

盛大管理转型 高管空降临危受命

《《 [P6]

- 光环渐褪 盛大“帝国”没落
- 转型准备多年 陈天桥不屑外界评价
- 上市之猜 盛大文学 IPO 悬疑

本期导读

■ 塑化剂风波 在白酒业中持续“发酵”

《《 [P2]



■ 用平凡故事 演绎“苏商”现代意境

盐阜人民商场董事长、总经理、党委书记杨永奎说，商场与改革开放同步前行的发展历程及其所取得的业绩，除了上级领导的关怀支持外，每一个员工的忠诚勤勉是搞好企业极为重要的因素。他们用饱蘸心血和激情的一言一行，证明了他们永远是市场舞台当之无愧的主角。

《《 [P3]

■ 尽情释放激情， 感受“家”的温暖

《《 [P7]



■ 红塔集团： 着力打造现代物流

建设现代物流，红塔集团首先从深化认识入手，谋定而后动。从提高企业竞争力的思路理解现代物流，从支撑集团发展战略的高度谋划现代物流，从打造核心业务的视角建设现代物流。为摸清集团物流建设现状，科学制定物流发展规划，红塔集团物流中心按照“实地调研—信息收集—差距分析—方案制定—评审修订”的步骤，深入物资采购中心、市场营销中心、生产制造中心等部门开展调研和数据收集工作，先后进行了 25 场座谈讨论和个人访谈，收集了 11896 条物流基础信息，为物流规划的制定夯实了基础。

《《 [P9]



7 天连锁酒店 试水美式企业管理

稿件采写 周建华

7 天连锁酒店集团，能够在经济型酒店大战中异军突起，从行业第七名，一路赶超，成功进入行业前两名，除了创新的产品设计、以互联网的电商方式建设庞大的会员体系以及低价利器之外，它独特的管理创新，也是 7 天连锁酒店能够保持竞争力的一大关键。由于其独特的管理模式，7 天连锁酒店集团董事会联席主席郑南雁先生，也荣获《经理人》“2012 影响中国管理实践 10 大人物”评选称号。

那么，7 天连锁酒店集团所谓的区域执政官、公司立法会管理体系，到底是怎么回事？它是如何运作的？它的利弊如何？我们独家专访了 7 天连锁酒店集团董事会联席主席郑南雁先生。

区域执政官：打破官僚体系

记者：能谈谈执政官制度是怎么回事？

7 天抛弃了传统的金字塔型、树形组织结构，采用总部直接管理超过 1500 家门店的超扁平组织架构，并采用独创的区域执政官、公司立法会等带有非常浓厚美式民主的企业管治方式，让员工参与公司管理，这些都构成了中国企业管理创新的一大特色。

郑南雁：我不知道我们做执政官这个想法是不是有点激进。一般连锁型企业，都采用总部、大区、城市等三四级管理架构，对应的有 CEO、大区总经理、城市总经理、总监等等，这种传统的金字塔型组织结构，久了就会形成官僚体系，慢慢就会往下腐烂，最腐败的就是中层体系。7 天为了打掉这种中间层，采用了总部直接管理 1000 多家门店的、仅仅二个层级的组织结构。但是，这近 1500 多家门店分布在全国各地酒店，如果缺乏区域统筹管理，又会各家自扫家门雪，缺乏协同性。我们又不愿意在总部与门店之间加一个中间层、强硬增加一个管理层级，于是 2008 年的时候，就产生了采用区域执政官制度的做法。区域执政官，简单地说，就是区域协调人，由各区的酒店店长长选产生，但是它不是酒店店长的上级，也不能对酒店店长发号施令，也不承担区域的业绩指标，他由现任酒店店长兼任，主要职责就是利用他的影响力，来协调制

定区域销售策略、员工培训发展、协调投资人（即投资管理店的投资人）关系。

记者：执政官不承担业绩指标，那么，如何保证各酒店的业绩？

郑南雁：7 天能够实施区域执政官制度，取决于它自身有一个独特的管理方式，叫“放羊式管理”，就是调动各个单店的店长像社会上那些开面包店、开理发店的小老板一样，把这个店当成自己投入的，想尽办法把它经营好，那总部就 OK 了。怎么样能够掌控上千家店，让每个店长都往这个方向走？

[下转 P2 版]

管理论坛

■ 吴龙贵

11 月 19 日，21 世纪网发布记者李耳的调查报道《致命危机：酒鬼酒塑化剂超标 260%》，文中称“经第三方检测，酒鬼酒中的塑化剂含量竟然超标高达 260%”。这一消息引起了消费者的恐慌，在 A 股上市的酒鬼酒紧急临时停牌。

塑化剂风波导致白酒上市公司纷纷跳水。资本市场之所以会做出如此迅速而强烈的反应，大概是因为食品安全无论对企业，还是对消费者来说，都是一种底线，不容任何形式的亵渎和敷衍。

然而面对这个关乎民众健康的底线问题，涉事方却显得极其轻浮。酒鬼酒副总经理范震在接受采访时表示，在白酒行业检验的国家标准里，没有塑化剂检验这一项，因此也就不存在所谓超标 2.6 倍的问题。

而酒业协会则表示，白酒产品中基本上都含有塑化剂成分，中国白酒规模以上企业的白酒产品中塑化剂含量远远低于国外相关食品标准中对塑化剂含量指标的规定。这两种解释，显然都无法服众。没有国家标准，是否意味着就可以含有毒物质？远远低于国外标准，是否可以证明对人体无害？事实上，关于眼下正愈演愈烈的塑化剂风波，仅凭媒体的一篇报道，并不能因此就对整个白酒行业盖棺定论。化解此次危机，核心不是标准有无和多少的问题，而是要厘清一个常识：白酒产品中所含塑化剂含量究竟有多少，对人体的危害性究竟有多大？很明显，企业和行业协会对这个问题既没有显示出应有的诚意，也缺乏起码的自信。

从中国酒协的一份内部文件来看，中

国酒协早在去年 6 月就已经获知白酒普遍含有塑化剂，并于当年 12 月向酒企发布通知，禁止在白酒生产、贮存、销售过程中使用塑料制品，并特别提到了对塑料瓶盖的检测。然而这一切，普通公众却并不知情。明明已经认识到塑化剂的危害性，却对公众秘而不宣，这既折射出公众在食品安全信息知情权上的极度弱势，也说明了企业及行业协会在利益至上的功利思维下，严重漠视消费者的健康和安全。

需要强调的是，此次白酒塑化剂风波之所以会陷入公说公有理、婆说婆有理的困境，很大程度上与权威检测部门的缺位密不可分。国家食品质量监督检验中心是目前最具权威的检测部门，但据工作人员表示，按规定，该中心只接受带有厂家公章的检测介绍信的咨询，不接受公众或消费者个人咨询或检测要求。人们检测产品本

身就是对企业的一种监督，而如果这种监督还需首先征得企业的同意，岂不自相矛盾？这样的规定，令人匪夷所思。同样不容忽视的是国家标准的缺失。公众对塑化剂并不陌生，2011 年 5 月，台湾塑化剂风波曾引起公众极大的恐慌情绪，据说其危害性远在三聚氰胺之上，并且地方上对于塑化剂含量也并不缺少检测技术和程序。然而不知为何，塑化剂含量至今未被列入国家标准。而卫生部的标准“并不是公认的行业标准”，毫无执行力可言。

换言之，让公众闻之色变的塑化剂，面临着巨大的监管真空。这或许才是引发公众焦虑的关键所在。因为我们深知，企业的良心是靠不住的，只有严密的监管，才能筑起食品安全的防线。不管这次塑化剂风波结局如何，它所暴露出的问题都值得相关部门警惕。

传递价值 成就你我
芙蓉王 文化兴条新闻
湖南芙蓉王文化传播有限公司

塑化剂风波拷问的岂止是企业



苏通丝绸

http://www.stjsc.cn 服务热线: 0513-84889999

做食品就是做良心 —— 杜诚斌



方便米饭 肉食下饭



联邦电缆

联接世界的力量

- 750-1100KV 特高压、220-500KV 超高压电力电缆
- 110-500KV 海底电缆、碳纤维导线
- 核电力电缆、风能电缆、特种电缆
- 国家级重点工程急需的高精尖产品
- 国家“125”规划重点发展产品

电话: 0717-6697188 传真: 0717-6510555
网址: www.chinaunicable.com



安多牧场

为国人健康 给力

全国统一客服电话: 400-0639-800
公司网址: adpasture.cn



河套王

天赋神韵 淡雅浓香



国酒茅台

酿造高品位的生活



河套王

天赋神韵 淡雅浓香