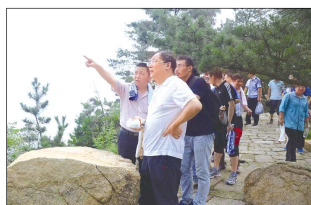


集团半年会部署下半年工作 | 02-03

王仁泉董事长到临沂区域调研指导工作 | 04

集团健康养老产业发展探索 | 08-09



# 鲁商

LUSHANG  
鲁商集团  
仁智合一 商行天下  
www.lushang.com.cn

山东省商业集团有限公司主办  
企业内部资料准印证号(0047)

总第八十七期

2015.8.18 出版



摄影 陈勇超

## 集团召开上半年度工作会议

### 全面加快转调创改步伐

【本报讯】7月20日，集团在济南银座佳悦酒店召开了2015年上半年度工作会议。会上，各直属企业及各院校进行了工作交流，集团董事长、党委书记王仁泉同志做了重要讲话。集团总经理凌沛学同志代表集团公司做了题为《增强危机感、紧迫感，以更加务实作风，努力实现全年各项目标任务》的工作报告。集团领导、监事会及集团总部各部室、各直属单位有关人员共280余人参加了此次会议。

上半年，面对依然严峻的经济形势和低迷的市场态势，各单位紧紧围

绕集团年度会各项部署，扎实开展各项工作，各项工作取得了不同程度的进展。集团上半年实现营业规模同比增长53.04%。

王董事长对各单位上半年取得的成绩和存在的问题进行了客观评价，帮助大家分析了当前面临的形势，要求大家进一步抓好改革改制、经营创新、新项目建设、扭亏增盈以及十三五规划的编制等重点工作；扎实开展好“三严三实”专题教育，提升自我修养能力，坚持严于用权、严以自律，坚持真抓实干、敢于担当。王董

事长还传达了省管企业党建群团工作会议暨“厚道鲁商”倡树行动经验交流会精神，要求各单位认真做好学习贯彻，进一步做好党建和群团工作，充分发挥各级党组织和群团组织的政治引领、凝心聚力作用，营造全员干事创业氛围，为集团改革发展提供强有力的保障和支持。

凌沛学总经理在报告中全面总结了集团上半年整体运营情况和转调创改推进情况，分析了集团在效益提升、转型创新、干部员工精神状态等方面存在的问题和不足，并结

合当前经济形势和市场环境，对集团下半年重点工作进行了详细部署和具体要求。一是充分发挥主观能动性，全力以赴扩大销售、提升效益，确保完成全年目标。二是加快转调创改步伐，增强企业竞争力。要持续推进零售业股权改革和组织架构调整工作；进一步加快其他产业和三级单位改革改制步伐；进一步优化产业结构，明确集团发展方向和重点；进一步营造全员创新氛围，激发干部职工创新创业积极性。三是大力开展管理提升工作，提高运营

效率。要根据国企改革要求，进一步完善集团法人治理结构；要进一步明确总部和产业管理边界；还要通过强化制度建设，优化考核机制，加强督办管理，强化审计监察和问责机制建设，加强对信息化系统和新技术运用等措施，进一步提升管理效率。四是进一步加强党建与和谐集团建设。要扎实开展“三严三实”专题教育，进一步加强廉洁自律工作，进一步宣贯集团优秀企业文化，进一步做好工、青、妇等群团工作，继续做好安全稳定工作。（刘夏）

号角》》》

## 唯改革创新者胜

APEC工商领导人峰会开幕式上，习近平总书记在演讲中提到，“生活从不眷顾因循守旧、满足现状者，而将更多机遇留给勇于和敢于、善于改革创新的人们。在新一轮全球增长面前，唯改革者进，唯创新者强，唯改革创新者胜。我们要拿出‘敢为天下先’的勇气，锐意改革，激励创新，积极探索适合自身发展需要的新道路、新模式，不断寻求新增长点和驱动力。”

对从事完全竞争行业的鲁商集团而言，改革创新的重要性、紧迫性更是不言而喻。集团提出的“二十四字工作方针”和重点推进

的“四个工程”都着力强调改革创新工作，并将今年确定为集团的全面深化改革创新年。但从改革创新的结果看，进展不够理想，特别是创新方面效果不尽如人意。究其原因，可以归结到三个方面：压力不大、动力不足、能力不强。要进一步加快改革创新步伐，必须有针对性地施加压力，增强动力、提升能力。

施加压力，一方面，要让大家更加清醒认识到改革的紧迫性、必要性，激烈的市场竞争不等人，时间不等人，如果我们不能尽快实施改革创新，不能有效放大优势、弥补短板，我们的竞争优势

会越来越小，企业将难以生存立足，逐步被日趋激烈的市场竞争所淘汰；另一方面，要进一步畅通干部下行和退出机制，既要把握那些想干事、能干事、适应集团发展需要、敢于担当的好干部选准用好，更要把那些存在问题或者不作为、不担当、相形见绌的干部调整下来，给尸位素餐者更多压力。

增强动力，根本途径是要通过改革改制使干部职工和企业成为利益共同体，充分调动干部职工持续推进改革创新的主观能动性。但在当前改革改制尚未到位、效果尚未显现的形势下，有些干部对企业发展的危机感知不

深，存在侥幸心理或得过且过想法，担心改革创新会影响当期考核。对此，需要我们对考核机制作出相应调整完善，对因改革和创新带来的短期效益下滑给予补偿，增强改革的动力。同时，集团也在研究鼓励创新的制度办法，努力营造敢于创新、善于创新的氛围。

提升能力，一方面，要通过开展有针对性的培训和人才引进等途径，提高干部队伍整体水平，让大家更好地适应新形势、新环境的要求；另一方面，要大力推行“拿来主义”，特别是在创新方面，并不一定要创造出一个前所未有

的产品或模式，也可以是对已有的先进产品、模式进行借鉴，与自身的资源和优势相结合，取得更好的效果，这些都属于创新。正如马云所说，模仿是最稳妥的创新。

马云说过，世界在变，天已经变了，你还不变吗？现在市场变了，竞争变了，顾客也在变化，我们必须不断加强压力、动力和能力机制建设，加快改革创新步伐，改革我们的体制机制，创新我们的经营模式、盈利模式，才能更好地适应市场环境的变化。正如习总书记所说，“唯改革者进，唯创新者强，唯改革创新者胜”。



【编者按】

今年上半年,面对依然严峻的经济形势和低迷的市场态势,集团上下积极开拓进取,围绕年度会部署扎实开展工作,多项工作取得不同程度进展。但严峻的形势不等人,激烈的市场竞争不等人,顾客的需求变化不等人,这样的背景下集团要实现发展,就要求各产业必须充分发挥主观能动性,重点在改革创新的推进落实上加大力度,大幅提升企业内生动力和应对竞争能力。

集团半年会部署下半年工作

加快改革创新步伐 四大举措确保全年目标

任务1 全力确保完成全年经营目标

现代零售业

要多开展独具特色的营销活动,增加人气,提升销售。同时,要大力推广系统内名品代购服务,加快门店品牌更新和空置货区补充速度。要加强生鲜、日配、自采、绿色食品基地建设,探讨通过内部员工合伙制等模式在弱势店设立自采品类专柜的可行性。要全力做好现有门店的升级改造和新开业门店筹备工作。北京、青岛等大型项目要确保按照既定时间开业。此外,还要保持必要的发展速度,重点面向省内内地市和县级市场,进一步壮大规模实力,巩固竞争优势。

房地产业

要进一步加快现有项目开发和销售速度;分门别类研究各项目各类产品库存情况,采取有力措施,全力以赴加速去库存,加快资金回笼;还要重点面向市场形势较好的一、二线重点城市和城市核心区,积极寻找适合刚需的住宅项目,适当储备土地资源,增强持续开发能力。

上市公司

零售、地产两家上市公司还要充分发挥资本平台作用,探讨通过资产注入、股权置换等方式实现资源整合和资本增值的可行性。

生物医药业

要充分发挥科研优势,积极开发适销对路的产品;还要充分发挥直销牌照优势,在尽快扭转自身销售和利润下滑趋势的同时,面向集团各个产业寻找适合纳入直销渠道的产品和服务,带动集团整体销售增长。

酒店旅游业

要顺应市场变化,进一步调整定位,

提升餐饮特色和服务水平,加大减亏力度;还要加快推进齐鲁宾馆、天蒙山等大项目开发进度,争取早见效益;在做好扩销增效工作的同时,要学习借鉴先进企业经验,积极培育高星级酒店和景区项目运营管理团队,探索通过输出管理途径实现轻资产模式发展。

文化传媒业

要重点围绕新媒体发展趋势,适当聚焦资源,提升主营业务规模和效益,加快非主营业务改革改制步伐。

物产汽车业

要在努力提升现有业务销售规模和效益的基础上,加快推进集采平台和物流园区建设,尽快形成新的增长点。银座汽车要加快提升毛利较高的保养维修、二手车经营等后期市场业务,努力实现规模和效益同步增长;还要加快Auto mall开发进度,缩短开发周期,降低开发成本。

金融支付业

易通发展要重点向有效益的业务倾斜,提升盈利水平;同时,要积极探索电商平台、网络支付与集团各产业、各项业务、各种资源的结合点,助推集团各产业转型升级。

教育科技业

各院校要进一步促进教育教学资源整合和产学研结合,增强办学特色;要全力做好毕业生就业和新学年招生工作,根据就业需求灵活调整专业设置和教学模式,不断提升办学质量和效益。

任务2 加快转调创改步伐

转

要进一步优化产业结构,明确集团发展方向和重点。要结合“十三五”规划的制定,认真思考集团产业定位,发展方向、发展重点等关键问题,对集团和各业务板块进行全面调整梳理。

调

要持续推进零售业股权改革和组织架构调整工作。股权方面,要认真梳理零售上市公司与集团及各产业的关联交易、资金、担保等事项,确保整体上市和管理层持股工作顺利推进。组织架构调整优化方面,整合后的零售业要大力推进不同业态之间的优势互补,促进竞争能力的提升。

创

要进一步营造全员创新氛围。集团将出台鼓励创新的制度办法,鼓励干部职工结合集团平台和资源探索新业务、新路子,形成敢于创新、善于创新的氛围,进一步激发干部职工创新创业积极性。

改

要进一步加快其他产业和三级单位改革改制步伐。继零售股权改革之后,其他各产业要尽快研究确定各产业改革范围、思路和目标进度。鲁商置业要尽快研究在资本市场实施股权改革和管理层持股的思路;家居、福瑞达、传媒、一卡通、汽车等要按照前期确定的混合所有制改革思路,尽快明确具体实施方案,下半年启动报批和实施程序。

任务3 管理提升提高运营效率

要根据国企改革要求,进一步完善集团公司法人治理结构。要进一步明确总部和产业管理边界。要进一步提升管理效率。重点从强化制度建设,优化考核机制,加强督办管理以及审计监察和问责机制建设等方面着手推进。

要进一步加强对于信息化系统和新技术的运用,提高工作效率,特别是切实做好数据收集和分析,为决策提供科学依据。

上半年成绩单: 内外兼修 逆势而为

关注1 产业发展

各产业按照集团转型发展要求,更加注重发展质量和效益,努力降低发展成本和风险,围绕主营业务稳健发展。

现代零售业

上半年新开1家百货店,1家购物中心和7家超市门店;青岛乾豪项目和北京六里桥项目有序推进;家居济宁加盟项目已达成合作意向。

房地产业

上半年共实现新开工面积

27万平方米,在建面积343万平方米,计划交付项目全部按时或提前实现交付;上半年新增土地储备约130万平方米。

酒店旅游业

上半年新开佳驿门店16家,累计开业门店达到187家,加盟店占比大幅上升;佳悦酒店签订了天津佳悦酒店委托管理项目,预计11月份实现开业;天蒙旅游

景区基本按照工期进度推进。银座国际汽车中心项目已经征得一期土地,并积极推进招标采购工作。

金融支付业

易通支付与18家商行建立合作收单及专业化服务合作,上

半年新增收单设备10501台,累计布放终端32374台,商户已达两万余家。银座云生活重点开展B2B平台搭建工作,明确招商模式,快速启动招商;银座网明确以山东原产地产品为主营业务方向,上半年已成功引进并上架85个特色品牌,一千多个单品。集团小额贷款公司5月份正式对外营业,陆续推出针对集团职工及集团上下游产业链的贷款业务。

关注2 内涵挖潜

面对复杂多变的内外部市场环境,各产业采取积极有效的措施,销售和效益下滑势头有所遏制。

百货业态

进行全面门店调整的同时利用节日促销以及线上平台,加大营销力度;同时积极推进节能降耗工作,节省费用近千万元。

超市业态

成功举办第三届“世界任你游、商品免费搬”大型促销活动,加强自有自营品牌业务,收效良好,积极推进亏损门店减租工作,降低经营压力。

购物中心业态

平均出租率在96%以上,高于同行业平均水平,业种丰富度、租金贡献率均大幅提升。通

上半年正式获得直销许可证,并联合集团各产业、各单位成功举办互联网+直销运营模式起航大会。

家居业态

狠抓两率提升,上半年同比扭亏转盈1497.13万元,通过提升租金水平和新开发有效出租面积,预计全年提升租金860万元。

地产业态

着力加大回款工作,重点推进的大户型和车位等滞销产品销售工作也取得较好效果。

制药业态

旅游集团重点推进各酒店经营调整和闲置区域招商出租力度,银座佳驿酒店积极推进移动端建设,手机APP上线启用后,日订房量超过1500间以上。

酒店业态

《山东商报》、鲁网充分发挥网上宣传与微信推广力度,受到广泛关注。

传媒业态

各院校进一步创新思路,提升办学质量和特色;完成招生计划,优化招生结构,圆满完成单独招生工作,学生在各类职业技能大赛中获得优异成绩,扩大了社会影响。

汽车业态

银座汽车稳步扩大市场份额,齐鲁春季车展4天共实现交、订车辆1632台。

金融业态

财务公司积极开展金融产品创新和服务提升工作,上半年实现营业收入与报表利润双增长。

教育业态

全部纳入督办管理系统,明确了责任主体,实施计划限时要求。

关注3 管理提升

集团专门成立了深化企业改革领导小组和改革工作推进小组,结合集团实际,梳理改革思路,以建立完善现代企业制度和公司治理结构为重点,逐步推进各个层面改革改制步伐。

财务管理

积极拓宽融资渠道,综合运用短融、超短融、中票、永续债、私募等多种方式优化集团融资结构,节省财务费用1310万元,降低资产负债率1.36个百分点。

风险防控管理

跟进集团及各产业9个重大法律纠纷案件、14个重大项目,排查出占压资金巨大、盈利水平欠佳项目共计21个,低效闲置资

产共计67个。

人力资源管理

配合省委组织部完成6名省管干部的任免调整工作;对集团13个直属单位的近40名班子成员进行了调整,形成了《工资总额管理办法》初稿,对集团总部员工实施年度考核工作起到激励效果。

督办管理

实现集团督办管理系统上线,将集团年度会重点工作任

务全部纳入督办管理系统,明确了责任主体,实施计划限时要求。

企划管理

“鲁商集团”微信订阅号于今年年初正式开通上线,现有粉丝近6万人,日均头条阅读量达3500人次,日均头条阅读量达3500人次;通过适当减持,优化了集团重资产结构,降低了集团负债率。接下来要进一步利用好上市公司平台,使其更好地发挥作用。

关注4 党风建设

集团专门成立了深化企业改革领导小组和改革工作推进小组,结合集团实际,梳理改革思路,以建立完善现代企业制度和公司治理结构为重点,逐步推进各个层面改革改制步伐。

廉政建设

集团组织中层正职以上人员190余人参加了“三严三实”自动会暨专题党课,进一步加强党风廉政建设。

社会责任

继续做好“第一书记”帮扶工作,给当地经济生活带来新的变化,选派新一批“第一书记”工作组,继续深入推进帮扶工作。

职工帮困

继续开展困难职工救助工作,上半年共救助困难职工899人,发放救助金177.7万元,完成了8名退役军人安置接收工作。

安全稳定

进一步加大了安全生产管理和监督检查力度,深入、彻底排查治理各类隐患和不安全、不稳定因素及存在的突出问题,保障了集团的安全稳定运营。

任务4 抓党建促和谐

联系集团实际,扎实开展“三严三实”专题教育和廉洁自律工作,广大干部要带头践行“三严三实”要求,切实增强规矩意识和纪律意识,堂堂正正做人,踏踏实实做事。要进一步宣贯集团优秀企

业文化,进一步做好工、青、妇等群团及安全稳定工作。要召开职代会,组织职工开展提合理化建议活动,积极为企业改革建言献策。

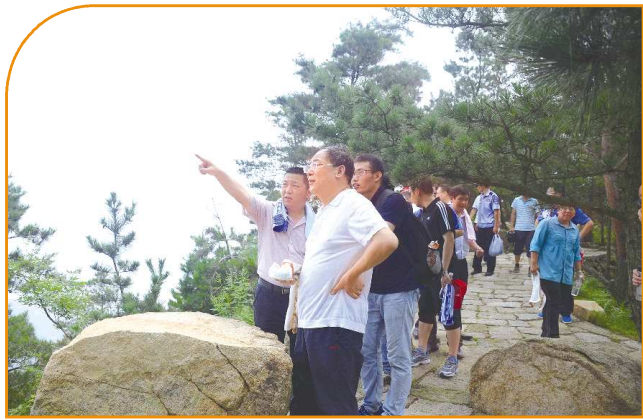




# 王仁泉董事长到临沂区域 调研指导工作

7月23-26日,王仁泉董事长到临沂区域调研指导工作。集团副总经理赵西亮、银座集团党委书记郑良玉、鲁商置业总经理董红林、福瑞达医药集团总经理马云鹏、银座旅游集团总经理殷春阳等分别陪同。

董事长一行实地查看了费县天蒙银座旅游度假区、知春湖鲁商幸福城、临沂鲁商中心、福瑞达生产车间等各项目建设和运行情况,详细了解了项目推进中存在的问题与困难,充分肯定了项目团队的工作,要求各方积极工作、大胆创新、精心筹备,确保优质高效完成各项工作,为集团双千亿战略目标的实现打造新的增长点。调研期间董事长还考察了临沂及周边地区多个新项目。



王总一行实地考察天蒙旅游度假区项目



王总一行在知春湖项目沙盘前听取汇报

天蒙旅游区项目总体进展顺利,现规划设计工作已完成,一期确定的20个重点项目已全部开工,运营筹备工作也已启动,计划于2015年年底前基本完成工程建设,2016年5月1日正式开业。

### 链接

鲁商知春湖项目目前已完成一期土地的获取和一期产品设计,并已开工建设,鲁商知春湖大健康养老体验中心已开放,预计九月底开盘。

### 鲜播报

## 集团董事长王仁泉 到“第一书记”帮包村调研

7月25日,集团董事长王仁泉与集团各相关产业负责人到临沂市临沭县玉山镇调研了驻村“第一书记”工作。王董事长与当地干部就帮扶村基本情况进行了交流,听取了“第一书记”的工作汇报,详细了解了帮扶村实际困难和需要解决的问题,并走进帮扶村现场调研。

王董事长对“第一书记”工作组的工作表示肯定,对当地政府给予“第一书记”工作组的支持、关心表示感谢,并叮嘱“第一书记”工作组要解决好村内现有的困难,发展村内增收项目,实现造血功能。同时还要密切与各产业沟通,发挥集团整体优势。“第一书记”工作组的同志们表示将扎实开展工作,为当地百姓服务,让组织放心,让群众满意。(马辛)

## 集团总经理凌沛学 视察银座莒南项目

7月12日,集团总经理凌沛学在莒南县委常委、常务副县长徐宝宏,县委常委、政法委书记赵树敏等领导陪同下到银座商城莒南项目视察工作。银座集团临沂区域总经理代伟及莒南项目总经理郑广明对项目的进展情况进行了详细介绍,并就项目面临的问题做了汇报。

凌总一行在实地察看了解莒南项目进展情况后,肯定了项目前期工作,并指示要加快项目的推进。县政府有关领导就汇报问题表示,将协调各部门予以解决,确保早日开业。

## 集团党委副书记宋文模 出席教育工作会议并讲话

8月4日至5日,集团召开了2014—2015学年教育工作会议。会上,各院校进行了工作交流,集

团党委副书记宋文模同志对集团教育工作进行了全面总结和部署,并为各院校班子成员上了一堂生动而深刻的“三严三实”专题教育党课。

宋书记在讲话中充分肯定了各院校一年来取得的工作成绩,查找了存在的共性问题,分析了新形势下经济新常态、“互联网+”和生源危机对集团教育工作带来的挑战和机遇。并结合集团半年度工作会议精神,着重从六个方面对下一阶段的主要工作进行了总体部署:一是加大创新力度,认真做好“十三五”规划;二是深化校企合作,增强社会服务能力;三是大力推行互联网技术应用,促进教育教学方式改革;四是特色立校,质量强校,不断提高教育教学水平;五是深化管理体制,进一步释放院校办学活力;六是狠抓作风文化建设,创建和谐美好校园。

会议期间,商职院党委书记马广水同志应邀作了题为“‘互联网+’背景下的职教改革”的形势

辅导报告,各院校参会人员还到齐鲁医药学院进行了现场考察,通过学习互鉴进一步密切了集团院校之间的关系。

## 集团副总经理张建军 部署财务工作

7月23日,2015年上半年度财务工作会议在集团六楼会议室召开。集团副总经理张建军出席会议并做了重要讲话,财务管理部、各直属单位有关人员参加了此次会议。

会上,集团各直属单位财务负责人就上半年扭亏增盈及降低资产负债率两方面工作做了专题报告。集团副总会计师、财务管理部总监张志强就上半年扭亏增盈、降低资产负债率、提升资金集中度和加强资金结算、推进集团金融类业务发展、加强资金安全

工作五个方面做了总结报告。张建军副总经理结合“三严三实”,就集团财务管理工作实际,剖析了工作中的不足,对下一步改进财务工作提出了要求。

## 福瑞达集团强势挺进直销领域 启动“O2O+直销”模式

7月18日,山东福瑞达医药集团在济南举行以“厚积薄发 天地人和”为主题的“O2O+直销”模式启航大会,此举意味着山东医药老字号国企强势挺进直销领域。

福瑞达响应国家创新号召,按照鲁商集团新时期发展战略规划,组建以“O2O+直销”为运营模式的福瑞达康妆大道事业部。经过一段时间的积极筹备和试运作,福瑞达康妆大道已凝聚成一个集消费和创业为一体,以提供健康和美丽为己任的一站式商务平台,成为中国直销企业中备受瞩目的新兴力量,这也是山东科

技创新型企业积极探索市场创新之路的重要收获。

据悉,福瑞达医药集团今年5月正式获得国家商务部颁发的直销经营许可,标志着福瑞达康妆大道正式进军中国直销市场。从而实现从生产销售型企业向销售服务型企业的转变。

福瑞达康妆大道进军直销,除为广大创业者提供最佳创业机会外,还将结合最新“互联网+”商业趋势,通过开通资源整合平台,将新型电子商务模式与直销有机结合,实现全新的天地人和“三网合一”模式。地网是全面覆盖市场



的康妆大道体验店,会员可以充分体验产品,并可以获得康妆大道首创的定制产品服务;天网是康妆大道网上商城,汇集万种高端优质产品;人网是康妆大道会

员体系,通过优质的会员定制产品与合理的利益分配体系建立庞大的固有消费群体,并以全方位的支持,帮助会员简单、方便地拓展市场,实现低成本创业。

### 掌声响起来

## 集团一批先进基层党组织和优秀党员受到省国资委党委表彰

6月30日,省国资委党委召开省管企业先进基层党组织、优秀共产党员和优秀党务工作者表彰大会,集团共有5个基层党组织、11名共产党员、8名党务工作者受到表彰。

在表彰大会上,授予集团老干部党总支、银座百货临沂区域党总支、济南和谐广场党支部、哈尔滨鲁商置业党支部、明仁福瑞达党支部省管企业“先进基层党组织”荣誉称号;授予集团副总会计师张志强、山东福瑞达医药集团总经理马云鹏、银座河南区域总经理胡鑫、银座超市淄博区域总经理张林涛、临沂和谐广场总经理曲端正、滨州银座家居总经理蓝中青、鲁商置业人力资源部部长李璐、银座旅游集团财务部长宋坤先、银座文化公司总经理张志国、集团驻临沂玉山镇“第一书记”组长刘颖、一卡通菏泽公司总经理孙立虎省管企业“优秀共产党员”荣誉称号;授予集团纪委副书记李林、药学院党委书记孟令元、张家口银座商城总经理程晓勇、银座超市事业部党群部部长陈希、济南银座佳悦酒店常务副总经理陈旭东、鲁商传媒运营管理部部长翟树东、永兴英才幼儿园党总支书记邢庆印省管企业“优秀党务工作者”荣誉称号。

## 古佳葡萄酒喜获两项国际大奖

近日,全球权威葡萄酒赛事“2015布鲁塞尔国际葡萄酒大赛”落下帷幕,集团所属法国波尔多古佳酒庄载誉而归,分获金牌、银牌各一枚——古佳2012弗朗西斯梅那红葡萄酒摘得金奖,古佳2013花枝窖藏白葡萄酒获得银奖。目前,酒庄年产葡萄酒达20—25万瓶。

## 明仁福瑞达获市发明专利奖

近日,山东明仁福瑞达制药股份有限公司“一种治疗小儿感冒的系列中药制剂及其制备工艺和检测方法”的发明专利(ZL 201010011610.3),荣获“2014年度济南市专利三等奖”。

## 银座汽车再次入围中国百强汽车经销商集团

5月28日,中国汽车流通协会在温州隆重举行了“2014年度中国汽车流通行业经销商集团百强报告发布会”。山东银座汽车有限公司凭借卓越的经营管理实践以及连年增长的经营业绩,再次入围“中国百强汽车经销商集团”。



# 集团旗下两家企业 入选省零售业50强榜单

近日,山东省商会、山东省零售业协会共同推出2015山东省零售业企业50强企业名单。集团旗下银座集团股份有限公司、山东银座家居有限公司两家企业上榜,其中银

座集团股份有限公司位居榜单首位,山东银座家居有限公司排名第21位。

根据今年山东零售50强榜单显示,入围企业多集中在百货商

场、超市、食品、服装、医药、电器等传统零售行业,从地域上来看,济南、青岛、烟台、威海、潍坊、淄博营业收入位居前六名。济南、青岛上榜零售企业最多,其中济南占了8

家,青岛6家。两市入围企业数量占50强名单的28%。位列榜单首位和末位的企业营业收入差距显著,超过61倍。

本次评选是在企业自主申报

和各市商务主管部门推荐基础上,经过客观公正审核,推出了2015年全省零售企业的优秀代表。集团入选企业将再接再厉,为山东流通业强省建设做出更大贡献。



## 商资讯

### 银座股份:位列中国上市公司500强榜单第344位

财富中文网于7月8日发布中国上市公司500强排行榜,银座集团股份有限公司以营业收入138.18亿元位列榜单344位。榜单上500家上市公司的总收

入达到了30.4万亿元,较去年增长5%,已经将近中国GDP的一半。所有上榜公司的利润达到2.7万亿元,较去年增长6%。榜单显示,今年利润榜排名前

四位的依然是“工建农中”四大国有商业银行,相对名次也没有改变。但是,它们的利润增幅都从去年的两位数回落到了个位数。(刘夏)

### 旅游集团:跻身“2014年度中国饭店集团60强”第23位

7月8日,由中国旅游饭店业协会、香港理工大学主办的“第十二届中国饭店集团化发展论坛暨

第九届饭店品牌建设国际论坛”在太原万达文华酒店开幕。论坛发布了“2014年度中国饭店集团

60强”榜单,银座旅游集团再次上榜并位居第23位,其饭店数量达223家,客房数22843间。

### 银座佳驿:“佳驿书屋”已达50所

近日,在“爱心百分百捐书助学行动”中,银座佳驿酒店又为5所贫困小学送去爱心书籍5000余册,并成立5个“佳驿书

屋”。活动中,银座佳驿全国门店共收到“爱心寄语卡”近万张,以顾客的名义捐赠了1万本图书。依托“爱心百分百捐书助学行

动”平台,“佳驿书屋”已达50所。未来两年内,将实现累计捐赠100所小学,捐赠10万册爱心书籍的目标。

### 云生活:探索“超市闪购”O2O

日前,银座云生活“超市闪购”项目顺利完成内部测试。本次内测场地选择了客流量大、覆盖面广的银座购物广场,精选近400种

主力商品和个性化商品,在云生活平台上开设了“银座集团广场专营店”。测试于8月5日启动,3天订单总数量突破5000份,销售额达成约

40万元。未来,银座云生活将继续优化各项工作流程,确保“超市闪购”项目顺利正式上线运行并快速在济南部分银座超市中推广。

### 富源小额贷款:正式开展对外业务

5月14日,济南市富源小额贷款有限公司(以下简称“富源小贷”)正式对外营业,富源小贷成立于2015年2月13日,是经山东省金

融办批准,由鲁商集团独家发起设立的专业贷款法人企业,也是集团进一步完善供应链服务体系,增强核心竞争力,发展金融板块的重要

举措。其注册资本2亿元,公司主要业务范围是办理各项小额贷款、开展中小企业发展、管理、财务等咨询业务以及其他经批准的业务。

### 天蒙旅游区:入选“2015年中国旅游投资优选项目”

近日,2015年中国旅游产业促进座谈会在北京举行,会上发布了“2015年中国旅游投资优选项目”。沂蒙山银座天蒙旅游区入选2015年中国旅游投资优选

项目名录,成为山东省入选的19个项目之一,是临沂市唯一入选项目。天蒙旅游区项目是省重点项目、省服务业重点项目和省文化产业重点项目,此次入选国

家优选旅游项目库,显示出项目发展的前景和潜力,也将为临沂旅游产业的发展产生巨大的推动作用。(王韶萌)

### 旅游公司:推出“定制旅游”项目

8月4日,山东旅游有限公司微店正式推出在线“定制旅游”板块。游客在该板块点击意向目的地、选择意向出行时间及预计

出行天数,并留下联系方式,即可获得旅游专家提供的专属私人订制旅行方案。“定制旅游”板块上线4小时内即实现4000余次

的点击量,并收到20余个在线订单。旅游公司努力在传统旅行社中率先走好“定制化”网络营销之路。(张乐)



## 校友会

### 商学院学生

#### 在全国技能大赛中喜获佳绩

6月6日至9日,由中华全国供销合作总社、教育部联合主办,浙江经贸职业技术学院承办的2015年全国职业院校技能大赛(高职组)“农产品质量安全检测”赛项在杭州举行,山东商学院食品检测及管理专业的四名参赛学生全部获奖,取得三项一等奖、一项二等奖的佳绩,创造了我省学校参加本次赛项的最佳成绩。

共有来自27个省61所学校的145名选手参加了本次比赛。商学院2013级食品检测

及管理专业王婉伊同学获得“蔬菜中有机磷类农药残留的检测”分项一等奖,指导老师徐翠翠;2012级食品检测及管理专业贾朝爽同学获得“畜禽肉中氟喹诺酮类兽药残留的检测”分项一等奖,指导老师刘永慧;2013级食品检测及管理专业方海飞同学获得“茶叶中重金属含量的检测”分项一等奖,指导老师张锐昌;2013级食品检测及管理专业彭璐同学获得“畜禽肉中氟喹诺酮类兽药残留的检测”分项二等奖,指导老师丁新丽。

### 青岛酒店学院

#### 全国大赛斩获三金三银

日前,2015年全国职业院校技能大赛高职组烹饪技能比赛在扬州举行,共有来自全国23个省、市、自治区、计划单列市的323名选手参赛。青岛酒店管理学院表现出色,获得全部四个项目的三个一等奖、三个二等奖的优异成绩,创历年参赛最好成绩。

其中,周德成、矫一帆、韩凯、郝红云四位同学设计制作的《富贵养生宴》夺得宴席设计团体一等奖,并在宴席设计、宴席答辩、理论成绩三个环节夺得全国第一名的好成绩;李倩倩同学的指定作品《苹果酥》、

自选作品《银丝鸟巢》夺得面点单项一等奖,位列全国第一名;王胜杰同学制作的《静花苑》夺得冷拼单项一等奖;李妮同学的指定作品《苹果酥》、自选作品《芝士草帽》夺得面点单项二等奖;姜俊杰同学的指定作品《五彩鱼丝》、自选作品《妙笔参花》夺得热菜单项二等奖;王世昆同学的指定作品《五彩鱼丝》、自选作品《养参松茸肉》夺得热菜单项二等奖;王志兴、王桂云、刘俊新、李军、申亚军、姚金侠、丁德龙被评为2015年全国职业院校技能大赛优秀指导教师。(李代玉)

### 齐鲁医药学院

#### 2015年考研、专升本再创佳绩

在2015年硕士研究生招生考试中,齐鲁医药学院共有506人报考,考研过线203人,过线率达到40.1%,最终录取133人,录取率达到26.3%,其中有21人被北京大学、中山大学、山东大学、第二军医大学等985、211院校录取。医学系的臧守阁同学以350分的高分被北京大学医学部外科学专

业录取,护理系的刘芙蓉同学以357分的高分被哈尔滨医科大学护理学专业录取。

此外,在2015年山东省专升本考试中,学校共有158名学生被录取,其中临床医学、医学影像技术、药学三个专业的录取率分别为13.3%、15.4%、12.8%,远远超出5%的全省平均数。



## 银座巾帼多人 入选中商联荣誉榜单

为充分表彰商业服务业广大女职工在中帼建功活动中的突出贡献,进一步发挥广大女职工在商业服务业的积极作用,鼓励更多行业女性建功成才、勇创佳绩,7月9日,由中国商业联合会、全国妇联联合主办的全国商业服务业“中帼建新功,共筑中国梦”主题活动总结表彰大会,在江苏省昆山市隆重召开。

山东银座商城股份有限公司银座百货购物广场店总经理宋倩,荣获山东唯一“中国商界杰出女性”荣誉称号;银座集团股份有限公司济南银座高新区购物广场店长朱晓妍等六人,荣获“全国商业服务业中帼

建功标兵”荣誉称号;大会同时授予淄博银座商城有限责任公司财务部收银科、山东银座商城有限责任公司东营银座化妆品珠宝商场等七家单位“全国商业服务业中帼文明岗”称号。

据悉,本届表彰大会共在全国各大商业服务企业评选出30名“中国商界杰出女性”、12位“中国商界杰出女性提名奖”、128名“中帼建功标兵”以及76家“中帼文明岗”。活动有效激励了商业服务业广大女职工建功立业、争创一流的积极性,展现了商界女性的行业风采。



# 银座百货19周年司庆： “顾客体验”+“优惠力度”

## 早启动 早发声

此次银座19周年庆活动以“19年，相伴久远”为主题，精准把握营销脉动，以“文化”先行进行预热加温，将“司庆月”的概念进一步丰富。策划上摒弃了简单拉长活动档期的操作方式，从整个营销节奏上进行把控，通过“绿色骑行”、“儿童剧场”、“我们都是年轻人”三大主题活动将整个司庆月从节奏上分为“概念宣传”、“人气聚集”、“高潮爆发”三个阶段，同时配合各档期主题活动推出相应的商品类促销，将客流增长有效转化为销售增长。

“绿色骑行”首先拉开整个司庆月活动的帷幕，本着早启动、早发声的原则，活动从5月5日开始在山东商报、大众网、舜网、鲁网等媒体平台同时发声并启动招募，截止5月11日报名结束，全市范围共计600余人次报名成功，大大超出了预期，为此银座与承办方经过紧急沟通连夜修改活动方案，扩大活动范围，并最终顺利圆满地完成了本次绿色骑行活动。

另一重头戏，选择在6·1儿童节档期进行发力，演出团队选择了国内最高水平的“中国儿童”原班人马，4场演出全部爆满，演出现场气氛热烈，台上台下互动频频，获得了顾客的一致好评。

# 银座商城临沂店： 变、变、变，以“变”应“变”

## 策略一：功能项目聚客源

步入银座临沂店二楼，琳琅满目的女装区穿插着各类甜品休闲吧、美容、美体等功能性店面，女同胞们自然乐得其所，即使是陪着老婆逛商场买衣服的男同胞，也不会觉得乏味无聊了：某甜品店正在举办手工课堂活动，邀请来购物的孩子们制作布贴画送给妈妈，而墙面上，孩子们手工制作的充满爱意、创意无限的布贴画，吸引着来往顾客频频驻足……

此前，女装楼层还曾举办过童趣无限的亲子装走秀、厨艺大赛等体验性活动，有效拉近了商场与顾客之间的距离，同时聚拢人气，带动了商场销售的提升。

经过对卖场销售品类的周密规划分析，临沂店以突显女性化、生活化为主题，创新营销形式，提升了商场核心竞争力。

采访中，一位李女士告诉小编，她是银座商城的忠实顾客，这两年临沂银座的许多变化中，有两点她印象最深：一是国际、国内一线品牌不断增加，比如雅诗兰黛、兰蔻、迪奥、希思黎等国际顶尖化妆品品牌扎堆进驻银座商城，让她们喜出望外，以前想买这些品牌化妆品，要么自己

# 银座家居： “女神”背后的人与事

## 镜头1：大V助阵“寻女神”

朋友圈代言刷屏余温未退，银座家居紧抓银球的“寻女神”活动这方又上演。兰博基尼、外籍男模、气质女模，单是这些词就已经够吸引人了，再加上大V助阵，如虎添翼。经过精心安排、周密策划，6月16日当天，洪楼银座、山师门前、万达广场三个高人气的区域，均被银座家居“寻女神”活动高效覆盖，微博、微信各路大V、草根全程参与，造势一路直播，整个活动，线下路人侧目、拍照，线上粉丝围观、评论。女神当日记话题微博阅读量高达131.4万。

## 镜头2：无往不胜的小区推广

5月18日，一场海陆空地毯式推进的小区推广全面展开。高温暴晒？喝几口水就能解决；业主猜疑？耐心解释就能解决；安保拦截？乔装掩饰就能解决……总而言之，没有推广人员不能解决的困难和僵局。周末，品牌老板带着孩子一起卖卡，小伙子穿上超人服，路人主动上前咨

## ■数据说话

2015年6月19日至22日期间，银座系统内百货类销售额突破3.97亿元，同比增长22.28%，毛利同比上升13.84%，济南区域百货类销售额突破1.78亿元，同比增长17.07%，毛利同比上升10.73%，再创销售佳绩！

## ■经验小结

由于人们消费理念的变化，顾客已经不仅仅满足于买到“便宜质优商品”这一基本需求，“购物体验”逐渐成为消费者选择购物场所的重要标准之一，如何从顾客服务、消费体验、活动创意、视觉品味等诸多维度上满足消费者日益提升的需求成为摆在我们面前亟待解决的问题。本次司庆活动的组织从一开始就定下了“顾客体验”与“优惠力度”两手抓两手都要硬的总基调，在商品促销方面保证商品优惠力度、品牌参与度全年最大的前提下，着重在能有效提升顾客体验的营销营销活动方面发力，通过“绿色骑行”、“儿童剧场”、“真人娃娃机”、“异域风情秀”等一系列落地活动，将银座19周年司庆营销真正打造成银座的“司庆月”，泉城的“狂欢节”。

## 时尚热点VS“接地气”营销

随着社交网络的普及，热点事件、热点话题的传播速度、影响范围较传统媒体正在以几何级数进行增长。如何更好地借助社交媒体力量？组织什么样的PR活动才能让目标客群乐于参与并愿意主动分享？如何通过活动分享吸引更多的客流到店……这些都是我们思考的焦点。

在此背景下，银座19周年庆的现场活动部分历经数次选题变更，最终落在了风靡全球的“真人娃娃机”项目上。首先此项目为济南市大型商业活动首次引进；其次“真人抓娃娃”的游戏形式与本次司庆“狂欢”主题调相契合；最重要的是，“真人娃娃机”这一概念精准刺激了“80、90、00”后这部分年轻消费群体，活动的宣传重点集中在“变身娃娃机爪子”、“把幸福牢牢抓在自己手中”等概念炒作，站在目标客群的角度上进行了情绪的宣泄，从而制造话题，形成了自发传播。

## “购物专车”服务升级

此次司庆活动的另一亮点是首次推出的“购物专车”服

务。长期以来司庆活动各门店冷热不均的问题始终困扰着银座的营销团队，同时也严重制约了区域整体的活动销售提升。一方面是顾客大量集中导致的购物体验下降，另一方面是相邻不远的同城门店客流不足导致销售冲刺乏力。如何扭转这一局面，使顾客在各家门店之间的流动更方便从而增加顾客的购买几率？“购物专车”的开通为我们找到了突破口。

银座百货租借了两辆15座“依维柯”，并环绕济南同城的洪楼、商城、玉函、八一，和谐五家银座门店制作了路线图，开通了“城际购物专车”，两辆车按此路线分别从西往东和从东往西对向行驶，顾客可以根据“专车时刻表”选择出行地。为了给顾客最大程度提供方便，两辆车从下午三点一直忙到了凌晨零点。

## 产业联动 合作共赢

本次19周年司庆活动还与集团内外多个产业单位进行了深度合作，真正实现了优势互补、互利共赢。在“绿色骑行”活动期间，百货业与“山东商报”进行了深度合作，借助商报的影响力吸引了众多骑行爱好者参与活动，同时商报也给予了大量的优质宣传资源，保证了活动的顺利

## ■数据说话

2013年临沂店完成全年目标的106.31%，同比增长8.83%。2014年，临沂店再次超额完成全年目标，同比增长10.22%。同样是受国内外经济形势影响，同样要面对周围商圈的残酷竞争，临沂店却悄悄实现了华丽转身。

## ■经验小结

面对严酷的市场环境和残酷的商业竞争，临沂店全体员工主动应变，群策群力，创新经营。先是强化品类优势，提升店格定位，同时引进功能项目，提高聚客能力。对于销售增长较快品牌以及销售过千万品牌，门店总经理会亲自到专柜送花给于嘉奖鼓励，业绩尤其突出的还会致信恭贺……经过近两年的调整提升、创新经营，终于逐步走出逆势上扬的大行情。

理想，得不到该品牌公司的重视。临沂店总经理代伟了解情况后，决定主动出击。在精心准备了相关品牌、品牌的销售数据分析后，代伟到公司登门拜访，不料该品牌董事长却以外出为由，两次拒绝会面！

每次被拒绝后，代总不急不躁请工作人员向他们董事长转达一句话：“没关系，我们还会再来拜访。”终于，在第三次登门时，该品牌董事长被代总“三顾茅庐”的执着和真诚所感动，同意“给十分钟的会谈时间。”在代总一番深入找出的市场分析后，气氛由开始的凝重逐渐融洽、轻松起来……原本十分钟的会谈渐渐延长到了一个多小时，该品牌公司当即改变了对临沂市场的偏见，并立即表态将对临沂店给予大力支持和配合。几次交流后，品牌公司董事长亲自到临沂店考察市场，并当场决定重新装修专柜，提升店格，增补货品……一番努力使得该品牌销售直线上升，并带动了周边品牌的销售增长。

## 策略三：员工忘我在一

临沂店自2013年初以来，积极探索新媒体营销模式，拓宽

开展；在集团外部，银座百货通过李宁、佰草集等品牌进行资源置换，不仅选手骑行衫、奖品由品牌提供，李宁公司更是邀请到马琳作为活动特邀嘉宾，使整体活动效果有了质的提升。

今年“司庆预付增值卡”与“银联钱包”相结合，通过“银联钱包”APP抢红包的形式，将争取到的银联资源补贴20万元创新应用于“银联钱包”APP，提升预付增值卡力度，最大限度吸引顾客。共计发放1760张，承兑949张。累计商场优惠，折上折的优惠大力度，极大刺激了顾客前来购物的欲望。

通过这种跨产业的深度合作，一方面大大节约了活动费用，同时还能使更多的优质资源为我所用，显著提升活动效果。

## 全心奉献 主动加班

“银座6.22对你来说意味着什么？”对于普通顾客而言，答案五花八门。但对于银座工作人员而言，他们一定会笑着告诉你“加班奉献呗”。正是有无数个这种乐观、积极、真诚奉献、奉献真诚的普通员工，才成就一次次的司庆销售高峰，也正是有一群这样的银座人，才使“6.22”精神熠熠生辉，永不褪色。

(乔冠东)

微信等营销平台，推出一系列具有阶段性、时效性及创新性的促销活动，如男士时尚节、皮革节、化妆节等等，同时，借力集团产业优势，联合鲁商驻临各产业成功举办了两届嘉年华活动，大大提升了鲁商及银座品牌在当地的美誉度和影响力。

一个又一个喜人的业绩背后，离不开广大员工的辛勤付出和努力。在临沂店近期的一次大型夜场活动中，负责现场指挥的策划科科长曲怀静陷入两难境地：一边是繁忙的工作现场需要人员调度，一边是家里只有四个多月的孩子嗷嗷待哺……为了兼顾工作与孩子，曲科长只好让老公开车带着婆婆和孩子一起到了活动现场。看见不停哭泣的宝宝，曲科长心里满是愧疚。但在急匆匆喂完孩子送定家人后，她又出现在活动现场安排夜场的演出事宜了。因为在那天，到处都是这样坚毅和忙碌的背影……在临沂银座，这不是个例，正是有了这些可爱的员工，才有了临沂银座让人骄傲的成绩。

随着万宝龙重装、欧米茄、GUCCI等国际品牌的人驻，临沂店将继续加快调整步伐，引进国际品牌，带动店格提升。据了解，目前周生生、香奈儿、娇兰、欧舒丹、玛丝菲尔、朗姿、例外、YMY已确定合作意向。BOSS、范思哲、浪琴等品牌也正在洽谈中。

(李鑫 孙学志)

## ■数据说话

5月30日，一个会被银座家居记住的日子，一天狂销3095万元的业绩，几乎创下了行业活动标杆。更重要的是，在这之前短短却又长长的15天推广期中，大家感受到了企业的凝聚力，感受到了团队的向心力，感受到了个人的归属感。

## ■经验小结

5月16日，银座家居“女神当日记”活动掀起了微信代言风：活动以女性为切入点，充分传播“爱家、爱生活”的理念，并邀请国民男神，以健康、阳光、帅气、暖男形象深入人心的陆毅倾情助阵。银座家居从贴近生活、接地气的角度出发，邀请公司管理人员王晚琳、吴蔚、刘洪波担任“代言人”，在朋友圈掀起一波点赞、转发热潮。银座家居趁势又向集团各产业发出邀请，银座百货、银座珠宝交易中心、银座佳驿、银座健身、鲁商置业等各位男神，女神都加入到代言队伍中。各媒体知名编辑、记者、驻场品牌负责人也纷纷倾情加盟。一时间，朋友圈被全方位、高密度、立体式刷屏。

询。员工生病，医务室里打上吊瓶，还不忘跟身边的人聊女神卡，一瓶点滴打完，成功售卡两张。如此毅力，如此决心，如此敬业，怎能不完美收官。

## 镜头3：且看朝会夕会

你看到这么这么强的执行力，却没看到这力量来自哪里；你看到那激情满怀的状态，却没看到这精神头来自哪里；你看到这纪律严明的团队，却没看到这荣誉感来自于哪里……你看到的很多，但没看到的更多。自5月15日起，每天早上8点30分—9点，银座家居北园店的后广场，中心店的东厅负一层，就已是绿衫军的身影。每天都一样的团队打造内容，每天都在递增的售卡任务，一次又一次的激发着每个人为着同一个目标深挖潜能。每天晚上6点—8点，银座家居的会议室里都是灯火通明，汇报当天的进度，点评当天的完成情况，布置第二天的工作任务，每一天都写工作日志，每一天都对比工作进度，每一天要将奖励和惩罚落实到位，敢问动力来自来自何方，且看朝会夕会。

方，且看朝会夕会。

## 镜头4：一颗超强大的心

一个优秀的电话营销人员，不仅要有动听的声音，流利的表达，还要一颗超强大的心，才能抵得过说挂就挂的电话，说被吼就被吼的对话。就在坏心情快要占据情绪的那关键一刻，室内挂满的正能量条幅，及时递上的水、桌上摆好的水果，一下子就化解了所有的委屈，撸起袖子，继续打，当然是，打电话。有时候，打到兴起，就站起来，说的兴奋，就走几步。于是，走廊里、过道上、楼梯间，无处不在的电话营销人员。那半个月，整个办公区都笼罩在一片热火朝天的售卡氛围之中。

## 镜头5：无微不至的关怀

说一点不辛苦，那是假的。披星戴月，早出晚归的，从营业

员到部门负责人，好几百口子人都一心扑到销售上，不推诿，不扯皮，就是那句每天都要说一遍的话：“没人负责我负责，有人负责我执行”。可是辛苦这么久，竟也没觉得累，是大家全心全意的精神鼓舞着彼此，也是后勤组无微不至的照顾让团队补给及时，体力充沛才能奋勇向前。

## 镜头6：精彩纷呈异业合作

如果说女神当日记活动的成功是靠每一个家居人的付出，那活动当天的出彩，要感谢兄弟产业的鼎力相助。银座健身激情似火的热舞演出，引得尖叫声声此起彼伏；银座珠宝交易中心的女神走秀，更是惊艳四座，掌声连连。旅游景点线路赏析、免费美容、美甲，让女神Party的现场人气爆棚。即使前去之路荆棘遍布，我们仍要一路向前，为目标、为理想，为我们志比金坚的团队。

(谭凯)



【编者按】

集团目前正处在体制改革和结构调整的关键时期,寻找新的利润增长点当前集团急需突破的工作领域。养老产业作为一个新兴的朝阳产业,已经得到了集团上下的一致认可。养老产业的发展既可以对房地产业产生重要的推动作用,也将给医疗、教育、旅游、零售、金融等相关行业的发展提供新的契机,其行业自身在未来拥有巨大的市场潜力,也必将为集团带来可观的经济效益。

# 暮年之困 假如我们老无所依……

## ——集团健康养老产业发展探索

背景介绍>>>

为充分发挥集团地产、医疗、旅游、教育等较为齐全的产业链配套优势,集团于2014成立了养老产业工作小组,在充分调研的基础上,积极探索适合国情需要、符合集团战略的养老地产开发模式,提出了以养老地产和养老服务为切入点,打造专业化养老产业发展平台的发展方略。在集团的全力推动下,鲁商福瑞达健康投资有限公司应运而生,它肩负着整合集团各产业资源,形成养老产业集群,打造鲁商福瑞达养老品牌,占领全国养老产业制高点的战略使命,是集团为将来持续发展打造的全新利润增长极。

## 1 战略定位

为尽快搭建养老产业业务板块,鲁商福瑞达作为运作主体,根据集团的统一部署,确定了整合集团资源,“医养护”结合打造省内第一、国内领先的“鲁商福瑞达”健康颐养品牌的战略定位。

在养老地产方面,吸取借鉴万科成功经验,充分挖掘利用现有项目的商业配套资源和公共配套资源,将合适的商业配套改造为养老公寓,将合适的公共配套改造为项目养老服务中心,在不增加项目总

投资的情况下,通过产品改变增加产品卖点,降低配套商业风险,增加优质自持物业,为地产业的持续盈利奠定基础。同时,以养老服务为特色,增加拿地砝码,增强拓展能力。参照商业地产“商住比”和“持售比”的控制理念,做好养老地产业态比例和持售比例的控制。养老地产打“医养护结合”概念,普通住宅打“健康”概念,整体项目打“全龄社区”概念。做到市场形象清晰,地产定位明确,增强地产项目

的溢价能力,加快产品去化速度。在养老服务方面,以轻资产发展为主,借助齐鲁医药学院、商职学院的医护及教育资源,特别是医护人员培养输送优势,适时与国内及省内知名医疗机构合作,打造省内第一、全国一流的“鲁商福瑞达”健康颐养品牌。居家服务以老年人、残疾人、病后、术后康复群体为主要服务对象,开展术后康复、慢性病康复、卧床康复、康护训练和疾病干预康护等服务,充分利用

齐鲁医药学院护理专业的培训优势打造专业化服务团队,主打齐鲁医药学院附属医院主办护理机构概念。居家服务定位中高端,追求品牌与利润同步。社区服务主要以运营各项目的老年人服务中心为主,定位公益性质,主打品牌,适当追求利润。

在产品线划分方面,将养老服务业划分为安养中心、养老公寓、居家服务和社区服务四类产品线。其中安养中心和养老公寓同属于

链接>>>

## 幸福之城 鲁商养老地产开山力作

作为集团养老地产的开山之作,“鲁商知春湖”项目肩负着树形象、打名片、建模式的重任,集团上下对其倾注了大量心血,项目选址在我国四大温泉区的临沂汤头。在两年多的筹备期内,项目团队先后考察了几十个国内外养老地产项目,聘请国际知名的阿特金斯担纲设计,并与国际知名养老服务业品牌开展合作,全力打造一座颐养天年的幸福之城。

“鲁商知春湖”项目占地约3000亩,以健康养生养老及休闲度假为主题,充分整合集团各产业资源,发掘汤头温泉文化与旅游资源,致力于打造集健康养生养老、休闲度假等多种功能于一体的综合性项目。作为山东省健康地产典范项目,“鲁商知春湖”项目将珍稀温泉养生资源和现代养生养老设施配套进行有机结合,将成为山东温泉休闲度假的示范性基地,先进的养老机制的引入,使该项目成为山东首个关怀亲情社区。

健康养老养老服务,构建以“社区为主、居家为辅、机构为支持”的多层级照顾服务体系。“鲁商知春湖”项目紧邻临沂温泉疗养院,该院是集“康复治疗、综合医疗、健康管理、职业教育、温泉度假”于一体的现代综合性医院。项目采用与疗养院无缝对接的就医模式,充分依托疗养院的设备和专家,实现社区居民的全天候医疗服务,充分保障社区老年人就医的便捷及治疗的可靠性。在配套设施方面,集团将发挥多产业集合优势,联动医药医疗、医护教育、酒店、零售、金融等多类产业,构建养老产业带动的产业集群。包括养老社区医院与健康基地、养老高科技医药产品研发、机构运营与物业管理、老年旅游康体娱乐文化休闲、养老医护教育与人才储备、老年金融电子商务服务、老年农食用具开发相关服务配套体系。



他山之石

## 探索适合国情的 养老地产开发模式

养老地产发展势在必行,国内外养老地产的案例和开发模式有很多,哪种模式更适合中国的老年人?先看一下以下几种开发模式的特点。

美国太阳城模式

销售获取利润,依托城市医疗

美国太阳城是世界上著名的专业老人居住和疗养社区,社区面向55岁以上的老人,满足其特殊的生活、交往、活动等需求。除亚利桑那州的太阳城配有大量的配套设施外,多数太阳城配套设施适合健康老人活动的会所和户外运动的项目,没有医疗、护理等的设施配套。美国太阳城主要依赖社区等所在城镇提供的大市政基础设施,一般位于郊区,项目占地大,容积率低,以住宅产品为主,精装修,房价具有竞争力,有专为社区服务的商业中心,兼具旅游、度假等功能。

日本港北新城模式:

产品混合设计,突出自助自理

日本港北新城是日本社区嵌入式养老地产的代表,此项目由开发商建设,政府征用,通过专业公司运营。港北新城模式,参照西方发达国家的开发经验,又注重日本本国孝敬老人的传统,形成自己独特的老年社区模式,主要提供具有养老性质的复合型住宅产品,突出老年人的自助自理,通过先进的物联网和高电气化技术,满足老年人日常生活的最基本需求。通过完善的配套设施,优质的针对性服务,满足老年人在健康和精神方面的需求。通过将老年人住宅产品与其他租售性质的住宅产品进行混合,使老年人生活的社区更加活泼多彩。

台湾长庚养生文化村:

关注生活体验,突出养生主题

台湾长庚养生文化村的土地为政府福利划拨,住房出租分长住与试住体验。长住服务还包含健康照护、紧急救护、公共设施维修、社团活动等。长庚养生文化村规划建设了果园区、野趣农园区。果园区配合季节性栽种各种水果,提供住民采果及观果的乐趣。养生村内的健康服务内容包包括:设立社区医院,提供居民特约门诊、康复及照顾护理等医疗服务;配备专业人员,提供周详用药管理服务;制定个人健康计划,并提供养生处方,建立个人健康资料库;设置全天候监控中心并结合长庚医疗体系,确保高效率的紧急医疗救护,为养生村民提供全方位的健康保障。

写在后面:

东西方养老模式的主要差异在于文化观念。西方文化追求“独立”,倡导社会养老,养老住宅多为老年社区和老年公寓,模式追求规模化,服务具有同质性,通过完善的配套与功能划分,将建筑元素集合处理,让老年人住区不显孤单。东方文化注重发挥传统文化尊老爱幼的风尚,提倡家庭赡养老人,多为自住型老年住宅和老年公寓,在服务方面除了提供各种医疗、文体娱乐等服务外,能够享受到子女的照顾,享受天伦之乐。这种混合年龄住区,加强老人与社会的交往,更加人性化、亲情化。

我国现阶段尚未进入到细分老年住区开发市场,中国人的传统决定了居家养老更适合中国国情,因此养老社区中的生活人群应该是复合的。开发养老地产不只是买房子,开发企业要真正实现转型,需要探索如何在养老地产中配合必要的医疗型养老设施、专业的服务和护理人员,需要探索如何提高养老地产专业服务的精细化水平,实现养老地产生产、医、养、疗功能的复合。在产品方面,针对同一住区内的居住人群,提供不同的产品,在老年人从健康活跃老人向半护理、全护理老人转变过程中,功能空间具备调整的可能性和空间的可变性。养老地产的产业链,不仅应包括老人专用的设施设备、生活用品、医疗、康复、护理、家政服务,还应包括老年大学、金融服务等环节,探索除了产权销售和会员制方式外,养老地产发展的多种盈利模式。在发展规划中,以养老地产为养老产业的利润中心,实现由前期养老服务业辅助地产业,向后期以养老服务作为整个养老产业的利润中心的过渡。

## 2 发展规划

长者养老服务、长者医疗保健、长者旅游、养老地产、老龄用品业和老龄金融业,将是养老产业的六个板块。目前市场切入点主要包括长者养老服务、长者医疗保健和养老地产三个方面,这三个方面既相互区别又相互联系。养老地产业是“重资产”投资项目,主要是对养老项目的开发和运营。长者养老服务与长者医疗保健则属于“轻资产”投资,主要以养老运营机构的管理为主,以机构服务和居家(社区)服务两种方式,为健康、半健康和失能等各类老年群体提供照护、健康管理、教育、消费等不同层级业务。养老地产和长者养老服务、

长者医疗保健又互相提供支持,良好的长者养老服务、长者医疗保健品牌为养老地产的开发运营提供基础支撑,为普通地产增加卖点和溢价能力,提高去化速度,养老地产业的发展又为养老机构的发展提供硬件平台。

在养老服务业方面,利用集团闲置资源,通过现有资源进行改造,建立养老服务机构基地,将机构养老作为切入点。首先,与一卡通、银座VIP卡结合开展类金融服务。探讨与互联网金融相结合支持养老产业的发展。其次,聘请国内外知名养老机构作为顾问公司,树立“鲁商福瑞达”品牌形象。第三,整合医疗资源,

与本省的省立医院、齐鲁医院等知名三甲医院及北京、上海等地的著名专科医院进行合作,建立养老机构内设医疗机构的合办或托管机制,建立与这些医院直通的绿色通道。第四,以机构养老为依仗,轻资产启动,以连锁化模式快速发展居家服务和社区服务。一方面对集团自己开发的已建成小区内的配套公建进行改造,使之成为开展社区服务和居家服务的依托场所或服务基地,另一方面在新建普通住宅类开发项目中积极植入养老服务中心、日托中心等设施。第五,配合养老机构、社区养老服务中心等养老机构的运营,积极拓展向外部

养老项目的管理输出。第六,积极占领政府采购和养老机构办民营改革的市场,整合集团内的齐鲁医药学院、福瑞达医药集团的资源,与政府组织、知名社会公益组织和知名医疗机构等社会资源开展合作,成立“鲁商·福瑞达生命健康研究院”,以专业极致服务树立顶级养老服务品牌。

在养老地产方面,首先,建立康复医院、生命健康研究院、老年大学、健康俱乐部、生态农庄等养老地产项目的标配模块,尽快实施典型项目带动战略,树立养老地产品牌。其次,以典型项目和标配模块为愿景推销,依托养老服务,进

行项目拓展,对符合养老地产业态比例、“持售比例”和利润率等商业模式要求的地块实施综合投资开发。第三,积极拓展与险资企业、投资机构代开发和定向开发等轻资产开发。第四,积极介入REITs试点,争取早日将持有物业包装上市。第五,积极利用集团内的闲置资源开展小规模城中养老地产的改造与开发。

在延伸产业方面,适时介入老龄产业园开发和老年用品生产或代理销售。在老年社区服务中心或养老公寓、养老机构中,建立适度规模的老年生活体验馆,集中展示老龄用品,打通产品供需两端的隔阂。

## 3 盈利模式

借力养老地产开发模式的探索和研究,推动鲁商置业开发模式转型。盈利模式的转型不可能一蹴而就,目前整个养老产业特别是养老地产的盈利模式尚不清晰,纯养老地产投资风险依然较大,在市场出现新兴趋势时,结合鲁商集团的平台资源优势,借助互联网思维,能够帮助我们驶出竞争的蓝海。

帮助用户思维是互联网思维的核心和根本,互联网时代的一切商业活动,都以用户为中心来展开。养老地产开发要以老龄群体的需求

为根本,让老人自己参与到养老产业建设之中,通过参与和体验,获得存在感和成就感。

极致思维,就是把产品和服务做到极致,把用户体验做到极致,超越用户的想象和预期,让用户在享用产品和服务过程中产生超过满意、超越惊喜、超乎想象的感受。养老地产的极致思维,就是用极致的适老服务给老龄群体以极致的参与和体验。

流量思维基于用户数量不断增加并达到或超过某一临界点,用

户数量就具有商业价值。养老地产的流量思维,可以基于老龄群体用户需求,开发出简约和极致化的产品或服务,快速推向市场并免费让老龄用户使用和体验,然后不断更新迭代产品和服务,吸引更多的老人形成不断上升的流量,最后伺机寻找其他赢利点。

社会化思维基于社会关系的链式传播效果,将分散的社会资源和能力整合在一起,用大众的智慧和资源解决问题和生产产品。养老地产的社会化思维,就是针对养老产

业发展模式,利用众筹模式募集资金,设计养老产品和服务,然后利用互联网的波模式传播效应,和老龄群体的口碑相传进行社会化营销,最终形成社会化养老的新模式。

数据是有价值的,可以成为企业的一种资产。通过对数据进行分析提炼,就可以获得有价值的用户需求,进而发展成新的商业机会。养老地产的大数据思维,通过搜集老龄群体和与其相关的关联体的所有信息、行为、分析提炼,形成新的商业突破点。

互联网时代是开放的平台时代,平台各方相对独立又互相影响和相互依存,设计好的平台氛围和机制,吸引核心主体进入平台,并不断扩大核心主体的规模。养老地产的平台思维,就是构建一个以老龄群体为核心主体的多方共赢平台,设计和打造适宜老人的补贴机制不断吸引老龄群体进入平台,然后找到平台的盈利模式,再对养老平台进行持续更新迭代,使养老平台持续健康发展。



【编者按】

集团一直秉持将员工素养提升与企业发展相结合的思路,将培训视作企业发展的源动力之一。据此,鲁商学院围绕集团干部培养目标、理论素养要求、岗位能力标准、专业知识结构等要点,遵循“学以致用,服务鲁商”的宗旨,在总结前期培训实践的基础上,逐步摸索出一套符合集团干部队伍实际情况的课程体系,并在具体培训组织实施工作中贯彻落实。

# 培训,是企业给员工最好的福利

## ——鲁商学院扎实做好企业内训

目前集团各产业内训师共1414人,内训课程1726门,其中中层以上内训师225人,内训课程283门;中层以下内训师1189人,内训课程1443门。基层培训点随着企业的快速发展,已达到250多个,且年增速在10%以上。

### A 多途径强化培训管理

#### 1 建立三级培训组织管理体系

为保证集团培训工作的顺利开展,促进培训各项活动的如期举行,提升培训的实际效果。2014年初建立了鲁商学院、次集团培训分院、基层单位培训点的三级培训管理体系。根据集团、次集团、基层单位的经营管理体系,明确鲁商学院、次集团、基础单位培训部门三级培训主体各自的培训对象范畴,完善分院的组织架构,组建分院的培训管理体系,明确培训职责。鲁商学院以集团高、中层

管理人员的通用管理培训为主,包括集团储备的后备干部。次集团分院以培训中、基层管理人员的通用管理培训与业务技能培训为主,包括次集团各自招聘的新入职员工的岗前培训。基层培训机构以培训基层、新入职员工岗前培训为主。完善培训工作的组织体系,是做好培训工作的组织保证,建立和健全培训工作的管理体系,明晰三级管理体系的职责和任务,是做好培训管理工作的基础。

#### 2 优中选优的内训课程评选

为保证集团培训工作的顺利开展,促进培训各项活动的如期举行,提升培训的实际效果。2014年初建立了鲁商学院、次集团培训分院、基层单位培训点的三级培训管理体系。根据集团、次集团、基层单位的经营管理体系,明确鲁商学院、次集团、基础单位培训部门三级培训主体各自的培训对象范畴,完善分院的组织架构,组建分院的培训管理体系,明确培训职责。鲁商学院以集团高、中层

管理人员的通用管理培训为主,包括集团储备的后备干部。次集团分院以培训中、基层管理人员的通用管理培训与业务技能培训为主,包括次集团各自招聘的新入职员工的岗前培训。基层培训机构以培训基层、新入职员工岗前培训为主。完善培训工作的组织体系,是做好培训工作的组织保证,建立和健全培训工作的管理体系,明晰三级管理体系的职责和任务,是做好培训管理工作的基础。

链接

内训课程评选的积极效用

开展这一活动旨在鼓励和推动中高层管理人员深度总结,提炼自身管理经验,将其转化为培训课程,并以此为载体进行分享。此外,集团各产业多年来积淀的一些优秀、通用性的管理经验与智慧,值得在全集团范围内以培训形式进行推广。通过优秀内训课程的评选,实现了集团培训资源和产业发展的有效整合,提高了课程开发的积极性和参与度,同时推进了集团内训课程的收集和编选,也为整理汇编集团培训教材奠定基础。

#### 3 培训形式创新:“总经理荐书”主题阅读活动

为适应当前经济发展新常态的新思路,助推集团转型升级,改革创新和实施“四大工程”,拓宽和提高集团中高层管理人员的视野和境界,鲁商学院策划了以“品味书香,悦读人生;学以致用,筑梦鲁商”为主题的“总经理荐书”阅读活动。此次荐书活动参考了近年来出版的图书,经过认真筛选,确定了《大数据》、《重生战略》、《领导力与领导艺术》、《大清相国》四本书目。

为适应当前经济发展新常态的新思路,助推集团转型升级,改革创新和实施“四大工程”,拓宽和提高集团中高层管理人员的视野和境界,鲁商学院策划了以“品味书香,悦读人生;学以致用,筑梦鲁商”为主题的“总经理荐书”阅读活动。此次荐书活动参考了近年来出版的图书,经过认真筛选,确定了《大数据》、《重生战略》、《领导力与领导艺术》、《大清相国》四本书目。

链接

阅读中的力量

阅读是自学、自省的重要方式,荐书活动实质上包含了由被动参与培训向主动阅读学习的转变。引导集团广大干部员工树立终身学习理念,养成崇尚读书、自觉读书的良好习惯,把自我充实、自我完善、自我发展和推动集团科学发展有机结合起来,不断增强学习能力、实践能力和创新能力,为集团科学发展作出更大贡献。

#### 4 多形式多渠道开展培训需求调研

为做好集团下一个五年培训规划及明年培训计划,增强培训工作的针对性和实效性,建设一支既符合集团人才发展需求,又灵活应对市场经济发展、综合素质不断提升的管理人员队伍,鲁商学院在集团中高层管理人员(中副二级及其以上职级人员)、培训合作单位、相关培训专家及培训师等各层面广泛开展调研,重点了解企业转型升级、改革创新、干部队伍建设等培训热点需求。

调研将在集团内外并行铺开,对内拟采用领导访谈、座谈交流、问卷调查、专题讨论等多种途径,将重点调研与广泛征询相结合;对外充分运用好三微一素平台,通过交流学习、专家咨询、合作机构深度沟通等方式进行。

2015年上半年,学院合理安排培训课程,聘请国内知名教授或专业培训师进行授课,共组织了一期中高层管理人员专题培训,三期中层管理人员培训班,两期内训师培训班,以及一期培训管理人员培训。培训过程中老师学员互动积极、发言踊跃;学员学有所获、满意度高。

### B 2015培训课程回顾

#### 1 课程回顾之:“转型:‘互联网+’时代的挑战与对策”

2015年5月18日,来自集团总部及各产业次集团的180多名中高层管理人员参加了以“转型:‘互联网+’时代的挑战与对策”为主题的第一期中高层管理人员专题培训,主讲老师是中国移动互联网转型研究中心主任、清华大学X-LAB创业导师沈拓老师。

沈拓老师对移动互联网时代商业模式转型、经营思维的改变、商业服务生态体系的建立、组织结构的优化与解放进行了系统分析,运用大量案例说明基于互联网、大数据背景下的传统企业,在整个价值链的每一个环节都存在着巨大的商业潜力,描述了未来“互联网+”时代消费者生活方式的改变以及蕴藏的机遇与挑战。这次培训对集团中高层管理人员增强互联网意识和思维,探索互联网背景下新的商业模式、服务方式,激发经营创新、管理创新的内生动力,促进企业的转型升级和未来发展具有积极意义。

#### 2 课程回顾之:“中层管理干部培训班:高效执行力”

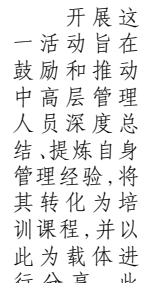
4月20日至24日,鲁商学院举办了2015年度第一期中层管理干部培训班,来自集团总部及下属各产业的43名学员参加了此次培训。本次培训以“高效执行力”为主线,以人文素养与实用管理课程为基本内容,进一步增强了中层管理干

部的学习力、执行力与创新能力,继而提高企业人力资源的核心竞争力。通过培训,开阔了学员们的视野,激发了学员们的创新思路,学员们普遍认为培训内容非常实用,会对今后的工作以及职业生涯的发展有很大帮助和影响。

学员心得摘选



百货洪楼店 卢炳华



泉城大酒店 吴晓勤

我有幸参加了2015年鲁商集团第一期中层干部培训班,在这里结识了来自集团不同产业的同事。在充满紧张、乐趣、友情的学习环境中愉快地度过五天的学习时间,在这里收获了知识,收获了友情,分享了经验,也留下了深刻的印象。

在学习中我更深入地体会到管理的艺术,有令必行的执行力在打造卓越团队中的重要性和必要性。我认为团队首先必须有一个明确的目标;其次团队成员之间必须要有有效的沟通和角色的认识;第三团队成员要有强有力的执行力,成员之间必须要下一心,有劲往一处使,才能最终达到目标。

#### 3 课程回顾之:“内训师工作坊”

2015年3月和5月,集团所属各产业的80名内训师,分二批参加了鲁商学院组织的内训师培训。

专业性性和实用性的培训要求。参训学员的专业素养和技能得到了明显改进和提升,这将有助于提高企业今后的内训效果,并将对企业的经营管理和改革发展起到积极的促进作用。

学员培训感悟摘选



东营银座商城 牟晶

万事皆分道与术,通过参加此次内训师培训班,领会了集团组织内训师培训内在“道”的含义,学习了教学中需掌握的“术”的技巧,是全面提升自身素养的重要机遇。



银座家居 孙永胜

授课老师的语言精炼,妙语连珠让人耳目一新;展示的课件,重点突出,层次分明,让人一目了然;整体课堂气氛控制得好,情绪调动得当,让人赏心悦目;提供的案例匹配课程内容而又具有时效性,让人能够过目不忘。李老师用自己的课完美地展示了一名优秀内训师的形象。

原以为内训师培训是枯燥乏味的,但培训老师的课程如此生动、精彩,以致四天的课程却过得如此之快。此次培训令我受益匪浅,概括而言,有如下感受:①“授人以鱼不如授人以渔”,内训师不是具体事务的处理者,而是一种工作方法的传授者,他可以给参训者以启迪,引发其对工作方法、效能的深思。

大道至简,对于我来说,用脑拿出一份优秀的课件,用情讲好每一堂课,用心提升每一名学员的综合素质,就是我一名内训师对集团的庄重承诺。

②企业内训更应注重培训成果转化,无成果转化的培训只能是知识的增加,并不体现核心价值。此次培训,更加坚定了我成为一名优秀内训师的信心。

#### 4 课程回顾之:“延安精神”

2015年5月30日,集团43名中高层管理人员赴中国延安干部学院培训,6月4日学成结业。

义,对于促进和提升集团中高层管理人员的思想素质、领导艺术,增强干事创业的意识和能力,打造一支素质高、作风正、能力强的企业管理干部队伍将会产生深远的影响。

本期培训历时5天,培训形式分课堂讲授和现场专题讲授两大模块,通过严谨规范的教学组织,具有时代新意的课程设置,立体生动的教学方法,使学员们在这里感悟和体会共产党人的精神财富——“延安精神”,在情感共鸣中实现了思想的认同、心灵的净化和境界的提升,同时也帮助学员深刻理解了其当今的时代价值和现实意义。

学习结束前,全体学员分组进行了认真讨论,每位学员都对自己此次学习的收获所感进行了总结。在小组交流发言中大家纷纷表示,第一次参加系统的党性教育、领导艺术为主的培训班,对党中央在延安13年的历史和延安精神有了较为直观、深刻的了解,获益匪浅。

转化和应用培训成果,是培训工作的出发点,也是培训工作的落脚点。在每期培训方案的设计中,鲁商学院对转训和转化成果都做了明确的要求,也得到了各产业的积极响应。

### C 践行学以致用,转化培训成果

#### 好培训引发行立足实践的大思考

2015年6月底,学院组织集团中高层干部经营管理研修班赴浙江大学进行学习,这是继去年以来第二期赴浙大的中高层管理干部专题研修班。本期研修班以“企业转型与创新”为主题,历时五天,由集团委市学总经理带队,来自集团各单位的近50名中高层管理人员参加学习。

了改进工作的思路 and 措施。

本次学习就“企业转型升级与管理创新”在集团各产业引发大家的广泛思考与探索,各产业领导高度重视,安排专题会议进行分享交流或集中讨论。中层管理人员针对培训内容提出自己的见解及应对措施和大家进行分享,通过以上措施,加快了培训内容的转化,为促进集团各产业改革措施的尽快出台提供了良好的契机和氛围。

较高,能够结合自身工作岗位遇到的问题提出解决的办法与思路。在今年结束的培训中,鲁商学院已收到学员的工作研修报告共计160余篇,对集团的改革创新、转型升级提出了许多有益的建议。

参训学员依据学以致用原则,对学习内容进行认真细致的消化吸收,已完成35篇研修报告,提出了集团层面及产业层面的改革创新、转型升级等方面的建议,结合本职岗位工作提出

#### 研修报告见真章

培训各班次参训学员工作研修报告质量

#### 培训专刊意趣多

培训过程中学员自己编辑制作的培训专刊,汇集了参训学员的学习体会以及班级活动的精彩瞬间,既是对培训期间的一个记录和总结,也是促进学员团结协作,加强沟通的一个重要途径。

结语

古人训,“工欲善其事,必先利其器”。在培训工作的实践中,鲁商学院深深地认识到,只有不断提高中高层管理人员的综合素质,掌握先进的管理理念和管理工具,并带领全体员工共同努力,才能积极适应新常态,努力实现新发展。鲁商学院将不断探索现代企业培训规律,建立完善师资队伍体系和培训课程体系,提供周到细致的培训服务,为配合集团全面深化改革创新工作做好智力支持和服务保障。

鲁商学院 刘家文





编者按

6月5日,鲁商集团品牌沙龙第六届“知了会”如期在长清青少年活动拓展中心举行。本次活动由鲁商置业承办,以新媒体在房地产营销中的应用为切入点,围绕集团应对新常态下的转型探索,各产业的“知了”们集思广益、头脑风暴,分享了许多新理念、新经验,知识分享的过程中,穿插进行的各种小游戏,更是把活动推向一个个高潮。

# “知了会”,随夏而至……

随着上半年房地产政策叠加效应的显现,房地产市场呈现回暖上升趋势,在新开工量持续下降的情况下,现阶段房地产销售重点仍然是库存去化。

另一方面,随着“互联网+”和社区O2O的崛起,庞大的业主群成为开发商手里最为宝贵的资源之一,深耕社区服务市场,实现从开发商到服务商的转变,正成为众多房企在白银时代的生存法则。

## 鲁商置业: 持续增强服务意识

### 以销售为重点 加快资金回笼

鲁商置业将下半年定为“滞销房源去化及历史欠款清收季”,成立专项工作小组,目标到人、层层落实、加强调度,确保实现销售与回款的突破。同时,项目上坚持客户导向,增强服务意识,重点做好前期项目市场定位,及后期客户服务和客户关系维护,实现由单向销售向全过程服务管理的转变。通过租售结合的方式,鲁商置业逐步提高公寓、写字楼等产品的销售,并引入途家网、WeWork等资源,共享新概念,对目前闲置的公寓、写字楼等物业充分利用,租售结合,加快滞销品去化。

### 以发展为导向, 扩大土地储备

鲁商置业优化区域布局,以济南、青岛为核心城市,增加项目数量,巩固扩大公司在区域的品牌影响力和话语权;对北京、上海等一线城市,加大考察力度,择机进入;对省内三、四线城市,重点选择核心区域的优质项目。将土地储备纳入计划管理,制定新项目拓展专项计划,对新项目的数量、区域、规模等提出具体要求,并纳入考核范围,提高全员拓展新项目的积极性。再是增强市场化拿地的能力,逐步形成以招拍挂为主的拿地方式,实现与市场接轨。

### 以效益为中心 落实成本管理

首先是加强项目定位对设计的指导作用,增强设计与市场的衔接,通过成本倒逼的方式设计产品方案,控制好项目成本的总开关,并落实到后期各环节。其次,执行项目开发全过程的成本控制,大力提高成本管理的前置性,在项目拿地阶段即确定目标成本,并贯彻到始终。同时,鲁商置业依据当前市场形势及集团战略调整,重新研究现有待开发项目商业销售与自持比例及开发节奏,提高销售比例,减少项目自持比例,大幅降低沉淀资金,减少资金占用。

### 以创新为引领, 实现“互联网+”的融合

目前,鲁商置业正全力构建“鲁商智慧社区大平台”,与知名的互联网公司合作,在新项目中全面引入“智慧社区”概念,通过微信公众号、手机APP客户端等新媒介,大力开展社区O2O,为客户提供生活便利、健康管理、物业管理等增值服务,实现服务升级,增强客户粘性。

同期,鲁商置业还探索“地产+金融”模式,利用集团金融平台,在新项目销售中实行首付分期,在酒店建设中探索运用众筹的方式,进行提前认购,减轻客户前期资金压力,以产品定制增强项目竞争力。



会场全景。



下一届知了会的交接棒传递到银座超市手中。



小游戏贯穿活动始终带来笑声无数。

## 话题一

### 向产品营销回归 向互联网渠道整合

随着产品工业化、渠道渗透化、传播品牌化趋势的不断推进,“知了”们意识到不仅仅是房地产,其他产业、产品的营销方式也已经从过去的产品、价格、质量的营销转变为向高效、简洁、极致的产品营销回归,传播渠道出现明显的互联网整合的趋势,单凭一种或几种营销手段的刺激难以达到预期的效果。

## 话题二

### 品牌策略和商业策略的平衡

在营销传播中是重视品牌策略还是商业策略,还是二者兼而有之?两个策略的混淆造成产品、销售、客服、广告的脱节,增加沟通成本。“知了”们认为,在产品营销中,应重视“鲁商”、“福瑞达”、“银座”等品牌培育和美誉传播,在一个房地产项目开发完毕之后,在消费者享受集团各产业服务的同时,将客户资源、数据资源以及顾客对企业的信任度等沉淀到集团所属知名品牌上,转化为集团的无形财富。

## 话题三

### 重视“微交互”

“知了”们通过分享总结出,营销者与消费者之间的营销互动不是一蹴而就的,而是往返多次的反复过程。消费者对营销者传播的产品感兴趣,营销者对消费者信息进行甄别,消费者在营销平台上购买和分享,营销者对购买行为进行评估和反馈……经过多次的互动,最终消费者成为产品的忠实粉丝,并对产品进行分享。我们应该挖掘的,是营销者和消费者经过长期交互培养出的客户粘性所带来的价值,而长期价值需要在营销工作中关注细节,重视“微交互”。

## 话题四

### 用互联网思维打造“平台”

打造平台是指依托集团优势资源,打造一个包括产品、销售、客服、传播四个基本维度的交互平台。通过平台互动,收获客户数据,使得研发有支撑,产品有亮点,品牌有根基,粉丝能信赖。发挥平台的渠道拓展功能,开阔拓客渠道,带动全民营销,扩大参与群体。在客服方面,加强客户维护与互动,及时监控受众状态,提高客户粘性。平台还可以加大传播范围,提升传播效果,增强市场和客户关注。

地产新玩法:

## 当“云端”遇见“众筹”

今年六月,高达606米武汉绿地中心将与中国第一家专业房地产众筹平台“众筹网金”联手推出“世界第三楼,中国第一筹”武汉606绿地中心项目众筹计划,总金额高达1亿元人民币。

众筹启动后,武汉绿地中心606项目同步登陆众筹网的官方网站、微信公众号及绿地房产通微信公众号。其中,武汉绿地中心拿出整整一个楼层作为众筹标的物,并由众筹网金分期推出。第一期认购的总额在1000万元左右,份额单位为606元,六份起售,即最低购买金额为3636元,而每个人最高可购买606份,即上限为367236元。

本期产品完成认购后,众筹资金将由资产公司在招商银行设立的托管账户按照合同约定支付给绿地武汉606项目组,并将第一期的房产所有权确权到资产管理公司的名下,由资产公司为所有众筹人代持。在18个月内,资产管理公司会在合适的机会以合理的价格转让上述房产,得到的销售房款将按出资比例返还给参与众筹的出资人,包含众筹的原始出资与后期产生的溢价部分。从上述模式来看,参与武汉绿地中心众筹计划的投资者,恰将该项目看作是一种具有高预期回报率的理财产品,而这也是目前国内房产众筹产品中最常见的类型。

其实,武汉绿地中心并不是武汉第一个众筹的写字楼项目。2014年,全国首个写字楼众筹项目——钰龙时代中心在武汉青山落地。客户通过线上或现场报名后,交1万元众筹保证金,即可获得参与两套半价房源的竞拍资格,5折起拍,价高者得;两套房源的竞拍溢价部分将平均分配给活动参与者。参与众筹的人数最少200人,最多不超过450人。其溢价分红收益部分由最终参与活动的人数决定。

无论是钰龙中心还是绿地中心的众筹,客观说,主要作用不是撬动项目的开发,更多是想通过这个活动引发市场关注。

众筹网金的目标是希望把Fundrise的成功路径在中国庞大的房地产和互联网市场重新复制并更接地气。但从实质效果上看,绿地中心的这一次众筹更多体现在对项目营销推广上,对项目的资金或开发方面的影响不大。而对于能否复制Fundrise众筹重建纽约世贸大厦的成功,有专家指出,“中美两国在税收、租金等制度方面的不同,从根本上决定了这种众筹模式无法在国内大规模铺开。”

## Fundrise: 100美金做地产

Fundrise是一家总部位于华盛顿的新型社区房地产企业,成立于2010年,致力于将闲散社会资金整合进入社区地产投资,让社区居民以持股的方式参与社区建设。迄今为止,Fundrise已经成功通过互联网众筹,在全美24个城市进行包括住宅、商铺、酒店、混合业态等地产开发项目,目前第一批项目已经开始向社区股东分红。