

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 12 版

第 160 期 总第 7972 期
统一刊号:CN51—0098
邮发代号:61—85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

2014.6.20

星期五
甲午年 五月二十三
热线电话:400 990 3393
官方微博:weibo.com/jrwbd
weibo.com/jlrbs

市场增速惊人 医药巨头跨界卖饮料

◎两药企跨界卖水 ◎饮料巨头促销提前 ◎渠道或成制胜关键

<< P2

本期导读 Highlights

富士康实体渠道退欧 电商成最后棋子

富士康电商目前还处于起步阶段,但未来希望可以做一个提供多品牌的 3C 数码商城。

<< P2

电商搭车世界杯: 红包代替现金

今年京东 618 促销节恰逢巴西世界杯。借助足球的东风,电商们紧锣密鼓地开展营销,加大对京东 618 的围追堵截,力图打造电商世界杯。

<< P3

中国汽车在巴西 力求品牌本土化

目前,巴西已经成为中国汽车最大的出口地了,在巴西销售的中国汽车品牌多达 12 个。

<< P3

世界杯品牌故事: 耐克阿迪龙虎斗

2014 年是世界杯年,耐克阿迪两家体育用品巨头势必会展开一方龙争虎斗。

<< P6

“啤酒 + 炸鸡”让位“桑巴烤肉” 餐饮业 青睐节日营销意欲突围

举办奖杯模仿大力神杯的“啤酒节”,服务员穿上传统桑巴服饰,世界杯早已引爆餐饮企业之间的你争我夺。

<< P8

宜宾港: 打造长江上游航运物流中心

2013 年,习近平总书记作出“发挥内河航运作用,努力把全流域打造成黄金水道”的重要指示;2014 年 4 月,李克强总理又在重庆视察“黄金水道”,力挺长江经济带。在此形势下,四川省宜宾港作为长江第一港,是长江经济带中的重要节点,有条件打造成为长江上游航运物流中心。

<< P8

iPhone,android 手机扫描二维码下载安装



本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃查处。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-68230681
028-68230659
028-87344621
举报传真:028-87325242
企业家日报社

中国梦 之企业家访谈与有奖征文



公益事业爱无疆 真情拥抱“中国梦” ——访国酒茅台重庆经销商联谊会会长、重庆扬正商贸有限公司董事长杨正



■ 本报记者 樊瑛 张建忠

“诚信务实求发展,自强不息创伟业。”这是重庆扬正商贸有限公司长期坚持的企业宗旨,该公司有一支素质过硬的营销队伍和较为完善的营销网络特别是团购销售网络,并为消费者提供了高品质的服务。该公司主营业务是代理销售茅台酒、茅台葡萄酒及其系列产品。

经贵州茅台酒销售有限公司授权建有“国酒茅台北碚专卖店”和“国酒茅台沙坪坝专卖店”,由于业绩突出,其公司国酒茅台北

碚专卖店 2007 年、2009 年、2011 年三次荣获优秀专卖店称号,2010 年获优秀营业员称号,2009 年重庆扬正商贸有限公司获选“重庆酒类诚信经销商”荣誉称号。

本报记者专程赴重庆,采访了国酒茅台重庆经销商联谊会会长、重庆扬正商贸有限公司董事长杨正,他说:“我们在销售茅台酒的同时,一定要发挥国酒茅台重庆经销商联谊会的作用,一定要将茅台积极履行社会责任,热心公益事业的优良传统发扬光大,用真情拥抱重庆扬正商贸有限公司的‘中国梦’!”

秉承茅台优良传统, 积极履行社会责任

杨正说,作为国酒茅台重庆经销商联谊会的负责人,我们不仅要做好经销商之间的联络、上情下达,组织培训员工的工作,更重要的是秉承茅台优良传统,积极履行社会责任。他认为,“忠诚国酒,大爱无疆”。推动者实际行动,做热心公益事业的倡导者、推动者。

2011 年 1 月 10 日,国酒茅台重庆经销商联谊会组织关爱老人送温暖的活动。由贵州茅台酒股份有限公司领导和贵州茅台

酒销售公司重庆片区领导带领国酒茅台重庆经销商联谊会成员一行,前往分别地处重庆偏远山区的三家敬老院,看望并慰问了二百余名孤寡老人。

这次“送温暖”活动,经销商们为老人们添置了御寒的冬衣冬裤,大米和食用油。很多老人倍感欣慰,百感交集。此次活动也得到了当地民政局、镇政府的高度重视,各级领导也陪同经销商一起看望了老人们,关切地询问老人们的生活近况。

在这次重庆经销商联谊会的公益活动中,经销商们纷纷表示,这样的活动组织得很好,今后还要不断地举行,一定要将茅台积极履行社会责任,热心公益事业的传统不断发扬光大!

传承经典文化, 扶贫励志创优

由国酒茅台重庆经销商联谊会与共青团渝中区委共同发起,成立“红色经典”励志基金。

2011 年 5 月 31 日,“红领巾向党”——争做共产主义接班人“红色经典”国酒茅台重庆经销商联谊会励志基金成立仪式暨渝中区少先队庆祝“六一”国际儿童节活动在马家堡小学举行。活动由区委宣传部、团区委、区教委、区体育局、区少工委主办,马家堡小学承办,国酒茅台重庆经销商联谊会协办。团市委副书记张大军,区教委纪委书记琳琳,区政协副主席陈大奎,市委常委、宣传部部长朱琳,区政府副区长黄孝明,贵州茅台酒销售有限公司黔渝大区经理卞英,国酒茅台重庆经销商协会会长杨正等领导出席活动。 [下转 P2]

深学 倾听 立行 ——湖南中烟郴州卷烟厂扎实开展党的群众路线教育实践活动纪实

■ 本报记者 李凤发 通讯员 王开新

厂报专刊、网站专栏、活动简报、橱窗宣传、电子屏幕播放、专题图片展览,领导干部上党课、支部书记党课比赛、知名专家讲座辅导、主题大讨论、学习体会交流、教育影视观看、典型案例警示……走进湖南中烟工业有限责任公司郴州卷烟厂,让人处处感受到开展党的群众路线教育实践活动的浓厚氛围。

第二批党的群众路线教育实践活动开展以来,郴州卷烟厂精心筹划,周密部署,深入动员,强力推进,教育实践活动如雨润春芽,生机勃勃。

在活动第一环节,郴州卷烟厂党委把学习教育摆在第一位,坚持边学边用、边查边改。班子成员真学深学,对照先进细照笃行,深入一线倾听民声,聚焦“四风”立行立改。全厂党员干部纷纷走进、认真学、深思考,廓清思想迷雾,明确努力方向,为自觉践行群众路线、改进工作作风筑牢了思想根基,凝聚起推动工厂转型发展的正能量。

“摆进去”真学深学

“各级班子成员要严格按照国家局六个带

头的要求,挤时间、花精力,率先垂范,积极主动投入到教育实践活动当中。尤其要带头认真学习,做到真学实学、先学一步、学深一点。”3 月 7 日,在郴州卷烟厂教育实践活动领导小组第一次会议上,党委书记、厂长刘军对厂领导班子及中层管理人员提出了明确要求。

厂党委一班人按照规定书目清单,带头加强自学,积极参加所在党支部的学习活动,认真准备党课,自己动手撰写学习心得体会。学习,正成为领导干部的精神追求和自觉行动。

3 月 18 日、4 月 22 日,厂党委先后举行两次中心组(扩大)集中学习,开展党的群众路线教育实践活动专题理论学习。郴州市委党校副校长唐中明、湖南省委党校常务副校长徐晨光两位知名教授应邀前来讲座辅导,分别就党的群众路线和习近平总书记民族复兴战略思想的深刻内涵进行解读,为全厂教育实践活动扎实开展打好理论基础。

4 月 23 日,厂党委班子成员进行教育实践活动学习交流。“践行群众路线需要我们深刻审视‘源于谁、为了谁、依靠谁、我是谁’这一根本性问题,审视‘入党为什么、为党做什么’的人生大命题,解决好自身政绩观与权力观偏差、不敢担当、执行政策不坚决、联系服务群众

不紧密等实际问题。”没有大话空话,大家直奔主题。不仅澄清了模糊认识,明确了努力方向,也深化了群众观点,增强了党性自觉。

郴州卷烟厂是基层生产单位,承担了多品牌柔性生产任务,同时又要抓好易地技改项目,开展教育实践活动客观上存在工学矛盾。为此工厂从实际出发,突出学习重点,保证学习时间,丰富学习载体,灵活学习方式,注重学习效果。

“规定动作做到位,自选动作有特色”,成为郴州卷烟厂各级组织的共识。针对生产一线党员分散在不同班组、上班下班不统一的情况,卷包、制丝、动力车间党支部利用周末休息时间、月末放假时间组织集中学习,不折不扣完成了规定的 10 个半天集中学习任务,平时则以党员自学为主、加强检查督促,正确处理了工学矛盾,真正做到了“两手抓、两不误、两促进”。

4 月 21 至 24 日,郴州卷烟厂请电影公司上门服务,分 3 批组织 600 余名党员在厂内观看电影《焦裕禄》,引起热烈反响。

5 月 13 日,举办党支部书记“群众观 作风行”主题党课比赛。12 名兼职党(总)支部书记走上讲台,精彩展示了各自学习成果。

140 多名党员干部认真聆听,受到了一次全面系统、生动深刻的党课教育。机关第一党支部书记魏琳的党课,充分展示了共产党人信仰的力量,许多党员深受感染,湿润了双眼。

“沉下去”倾听民声

坚持开门搞活动、让群众广泛参与,坚持问题导向、解决群众关心的热点问题,是教育实践活动的原则要求。郴州卷烟厂党委一班人开门“纳谏”,深入基层、走进群众调研听取意见,并注意站在群众的立场,用群众观点和群众路线工作方法,来分析解决实际问题。

“职工群众的意见建议就是我们对照的镜子。职工群众的诉求期盼就是我们努力的方向。我们在下去调研时,注意蹲点访民情、上门拉家常,听真话、查实情,鼓励员工大胆提意见,提带刺的意见,让员工看到了真听、实改的诚意。”郴州卷烟厂党委副书记兼教育实践教育活动办公室主任刘春兰介绍了调研主要做法。

4 月中旬以来,郴州卷烟厂党委班子成员纷纷到各自联系点进行专题调研,与基层员工“零距离”沟通,倾听来自基层最真实的声音,广泛征求对领导班子及成员“四风”问题、对工厂发展的意见和建议。