

红豆集团红豆杉正式登陆新三板

挂牌首日成交活跃 成交额稳居第一

■ 本报记者 张建忠

1月24日,全国中小企业股份转让系统(俗称新三板)在北京举行扩大系统后的首批企业集体挂牌仪式,来自全国28个省份的285家企业正式挂牌新三板。备受关注的红豆集团红豆杉生物科技股份有限公司(简称“红豆杉”)在新三板成功挂牌,挂牌首日成交活跃,成交额稳居第一。

此前红豆杉曾多次尝试登陆资本市场,此次选择了登陆新三板。公司表示,新三板的推出,为红豆杉这类创新型企业提供了巨大的机遇。公司在新三板挂牌,将会促进公司成为红豆杉综合开发利用的全球领跑者。

专注红豆杉研发

红豆杉是一种珍贵的植物,具备极高的经济价值。而目前,国内专业围绕红豆杉开发的企业较少。公司1997年开始研究红豆杉种子发育和人工培育、种植,并在红豆杉栽培技术领域取得显著成果。发展至今已形成了规模化种植、盆栽及苗木外销、保健品开发、抗癌原料紫杉醇提炼、观光康复的庞大生态健康产业链。

目前,公司拥有全国最大的红豆杉种植基地,在红豆杉培育、苗木绿化、紫杉醇针剂提炼都走在同行前面,在红豆杉中药开发、保健方面也走在同行前列。红豆杉生物科技股份有限公司在红豆杉针剂的基础上,又开发了红豆杉中药饮片,生产工艺已申请国家专利,质量标准还被纳入省级地方中药材及饮片标准,公司成为该标准的制定单位。目前,“红豆杉”牌红豆杉中药饮片成功进入无锡、广东、安徽等地各大医院。另外,红豆杉还有非常多的保健功效,比如说还可以做保健枕、足浴粉等等。

在今后的发展方向上,公司表示,主要还是会围绕红豆杉的综合开发利用,加速发展红豆杉抗肿瘤药物和红豆杉保健产品,除了现有一些产品外,还将考虑开发一些妇女保健品、日化用品、工艺品等。同时由于红豆杉还是高档的红木材,成材后作为工艺品开发,预计将会给企业带来较好的发展前景。

“新三板是个很好的平台”

红豆杉的各方面价值早已被人所熟知,但其漫长的培育周期仍是一个巨大的挑战。



公司表示,虽然在人工培植过程中经过改良优化,但红豆杉每年也只能生长30-50公分,所以在过去的十几年,只是在培育、种植、研究红豆杉。目前已经培育成功了3500万株红豆杉,也对红豆杉这种珍稀植物有了一定的研究。现在最需要的是加大对红豆杉的深入研究开发,从而利用好红豆杉资源。

一直以来红豆杉生物公司都很注重品牌打造,自将“红豆”进行花木类品牌注册保护后,始终坚持品牌化运作,积极打造各种活动推广红豆牌红豆杉,扩大品牌知名度。新三板定位于成长型、创新型中小企业提供股份转让和定向融资服务,作为拥有自主知识产权、良好的创新管理和文化的创新型企业的定位不谋而合。

红豆集团总裁周海江说,“新三板是个很好的宣传平台,红豆集团红豆杉挂牌新三板

的主要就是想借助这个平台,扩大公司及产品的影响力,增强公司的品牌效应。通过新三板加大对企业的支持力度,充分发挥新三板助推科技创新和结构转型的作用,从而激发我们这种成长型企业不断创新,成为创新型优秀企业。”

挂牌首日成交活跃 成交额第一

红豆杉在新三板挂牌后,当日早盘成交额达1250万元,排名第一,高出成交额第二名的中搜网络300万元。而早盘整个新三板成交金额为5027.60万元,红豆杉成交额占总成交额24.86%。

新三板挂牌全天共成交129笔,成交股数1062.75万股,总金额6493.42万元。从全日行情上看,新三板共有25家个股上涨超过10倍。从个股情况上看,有两家公司成交金额超

过千万级别,那就是红豆集团的红豆杉和雅威特,金额分别为1250万元和1000万元,此外,中搜网络也成交了950万元,上述三家金额共计3200万元,占整个新三板交易额的49.28%。

全国中小企业股份转让系统是经国务院批准,依据证券法设立的全国性证券交易场所,被誉为“中国版纳斯达克”,主要为创新型、创业型、成长型中小微企业发展服务。境内符合条件的股份公司均可通过主办券商申请在全国股份转让系统挂牌,公开转让股份,进行股权融资、债权融资、资产重组等。新三板自扩容至全国后,引起了社会各界的普遍关注,并在资本市场中掀起了新一轮的投资热潮,是中国资本市场发展的重要里程碑。据了解,截至目前,新三板挂牌公司总数已达到621家,超过创业板,与中小板企业数量旗鼓相当。

北宿矿 让煤炭资源“颗粒归仓”

面对日益减少煤炭资源,作为一座建成投产38年的薄煤层老矿,山东兖矿集团北宿矿把提高煤炭资源回收率作为延长矿井服务年限的重要举措,千方百计采取多种措施,确保煤炭资源“颗粒归仓”。

这个矿专门制定了煤炭资源回收管理规定,对全面提高煤炭回收率的措施、考核、奖惩、组织领导作了明确规定。该矿要求采煤区队要加强对综合机械化采煤、打眼爆破工作的管理,要有具体措施和爆破管理制度。放炮后溜前、溜后的煤量分布应分别为大于90%和小于10%,溜后的浮煤需及时清扫干净,保证清扫质量,不准丢煤。同时要求采煤区队根据工作面设计和作业规程规定,严格按照规定做好工作面开采过程中和收尾阶段的煤炭资源回收,不得任意加大煤柱留设尺寸。加强过断层及地质构造处的煤炭资源回收,并制定可靠的安全技术措施,保证煤炭资源回收并符合煤质的要求。

为了加强对煤炭资源回收的考核,该矿规定采煤工作面浮煤回收由地测科牵头组织,并将考核结果做好记录台账,对工作面煤厚及浮煤厚度定期进行日常实测,并做好记录台账。有特殊情况下,及时汇报分管领导,查找原因,采取措施进行整改。

这个矿还制定了严格的处罚措施,要求各工作面顺槽、转载机两边处、回采后的硐室必须清扫干净见帮见底,否则按原煤单价进行扣罚。各工作面不能随意留设顶、底煤,不按规定随意留设顶、底煤的,溜前每节按50元扣罚,溜后每节按100元扣罚。工作面回收率以97%为考核基数,每升降1%奖罚吨煤工资单价的10%。

2013年,这个矿通过落实应用综采、充填开采新技术,使用液压支架及高分子聚乙烯挡板,减少过断层搬家,增加工作面几何尺寸,减少工作面个数,减少煤柱损失等措施,使工作面回收率达到98.35%,超考核1.35%。(张兴茂)

“山海之味”上线首月遭“疯抢”

上线不到20天,日均销出原产地山货、海货500多斤

■ 本报记者 何沙洲
通讯员 卢书友、赵晓真

“哦,你们的蜂蜜听朋友说非常好,一会儿买几瓶——对了你们的茶叶香肠怎么没看到了?”

“您好,茶叶香肠是季节性的食品,一般在年前才有,年后为保证新鲜和质量,就不再提供了。同类的您可以看看酱油肉或者茶叶熏腿,这两种也非常不错的。”……

“山海之味”网上商城客服区不断传来电话交流的声音,6部客服电话几乎不停的在工作着。专卖各类山货、海货、农副特产且原产地取货的“山海之味”网上商城,2014年

1月中旬试运营。甫一上线,其受消费者欢迎程度之高让主办方兴乐集团大呼意外!到2月17日,网站首日实际运营时间不到20天,每日平均接咨询电话100多次,网页直接咨询400多次,日均100多订单量,发货数300余件,卖出的货物每天500多斤。不少现货被“卖断”!

试运营当日开通的“山海之味”的官方微信公众平台已有1500多人关注。其中推出的回复“关注有礼”获10元优惠券活动深受消费者喜爱,每日交流信息量均100条以上。不过该活动现已结束,可喜的是新的刷农行卡享山海之味9折优惠并且满100包邮活动已悄然上线。现在,每天上班期间你都会听到密

集的“咔嚓咔嚓”键盘敲击声,这是网页客服在同咨询的消费者耐心交流与导购。

“山海之味”现有商品大类7个,分别为海鲜水产、蛋肉家禽、粮油副食、休闲食品、香茗冲饮、营养保健、礼盒卡券;大类下有20多种小类,共700余种海鲜山珍和土特产等。由于都是正宗的绿色产品,价格实惠,加上电子拜年券使用非常便利,所以在年前深受许多企业、企业员工和普通消费者的喜爱。台州一家民企在“山海之味”一次性下单60万元,给员工们发年货。很多回乡过年的打工一族,人到家,在“山海之味”下单的海鲜也快递到家了。

餐饮企业争做“微营销”

■ 张希 邵露

用微信点菜、付款、积分、抽奖……随着微博、微信等新型信息手段普及,南京年轻市民的就餐习惯发生了巨大改变,餐饮企业争相上线做起了“微营销”。江苏省餐饮协会人士透露,目前江苏星级酒店、连锁餐饮85%都开通了微信或者微博。

晚上吃什么?下午5点半,在鼓楼区上班的小韩点开云南北路木村日本料理的微信,在电子菜单上勾勾画画选好菜,设置为“6点半到店”,点击微信支付。一个小时后,他和朋友抵达餐厅,无需等待,直接“大快朵颐”。而服务员也省了许多事,不用担心餐单不够用,也不用拿着刷卡器跑来跑去,节省了大量时间。

市民陈爽去新开张的水平方小米餐厅吃了一顿饭,就被它的微信“套牢”了。“小米餐厅的微信,有个会员签到积分的活动,每天点一次,就可以赚一分,积分可以换菜的,我现在老是忍不住去签到,积分一多又想去消费。”她说。

百纳实业有限公司总经理吕晓阳最近也忙着上微信系统。“去年,我们先拿德基店的那波利和杏花堤海派小厨两家试水,开通了微信、微博,今天,集团旗下7个品牌11家店将一起上微信。”据悉,为了做“微营销”,百纳实业公司请了4个人负责,一个做网络技术,



一个做平面设计,一个做微博、一个做微信。今年,考虑到微博影响力不够,决定增加人手,集中精力做微信。

在吕晓阳眼中,微营销不是发几条促销短信这么简单。他更看重的是微信背后的“大数据”。“现在是大数据时代,我们将大数据平台,把微信带来的海量数据,细分为客户档案,进而提供个性化服务。比如某客户上一次消费后45天没有再来,我们和他互动,发送适合的礼物,送券。”他说:“微信的另一个好处是,比如近期我要在德基开一家“锅比盆大”餐厅。以前开店前我会忐忑不安,但现在我心里有底,我们有几千号粉丝,微营销做好

了,传递效果是惊人的。”

目前,帮企业“外包”做微信营销的公司也应运而生。业内知名的微营销专家谭小平是个“85后”,他2012年创业成立星润集团,于去年创立了全国首家微信商城,专门帮企业做微信营销。谭小平告诉记者,去年11月至今,短短3个多月,江苏已经有1400多家企业通过他们开展微信营销、支付,其中有300多家餐饮企业,在这些饭店吃饭,到店前,就可以点菜、支付一条龙。他认为,随着今年春节微信推出“抢红包”活动,微信绑定了一大批人的信用卡,今年微营销业务会发展得更快。

亚宝药业: 努力培植销售人员的销售艺术特质

美国IBM创始人托马斯·沃森说:一切始自销售。他甚至还把公司的销售员称之为英雄。那么,“英雄”们所从事的销售工作就不仅仅是一种必须完成的本职工作,就不单单是一件吃苦耐劳的事情,而是必须要有相当的职业艺术素养,否则便难当此誉。

全国人大代表、亚宝药业董事长任武贤说:“销售是一门艺术,这是一个完全正确的观点。我在与企业一同走过几十年的风雨历程后,更加深刻地感悟到这个观点的正确性。”亚宝人认为,所谓销售艺术,就是指我们在销售中所呈现出的精神、品质、策略、修养、技巧、经验以及个性和形象等等。销售是一项极其重要的工作,是一种神圣而高尚的事业,唯有具备了这些方面的艺术修养,你才能够把十分不易的销售演绎得出神入画、精彩纷呈。而如果不懂艺术,只是一味地去卖产品,那你将很难有好的业绩,很难获得成功。为此,他们主要从以下五个方面去加强对销售人员的培养:

培植火热的激情和必胜的信心。首先你热爱这份事业,并且想方设法把它做好,然后你才可能对它抱持信心,对它充满激情。而一旦有了信心,你就能义无反顾地持之以恒地走下去;一旦有了激情,你就能创造性地工作,就能够事半功倍。亚宝过去和现在涌现出了一批又一批、一茬又一茬优秀的销售员和销售状元,他们正是以企业为家,把销售融入生命,一干就是几十年、十几年甚至几十年,专心一意、竭忠尽力地把销售做得非常出色。

培植敬业精神和优秀品质。能敬业,不畏难,讲诚信,负责任,这是一个销售员获取销售艺术的基石与核心,是提升销售业绩的前提。皮之不存,毛将焉附?如果没有这些精神与品质,就根本谈不上什么销售艺术。那些身边的销售精英们哪一个不是爱岗敬业、吃苦耐劳、诚实守信、勇于担当的楷模?

培植善于思考和善于策略的能力。销售是一项极具挑战性的工作,市场是一个十分复杂和瞬息万变的所在,如果没有深入的思考、准确的判断、敏锐的眼光和灵活的策略与方法,那是万万不行的。亚宝很多优秀的销售员十分注重市场调研,善于做好销售计划,能够根据市场变化及时制定和调整销售策略,因此,在销售中总能游刃有余,得心应手,从容自如,而不是手忙脚乱,被动应付。

培植方法、技巧和善于利用各种资源的能力。如何与客户沟通?怎样推介产品?什么时候做什么事情?如何把工作分出轻重缓急?客户及产品如何分出A、B、C类?如何利用本企业及社会上的有关资源来为自己的销售服务?诸如此类的问题,他们要求每一个销售人员都应当认真思考,并找出好的答案。他们告诉大家,完成销售目标任务,仅有吃苦耐劳是远远不够的,还必须要有好方法、好举措、好经验。

培植良好的自我修养和个人形象。销售活动最终是要销售人员驰骋在市场,把产品卖到客户与消费者手中,而客户与消费者则常常把销售员作为本企业的形象使者看待。一定程度上讲,客户是首先接受了销售员,然后才去接受你的产品,如果销售员形象欠佳,客户则断难要你的产品。所以,他们告诫销售员要想拥有销售艺术和优秀业绩,就必须加强学习与历练,让自己一举手一投足都显得有知识、有经验、有礼貌、有修养、有品位、有人缘,是一个愿意打交道和值得信赖的合作伙伴。(索玉祥)

回味海尔温暖的真情

刚刚闻到春天的气息,连绵的雨和冰冷的风就赶来了,几乎没有停过,寒冷难受。本来喜欢呆在家里的我,更是无法忍受,只好狠下心来,去网上购买了一台海尔空调。

安装的那一天还是一样的气温很低,阴雨绵绵,虽然如此海尔安装人员还是如约而至。他们身上还带着雨水的痕迹,然而给我带来的空调,却没有一点雨水浸过的痕迹,首先就给我留下了很好的印象。在问好安装的位置后,他们有条不紊地按照海尔严格的安装要求:清理安装位置、检测安装环境、安装机器、调试机器、试机、讲解操作要领进行着。空调很快就安装到位了。我看见他们脚上套上的鞋套里,好似有水。我不解地问道,你们的鞋子怎么有水啦!他们告诉我,原来是在我家楼道处的水坑,不小心踩进水坑打湿了。那里的光线很差,他们不熟悉,这也难怪。如此寒冷的天气,还穿着湿透了水的冰冷的鞋子,为了给消费者一个放心舒适的环境,他们在整个安装的过程中是那样细心和忘我。看着安装的海尔师傅,我真感觉到了海尔温暖的真情:一种难得的真情!(文文)