

零食电商首例并购:好想你花 9.6 亿“尝”百草味

零食业电商化是大势所趋，然而零食电商烧钱大战却又让零食电商企业压力颇大，与手握重金的传统食品企业结合成为部分零食电商的选择。

8月18日，好想你与百草味首次对外公布了并购协同战略，并发布了零食“新生态”战略。至此“中国零食电商并购第一例”敲锤落定，这也宣告了百草味正式进驻资本市场。

好想你董事长石聚彬表示，好想你作为传统零食企业，并购百草味可以完成向零食电商转型，百草味作为国内第二大零食电商，通过与好想你合作可以做强上游供应链，同时补充流动资金。

据悉，本次并购共计发生价值 9.6 亿资金流动。重组之后，百草味成为好想你公司第二大股东。好想你将配套募集资金 9.6 亿元，4 亿元用于百草味发展；同时，好想你将与百草味在上游产业链控制、生产及工艺配套、供应链优化及共享上协同运作，一起探索互联网营销新模式。

烧钱大战压力大 百草味“曲线救国”

零食电商这两年飞速发展，零食电商三巨头三只松鼠、百草味、良品铺子自 2013 年起，年均销售额开始了数以亿计的增长，增长率一度突破 460%。Frost Sullivan 预计，2015 年我国休闲食品零售市场规模近 4000 亿元，假设电商渗透率达到 20%~30%，我国休闲食品电商规模将近 1000 亿元，空间巨大。

公开资料显示，百草味是线上零食第二品牌，规模仅次于三只松鼠，拥有消费客户累计超 1300 万，良品铺子排在第三位。

高速发展背后是竞争日趋白热化。以零食电商三巨头为例，他们在渠道、物流、营销

华北录井精细管理 破市场“寒冬”困局

“胡书记驻井，您可以直接打电话给他！”、“王经理在井上，信号太不好，可以给他留言。”近期，面对询问项目部经理、书记去处的人，华北录井轮台项目部信息员小曲的回答，一概都是“驻井去啦！”

截至目前，该单位完井验收 13 口井，质量优秀率为 100%。6 月末，在 2016 年度西北油田分公司首次勘探录井项目招标中，该单位从七家录井公司中脱颖而出，一举夺得较大的重点探井顺北 3 井。领导干部驻井，是该单位加强管理提升质量的重要举措之一，对于重点井的施工，项目部主要领导全过程驻井指导施工，对于生产井的关键岗位，也要安排技术人员上井指导把关。

精细管理，提升中标率。录井市场依旧寒冷，西北市场工作量严重不足，甲方井控安全要求更加严格。招投标环节上，现场 HSE 工作影响招标技术评分；录井质量要求更细，同为优秀，剖面符合率不同，也影响到招标技术评分。轮台项目部经理张泳带领项目部全体干部职工，按“强三基、抓落实、控过程、重结果；高标准、严管理、创佳绩、铸名牌”工作方针，不断完善管理方法，在招投标环节屡投屡中，将华北录井打造成西北石油录井工程领域独树一帜的标杆施工队伍。

创新管理，完善管理盲区。井控坐岗是录井安全工作的重点，夜间坐岗容易被疏忽，甲方将其列为重点，而项目部夜查是一个弱点、盲区。为保证坐岗到位，确保地质工 24 小时不间断坐岗，项目部为每个分队增加 2 名地质工，并要求分队值班干部每 2 小时汇报一次坐岗情况。

管理前移，强化现场管理。项目部干部、技术人员关键录井阶段驻井，能够快速及时解决现场疑难问题，从油气显示、井漏、溢流、岩屑描述等基础资料的收集、整理过程指导把关，提高资料的准确性，提升资料质量。

创先争优，增强责任意识。项目部注重创先争优的长效机制，2016 年以“强三基树品牌，拓市场增效益”活动。6 月，对上半年表现优秀的 95 人次工作给予表彰奖励。有效调动员工工作积极性，增强了工作责任心，工程异常预报 103 次，在工作量大幅减少情况下，与去年预报次数持平，许多名员工在春节超期坚持工作，多名员工服从安排，多次顶岗，不辞辛苦，多名队长在地层变化大的情况下迎难而上，圆满完成了各层任务。

积极沟通，提升品牌认知。该单位积极与甲方相关部门交流，介绍华北录井技术力量，项目部班子、技术人员均长期在西北工区工作，主持过重点探井，业务能力突出；在选取竞标时，优先推荐金牌录井队，提升甲方对华北录井队认可度。

精细管理出成绩，该单位不断提升录井质量和中标率，合理组织施工队伍，保障了工作量连续，为完成年度产值任务奠定了基

础。根据市场形势，生产情况，他们还将继续完善管理方法，提升华北录井品牌，进一步争取工作量。

(胡万宏 李伟)

日前，好想你与百草味首次对外公布了并购协同战略，并发布了零食“新生态”战略。至此“中国零食电商并购第一例”敲锤落定，这也宣告了百草味正式进驻资本市场。

等方面展开了轰轰烈烈的拉锯战。去年双十一更是上演了“明星”对垒的戏码。比如三只松鼠借势安徽卫视综艺节目《你好！菜鸟》请保剑锋、明道、田亮等明星现场体验；百草味花千万巨资签署了偶像“小鲜肉”杨洋作为代言人，创造了一个全新的互动营销模式“演唱会”；良品铺子则选择了黄晓明作为代言人……

激烈的竞争让零食电商成本居高不下，并通过频频融资来填补这场“烧钱大战”。然而随着资本寒冬来临，融资难、融资成本高也困扰着零食电商企业。百草味选择了“曲线救国”，与发展多年积累重金、并拥有上市融资平台的好想你合并。

石聚彬表示，零食电商通过打低价策略，百草味五年做到了行业第二，然而，作为轻资产公司的零食电商企业，在采购中缺乏足够资本，往往需要赊账，同时也带来高成本融资，与好想你合并，曲线进入上市公司平台，可以解决融资成本过高、资金链紧张等问题。

线上亟须突破

好想你“品尝”百草味

与百草味情况不一样的是，深耕线下红枣零食市场多年的好想你面临两大状况，红



●好想你董事长石聚彬(左)与百草味董事长邱浩群(右)在并购发布会现场

枣品单一类增长乏力，亟须寻找更多产品推动高增长，传统企业互联网基因不足自建零食电商渠道困难。

但自 2012 年系列政策影响下，高端枣礼品市场遭遇寒冬。好想你 2015 年报显示，公司报告期内亏损 323.31 万元，净利同比下降 106.31%，这也是好想你上市以来的首度亏损，其原因归为“拓展商超渠道抬高销售费用”。在这种情况下，好想你继续拓展新的销售渠道，特别是渠道成本相对较低的电商渠道，虽然这几年好想你一直在布局电商，但线下依旧是好想你的主战场，线下销售额占销售总额的九成以上。

食品营销专家陈龙向记者表示，百草味作为国内第二大零食电商，不仅自产或代工众多品类的零食，并已经基本完成在零食电商渠道的占位。好想你如果自己花时间去丰富品类，自建电商渠道，无疑会耗费大量人力和时间成本，很可能错失零食电商快速发展红利。直接收购虽然成本高，但不失为最佳的办法。

多方面互补 盈利前景可期

事实上，两家的确存在诸多可以互补的方面。石聚彬向记者表示，好想你与百草味将

个性“家文化” 融融和谐情 ——川庆物探第四测量工程队推进“家文化”建设小记

“帮员工建家的同时更要让员工爱家。”这是川庆物探第四测量工程队党支部，在“家文化”建设过程中一以贯之的理念。本着节约资源、优化效能的原则，四测党支部在 3 次走访调研的基础上，为分布在南北疆、横跨 1500 余公里的 3 个施工片区，制定了一片区一对策的个性“家文化”建设方案。

8 月 23 日，在队党支部、工会的组织下，一月一次的野外茶话会，趁着新疆金秋瓜果飘香的季节，让正鏖战在野外的队员们有了难得的歇息和畅聊的机会。员工们对此已经习以为常，几个微小的细节便可体会出“家文化”的魅力所在。

“排排坐，吃果果”的时候，没有领导或者员工的区别，随意的座次、随意的交流，不经意间或许就可以解决一个生产中的小难题。10 来个人围坐一起，聊聊家长里短，谈谈时政趣闻，轻松写意间，就让平日常为一道测点争得面红耳赤的质检人员和操作人员谈笑风生；相互递瓜拿果，大家在其乐融融的氛围中工作和生活，感受着家庭的温暖。

在南疆库车片区，片区班组长叶世元为“家文化”建设倾注心血。他关注员工进步，注重员工业务技能和自身素质的提高，为员工积极创造学习条件，让有意愿换岗的员工学习其他岗位的技能，使员工全方面发展；哪位员工过生日，叶组长第一时间送上生日祝福，并亲自下厨做菜。今年项目施工推开



以来已为两名员工做了生日宴。

在南疆塔西南片区，片区组长杨小东为小浴室配备了洗衣机，修整了淋浴设施，员工们不再为洗衣、沐浴而发愁；为增添家的氛围，他还带领员工美化驻地，他们将自己的头像制作成照片张贴在过道间，“全家福”也挂在了驻地最醒目的位置，使员工每天都能开心工作、和谐相处！

在山地分公司“健康、和谐、舒适、快乐”为目标的“家文化”建设过程中，四测党支部

乌海葡萄酒文化吸引八方宾客

在乌海，一股关于沙漠葡萄酒文化的热潮正在酝酿。再过几天，中国 乌海 2016“丝绸之路”世界沙漠葡萄酒文化节将在乌海举办，作为文化节系列活动的重磅一环，将对乌海这座以传统矿产等产业为依托的城市带来新的活力和产业振兴。

据介绍称，本次葡萄酒文化节旨在实现五大目标，即探索打通一、二、三产业融合发

展的路径，提出世界沙漠葡萄酒概念；确立乌海世界沙漠葡萄酒产区品牌的地位；成立世界沙漠葡萄酒联盟；打造小型、多样的世界沙漠葡萄酒庄文化；吸引社会资本，推进乌海世界沙漠葡萄酒庄文化与旅游融合发展，搭建世界沙漠葡萄酒交易平台。

那么，在当地众多的优势资源当中，乌海又是如何与沙漠葡萄以及葡萄酒文化建

从品牌、产品、渠道、资源四方面打通、互补。

品牌层面，好想你定位中高端，拥有固定的消费群体；而百草味作为互联网食品品牌，拥有一批年轻的消费群体。两者的结合，将品牌定位人群大大拓展。

产品层面，好想你并购百草味后，好想你将选择百草味 16 款产品进入好想你生活家渠道。百草味也将选择好想你核心战略产品红枣夹核桃、红枣脆片等 16 款产品进入百草味的产品体系。双方差异化的产品品类形成鲜明的优势互补，形成品类阵列。

渠道层面，好想你在全国拥有 1400 余家线下门店，同时进入 2200 余家 KA 卖场，百草味拥有千万线上注册会员。双方通过有效整合将形成线上线下立体化的融合。

资源层面，百草味加入好想你体系后，可以充分利用好想你的产业链资源，节省生产、物流等方面的成本。

百草味 CEO 蔡红亮表示，合并后，百草味将建立更新鲜安全的短保质期食品生产标准和用户定制促进生产的 C2B 全新食品销售模式，打造品牌沉浸式服务。

来自兴业证券的研报认为，以坚果类目为代表的低价、低毛利率和较高的销售费用率，使百草味净利率持续为负，但随着调整产品结构、高净利率入仓收入占比的提高，“长期净利率有望达到 3%-5%，预计百草味 2016 年收入可实现 22 亿，2017 年收入有望达 40 亿。”

蔡红亮表示：“在中国互联网大潮下，市场消费模式的新经济下已然形成了新消费风口，互联网与传统两种商业模式的融合，构建了一套完善的上下游打通的营销体系会成为休闲零食产业发展方向，因此对于百草味与好想你的结合，我认为符合目前发展趋势，前景可期。”

(何天骄)

鄂尔多斯能化党委 精准发力抹亮度危求进“红底色”

今年以来，兖州煤业鄂尔多斯能化公司党委立足驻外单位党建工作实际，找准位置，精准发力，融入中心、服务大局，为公司爬坡过坎、逆势突破提供了强有力的支撑和保障。上半年，创出了生产稳、成本降、利润增的良好局面，实现了企业发展与党建工作的“双促双赢”。

打造度危求进生力军。广泛开展“强党性、当先锋、促发展”主题实践活动，组织开展“党员无三违、支部无事故”活动，命名党员先锋岗、示范区 48 个，引导广大党员立足岗位、履职尽责。扎实开展“两学一做”学习教育，通过开展学习教育焕发的热情、激发的干劲及时转化为推动发展的强大动力，各级党组织在应对危机挑战、促进改革创新、助推转型升级上实现了新突破。广大党员积极投身于安全生产、项目建设、创新创效等重点工作主战场，敢于站排头，勇于当标兵，以岗位建功的实际行动生动诠释了共产党员的先进性。

提振攻坚克难精气神。深入开展形势任务、爱岗敬业、艰苦奋斗、改革改制“四项教育”，通过巡回宣讲、座谈交流、互动研讨、谈心谈话等形式，强化学习教育。组织开展“热点面对面·共筑穷梦”主题宣讲和“形势怎么看，我们怎么办”大讨论活动，征集讨论成果 300 篇。充分利用区队(车间)业务学习日、班前会每日一课、微信、QQ 群网络平台和学习研讨会等方式，搭建员工大讲堂，开展“人人讲、大家谈”的互动式学习，形成互教互学、共同进步生动局面。坚持问题导向，扎实开展“四转四提”活动，查找转提项目 30 项，制定落实针对性措施，加强督导，持续改进，引导广大党员干部、职工群众勇于担当、积极作为。

抹亮逆势发展红底色。健全完善制度健全、责任明确、流程规范的党委工作运作机制，完善党委会、党政联席会等议事规则，落实“三重一大”事项集体决策等民主管理制度，强化班子及党员干部安全、经营、廉政、稳定等目标责任综合考核评价，夯实党建工作基础。根据煤业公司整体部署，适应机构改革要求，成立 5 家基层单位党总支，部分单位配备了专职副书记，进一步加强了基层党建工作力量；超前考虑基层单位机构改革后党支部设置和党支部书记配备，本着“宜专则专、宜兼则兼、专兼结合”的原则，配齐配强党支部书记。

筑牢反腐倡廉防火墙。针对驻外单位投资力度大、经济活动多、人际交往复杂的特殊环境，着力构建违法违纪预控管理机制。扎实推进“抓党风、树正气、促发展”主题教育活动，组织 780 余名党员干部和重点岗位人员结合岗位工作实际进行了廉洁从业承诺。针对公司重大项目集中建设期、资金投入集中期和党风廉政建设“高危期”的实际，严格执行招标及比价采购管理办法、合同管理办法等制度，今年以来监督各类招标、竞争性谈判及比价 67 项，节约资金 4585 万元，平均降幅达 21.41%。

凝聚加快发展正能量。组成调研小组深入到各单位，对职工反映的 75 条具体问题、建议，做到分管领导、责任部门、整改时限、整改措施“四落实”。逐步改善文体活动场所，为基层矿厂配备篮球架、乒乓球台、健身器材等文体活动设施，组建各类文体协会 56 个，举办了公司首届“和谐杯”乒乓球联谊赛，丰富了员工业余文化生活。建立“青年驿站”QQ 群，开展“创业梦、开发缘”青年员工联谊活动，为增进了解、成家创业搭建了平台。健全完善扶贫济困长效机制，建立困难职工档案，积极开展走访慰问职工、困难党员、六一慰问、金秋助学等活动，走访 50 余人次，发放各类救助金 6.38 万元。

(张兴茂)



农行员工献真诚 “特殊服务”浓浓情

最近，农业银行河北承德分行营业部两名员工亲自登门，为年迈体弱、行动不便的老人办理业务，赢得客户及周围社区群众的好评。“客户至上 始终如一”是农行员工始终秉承的服务理念。多年来，农行承德分行营业部在不断提升柜台、网络等优质服务的同时，对“特殊顾客”实行“特殊服务”，他们在坚持遵守业务制度规定及业务流程的前提下，主动走医院、进家庭，将金融服务送上门，让行动不便的客户享受到同样的农行服务。

于绍礼 莹莹 摄影报道

管理日记

正面的理、侧面的情、背面的惩戒

● 利众公关顾问股份有限公司 董事长 严晓翠

和某公司的部门经理交流时，他反映说自己的部属又犯了过错，导致公司损失几万元。他说这名部属很认真，但是因为粗心大意犯错，而且同一年已经犯了三次错。不过前两次的过错都由整个部门承担，并未指明是该名部属所造成的。他问我，这一次他该怎么办才好？

我怀疑他并未下功夫减少部属的犯错率。让部属犯下三次相同的错误，部门经理

也有非常大的责任。对于这样的部属，应该以“他会犯错”为前提，建立工作检查制度，避免再度犯错。这项检查也是负责管理的部门经理的工作。

公司不是慈善组织，始终都是战斗团体。作为部门负责人，保护部属、提升部属的战力，是应尽的本分。不过，这位部门经理弄错了保护部属这件事的方向。几万元的损失等于是这名部属的年收入，竟然还发生第三次，应该让这名部属更早了解到问题的严重才是。错误的“保护”，对部属有害而无一利。

同样的状况换作我，会要求部属充分地

反省，并且苦思对策，避免相同错误二次发生，同时也会大幅降低该名部属的绩效奖金。一时被减少绩效奖金，对这名部属来说的确不利，但是若能把粗心大意的可怕，烙印在他的心里，长期来看，将是促成他成长的动力。这才是真正的保护部属。

在推动工作时，我们应该谨记：“正面的理、侧面的情、背面的惩戒”这句话。对部属首先须以“道理”说服，有时候必须施之以“情”支撑。但是也要让他知道“若仍不服从，你就会知道后果”。

“惩戒”这一招能不用就不用，但该使用时却不去用，团队的绩效就无法谈起。