

东坡酒业再领风潮

中华元鼎纪念酒抗战胜利日封坛

1945年9月2日9时许,日本投降仪式在东京湾“密苏里”号战列舰上举行。中国作为第二次世界大战胜利国,与所有同盟国一起,将邪恶势力终结,为人类赢得持久和平。

1951年8月13日,周恩来总理签署中央人民政府政务院通告,规定9月3日为抗日战争胜利纪念日。

为了纪念这一特殊的节日,河南东坡酒业集团特推出中华元鼎——“纪念抗日战争胜利暨世界人民反法西斯战争胜利七十周年”珍藏原浆酒。

中华元鼎采用宋代五大名窑之一的钧瓷制作。钧瓷是汉族传统陶瓷工艺中的珍品,凭借其古朴的造型、精湛的工艺、复杂的配釉、“入窑一色出窑万彩”的神奇窑变而产生变化无穷的图形色彩和奇妙韵味,素有“黄金有价钧无价”和“家有万贯,不如钧瓷一件”的美誉,被称为国宝、瑰宝。郑县曾是八路军豫西抗日根据地之一,选用本地特产的钧瓷更具有独特意义。

中华元鼎作为本纪念酒的基础造型,有着特殊意义:元代表完备、周全、圆满;鼎是我国传统文化的代表,是文明的见证,也是文化的载体,三代至秦汉延续两千多年,一直是最常见和最神秘的礼器。传说夏禹曾收九牧之金铸九鼎于荆山之下,以象征九州。自有了禹铸九鼎的传说,鼎被视为传国重器、国家和权力的象征,又是旌功记绩的礼器。周代的国君或王公大臣在重大庆典或接受赏赐时都要铸鼎,以记载盛况。鼎的这种文化载体意义一



中华元鼎纪念酒

直延续至今。

中华元鼎鼎身古朴大方,下面三足为祥瑞兽,采用狻猊造型。狻猊是传说中龙之九子的第五子,形似狮,好烟火,寓意中华民族薪火相传,延绵不绝。三足分别代表了抗日战争时期的三大政治力量——中国共产党、中国国民党和民主党派组成的抗日阵线,寓意是全民族抗日统一战线的形成才确保了中华民族的抗日战争最终取得胜利,才托起中华民族伟大复兴的征程。

鼎身下部为壮丽山河图,象征中华民族江山永固。中间为露胎,正反面阳雕“纪念中国人民抗日战

争胜利七十周年”和“珍藏原浆——河南东坡酒业集团有限公司荣誉出品”金字。旁边有激光雕刻的唯一防伪编码和收藏字码,保证了本品的真实性、唯一性和独特性。

鼎身上部为万里长城图案,寓意中华儿女用血肉铸就的万里长城永远屹立于世界东方。瓶身带两耳,象形数字八,寓意了中华民族经过艰苦卓绝的八年抗战,最终取得了胜利。

瓶盖上为五角星,寓意中华民族在中国共产党的英明领导下,在国内各族人民和各民主党派的支持下,取得了抗日战争的最终胜利。

鼎身高9.3寸(1寸≈3.33厘米),代表了对9月3日这一特殊日期的纪念。鼎身直径7寸,寓意抗日战争胜利七十周年。灌装9斤3两东坡酒业集团精酿窖藏七年的养香型珍藏原浆头酒,提示9月3日这一特殊的纪念意义,还承载了70周年的特殊含义。

中华元鼎将选取九尊收藏编号最具有代表意义者赠送给国内最具有抗日战争胜利特殊意义的九家纪念馆,同时也代表中华九州,九鼎永驻。

中华元鼎编号0001号将捐赠给北京中国人民抗日战争纪念馆永久收藏,纪念1937年7月7日卢沟

桥事变正式揭开了中华民族抗日战争的大幕。

中华元鼎编号9300号将捐赠给南京抗日战争胜利纪念馆永久收藏,纪念1945年9月9日侵华日军投降仪式在南京举行。

具有特殊纪念意义编号的0008号、0093号、0903号、0930号、0070号、0707号、0909号等七尊中华元鼎将分别捐赠给延安革命纪念馆、沈阳九一八纪念馆、上海淞沪抗战纪念馆、庐山抗战纪念馆、重庆抗战遗址博物馆、滇西抗战纪念馆和山西长治武乡八路军太行纪念馆。

中华元鼎无论取材还是制作、无论工艺还是内涵,都紧扣中国人民抗日战争胜利七十周年这一主题。据河南东坡酒业工作人员介绍,盛大的封坛仪式将在9月3日隆重举行,现开始接受网络和电话预订。

中华元鼎纪念酒即将上市的消息一经发布,人民网、新华网、央视网、光明网、新浪网、搜狐网、大河网等众多媒体纷纷报道。下一步,河南东坡酒业将在9省3市93个地区同步接受预订,部分地区代理商正在招募中。

河南东坡酒业集团公司创业历史久远:早在1968年,以知识青年为主体创办了小型酒厂,后发展成为国营郑县酒厂,2011年成立河南东坡酒业集团公司。多年来,东坡酒业所出产的酒品广受欢迎,是河南省唯一使用荞麦原粮酿酒的生产企业,也是全国荞麦酿酒发源地和原产地。(王建党/文图)

安利的“互联网+”:打造O2O大众创业平台

乘着“互联网+”浪潮,很多传统企业都在探索与互联网无缝链接的路径。进入中国刚好20年的全球直销业巨头安利,近日宣布找到了用移动社交网络激活其内在“人联网”基因的模式。

2015年8月2日,安利在广州发布其2025战略,宣布未来十年的战略目标:实现安利平台上的成功创业者数量翻番。为了实现此目标,安利将全面实施数字化战略、体验战略和年轻化战略,为直销体系插上移动社交电商的翅膀,为营销人员打造O2O创业平台,并为其提供全程无忧的一站式创业支持服务。

互联网+安利=移动社交电商

作为全球直销业的龙头,安利进入中国20年,取得了令人瞩目的发展成就,业绩一路攀升至几百亿元。但电子商务的发展,一度让很多人担心会颠覆安利原有的直销模式。

安利大中华总裁颜志荣强调,直销是安利的核心竞争力,安利不会放弃直销这种模式,也一直在寻找直销与互联网咬合的齿轮。移动社交电商,就是安利整合直销传统优势,有效利用移动电商和社交媒体开发出的安利版“互联网+”模式。

颜志荣认为,安利天然具有互联网基因,早在互联网出现之前,安利就依托其直销模式,建立起了庞大的“人联网”系统。当前,安利就是借助微信、微博等移动社交平台,将线下“人联网”搬到线上,通过线上线下互通互补,快速提升人际网

络拓展及沟通效率。

发布会上,安利宣布正式启动营销人员移动工作室,这种由安利公司统一设计开发并提供后台运营的营销人员移动工作室,类似于为每个营销人员开办一个微店。这些微店完美融入微信生态系统,与安利现有的“安利云服务”微信服务号、安利数码港APP等移动渠道,连同安利强大的线下家居送货系统,共同构成安利的移动社交电商平台。

顾客可以根据自己喜好,通过这三个移动端的任何一个渠道实现线上购买、办理会员加入;营销人员可通过这些渠道实现移动化的产品销售、客户服务、业务管理,从而大幅提升营销效率。

张雯琦是安利一名普通的营销人员,作为首批试用者,她已经拥有了自己的移动工作室,不必像开淘宝店一样,要自己搭建、自己上货、自己卖货、自己递送,张雯琦拎包入住,轻松开张。只需将一些产品信息链接分享到朋友圈,或者微信发送给特定需要的客户,就可实现线上销售。同时,她的移动工作室还有很多个性化的功能和标签,比如分享自己的生活照片,与自己的实体工作室形成O2O互补互动等。张雯琦感觉自己的安利生意轻松很多、方便很多,也时尚了很多。

在安利大中华市场副总裁余放看来,安利的移动社交电商模式有自己的优势,它保留了直销的人员倍增、口碑传播、消费和销售融合等核心竞争力,并借助移动社交网络放大和强化这些特点,通过移动电商及线下配送提升营销人员工作效

率,是非常理想的“互联网+”路径。

打造全程无忧的O2O大众创业平台

移动社交电商系统只是安利新版大众创业平台的一环。以创业者为核心,安利大众创业平台包括四大支持系统。一是产品支持系统,安利向创业者提供具有广阔前景和强大竞争力的丰富多样的产品,助其迅速开拓客户、留住客户。二是移动电商系统,由安利微信服务号、安利营销人员微店、安利数码港APP等移动渠道组成,配合其线下家居送货体系,实现了移动社交电商的闭环。三是顾客体验系统,安利正在将所有店铺升级改造为线下体验设施,同时开发基于人群细分和生活方式的社群活动平台,支持营销人员通过开展健身、美容、亲子、美食等丰富多彩的社群活动,开拓客源,为顾客提供品质生活解决方案,并不断提升顾客体验。四是学习成长系统,这是直销的特色,安利会通过线上线下的培训体系,为创业者按需提供产品知识、服务技能、销售技巧、客户管理、商德商道等进阶式培训;同时安利也鼓励资深营销人员通过手把手传帮带,帮助新人成功。

安利营销人员陈雨婷是一位有两个孩子的全职妈妈,她参加了安利公司推动开发的社交平台——“美妈会”,结识了很多和自己有共同话题的朋友,一边组织聚会,一边实现了自己兼职创业的目标。而年轻的安利营销人员杨哲,在深圳的

安利体验馆里带着顾客一起做早餐,一起健身,“体验馆可以为顾客展示一整套安利生活方式的解决方案,以前我们需要靠自己去挖掘顾客的实际需求,现在在体验过程中,顾客的需求就会自然显现出来”。

由于直销本身具有低门槛、低投入、低风险等特点,安利希望借助其新版大众创业平台,为创业者提供全程无忧的优质创业体验。

安利创业平台历久弥新的精神内核

2015年8月1日,在安利(中国)开业20周年之际,安利在广州隆重举办庆生大会,万余绩优营销人员现场聆听了美国前总统小布什与美国安利董事长温安洛有关直销创业、创业者精神、创业者领导力的精彩对话。

安利大中华总裁颜志荣表示,安利从成立之日始就是一个大众创业平台。安利的核心营销人员大都独立成商,虽然卖的是安利产品,但做的是自己的生意,是名副其实的创业者。56年前,安利的两位创办人在历经7次创业之后,饱尝创业艰辛,深切了解创业者需求,最终创办安利公司,当时他们的目标就是要让每一个人都有通过创业改变命运的机会。

与这种新兴创业平台各领风骚数年不同,安利这个平台为何能够历经半个多世纪屹立不倒,而且还能历久弥新?颜志荣解释说,环境会变,技术会变,商业模式会变,但人们追求美好生活的意愿是不变

的,安利成功的秘诀就在于尊重人、理解人、成就人。首先,通过安全优质的产品,与营销人员的个性化优质服务相结合,为广大消费者提供品质生活解决方案,并不断优化其体验。其次,为营销人员提供一个低门槛、低风险、可持续的创业机会。

安利的目标是——帮助愿意创业的人打造自己的生意,但不需要自己打造生意。从研发生产、品牌建设,到平台搭建、仓储物流,再到沟通、培训、激励、管理,安利力争为涵盖社会各个阶层的创业者提供全程无忧的创业体验。营销人员只需专注于销售产品和服务顾客,其他都交给公司打理。

安利在2025战略发布会上也披露了刚刚出炉的《2015安利全球创业报告》的关键数据。这份由美国安利公司支持、慕尼黑理工大学主持、覆盖全球44个国家和地区的创业调查主题报告显示,中国的创业环境越来越友好,相较于2014年,中国的创业友好指数提升了7个百分点。同时,超过9成的中国受访者显示出对创业的积极态度,62%的人有计划创业。“更好地兼顾家庭与事业,享受生活”“实现自我价值,完成个人目标”和“获得额外收入”是最吸引中国人创业的三大动因。

颜志荣强调,万众创新、大众创业的浪潮已推动中国快速进入大众创业时代,直销是一种理想的个人创业模式,安利不断更新的大众创业平台,可以很好地满足创业者的需求,解决创业者面临的问题。未来安利的成功,正是也只是建立在帮助创业者成功的基础上。(牛瑛瑛)