

得益绿色食品集团全体员工相聚中秋,杜诚斌董事长强调坚守“做食品就是做良心”的道德底线——绝不允许不合格产品走出厂门



■ 本报记者 何沙洲

2014 年 9 月 6 日,在传统佳节中秋节来临之际,四川得益绿色食品集团所属各个分公司(厂)的全体行政、后勤、生产及销售系统近千名员工,相聚在新津生产基地。在员工大会上,得益绿色集团董事长杜诚斌就今年以来公司运行情况做出了总结,并为全体员工描绘了企业的发展规划蓝图,众多业绩突出的员工收到了表彰和奖励。

“今年一至八月,得益集团销售目标顺利完成,很多区域的销售额都成几倍增长,希望全体员工再接再厉,在今年底全面完成集团目标,为明年的发展打下坚实基础。”

杜诚斌在大会讲话中特别指出,目前,食品安全问题为全社会重中之重,也是企业的首要工作任务,各个岗位的负责人及每个员工,都要有大局观,树立牢固的安全责任意识,坚守“做食品就是做良心”的道德底线,绝不允许不合格产品走出厂门进入市场。只有这样,企业的发展之路才会越走越顺,越走越远。

记者了解到,得益绿色在激烈的市场竞争中,产品畅销国内和英国、加拿大、俄罗斯、瑞典、新加坡、马尔代夫和澳大利亚等国家,并获得了“国家质量检测全面达标产品”、“全国用户满意产品”、“全国用户满意企业”、“中国食品工业质量效益奖”等



员工上台接受表彰

殊荣。其中有一个重要原因那就是:得益绿色始终手握科技、质量两张牌,以深厚的川菜文化为背景又根据国内外客户的不同需求进行配方等科技创新;得益绿色员工用最务实的管理努力践行“做食品就是做良心”的经营理念,所有这些都为得益绿色赢得良好口碑,收获众多“国字号”并进入国际市场奠定了坚实基础。

因此,在当天员工会上,杜诚斌和总经理杜葳萱携集团高管向全体员工鞠躬致谢,感谢员工们的辛苦付出,并祝广大员工及家人中秋节快乐!会后,参会的全体员工在欢声笑语中共享杜诚斌董事长特别安排的坝坝盛宴,一起提前过了一个祥和的中秋佳节。

联姻贝因美 恒天然加速中国市场全产业链扩张

作为全球最大乳制品出口商,新西兰国家级乳品联营公司恒天然集团正加快对在中国市场的布局。

在宣布加速中国本土上游牧场建设后,8 月 27 日下午,该公司公告称将向贝因美公司启动要约收购后者至多 20% 股权。

在获得中国政府的批准后,恒天然将与贝因美建立合资公司,通过此公司收购位于恒天然在澳大利亚的达润工厂。

双方未披露此次收购的金额,但新西兰多家国内媒体认为涉及金额达到 6.15 亿纽元(约合 31.6 亿元人民币)。

在华产业链布局又下一城

“双方将开放各自的渠道”,恒天然全球首席执行官西奥·史毕根斯表示,恒天然将提供牧场管理、牛奶生产、乳品加工、质量管控、产品追溯、乳品营养和创新等方面的经验。按照西奥·史毕根斯 27 日披露的数据,恒天然集团 25% 的销售额来自于中国市场,贝因美在中国婴幼儿奶粉市场长年保持最高的市占率。

通过此次收购,恒天然集团在中国市场

的全产业链布局已初见雏形。今年 1 月份已发行高达 12.5 亿元的“点心债”(离岸人民币),表示将把募集的资金用于进一步加强和支持恒天然业务在中国的增长,包括继续扩阔在华消费者基数、投入 to 恒天然的餐饮服务业务、在华牧场事业等。

在上游牧场方面,今年 7 月份,恒天然已宣布与雅培共同投资 3 亿美元(约合 18 亿人民币)建设包括五家牧场的奶牛养殖基地,包括泌乳牛存栏数超过 16000 头,预计年产量可达 1.6 亿公升牛奶;2010 年 4 月,恒天然曾与当时的三鹿公司共投 3000 万美元在河北唐山建立旗下在华第一座牧场,奶牛存栏数达到 6000 多头;2010 年 10 月,恒天然宣布继续斥资 2.6 亿元在河北玉田县兴建其在中国大陆的第二座牧场。

在下游产品方面,2013 年,恒天然已在中国市场推出推出了“安满”系列奶粉以及高端牛奶品牌“安佳”,为了扩张奶粉业务和牧场业务。

贝因美找到靠山

“双方将开放各自的渠道”,贝因美公司

董事长王振泰表示,“双方的合作将打造优势、安全、稳定的供应链”。

王振泰称,选择恒天然可以为该公司在技术、产业链构建、国际化三方面提供帮助。

“国家政策提倡提高行业集中度,国内乳业的每家公司都在考虑这个问题,贝因美也不例外,贝因美经过慎重考虑,方方面面的条件与因素,恒天然成为我们的最后的选择。”“在与恒天然这么多时间的交往中,与恒天然的合作对贝因美的发展更加有帮助,是一个适合在战略层面的合作伙伴”。

王振泰同时强调两家的合作是开放的,不排他的。“怎么样和做好,要一样一样谈、一样一样规划。”这意味着贝因美或可再引入新的投资伙伴。

业内认为,在其他乳企品牌业绩都向好的行业背景下,一直有出售股权消息传出,业绩下滑的贝因美终于找到了靠山。

贝因美今年初开始谋划业务转型。今年 2 月份将公司名称由“浙江贝因美科工贸股份有限公司”正式更为“贝因美婴童食品股份有限公司”,剥离全部非食品业务,此后数次斥巨资投入儿童奶等婴童食品业务。

(崔丹)

携程高调宣布进军垂直搜索领域

就在去哪儿网通过 TTS 转型 OTA(在线旅游服务商)还一直处于“犹抱琵琶半遮面”的状态时,其有力的竞争对手携程旅行网(以下简称“携程”)却表明了向“OTA+平台化”转型的决心。据悉,携程 CEO 梁建章已于近日对外表示,携程未来要将所有业务平台化。业界也普遍认为,意识到不可能在所有细分市场都做到极致的携程,此番或许也是准备借机向垂直搜索平台起家的去哪儿网展开“正面对决”。

据梁建章介绍,携程希望未来把合作伙伴的服务都放入到其自身平台中。或许是因为梁建章预示到接下来的价格战会更加惨烈,所以此次才宣布将全力开发平台。一位在线旅游经营者告诉记者,目前携程独独垂直

搜索这一领域还是相对空白。尽管近期携程与 Priceline 联手,但 Priceline 旗下的搜索公司 Kayak 目前在中国的市场份额还微乎其微。而且在上述人士看来,携程准备涉足垂直搜索其实早就有迹可寻,此前无论是与 Expedia 谈判,或是与去哪儿网传出“绯闻”,针对的都是国内市场的搜索业务。

对于去哪儿网的低调转型与携程网的高调转型各自的优势,业界普遍认为,携程开发平台是为更好地增加可供消费者预订的产品数量,而去哪儿网发展直签产品则是为了寻找更好的盈利模式。但旅游业最终是服务,携程开发平台会对供应商有严格筛选,而去哪儿网则是让平台上的供应商自行“优胜劣汰”。

如何理解龚义涛的智慧商圈?

龚义涛认为,宝龙的购物中心拥有自己的客户群体及品牌影响力,要做的就是如何利用互联网技术将线上线下完全打通,进而实现双向联动。首先,智慧商圈主要能够给消费者带来三项收益,第一是实惠,第二是便利,第三是娱乐;其次,为商场和商家聚集消费需求,提供更个性化的服务,快速聚集海量的用户群体。并以多方位的推广渠道、精准化营销方式,切实提升商场的销售业绩;最后,对于购物中心业主来说,随着用户聚集,购物中心就能根据平台积累的大量数据进行参考,从而不断获取附加值,达到资产增值。

值得注意的是,宝龙电商注重的并非是与传统电商平台硬拼规模 and 价格,也不同于定位全国化的电商平台。宝龙电商模式是 1 个购

劲旅咨询 CEO 魏长仁认为,对于在线旅游企业来讲,未来“平台+OTA”是大势所趋。不只是携程想向平台业务发展,去哪儿网目前 OTA 化的进程也同样明确。从去哪儿网的财报中可以看到,其正在不断扩充地面签约团队,为平台上各项产品提供直签。魏长仁同时表示,从目前来看尚无法判断两家企业的转型谁的阻力更大。OTA 开放平台,需要改变内部人员原本的思维、工作方式,并相应地裁撤人员。而平台向 OTA 转变,则需要在服务、交易环节上做出完善,以及增加大量员工,这需要金额不小的支出。这方面的支出也逐渐在去哪儿网的财报中有所体现。

(程拓)

物中心对应 1 个平台,线下商场是具有区域性特质的,有属于自己的商圈,要做的则是不断研究这数十万消费者的偏好,迎合需求,成为消费者生活不可或缺的一部分。

宝龙的多元化电商战略

据了解,宝龙旗下自主开发运营的电商平台“宝龙广场在线”自 2013 年底在福州、晋江首发站上线以来倍受业内外各界的广泛关注。截至目前单站活跃用户已达 30 余万。2014 年 7 月份正式推出商场在电商时代的 2.0 价值概念,即以社交驱动交易的购物平台。全新理念的平台上线以来,获得了多方认可。宝龙电商并不甘于自我满足的状态,此次与龚义涛的强强联手,就是希望可以引入更多新力量,尝试多元化发展模式,将大数据及 O2O 模型进一步加强。

(中新网)

看好智能健康市场 健趣网首轮融资即将完成 目标估值超 1 亿美元

新型智能健康信息服务平台——健趣网首轮融资即将完成,目标估值超 1 亿美元。据了解,健趣网起初聚焦于危害最高、关注度最大的 30 余种疾病,致力于打造以用户健康为核心目标的智能健康信息和健康服务平台,借助首轮融资,健趣网有望获得过千万用户,并树立在健康垂直搜索引擎的领导地位。

作为大健康产业的新兵,健趣网所处的行业正迎来前所未有的发展机遇。中国医药保健进出口商会副会长刘张林曾在公开场合指出,未来我国医疗卫生健康产业发展重点将从以治疗为主转为预防为主,以传染病预防为主转变为以慢性病预防为主。2013 年,我国大健康产业规模预计将接近 2 万亿元,如果包括医疗卫生开支就接近 4 万亿元。到 2016 年“十二五”结束,我国健康产业的规模预计将接近 3 万亿元,达全球第一。此外,艾瑞咨询、易观国际等多家市场机构预测,2014 年我国移动医疗健康市场规模将达 28.4 亿元,预计到 2017 年,将突破 125 亿元,年复合增长率超过 70%。

资料显示,在美国,健康服务是第一大产业,2009 年就占美国国民生产总值的 17.6%。我国的健康服务业则一直是现代服务业的重要内容 and 薄弱环节。不久前,国务院常务会议把加快发展健康服务业提升到“有效扩大就业、形成新的增长点、促进经济转型升级的重要抓手”的层面,显示了大健康产业在国家战略中的重要位置。在线健康服务业前景广阔,面临重大发展机遇也因此被业界看作健趣网首轮融资过亿的原因

之一。

据知情人士透露,本次健趣网拟引入包括国内某知名机构在内的多家战略投资人。而健趣网获得投资机构较高估值的另一原因,则与其在智能健康领域从底层发力的战略布局有关。从底层布局智能健康信息服务平台的健趣网,通过标签的合理制定,基于 AS 开发的创新性新一代健康搜索引擎——健趣智搜,能从超过 10 的 50 次方信息中找到用户所需的精准信息,具备向用户提供关系健康全程的高信用健康服务的能力。目前,健趣网已经完成了健康信息搜索平台和健康服务平台的原型搭建,网站的运作也非常良好,各种指标均稳步快速上升中。

专家认为,与百度所代表的通用搜索引擎相比,健趣网从底层发力打造的健康搜索引擎,有利于大幅提升在搜索健康信息时的用户体验,这种基于技术的战略布局也与市场中其他投身智慧健康医疗产业的企业形成了明显的差异。

据了解,健趣网由上市公司中源协和前营销副总程振宇创办,核心团队由 8 年前 IDG 投资 A 轮的信息安全创始人兼 CEO、20 年搜索引擎经验、国家反恐项目智能大数据处理技术专家,副教授以上的医学专业人士、Google 前核心算法工程师、某互联网公司前 CEO 等精英人士组成。其创始人程振宇拥有在世界 500 强默克雪兰诺等公司 10 余年的医疗健康领域从业经历。

(董山)

管理学堂

发现问题及时喊停

主管能爬到今天这个位置,大多数都有过人的毅力,他们能够在逆境中咬牙苦撑,坚忍不拔!这种特质当然是成功的重要条件,但在某些情况下不知变通,却也可能形成不理性的执着。主管总是说:“再撑一下,过一阵子应该会好转。”可是有些事情,已经明显地不符合潮流趋势,继续撑下去也不会有好结果。到底什么时候应该喊停呢?我们以园丁修剪玫瑰花为例,说明怎么样才能让花园里的玫瑰花呈现最佳的状态。通常,园丁在三种情况下会修剪花苞或者是枝干。

1.修剪不是最优质的花苞或枝干。每个花丛所能提供的养分是有限的,如果将所有的花苞都保留下来,就算日后都顺利

成长,也没有办法呈现最佳状态,因此要选择将最优质的花苞与枝干留下来,才能够集中资源,让这些最优质的花盛开。

2.修剪无法挽救的病枝。有些枝干生病了,园丁在刚开始时虽然会尽力照顾,期待它好转,但一旦确认难以挽救,就会断然放弃,好让其他的花丛不致受到影响。

3.修剪占据健康枝丫发展空间 的 枯枝。当有些枝干与花朵已经枯萎,就应该加以修剪,以免阻碍新生枝干的发展。

经营事业与栽培玫瑰花的道理相似,要懂得集中资源,让有潜力的事业发展,对于已经无法显现效益的部分,要断然处置。

(王友伦)

管理日记

■ 福建德贤化工有限公司副总经理 王志佳

我选人,第一个条件就是人品要好,一个人人品好的人,做事是有底线、有原则的,不会无故伤害人。这样的人会维护公司利益,会替老板着想,也会对下属公正、关爱,能得下属的心,这样的人就能带团队,给公司创造效益。相反,一个人人品不好,他就很难得人心,没办法成为一个能领导团队的人,而且,他可能会因为与周围人的矛盾,给团队带来不稳定的因素,进而给企业带来损失。

这么多年,我们招聘或提拔人才时都严格遵守一个原则:用熟人。比如内部提拔管理人员,这个人必须是在企业里已呆了不少时间了,我们经过观察,对其人品已经很了解,觉得的确可靠,才会提拔。而外部招聘管理人员的话,我们都是从同行业找人,因为福建这个行业小,圈子里相互认识很容易,一般情况下,我们招来的人都是认识有一段时间了,相互间也相当了解,人品很可靠的。

很多人选人关键看才能,我对有能力的人也很渴求,但如果人品有问题的,能力再突出,我也没办法重用。我们的管理人员里也有过这样的人,个人能力很突出,可是他品行不够好,脾气特别糟糕,特别执著于争利益,所以,他无法平衡团队外部的关系,也没办法让团队内的人快乐地工作。这种无法得同事的心、无法得下属的心的人,肯定也无法得到我们的心。企业在创业期时,可能某些核心人物的个人能力很重要,但现在我们已发展到一定规模了,我们需要团队,所以,我们的管理人员就是需要能得人心,能成为团队的核心,有号召力和凝聚力。这的确是很考验人品的事。

人品好的人,不用说话也能发挥自己的影响力。我们有个技术人员,性格很内向,但对工作特别热爱,特别感兴趣。要知道我们这行,原材料品检方面的回扣是个大问题,我们这个技术员做品检多年,没拿过一点回扣,原材料质量有问题,立马退回去,没有商量余地。但材料商都很尊重他,工人对他也都是交口称赞。他是很早就进厂的,在基层很长时间,后来提到管理层,他对下属不用发脾气,只要说一声,人家都听他的,因为他干净、正派,能得人心。

怎么去看一个人的人品,除了很多常规的观察外,我还有个秘诀。我觉得家庭关系好的人,一般人品都不会有大问题。所以,我们去接触了解一个人,都会去了解他的家庭关系,是否爱孩子、爱配偶,是否孝顺父母,这些都会关注到。我们有不少外地招聘来的管理人员,他们面试时就会谈到要带家人来,希望公司帮忙安置,我每次碰到这样的人都很开心,因为他们过了第一关。一个人要是连家人都不爱,就很难会对别人好了,如果他不得家人的心,就更别指望他到了外头能得人心了。一直到现在,我发现这种观察方式还没让我看错过。

我们公司像这样可信任的人很多,这给公司充分授权提供了很好的基础。我提倡用人不疑,只要是员工分内的事,我都尽量做到不过问太多细节,让他们独立去做。每一个环节的放权,都意味着很大信任。我觉得,一个公司要做大,就要充分发挥每一个员工的作用,所以要充分放权,给他们足够的平台。这也就要求,我们从一开始就要把好员工的人品关,把可信任的人引进来,给他们空间,让他们跟企业一起发展。