

健身休闲产业进入快车道,高尔夫运动迎来发展契机

2016 河南高尔夫群象年终争霸赛暨群象岛高球成立仪式举行

■ 报驻河南首席记者 李代广

12月16日,由群象岛企业家俱乐部主办、群象岛高球会承办的“国台杯2016河南高尔夫群象年终争霸赛暨群象岛高球成立仪式”在郑州金沙湖高尔夫球场举行,这是一场以河南本土企业家为主要参赛群体的高端高尔夫赛事,共计一百余位企业家参加比赛。

贵州国台酒业有限公司总经理张春新、金沙湖高尔夫球会总经理吕卫钊、新纪元传播集团董事长栗鹏举、天成华商首席合伙人/群象岛资本董事长王胜起、郑州香雪儿食品有限公司董事长李培育等河南各知名高尔夫球队队长,出席开幕仪式及群象岛高球会揭牌盛典。

群象岛企业家俱乐部创始人路明在致辞时表示,在600年前苏格兰小镇的一个山坡上,几位牧羊人用球棍击打圆石,将其射入野兔洞,高尔夫运动受此启发而诞生,并很快风靡全世界。在河南1亿人口当中,打高尔夫球的约有5000人,经常打的有1000人,今天到



现场的有100人,正所谓“物以稀为贵,人以稀为尊贵”,今天到场的都是尊贵的客人,也是群象岛高球会成立的见证者。

路明表示,继中共中央、国务院印发的

《“健康中国2030”规划纲要》中明确提出“积极发展健身休闲运动产业”后,国务院办公厅近日印发《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》,部署推动健身休闲产业全面健康可

持续发展并提出发展目标:到2025年,健身休闲产业总规模达到3万亿元;可以预见,中国健身休闲产业发展将进入“快车道”,而作为时尚休闲运动项目的高尔夫球运动,将迎来新的发展契机。

路明表示,群象岛发展六年来,聚集起了一批河南最优秀的企业家,在发展当中我们一直有着这样一个期待,那就是成立群象岛高球会,以群象岛企业家俱乐部为依托,以高尔夫球运动为纽带,打造河南高尔夫精英人士聚合与服务平台,倡导“律己,有范,永远向前”的核心价值观,践行“人脉信任,商业动力,情感家园”的核心理念,构筑“强关系,深连接;强规则,深包容”的精英圈层。

路明在致辞中,希望群象岛高球会的成立能够有力推动河南高尔夫运动在企业家圈层的发展,营造正向影响力,更好地服务河南高尔夫人群及球队,并希望通过高尔夫将健康、诚信、高雅等精神内涵传递给每一位企业家,将河南企业家健康、活力的形象打向全球。

本次赛事严格按照18洞比杆赛,净杆采用最新贝利亚的记分方式,秉承“公平、公正、公开、友谊、和谐”的比赛精神,并设置了最远距离奖、最近旗杆奖、最近中线奖等众多奖项,经过长达四个半小时的角逐,赵麒森获得总杆冠军,张磊获得总杆亚军,胡晓燕获得女子总杆第一,其他奖项也都各归其主。

路明在作总结发言时说,中国民营企业幸福指数最低,责任、义务、担子太重,身心健康尤为重要,在这一场智慧与心境的较量之中,企业家选手们不仅享受着比赛的乐趣,比拼球技,还在赛场上缔结友好联盟,昂扬斗志,返璞归真,获得物质文明与精神文明双丰收。

高尔夫运动作为一项社交运动、高尚的体育运动,企业家群体的独有属性与高尔夫运动的独特气质相结合,必将受到更多企业家的喜爱与关注。群象岛高球会抱以高度责任与使命,律己,有范,永远向前,未来将会举办更多赛事与活动,共同推动河南高尔夫向前发展。

携手央视打造《叮咯咙咚呛》节目 洋河股份“综艺营销”传为美谈

12月2日晚,央视大型原创文化传承类综艺节目《蓝色经典·天之蓝——叮咯咙咚呛(第二季)》在综艺频道的播出圆满收官。作为行业领军企业和一线白酒品牌,由洋河股份“蓝色经典·天之蓝”独家冠名的《叮咯咙咚呛》播出自然格外受到外界的关注。

据了解,自2016年以来,洋河股份和央视紧密联手,“蓝色经典·天之蓝”已连续两季成为《叮咯咙咚呛》节目的独家冠名品牌。两者的合作可谓浑然天成,在品牌内涵和文化诉求上展现了惊人的一致:《叮咯咙咚呛》以传承传统非遗文化为核心,以“传承经典,致敬匠心”为宗旨,通过一项项或是鲜为人知、或是耳熟能详的非遗文化,在节目的深度挖掘之后,以颠覆传统、创新演绎的方式重新走入观众眼帘,不仅刷新了全国观众对非遗文化的认知,还“科普”了一遍中国的传统文化艺术;而“洋河传统酿酒工艺”也被江苏省人民政府批准为第一批省级“传统手工技艺类非物质文化遗产”,传承与创新始终植根于洋河人的心中,坚持消费者立场,坚持严把质量关,以对产品的“敬畏之心”的工匠精神,形成了洋河产品在市场的制胜之道。

与此同时,《叮咯咙咚呛》节目还将洋河的传承古法酿造工艺、首创“绵柔型”白酒先河的品牌文化等,进一步与节目核心理念深度融合,从外景短片、舞台呈现、互动访谈等环节,全方位进行创新植入,达到“蓝色经典·天之蓝”品牌综艺营销的最大化。对此,洋河股份董事长王耀表示:“中国京剧等经典曲艺和中国白酒都属于国粹,有着深厚的文化内涵,一个代表着中国传统文化艺术;另一个是中国传承千年的酿造艺术,相信两者的合作,将推动中华文化走向世界,为中华文明伟大复兴贡献一份力量。”

据悉,在之前播出的11期节目中,《叮咯咙咚呛》寻访了陕西、江苏、安徽、湖北和北京五大文化圣地,打造了一场场文化盛宴,经过最有情怀的明星传承人的倾情演绎,传承和弘扬了20余种非遗文化。目前,此节目在行业营销圈内被传为美谈,同时除了《叮咯咙咚呛》外,洋河与央视深度合作还有之前的《梦想搭档》《中国梦想秀》等节目,均以超高人气成为同时段收视宠儿,由此在全国数亿观众心目中感受到公益的力量和洋河的责任担当。

(张紫尘)

20天突破7000万,“淡雅河套”初战告捷

■ 母新利

12月10日,距河套酒业集团战略新品淡雅河套11月19日发布会仅仅20天,淡雅河套首单回款已突破7000万元,刷新了河套酒业集团战略大单品销售额的历史纪录,并在行业内掀起了“淡雅河套”的绿色旋风。

11月19日,淡雅河套新品上市发布会在呼和浩特市隆重召开,以“开启中国白酒合伙新模式,打造品牌联盟航空母舰”为主题,推出河套酒业集团战略大单品——“淡雅河套”,该产品在口感上延续和创新了河套酒业生态淡雅的酒体风格,聚焦28—40岁的中产及准中产阶层,定位于中国青年新悦品牌,旨在打造一款受消费者青睐、能给经销商带来利益、能带动企业打造中国生态淡雅白酒的产品。

在发布会上,河套酒业总经理助理、销售总公司总经理刘立清详细解读了《淡雅河套品牌战略规划》,重点包括淡雅河套的七大品牌战略和商业模式创新。七大品牌战略主要包括大单品、大品牌、大目标、大模式、大终端、大组织和传播;商业模式创新主要是指合伙人制、成立淡雅河套品牌管理委员会、特约经销商模式(1+1+X模式)。

其中,合伙人制是一种全新的中国白酒合伙模式,开启了行业厂商以及商商合作的先河,而河套酒业也将成为业内第一家吃螃

蟹的企业。通过把经销商发展成为合伙人,分红保障经销商利益,使得淡雅河套作为河套酒业的战略大单品,开启中国白酒合伙新模式,打造品牌联盟航空母舰。此外,河套酒业还将斥资上亿元,针对淡雅河套的定位和品牌个性,进行深度的品牌传播和事件营销。

因为白酒行业的整体复苏为时尚早,面对依旧低迷的行业氛围,只有好的产品、好的品牌、好的厂家才是经销商的未来之路。一系列新政令的颁布,令在场的经销商心动不已,数家经销商当机立断签约淡雅河套,加入“合伙人制”新模式,准备大干一场。

互惠互利,合作共赢,淡雅河套在河套酒业的努力下、在全国经销商的支持下,将会“策马奔腾”,而目前的首单告捷已经印证了这一点,印证了淡雅河套以“奔腾人生”为目标消费群体的精准,以奔腾骏马为超级符号的超级创意,将内蒙古独有的一碧千里与气势恢宏和当代年轻消费群体的抱负不凡与梦想相互融合。从某种意义上而言,淡雅河套不仅仅是一款白酒产品,更成为新一代人群的心灵归宿和情感寄托。

在香型方面,河套酒业作为淡雅浓香型白酒的创领者,近30年来所主导的淡雅浓香型是香型概念提出后第一个创新香型,打开了白酒香型创新和分流的大门。而淡雅河套

延续了河套酒业生态淡雅的酒体风格。因此淡雅河套的上市,不仅是河套酒业品格文化的生动落地,更是以张卫东总经理为首的新一代领导团队对河套世代传承的工匠精神的坚守。

以工匠之心历经30年的精心打造,9名国家级酿酒大师匠心酿造,淡雅河套承载着河套酿酒人对信念的坚守,同时在酒风变质的大环境下积极创新,把香气融入其中,更多地强调味,以“雅”面世,低而不淡,雅而不俗,顺应消费者的需求和习惯推出的战略新品淡雅河套,具有“窖香幽雅、绵甜醇厚、协调干爽、味净香长”的典型特征。

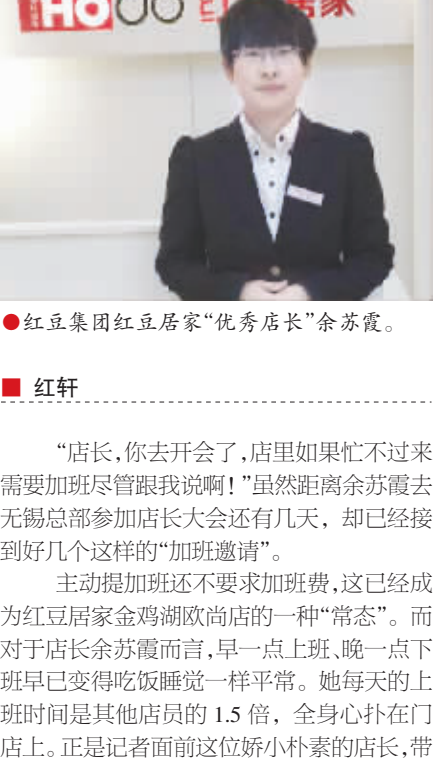
在品质方面,以“100%纯粮酿造”为根基,做中国白酒品质的坚守者。2016年河套酒业在行业的激烈角逐中提出“100%纯粮酿造”战略,对于河套酒业而言,“100%纯粮酿造”战略正是淡雅浓香型白酒的品质保证。河套酒业作为中国生态淡雅型白酒标杆,淡雅河套则是对河套酒业担当这一标杆的有力佐证。

河套酒业,“中国正北方,亮丽内蒙古”,一张响亮的名片。淡雅河套新品的上市不仅带动了河套酒业营销思路的调整、管理模式的创新,还通过一些列的改革,使得河套酒业汇聚王者之气归来,届时超级大单品——淡雅河套的崛起之路将如滚滚洪流势不可挡。

超化矿开展“新超化 新篇章”知识擂台赛

为庆祝郑煤集团超化矿建矿投产23周年,该矿开展了“新超化 新篇章”知识擂台赛,此次活动内容为:走进新超化、沙场亮兵、各显身手、感动你我、争分夺秒、协同作战、放手一搏等环节,来自该矿的机电、安全、掘进等五个代表队参加了活动。最终掘进代表队以卓越的表现夺得了第一名。

本报记者 任二敏 通讯员 梁建东 文/图



● 红豆集团红豆居家“优秀店长”余苏霞。

■ 红轩

“店长,你去开会了,店里如果忙不过来需要加班尽管跟我说啊!”虽然距离余苏霞去无锡总部参加店长大会还有几天,却已经接到好几个这样的“加班邀请”。

余苏霞:团队是门店成长的根基

在今年的“六化”推进年红豆居家店长大会上,余苏霞作为店长代表发言,向在场的400多位店长分享自己的带队心得。对于门店销售工作而言,踏实的工作、灵活的营销技巧、积极的态度、持之以恒的决心……这些都是取得成功必不可少的要素。但在余苏霞看来,“综合排名第一”、“年利润第一”、“年指标完成率97%”……支撑这一连串闪光数字的关键在于“人”。人具有动能,是一切成绩的基础,“我们之所以能从众多店里脱颖而出,靠的就是我们的团队精神。”余苏霞告诉记者,打造出一支团结、能动、积极的团队,会将一切不可能的成绩变成可能。

如何凝聚团队精神,让团队成为门店成长的根基,余苏霞的秘诀很简单:身体力行,带头示范;用心沟通,真诚关怀。团队合作、团队协作的道理虽然浅显易懂,但说起容易,做起来难。在红豆工作的7年时间里,余苏霞不仅实现了个人的成长,更摸索出了一套自己的带队心得。

身体力行,带头示范

2009年10月,余苏霞来到红豆居家金鸡湖店,成为一名普通的店员。由于在相关行业有过工作经验,余苏霞很快进入了工作状态。服务、卫生、理货、摆货……她一刻停不下来,用店长的话来评价就是“眼里特别有活”。她

还主动学习ERP系统和FAB法则,用最短的时间熟悉产品知识,销售业绩很快脱颖而出,不到两年,余苏霞被提升为店助。此后,由于工作需要她被调往其他门店。不管在哪个岗位上,余苏霞踏实向上的作风从未改变。2014年4月,金鸡湖重新开业,余苏霞通过竞争上岗,重回金鸡湖,担任副店。尽管身份改变了,但她“埋头苦干”的作风从未改变。

当上店长的她,并没有摆出一副“小领导”的架势,反而凡事身体力行,带头示范。代班、培训、加班、理货……她抢着做;用心服务,笑对顾客,她带头做;公平接单,互助成单,她示范做。店长在做,店员在看,余苏霞对于工作的认真负责,乐意奉献很快感染了团队的其他成员,久而久之,忙时主动加班,他人不便时主动代班成为金鸡湖店的一种默契;不管顾客何种态度,始终笑脸相迎成为大家的一种共识。店内的气氛融洽了,大家干劲自然也就上来了。有一次,公司为了表彰店长,发给余苏霞1000元奖金。拿着这个钱,余苏霞请所有店员大餐了一顿,剩余的钱又分给大家。“把店员当家人”,这句话在余苏霞那里,从来就不是一句口号,而是实实在在的日常工作。 “我不在店里时,大家会主动整理仓库,陈列卖场,执行公司任务,帮我分担了很多事。”余苏霞告诉记者。

用心沟通,真诚关怀

余苏霞认为,店员之间和谐相处,相互合作是金鸡湖店取得成功的重要因素,而“关怀”则是促成店员间友爱合作的前提。只有无微不至的关怀才会让每个店员把公司当成自己的第二个家,才会为自己和大家共同的家而奋斗。每当店员有困难时,大家都会给力所能及的帮助。有一次,有一名店员余祖云身体不适,但这恰恰是门店最繁忙的时间,她不想因为自己的缺席而拖了大家的后腿,所以并没有请假。可是余祖云虚弱的身形、憔悴的面容大家都看在眼里。余苏霞发动其他队员帮助余祖云承担工作,劝她回家休息。通过这件事,余苏霞对团队建设有了更深的体会。每一个人都不仅仅是一个员工,更是作战队伍中的一员,是公司这个大家庭中不可缺少的一位。只有真诚关怀每一位店员,才能让门店真正凝聚为一个群体,一个无所畏惧,勇往直前的集体。

余苏霞在红豆一呆就是7年,从店员到店助再到店长,她始终保持着勤奋、团结、积极向上的作风。并以一个优秀的店长造就一支优秀的团队,一支优秀的团队成就一个卓越的门店,用成绩证明了团队的无限潜力。

李保芳对茅台2017年工作提出要求



李保芳对茅台2017年工作提出要求

12月13日,茅台集团在办公大楼十楼会议室召开专题会议,对《茅台集团2017年度工作安排(初稿)》进行讨论,征求修改意见。集团和股份公司领导李保芳、杨建军、刘汉林、杨代永、王崇琳,集团和股份公司总经理助理彭云、游亚林、汪智明、樊宁屏、黄维、涂华彬出席。

会上,集团公司党委委员、副总经理、总会计师杨建军首先汇报了《茅台集团2017年度工作安排(初稿)》的起草情况和结构,与会人员结合公司实际情况和自己的分管工作,提出了修改意见和建议。

集团公司党委书记、副董事长、总经理李保芳表示,制定2017年的工作安排意见,首先要理清脉络,搞清楚明年要干什么、怎么干?围绕什么中心干?整个工作安排要突出问题导向,要不折不扣地贯彻中央和省委经济工作会议精神,安排好明年的工作。李保芳强调,2017年总的原则是要进一步加快发展,总体思路要体现深化供给侧改革,总体目标设置要规范,指标排列要科学,指标体系的表述要完整。生产方面,要严格执行已出台的生产指导意见,加强统筹和协调,提高处置问题的水平。销售方面,要进一步深化和丰富“九个营销”内涵,统筹国内外两个市场,加强金融板块的整合,突出系列酒的规模,管理好品牌。茅台人要同心协力,进一步增强服务意识,更好地解决问题,最终形成更具茅台特色的营销体系和政策制度。项目建设方面,要完善生产规模的配套设施,环保设施,要达到国家标准要求。统筹子公司的发展方面,必须树立大茅台观念、大集团意识和一盘棋思想,对子公司的管控要实现有力、有效,确保子公司良性发展,效益逐步向好,规模逐步扩大,提升子公司的支撑力。李保芳表示,党建工作的落脚点是要促进企业的健康发展,要让企业姓党、听党话、跟党走,按照习近平总书记的要求,把企业做强做优做大做久,以饱满的精神状态和优异的成绩,迎接十九大的胜利召开和省委十二届全委会的胜利召开,为“十三五”目标的实现打下坚实的基础。

茅台企业管理部、战略管理部、深改办、宣传部、技术中心等相关部门负责人参加会议。(华文)

派发年末大红包 中银旗下三债基分红超11亿

10月下旬以来,债券市场遭遇明显回调,十年期国债收益率突破3%。中银基金旗下三只基金于12月15日至20日集体分红,分红金额超过11亿元,为持有人派发年终大红包。

Wind数据显示,截止到2016年12月9日,中银信用增利成立以来增幅达48.73%,年化收益率达8.72%,今年以来增长率稳居同类产品前1/3。中银盛利纯债成立以来增幅达32.66%,年化收益率达8.83%,今年以来涨幅居同类产品前1/4。中银纯债A.C成立以来分别上涨23.37%和21.48%,表现稳健。(陈华强)