台，制作一个活动网页通常需要花费四、五万元，而官方网站端口流量有限，需要再通过门户网站投放硬广进行宣传推广，而这个费用又要耗去几十万。然而通过微博平台直接举办活动，总共花费也就在几万元左右。

目前，针对微博营销，不少基金公司都会专门设立预算，有小基金公司的预算费用一年在二三十万左右，而中大型公司由于营销策略不同，其

预算也大不相同，可以达到小公司的数倍之多。

关注度就是生产力

受益于基金公司微博推广的需要，也出现了一批专攻微博营销的网络营销公司、广告公司、甚至微博营销“达人”，以及一块虽然不大，但也颇为可观的市场。“现在做得比较好的官方微博基本上都是承包给外部机构做的。”有业内人士告诉记者。

而微博管理的承包方则包罗万象，有专门从事网络营销的公司、广告公司、公关公司，也有谙熟微博传

播的个人。

记者了解到，某个将微博外包于网络营销公司的基金公司，每个月支付4-5万元，营销公司会提前一周将要发布的信息内容和图片等策划方案提交基金公司，并按要求在一个月内定期举办两次小活动和一次大活动。

除了专业机构之外，如今还萌发出以个人身份“承包”微博营销业务的“个体户”。据悉，某小型基金公司便将微博维护业务以每月2万元外包给某位微博营销“达人”。

“这些人也有他们一套方法(增加粉丝)，这是靠基金公司自己去做起来比较困难的。”业内人士表示，作为官方微博，至少需要一定数目的“底粉”，目的是让公司看起来是受欢迎的，而非门庭冷落，这对于吸引大众的关注非常重要。

衍生“专业”用户

由于越来越多公司意识到微博营销的作用，并开始专业化维护。外包机构的广泛参与一方面使得微博营销活动增多，另一方面这些活动也更为同质化。与此同时，微博上开始应运而生一些“中奖专业户”，不断参加各家公司的有奖营销活动。

由于微博营销业务外包于外部机构，这些机构也并无动力去仔细甄别参与用户，因此使得活动的效果打折扣。此外，由于并无严格的中奖规则，使得营销公司具有一定寻租空间，例如将奖品送给“自己人”。

“23610”模式——中国工业企业经营管理的新境界

装水表、分时计价电表以及皮带秤、在线测灰仪，安装计量设备300多台件，形成了较为科学合理的计量体系。四是价格体系——经过反复科学测算，形成了覆盖三级市场的38000余种内部市场价格，所有基层单位确定了包括工资、材料、服务费等在内的综合单价，行政隶属关系变为经济往来关系，实现了由单纯生产型向生产经营型的转变。五是结算体系——构建起“全面预算管理中心——专业市场——主体单位——班组”的结算流程，工资、材料、电费等等所有结算项目，一级市场月清月结，二级市场日清日结，三级市场班清班结。投资兴建现代化物资超市，实行射频编码管理、实时查询，2500余种产品均为代存代销，向零库存迈进，年储备资金降低300余万元。六是信息化体系——将全面预算、工资结算、设备租赁、物资超市等管理软件整合开发，建立高效局域网，搭建起全新的信息数字化平

台，预算指标、各类费用、员工收入等都能通过信息化系统进行上传、下载、查询，实现了数据资源共享，各种信息决策层看得见、管理层管得住、执行层办得快，纳入了由始至终的闭合系统，把精细化管理提升到一个新的层次。

十大生产要素市场。从最重要的生产要素市场做起，先后建立了产品、物资、资金、电力、租赁、服务、安全质量、劳务、修理加工、技术等十大生产要素市场，确立了各市场价格体系，使下道工序成为上道工序的客户，实行等价交换，实现市场与市场的无缝对接，促进了员工能动性的极大释放和经营活力的无限扩张。

当前，摆在中国企业面前的首要任务就是如何精耕细作“一亩三分地”，即提高质量和劳动效率，提高经济效益，促进企业和谐发展。白庄煤矿“23610”创建实践则给中国工业企业提供了鲜活的经验。它具有如下价值：

价值一：“23610”创建模式是以肥矿“超越·精新”的企业文化为引领、以标准化管理为基础、以信息化技术为支撑的经营管理集成创新。

价值二：“23610”创建模式纵向到底、横向到边进一步夯实了企业全方位管理基础，提高了“精细化”管理水平。

价值三：“23610”创建模式提高了“两效”，即提高了劳动效率和经济效益。1-11月份，白庄矿全员工效、吨煤利润贡献率有了新的提高。在确保安全生产的基础上，实现利润18247万元，超额完成利润1692万元。

价值四：“23610”创建模使企业民主管理、“厂务公开”变成了看得见摸得着的现实。不仅职工当天就能查询到自己劳动所得，而且职工由被管理者变成了自我管理者和参与管理者。该模式使职工的“主人翁”地位不再悬空，使公平与公正正在白庄煤矿展现的更加充分。

践行社会责任的绿色发展——探寻河套酒业走向卓越的创新开拓之路(四)



◎先进的技术设备

难怪有人评价张庆义是一个知天道、了人道、明商道的企业家。河套酒业也因之成为有着典范性引领作用的全国“食品安全示范单位”。一次谈到在呼和浩特启动建设的120亩以旅游为主题的河套酿酒园时，张庆义旗帜鲜明地表示，在市场竞争日益激烈的今天，创造低成本、低消耗、高效益的管理模式，尽快实现企业发展的转型升级，已成为中国现代企业发展的一大急切任务，河套酒业将为之不懈努力。他坦言：“一个企业家不是在享受辉煌的业绩，而是在提前预设并承担危机的责任。”

作为自治区农牧业产业化重点龙头企业，河套酒业将企业的发展同地

方经济的发展密切结合，将企业基础建设和产业链条的延伸同拉动地方经济增长紧密结合，推动城镇化建设和地方经济的产业升级，增加农牧民的收入。多年来，河套集团累计上缴税金10多亿元，连续十余年位居全市利税首位，并在扶贫济困、捐资助学、投身公益事业方面做出了巨大的贡献。仅在2003年非典、2004年印度洋海啸、2008年及之后的南方雪灾，四川、玉树大地震中，河套都在第一时间慷慨解囊，捐献巨资。近年来还在新农村建设和发展奶牛业方面为农民担保养殖资金3000万元，直接或间接为地方经济发展和支农、惠农做出了多重贡献。

河套酒业在温暖的黄河臂弯，上演了一系列现代酒产业发展大剧。广东省酒类行业协会会长朱思旭称：“河套酒业能够发展这么快，秘密在于河套的企业文化，在于河套的企业家风范，企业家魅力。河套的企业文化是一种真的文化。真就是本然，就是做人的本质，这就是真。河套企业对真有一种实实在在的追求。”

河套酒业的“十二五”目标，是将白酒主业做到50亿元，其中高端酒河套王要实现销售30亿元规模，百吉纳奶酒公司实现创业板上市。张庆义提出：“我们并不一定要称王称霸，而是不求最大、只求更好。”他算了笔账：就河套酒业现有条件，可以不做任何硬件改造，已经为50亿目标奠定了基础，实际上只需要年均25%的增速就能够完全实现这一目标。

2010年、2011年，河套酒业主要经济技术指标持续大幅增长；公司累计投入12亿元进行的万吨名优酒技改及配套项目建设紧锣密鼓推进，投资1.5亿元的5000吨清香型白酒项目已顺利投产，“河套”系列酒品牌价值持续攀升，河套的发展模式也越来越受到行业的认可……河套这个阔步跃入中国酒业十强的草原白酒翘楚，定将会放射出更加美丽迷人的光芒。

一线报道 | Yixian Baodao

卅年高歌立潮头——兖矿兴隆庄矿投产三十年速写

□ 本报记者 李国政

特约记者 陈伟 李文广 魏明

实施职工素质工程，制定中长期规划和配套激励措施。

2010年，矿井荣获国家级安全质量标准化煤矿、全国特级安全高效矿井等称号，连续8年获得安全程度评估A级矿井，连续12年保持煤炭工业特级安全高效矿井称号。

科技兴矿，创新引领发展

矿井始终把科技创新作为推动矿井发展的决定因素，坚持走“引进、吸收、改造、创新”之路，不断提升矿井科技水平和综合抗灾能力持续保持“中国煤炭工业科技创新型矿井”称号。

1985年，国家级科技攻关项目不断在兴隆庄矿落户，当年获局以上科技创新成果奖28项。1992年，在华东地区首家成功进行综采放顶煤试验，实现了采煤工艺的历史性革命，工作面单产两次刷新全国最高纪录。

“九五”期间，矿井完成科技重大项目121项，创直接经济效益26亿元。设备科技含量不断增长，连续获得四届“全国设备管理优秀单位”，被评为煤炭工业科技进步“十佳”矿井。

“十五”期间，矿井累计投入科技研发资金3600万元，完成“高效洁净示范矿井”等一大批行业重点技术创新项目。

进入“十一五”，矿井投入科技资金3667万元，完成国家级、省部级科研项目65项，有10项科研技术发明拥有自主知识产权，34项次科技成果获得省部级及以上表彰奖励。

投产三十年来，矿井科技成果获奖率始终在全国同类矿井中保持领先水平，先后有1170余项科技成果获奖，其中，获国家级科技进步奖2项，煤炭行业科技进步奖39项，山东省科技进步奖18项。

文化铸魂，提升企业实力

三十年来，兴隆庄矿企业文化建设经历了初创探索期、成长发展期、深化成熟期几个阶段，完成了由片面积累向总体规划、由局部感知到整体推进的认知飞跃，完成了创建学习型组织和四位一体“兴隆鼎”企业文化两个成果，引领着企业不断向更高的目标迈进。

坚持以人为本管理理念，用文化规范员工行为。1999年5月，矿井率先在全国煤炭系统和山东省迈出创建学习型企业的步伐，实践探索出学习型组织“兴隆模式”。矿井64个基层区队90%以上的班组建成为学习型班组。2005年10月，被命名为全煤系统企业文化建设示范矿。2004年，荣获“全国创建学习型组织、争做知识型职工标兵单位”。2005年，被全国总工会等十部委联合命名为10家“全国学习型组织标兵单位”之一，成为推广兴隆庄矿安全管理经验。2011年8月31日，矿井实现安全生产10周年。

安全筑基，托起生命晴空

矿井认真贯彻“安全第一，预防为主，综合治理，整体推进”的方针，深推“文化引领转观念，科技兴安强根基，以人为本提素质，精细管理抓现场”措施，全面加强安全管理，推动安全周期不断延长。2004年，建起高标准的安全文化中心。2006年，创建以“兴隆鼎”为标志的安全文化模式。

不断完善安全机制。坚持矿、专业、区队、班组、个人五级隐患排查，实施安全确认风险评估，严格落实“三位一体”开工许可，推行安全质量“终身”负责制，确保了现场动态稳定。强化责任落实，修订完善《安全生产岗位责任制》。以科技保安全，逐年增加安全生产资金投入。大力

▶▶▶▶▶ [上接 A1 版]

因此，河套在生产方式上的机械化生产、洁净生产和零排放等方面的创新成果，对于传统白酒产业的发展升级具有开拓引领的积极贡献。

作为中国的母亲河，华夏文明的摇篮，黄河其实也是中国白酒的摇篮。河套酒业植根于黄河文明和草原文明，把“千年河套，烧酒之原”作为品牌传播的核心理念，积极探索河套品牌与河套文明、草原文化的融合之道，始终继承和发扬河套草原白酒千年“套酿”工艺精华。河套地区的高粱由于日照时间长，昼夜温差大和黄河水灌溉的有利条件，颗粒饱满，淀粉含量高，水分少，杂质少，是高粱中的上品，河套酒业为此建设了万亩大曲基地以保“粮草先行”。2010年，河套酒业又在原有河套王产品的基础上改进产品包装，推出了36度20年河套王和52度20年河套王。这两款产品均以现代环保的绿色为主打色，不仅在包装上更在品牌诉求上突出其“绿色”“有机”“环保”“健康”的主题。并通过加快公司信息化建设，促进企业从科研、开发、管理到生产、销售、采购、质量等各个领域，确保企业的绿色发展。实现了张庆义要在“至纯至真”的经营理念 and 以生产优质、卫生、营养、安全的产品宗旨下，始终加强原料采购、原酒生产、分析、储存、新产品开发以及成品酒出厂把关等产品生产全过程的控制与监测，进一步提升河套酒业产品安全体系的理念。

▶▶▶▶▶ [上接 A1 版]