

韩后:从“野孩子”到“大牌”

说起韩后,首先映入人们脑海的是各种俏皮的营销手法,而且最为人所知的是那则全国街知巷闻的“张太体”广告,把韩后品牌一夜之间推向前所未有的舆论焦点,韩后病毒式营销由此拉开了帷幕:从“就要搞一搞”的“9·19”节日营销,到“只要你姓张,白拿BB霜”,韩后凭借“野孩子”般的广告风格,驱动销售额直线增长,也引起红杉资本关注,投入亿元资金。如今已经“不差钱”的韩后,未来怎么走?

“未来5年是国内本土化妆品品牌崛起的最好时机,韩后要为消费者心中的大牌。”在韩后2015年品牌战略发布会上,其创始人王国安宣布韩后2015年品牌关键词是“大牌星换代”。

姓氏营销

如果要为2014年中国营销界总结关键词,“节日营销”是不可少的一个,为某个特定日子赋予新的涵义,一系列营销活动配合打折促销,往往能快速拉动品牌销售量。“9·19”是韩后在2013年重点推出的购物节,当时的口号是“919,搞一搞”,号召女人搞自己。其实韩后的野心就不仅仅是创立一个品牌日,而是希望能够像“双十一”那样,让消费者一到这个日子,就能联想到购物。

在品牌节日营销中,主题和创意是影响效果的两大要素。主题要跟品牌和产品相结合,也要跟目标群体的身份和特征相适应。说白了就是品牌诉求是什么,想拉谁一起玩,从而营造一个既能结合自家品牌和产品DNA,又能引起共鸣,提高“参与感”的氛围。如何引起共鸣,提高“参与度”?“动”是关键:主动、行动、互动、感动。让消费者心甘情愿参与到品牌营销互动中,付诸实际购买行动,并且为品牌创造的价值观所感动,从而主动传播。比如在某一个“圈子”或者针对某一“爱好”选择消费者,举办相关活动嵌入主题。

韩后在2014年“9·19”期间打出“只要你姓张,白拿BB霜”口号,通过姓氏营销卷入消费者。从姓氏的选择上,选择“张”姓,延续了韩后红遍中国大江南北的“张太体”,更多



考虑消费者的参与度。据了解,“张”是中国第三大姓,有近8000万人。

韩后给予“张”姓8000万人特权、荣誉感。首先,“只要你姓张,白拿BB霜”,只有姓张的人有资格在唯品会平台领到韩后赠送的价值138元的BB霜。同时,韩后推出《只要你姓张》张氏大片,登上腾讯视频、优酷、PPTV、搜狐视频首页推荐位,其中张飞、张三丰、张曼玉三位张姓名人跳起欢乐“张字舞”,让“张”成为国内第一个有专属视频和舞蹈的姓氏。此外,韩后还将促销广告铺向公交车、高端公交站牌、商圈LED、户外视频、户外灯箱、电影荧屏,甚至招商银行提款机广告屏,进行全渠道地毯式轰炸。

“认真你就输了”是很多人的口头禅,姓氏营销的娱乐化,实际上是迎合了消费者喜欢娱乐和轻松的心理,韩后发布“张字舞”视频都体现了“敢玩”的娱乐精神,顺应了当下年轻人消费心理。

2014年“9·19”,韩后营销活动的参与商家非常踊跃。据了解,2013年韩后仅针对CS渠道开展“9·19”活动,有2227个商家参与。2014年,同样是CS渠道,参与的商家突破6000家,比预期的4000家多出2000家。

2014年“9·19”韩后购物节,虽然仅玩了

姓氏营销,但韩后对核心消费者的影响指数却翻了一倍,传播的商业价值超乎想象。姓氏营销吸引张姓和非张姓消费者围观,引出苏宁甚至以电商形象代言“苏小宁”直接与“韩小后”对话,国美也跟风接力。苏宁、国美接棒玩起姓氏营销,引发一场欢乐大吐槽,客观上让韩后狠狠地傍了一把中国商界大款。

地标营销

2014年9月,韩后启动“大牌”品牌主张。面对国内众多化妆品品牌,甚至国际品牌,韩后的“大牌”从何说起?王国安认为,韩后是要做消费者心中的大牌,而不是国际大牌。

韩后以广州塔“小蛮腰”作为其实施“大牌”战略的第一步。2014年9月,韩后以2亿元拿下“小蛮腰”5年的户外广告使用权。“小蛮腰”将发布广告的消息曝光后,“小蛮腰”就被卷入“地标建筑到底该不该登广告”的质疑声中。而韩后作为广告主,在“小蛮腰”上发布什么广告,也变得微妙起来。

“营销不能让消费者一眼看穿你的目的,不然就没戏了。”王国安说。韩后的一系列营销投放中,外界更加关注的是其“标王”的“土

依法治安 攻坚治本

桑海集团上半年安全生产工作良好发展

本报讯(杨多富 特约记者 袁骏)今年上半年,桑海集团安全生产工作坚持“预防为主、综合治理”的方针,深入贯彻“党政同责、一岗双责”和“五落实、五到位”规定,强化长效机制建设和约束力,加大监管和安全隐患治理力度,在全集团营造更加良好的安全生产环境,实现了安全生产的良好发展。

一是建立健全安全生产三级管理机制

和管理网络。今年上半年,桑海集团与所属36家企业主要负责人签订了2015年“安全生产责任状”;16家厂(场)房、场地出租企业与102家租赁企业或个体签订了2015年安全生产责任合同书。二是开展全集团安全生产大检查和安全生产专项检查。今年上半年,桑海集团分别开展了春节前安全生产大检查、“两会”期间安全生产大检查。荣欣公司液体气站建设安全评估检查、清明涉林农

场山林防火一线值守检查、“六一”儿童节保育院、幼儿园文艺联欢活动的安全工作的部署及预防情况等安全生产专项检查。三是积极推进企业安全生产标准化体系建设。截止到今年6月,桑海集团所属三家规模性生产企业按照国家及行业安全生产管理体系建设要求全部达标。南昌济生制药厂、南昌桑海制药厂、江西气门芯厂达国家三A级安全生产管理标准。



绿色科学发展 安全环保先行

——安徽淮北矿业集团临涣焦化公司建厂十周年回眸侧记

“我们必须扎实做好安全环保方面的各项基础工作,严防各类安全、环保事故的发生,因为安全和环保事故可以颠覆我们的企业。”安徽淮北矿业集团临涣焦化公司领导多次在公司大会上说起这段话。

临涣焦化公司是一家具有年产能焦炭220万吨、焦炉煤气联产甲醇20万吨的大型煤化工企业。多年来,该公司高度重视安全环保工作,坚持“绿色科学发展,安全环保先行”这一发展原则,极力打造“精致化工、美丽焦化”的一流煤焦化企业。

安全先行

走好安全路。2009年国家出台《危险化学品从业单位安全标准化通用规范》,临涣焦化公司作为一家煤化工企业安排专人负责,邀请专家对公司安全管理人员进行培训,建立健全各类规章制度,扎实做好各类基础工作,于2011年3月8日顺利通过危险化学品从业单位二级标准化评审。随着《危险化学品从业单位安全标准化》的不断更新与完善,该公司继续推行《新安标》,并于2014年4月23日通过《新安标》评审,这也是安徽省首家通过《新安标》评审的企业。

扎实做好各项基础工作。一是,不断建立健全安全生产管理制度、职业卫生管理制度、安全教育培训制度及各类安全台账。二是,查隐患、促整改、保生产。三是,工作精细化、规范化、标准化。四是,宣传教育重实效。五是,开展有针对性的应急救援演练。六是,多措并举宣贯新《法》。七是,高度重视职业病防治工作。

环保先行

临涣焦化公司在抓好安全生产、经营管理的同时,加大环保设施、装置建设和资金投入,建厂以来先后建成酚氰污水处理站、干熄焦余热发电装置、各类除尘站等。

酚氰污水处理站具有日处理污水1500吨的能力,处理后的污水各项指标符合国家和行业标准要求,处理后达二级标准的工业水输送到焦炉熄焦和选煤厂洗煤,做到了工业废水循环利用不外排,实现了工业废水零排放。

干熄焦余热发电装置,是临涣焦化推进节能减排的一个重要技术创新工程。该装置年处理焦炭能力为220万吨,年余热发电量2.12亿千瓦时,全年减少新水消耗约100万吨,基本实现酚、氰、硫化物及粉尘“零排放”,有效保护环境,提高能源的综合利用。该装置2010年11月投入并网发电运行以来,累计发电量达8亿多千瓦时,现有两台干熄焦锅炉回收的蒸汽全部用于汽轮机发电,实现蒸汽的零放散,既减少了湿熄焦排放物对大气的污染,也创造了良好的经济效益,取得了经济环保双赢。

该公司化产车间鼓冷工段机槽新增文丘里尾气净化装置,有效减少了机槽尾气放散排放对大气的污染。该装置通过利用蒸氨废水对机槽尾气中的氨气、焦油挥发物等进行洗涤回收再利用,大大降低了工业“三废”废气对大气的污染,有效地保护了环境,实现了节能减排降本增效。

原先随尾气排放的细小硫铵颗粒进行洗涤回收。此项环保技改项目,为贯彻执行新《环境保护法》掀开了新的一页,在员工中牢固树立“环境保护,从我做起、清洁生产、人人有责”的环保新理念。

绿色发展

该公司自2006年投产以来,努力改造厂区环境,不断加大厂区绿化力度,扩大绿化面积,努力打造绿色焦化企业,先后引进香樟、银杏、玉兰、枇杷、桂花等百余种名贵花木,目前该公司的绿化面积已超过17万平方米,实现了焦化企业绿色环保发展,美化了企业工作环境。

科学发展

临涣焦化公司按照“依托煤炭、延伸煤炭、超越煤炭”的战略发展思路,大力推进产业结构调整,转变经济发展方式,逐步构建出由单一黑色产品向多彩产业链延伸利用的产业格局。

增设备、降成本、保环境。该公司煤气净化车间在原脱硫工艺管线上新增两台具有国内先进水平的XAZG100/1000-UB型程控隔膜压滤机,对生产系统的脱硫废液进行固、液分离,日处理废液100余吨,回收固废硫泥15吨,处理后的压滤液回工艺系统循环使用。

新增洗涤塔创效益。该公司新增甲醇分离洗涤塔投入使用成效显著。洗涤塔可使甲醇装置弛放气中甲醇含量由1.0%降至

0.08%,甲醇生产弛放气中92%的甲醇分子可被回收,每年增产甲醇产品330余吨,可创造经济效益100余万元。

锅炉技改节能降耗环保增效。该公司动力车间三台75t/h流化床锅炉进行燃煤泥技术改造,把原锅炉燃煤、燃煤气运行改造为燃煤、燃煤气、燃煤泥、煤和煤气混燃、煤和煤泥混燃、煤泥和煤气混燃六种运行模式。此项技改工程实现了企业生产工艺的优化和锅炉运行原材料的合理选用,实现了节能降耗、环保增效。

临涣焦化公司从建厂以来,在安全生产、节能降耗、减排环保等方面进行大小技改项目160多项,据不完全统计为公司创造经济效益近亿元。

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销

中铁二局四公司不断深化厂务公开

本报讯(通讯员 梁明清 先正红)为贯彻落实依法治企方略和深入推进厂务公开民主管理工作,中铁二局四公司近日重新修订完善了《工程项目部厂务公开实施方案》,把重大决策、生产经营、物资采购、涉及职工切身利益、领导班子建设以及与反腐倡廉等密切相关的问题,作为厂务公开的重要内容,明确党政纪各级组织在厂务公开工作中的责任,实现企业管理科学化、民主化。

该公司坚持检查考核制度,严格按照“五步曲”的公开程序抓好厂务公开工作,即:项目部主责部门或人员按照公开内容和职责分工提供公开资料、厂务公开办公室或指定专人收集汇总、厂务公开领导小组审定、主责部门按规定的形式实施公开、厂务公开办公室或指定专人收集职工意见和建议并制订整改措施,并由纪委、工会牵头,定期开展厂务公开工作检查考核活动。

付煤公司为职工优质服务 换来“真情告白”

“公司环境优美,俺们上班心情愉悦又舒畅!”、“这的炒菜跟家里的没啥区别,不仅味道好,而且还很实惠。”、“我们宿舍跟宾馆一样一样的,老舒坦了!”、“公司定期组织我们体检,还建立健康档案,我们的身体状况一目了然。”……笔者在山东能源枣庄集团付煤公司食堂与职工交谈中总是能听见类似的“真情告白”。今年以来,该公司本着“越是困难时期越要关心群众利益”的原则,把开展优质服务活动作为服务职工生活、强化后勤管理的一项重要工作来抓,以提高职工满意度为目标,不断提升服务人员的素质和服务水平,从而使职工的舒适感、幸福感、自豪感不断增强,实现了人与公司的和谐发展。

“后勤服务区域广、工作人员少,职工来自四面八方,人员素质参差不齐,给管理带来一定难度。”该公司后勤经理乔秉坤向笔者介绍说。该公司本着为职工服务好、让职工满意的工作宗旨,根据各工种岗位特点努力强化后勤职工的服务意识,突出岗位服务功能。根据后勤建设标准要求,对职工食堂、职工浴池、洗衣房、公寓楼、驻矿医院等文明形象的服务窗口,按照服务区域归属,划片包干,明确责任人,做到谁分管谁负责,不留任何死角。定期组织人员对各工作点的整改执行情况进行督察,对不达标的部门和责任人进行处罚,责令限期整改,增强相关人员的责任心和主动性,推动后勤服务由“要我服务”向“我要服务”转变。他们还强化对公共区域和窗口服务的卫生整治,要求工作人员班中采取走动式保洁办法,加大对办公楼、工区楼等人员流动量大的办公、生活区域的保洁力度,洒水车分早、中、晚定期对矿区道路洒水灭尘,时刻保持路面环境的整洁。

“矿井正处于接续期,一线职工劳动强度大,收工能洗个热水澡、吃口热乎饭,是对职工最大的爱护……”正在巡查职工饭堂饭菜质量的饮食公司负责人刘吉祥告诉笔者。该公司从抓好“两堂一舍”这个关系职工吃、住的热点、难点问题着手,以优质的服务解决职工的根本问题。为了保证食堂饭菜质量好、花样多、吃得可口放心,他们成立了由采购员、管理员和食品卫生员组成的“三人小组”,到各大蔬菜批发市场采购,确保采购蔬菜、禽肉为无“公害”绿色食品,保障了职工舌尖上的安全。同时,针对特殊岗位的工作人群和糖尿病、高血压职工以及不同地方人的口味,聘请营养师专门调制了100多类健康营养食谱,供职工们自由选择。洗上舒适热水澡是煤矿职工的心愿,他们从软硬件入手,先后改造淋浴管路150米,更换感应控制器100个,为职工洗浴创造了良好的环境;加大职工浴池的管理力度,重新制定管理措施,严明规章制度,职工浴池全天保证淋浴供应,做到了水清池净、温度适宜,给职工营造了一个清爽、干净的洗浴环境,每个职工上班后随时都能洗上一个干净、舒适的澡。在提高“住宿”档次方面,他们给职工公寓统一配备了凉席、毛毯、枕头、被褥等床上用品及空调、衣帽柜、洗漱架等日常设施,实行24小时宾馆化管理,有专职人员负责住宿职工的生活垃圾、床铺整理、物品摆放、卫生整理保洁等工作,使关心职工真正做到了细致入微。

据笔者了解,该公司注重人性化管管理,采取一系列服务措施关注职工身体健康。通过邀请滕南医院的专家举办大型“预防高血压病,享受健康生活”系列讲座,大力宣传高血压病防治常识,在井口理疗室、医院门诊等设立高血压病监测点,职工随时能够免费测量血压和咨询相关保健常识,杜绝职工带病上岗,避免了因高血压病诱发突发意外情况的发生,全面提高了职工健康素质。同时,他们本着“早发现、早治疗、早痊愈”的思想,组织驻公司医院协助滕南医院健康查体中心对4000余名职工进行全方位的健康体检,对检查结果及时进行处理分析,建立职工个人健康档案,受到了广大职工的交口称赞。

(马森)