

土著猫联合创始人、水融石（厦门）数字科技有限公司 CEO 任振广分享的主题为《跨界融合聚势突围数字新媒体+新零售商业模式创新》。从新零售、新经济、新营销、新媒体等多角度为解决目前零售的痛点、新营销手段的使用提供了参考。

北京俄丽娅清真食品有限公司总经理杨继皓分享主题为《“一带一路”清真产业发展前景》，强调“一带一路”为我国清真食品产业提供了难得的机遇，清真食品应借此契机加快“走出去”的步伐。

杭州清致商业空间设计公司总经理孙致明演讲的主题为《零售业最后一公里很拥挤》，从社区商业这一新业态目前的发展状况、存在的问题、急需解决的痛点及社区商业今后的发展提出了建议。

斑马快过（北京）智能技术有限公司董事长丁帅分享主题是《新零售时代下的智慧农业》，从我国零售发展分析、零售终端大数据应用介绍和斑马零售+智慧农业三方面讲解。

北京腾赋网络科技有限公司南方区域总监李荧分享的主题为《提升全渠道订单提高门店销售助力新零售业务订单增长》。其产品牵牛花软件是以新零售业务为场景，打通线上线下，实时连接各个线上平台产品和实体零售商原有的各种 ERP 系统，让商品、库存、订单实时同步和互联网产品无缝对接，同步升级，确保业务流程顺畅、高效运营。

课程结束后，嘉宾与企业代表进行了交流互动及业务对接。我省会员企业同时参加了第十二届海峡两岸（泉州）农产品采购订货会。

便利店礼赞

便利店，我要为您歌唱。
您像村口的老榕树，
把根须伸向千家万户，
输来菜米油盐酱。
在祖国广袤的大地上，
您是一颗颗闪烁的明星，
在城乡街头，把百姓的生活道路照亮。

便利店，我要为您歌唱。
您象山间的雨后春笋，
生机勃勃，
充满向上的力量。
在智慧商业的起点上，
您是一个个健壮的领跑者，
高举火炬，奔向彼岸。

便利店，我要永远为您歌唱……



福建連鎖

FU JIAN LIAN SUO

指导单位 福建省商务厅

主办单位 福建省连锁经营协会

编委会主任 周文贵

编委会副主任 杨建英 朱 文

编委会委员

陈永庄 陈 青 陈开通 黄宝明

郑文俊 华怀余 黄永安 赵青云

曾立斌 林永强 朱玉见 廖华亮

黄燕华 陈富森 韩申柱 周 飞

编辑部主任 朱 文 (兼)

编辑部副主任 刘江龙

发 行 吴丹平

地址: 福州市湖东路 278 号太阳广场 10 层

邮编: 350003

电话: 0591-87503753

传真: 0591-87503753

QQ: 3169750896

邮箱: 3169750896@qq.com

网站: www.fjls0591.com

微信公众号: fjlsjy

准印证号: (闽)内资准字 K 第 12 号

印刷: 福州华夏彩印有限公司

印数: 1-1000 册

编印时间: 2019 年 9 月

本刊向会员单位赠阅; 发送行政、
业务主管部门; 与全国各省市连锁经营
协会交流。

目 录

2019 年 第 3 期

(总第 16 期)

卷首语

01 便利店礼赞

特稿

04 迎接挑战 抢抓机遇 转型升级 创新发展

——第六届福建泉州 (南安) 电子商务论坛
暨实体零售如何利用互联网技术面对市场变
化公开课致辞

福建省连锁经营协会副会长 廖华亮

协会资讯

05 我会参与主办 2019 全球智慧零售大会暨第二
届中国国际人工智能零售产业博览会

05 我会领导参加六意企业 10 周年庆典

05 协会领导走访客源餐饮、SGS 通标标准技术
服务有限公司、福建明博商业设施有限公司、
福建美宜佳总部、福建百年万嘉超市管理有
限公司、七伙计餐饮公司、林某人餐饮公司、
巨昂科技公司、富民人才公司、见康实业、
餐驿餐创空间、福建腾云宝有限公司、华莱
士等企业

06 我会与福州市商务综合行政执法支队联合举
办商业特许经营备案与加盟法规普法大讲堂

06 我会秘书长参加福建省工信厅 2019 年党务
(纪检) 干部培训班

07 我会党支部与广告协会党支部联合开展庆祝
建党 98 周年活动

07 我会参与协办 2019 年食品安全宣传周商务主
题日活动、第二届中国智慧零售大会 (深圳)

08 我会组织会员企业参加 2019 年中国太子参柘
荣特色产业招商会、第 261 届中国独角兽商
机共享大会

09 我会组织采购商参加首届 “一带一路” 农产
品农资 (电商) 交易会

09 我会领导出席厦门市商联会第六届会员代表
大会

09 我会参与主办新零售新生态酒自在全球进口
酒高峰论坛暨 2019 年第六届海西快消品+互
联网峰会

封二 第六届福建泉州（南安）电子商务论坛暨实体零售如何利用互联网技术面对市场变化公开课在南安举办

会员动态

- 10 福建淳百味、石狮市桥记餐饮管理有限公司、福州敢秀餐饮管理有限公司等企业通过商业特许经营备案
- 10 泉州百姓超市开展献爱心团建活动
- 10 泉州市鲤城百姓超市有限公司、泉州常乐基餐饮公司、福建鹭银海连锁超市有限公司、喜相逢集团、花界酒店、莱茵科技有限公司、天兴教育超市举行爱心助残募捐箱启动仪式
- 10 兄弟文仪企业服务股份有限公司党支部到福州市社会福利院开展共建党日活动
- 11 福建百年万嘉入驻厦门
- 11 冠超市与中国银行福建自贸试验区平潭片区分行签订战略合作协议
- 12 中闽百汇超市在南安市仑苍镇开店
- 12 冠超市与永旺（中国）签订合作协议
- 封底 百年万嘉在平潭举办爱心捐赠活动

封面人物

- 12 陈富森：节俭养德开放共生 构建新零售新生态

发展之路

- 14 万嘉的拓展之路
- 15 杭州的创新之路

新会员风采

- 32 上海百胜软件股份有限公司
- 30 广东知名度招牌有限公司
- 30 福州鑫大华包装制品有限公司

政策法规

- 16 国务院办公厅意见：加快发展流通促进商业消费
- 18 国务院常务会议：加强信用体系建设
- 18 国务院常务会议：促进商品消费 更大释放最终需求潜力
- 18 商务部通知：在全国推进品牌连锁便利店建设

业界动态

- 19 2018年福建省连锁业五十强便利店十强分析报告
- 25 全国品牌便利店发展工作会议在京召开

- 25 《连锁餐饮店长能力评价》标准征求意见
- 25 福州市印发促进便利店企业发展的若干扶持措施
- 26 数据

经营参考

- 27 原来不打折也是极好的
- 27 瑞典机场的捐款箱
- 27 售货机里的空瓶
- 28 百度上市狙击战——牛卡计划
- 29 从小处着眼
- 29 超市雨票
- 30 发优惠券比降价好
- 31 买的不如卖的精
- 32 观点

教育培训

- 33 优秀店长心得：客情维护
见福便利店厦门金山店 陈艺泉
- 34 总裁选助理
- 34 别乱用“欢迎光临”
- 35 机会成本
- 36 如何表达拒绝
- 37 范围经济
- 38 门店经营一体化

数字连锁

- 40 无人超市的模样
- 41 人工智能仍无法解决的问题
- 41 站在人工智能的风口上

连锁故事

- 42 我不关门是因为……
- 42 有追随者才有领袖
- 43 超市的停车优势
- 47 来点幽默

闽商名家

- 44 杨鸿斌

读一点书

- 46 锚定梦想 一切变简单

商旅留痕

- 48 经贸繁盛地 文化古泉州

迎接挑战 抢抓机遇 转型升级 创新发展

第六届福建泉州（南安）电子商务论坛暨 实体零售如何利用互联网技术面对市场变化公开课致辞

福建省连锁经营协会副会长 廖华亮

（2019年9月7日）



各位专家、嘉宾，各位代表：

大家上午好！

首先，请允许我代表福建省连锁经营协会向来自全国各地的嘉宾表示热烈的欢迎！对本次公开课的举办表示热烈祝贺！并向各位专家、分享嘉宾表示衷心的感谢！

福建省连锁经营协会成立于1998年，被评为4A级社团组织，现有便利店、超市、餐饮、服装、酒店、茶叶等行业的会员企业350家。协会有五个分支机构，分别是社区商业与便利店分会、特许经营与商业社群分会、人力资源管理分会、智慧商业及设备分会和联合采购工作委员会；还有四个专业服务机构，分别是福建省商贸企业安全生产标准化二级评审机构、福建省中小商贸流通企业公共服务平台专业服务机构、福建省零售业专家委员会和福建连锁经营商学院。

近几年，福建连锁经营企业面对销售增长减缓、门店拓展放缓、企业利润率下滑的挑战，积极向国内同行学习先进经验，努力探索行业转型升级的发展道路，正在步入产融结合、智慧零售、体验经济和全供应链的发展时代，出现了永辉超市、安踏体育、沙县小吃集团、华莱士汉堡和朴朴快送超市、瑞幸咖啡等一批创新意识强、发展速度快的商业企业。在这次公开课当中我们还将听到兄弟省市的新鲜经验和专家的指导意见，我们将利用这次机会进一步向专家和各个兄弟企业学习。

今年国家顺应商业变革和消费升级趋势，要求各地积极促进商品消费，更大释放最终需求潜力，促进零售经营发展。今年6月21日召开全国品牌连锁便利店发展工作会议；7月1日，商务部办公厅印发了《关于推动便利店品牌化连锁化发展的通知》，8月16日国务院办公厅印发了《关于加快发展流通促进商业消费的意见》。我省的福州、厦门等地也相应出台了具体而有效的措施。在消费升级与技术进步的双重驱动下，我国零售行业正发生着深刻的变化。我们相信这次公开课的举办将对零售企业迎接挑战，抢抓机遇，转型升级，创新发展产生积极的影响。

最后，我代表福建省连锁经营协会预祝本次公开课圆满成功，并再次感谢中国商业联合会领导的光临和各位专家的精彩分享。

谢谢大家！

协会资讯



▲ 2019年5月30日-6月1日，2019全球智慧零售大会暨第2届中国国际人工智能零售产业博览会在厦门国际会展中心召开。同期举办2019全球智慧零售大会、2019海峡两岸购物中心创新趋势峰会、2019中国国际人工智能+商业高峰论坛、2019全球鞋服智慧零售峰会、2019中国国际区块链+商业未来发展峰会、2019中国国际生鲜新模式创新论坛、2019海峡两岸餐饮新零售发展峰会等系列活动。我会为联合主办单位。我会的智慧商业及设备分会为分论坛两岸购物中心创新趋势峰会的联合主办单位。



▲ 2019年6月1日，我会领导杨建英、刘江龙参加六意企业10周年庆典。



▲ 2019年6月5日，我会领导杨建英、刘江龙走访SGS集团 (通标标准技术服务股份有限公司)。



▲ 2019年6月5日，我会领导杨建英、刘江龙走访客源餐饮 (汀洲佬、流川风)。



▲ 2019年6月10日，我会领导杨建英、刘江龙走访福建明博商业设施有限公司。



▲ 2019年6月13日，我会秘书长刘江龙走访福建美宜佳总部。



▲ 2019年6月18日，我会秘书长刘江龙走访福建百年万嘉超市管理有限公司。



▲ 2019年6月21日，福建省连锁经营协会与福州市商务综合行政执法支队联合举办商业特许经营备案与加盟法规普法大讲堂，餐饮、零售、酒店服务及专业店等50多家企业60余人参加本次活动。本次活动的承办单位为参议院中国小餐饮孵化中心。

福建省连锁经营协会特许经营与商业社群分会名誉会长、姑奶奶餐饮创始人王永生致辞。福州市商务综合行政执法支队队长朱书林等同志讲解了特许经营相关法律法规及特许违法案例，要求未备案的企业抓紧完成特许备案工作，严格遵循一例两法的相关规定，依法开展特许加盟经营活动，共同维护好特许经营市场秩序，促进市场良好健康发展。福建南方商标事务所有限公司黄长华总经理分享商标注册、商标保护及企业在发展过程中常遇的商标纠纷等。福建省连锁经营协会秘书长刘江龙分享特许经营的发展现状、做好特许经营备案及注意事项等。福建省连锁经营协会执行秘书长李元立分享特许经营发展过程中常遇的25条风险，以及在实际中的应对处理办法。福建合立律师事务所郭妍汐律师分享基于民法总则、公司法、合同法的特许经营运营管理、合同管理、人事管理中的法律风险防范及相关案例分析。福建省连锁经营协会副会长、参议院发起人、禾尖招商及猎餐网总经理廖华亮分享禾尖招商的新型模式，以参议院餐饮招商模式创新为例抛砖引玉分享连锁企业招商模式的创新发展与健康成长之路。沈茶、饼再烧两家品牌企业为本次活动赞助了茶点及饮料。



▲ 2019年6月22日，我会秘书长刘江龙参加省

工信厅2019年党务（纪检）干部培训班。学习《提升党务工作操作能力》、《加强党的政治建设的基础遵循》和《中共中央关于加强党的政治建设的意见》等课程和文件，重温入党誓词，过“政治生日”，同时参观网龙网络公司、福州数字党建（网龙）学院、网龙党员活动室、VR体验中心。



▲ 2019年7月1日，福建省连锁经营协会与福建省广告协会在省广告协会党建室以“不忘初心，牢记使命，勇做时代先锋”为主题联合开展庆祝建党98周年活动，组织学习习近平同志重要讲话和经典文章，就共同关心的合作、发展、做强、做大等问题进行沟通探讨，达成共识。



▲ 2019年7月17日，本会秘书长刘江龙走访七伙计餐饮公司。



▲ 2019年7月17日，我会秘书长刘江龙走访林某人餐饮公司。



▲ 2019年7月18日，我会秘书处同志走访巨昂科技公司。



▲ 2019年7月19日，由福建省商务厅主办、福建省连锁经营协会等单位协办的主题为追溯助力放心消费的2019年食品安全宣传周商务主题日活动在福州左海公园举办。



▲ 2019年7月25日，我会领导杨建英、刘江龙走访富民人才公司。



▲ 7月27日-29日，我会组织34家会员企业参加2019年中国太子参栢荣特色产业招商会。



▲ 2019年7月30日，我会组织49家会员企业参加第261届中国独角兽商机共享大会。



▲ 2019年7月30日——8月1日，我会参与协办第二届中国智慧零售大会（深圳）。会议由深圳市智慧零售协会，深圳市智慧商业行业协会主办。我会组织8家会员企业11人参加本次会议。会议期间参观了百果园、今日头条/抖音华南直营中心等单位；拜访了深圳市智慧零售协会，深圳市连锁经营协会。



▲ 2019年8月7日，协会秘书长刘江龙走访见康实业（纸塑日用品连锁品牌店）



▲ 2019年8月7日，协会秘书长刘江龙走访餐驿创空间。



▲ 2019年8月13日，协会秘书长刘江龙、百年万嘉总经理助理陈美琳走访星网锐捷旗下福建腾云宝有限公司。



▲ 2019年8月22日，省残疾人福利基金会刘新明理事长，我会杨建英、刘江龙等领导走访华莱士，就推进启动爱心助残募捐箱事宜进行沟通交流。



▲ 2019年9月9日，我会应省供销社邀请，组织30多位零售企业采购商参加由中国供销集团、福建省供销社共同举办的首届“一带一路”农产品农资（电商）交易会。



▲ 2019年9月12日，厦门市商业联合会召开第六届会员代表大会。我会领导杨建英出席会议，并代表友好商协会表示祝贺，希望福建省连锁经营协会进一步与厦门市商业联合会加强互动交流，整合资源，共同发展。



▲ 2019年9月22日，新零售新业态酒自在全球进口酒高峰论坛暨2019年第六届海西快消品+互联网峰会在莆田市举行。会议由我会和省酒类流通协会主办、文献企业集团、汇犇供应链承办。我会副会长廖华亮、文献企业集团董事长陈富森、西班牙的酒庄庄主路易斯、巡味教育学院校长周恩仕和福建省酒类流通协会副秘书长李玉强分享酒业趋势分析的见解。

■ 我会近期组织开展中国商业联合会高级经营师培训考评工作。

协会资讯

会员动态

■ 我会辅导、帮助福建淳百味、石狮市桥记餐饮管理有限公司、福州敢秀餐饮管理有限公司、文献企业集团-汇彝供应链、斯利美餐饮、流川风餐饮、玉巢滋补品通过商业特许经营备案。



▲ 2019年5月31日，泉州百姓超市各部门经理，主管及分店员工代表共28人在董事长陈伦星、总经理林珊芳带领下到泉州市鲤城福利院开展献爱心团建活动。



▲ 2019年6月12日，泉州市鲤城百姓超市有限公司举行爱心助残募捐箱启动仪式。



▲ 2019年6月12日，泉州常乐基餐饮公司举行爱心助残募捐箱启动仪式。



▲ 2019年6月13日，福建鹭银海连锁超市有限公司举行爱心助残募捐箱启动仪式。



▲ 2019年6月22日，中共福建兄弟文仪企业服务有限公司支部的6名党员志愿者携带一车日常生活用品等慰问物资，冒雨走进福州市社会福利院，与革命老前辈、军烈属、孤寡老人们一起开展共建党日活动，与老人们一起学手工技艺、跳广场舞，共度一个愉快的周末。

最近，兄弟文仪企业服务有限公司荣获“福州市和谐劳动关系企业”的荣誉称号。



▲ 2019年7月8日，福建百年万嘉成功入驻厦门。厦门火车店、厦门美仁店、厦门南洋大厦店同时开业。



▲ 2019年7月11日，喜相逢集团举行爱心助残募捐箱投放启动仪式



▲ 2019年7月11日，冠超市与中国银行福建自贸试验区平潭片区分行签订战略合作协议，达成在双方共赢的前提下，开展融资授信、结算支付、企业理财、移动支付等重大项目的合作意向。



▲ 2019年7月12日，花界酒店举行爱心助残募捐箱投放启动仪式。



▲ 2019年7月18日，天兴教育超市举行爱心助残募捐箱投放启动仪式暨党支部联谊会。



▲ 2019年7月18日，莱茵科技有限公司举行爱心助残募捐箱投放启动仪式。

节俭养德开放共生 构建新零售生态

——记文献企业集团董事长 陈富森

2019年5月14日，在武汉召开的“CCFA新消费论坛——2019年中国便利店大会”上，福建文献位列中国便利店百强TOP53，文献公司孵化的快消供应链项目“快巢B2B+汇彝公共仓、城配物流”荣获中国便利店创新奖。

在接受福建连锁经营协会采访时，莆田市文献便民服务有限公司总经理陈富森说：24载三百多家门店，贵在坚持。我们只干一件事：共建共享新零售生态圈。在经营企业的24年中陈总非常重视环保节能，引进了诸多减排节能措施和项目。陈总在2015年荣获中宣部授予“全国节俭养德先进个人”称号。

节俭养德开放共享实现共赢

节俭养德是知行合一的。24



年以来，陈总不驰于空想、不骛于虚声、一步一个脚印，让节俭养德的精神成为企业的最强音。他带头落实节俭养德、全民节约精神的一系列举措，不但惠及企业本身，还带动着供应商的可持续发展。

2011年，公司对128家门店的灯源进行节能减排改造，采用节能环保型的LED灯管、LED筒灯和LED广告显示屏，累计总投资80多万元，共计节约用电400万度。

2013年起，公司在莆田首创在收银机客显屏播放广告和微信DM广告，替代传统高能耗、多污染纸质印刷广告。

2014年，公司斥资200多万进行信息化建设，引进金和OA协同办公系统和海鼎收银ERP系统，宣告进入无纸化绿色办公的信息时代。

同年再战，打造莆田同城统配体系，打造绿色物流仓储供应链，整合有效资源成立福建省汇彝物流有限公司，实现高效落地配物流网、有效减少供应商车辆配送的运力浪费，提升旗下门店的配送效率。同时引进节能减排的电动叉车，全面汰换高能耗、高污染的柴油叉车。

2015年，公司为了倡议市民绿色出行，提出了“只要有文献



▲ 2019年7月19日，中闽百汇超市仑苍店在莆田市仑苍镇联盟商业广场正式开业。这是中闽百汇再次下沉商业渠道，直接将店开进乡镇市场。



▲ 2019年7月30日，冠超市与永旺（中国）签订合作协议，以通过互助协作，提高双方的商业服务水平，共同推动地区社会的消费生活发展。

生活门店的地方就有电动车便民充电站”，解决了市民电动车出行的充电问题。

企业资源要开放共享才能可持续发展、互利共赢。

2017年6月18日，陈富森将自己的总仓向社会开放，推出快巢B2B订货平台，为万余家的小店提供订货、送货、退货和售后等一条龙的快消品最后一公里的服务。

2018年10月，汇彝城市公共仓为50多个入驻商提供专业的仓储和配送服务，为入驻商缩减成本、提高运营效率提供了便捷途径。汇彝城配物流业务打破常规，与十多个品牌商达成合作，成为品牌商在福建的仓储运转枢纽中心。此举有效整合了供应链，解决了新晋经销商和品牌商仓储配送痛点，减少二次搬运环节，节省社会配送成本，提高配送效率。

正如陈富森所言：“新时代企业转型升级，要建立在自己的优势基础上，做顺应趋势的事情，并要能解决社会的痛点，这样才靠谱点。”

从门店形象的更新迭代到总部的信息化办公再到汇彝公共仓的转型升级，我们见证了一个新零售人持之以恒的逐梦之旅，见证了一个新零售人从“剧中人”变为行业的“剧作人”的提升过程。

立身百行以学为基

陈富森出生于牛年，自喻“卧牛先生”，寓意卧牛昂首、蓄势待发。从一个便利店小白到如今的便利店行业的“剧作人”，他谨奉“甘为孺子牛”，放得下身段、不卑不亢，永葆敬畏心。

从第一家门店到第300家门店，他既管财务又做运营，既当人力又做仓管，面对思想上的困惑和工作中的难题，他靠强读强记、常学常新，往深里走、往实里走、往心里走，使思想、能力、行动跟上时代前进的步伐、跟上事业发展的需要。

他深信一万个小时定律：如果每天工作八个小时，一周工作五天，那么成为一个领域的专家至少需要五年。但每天比别人多工作多付出就能缩短用时，他以使命必达享受生活的姿态拿出“6116”的方式（即：6点上班、11点下班、每周工作6天），如饥似渴地学习业务理论知识。“成就感和尊严，能给你快乐”陈富森如是说。

2017年，公司针对不同区域不同消费场景开展“多品牌多渠道千店千面”运营发展策略，再孵化出：便利巢、快巢、酒自在酒超、文献V家宅配店、文献自助便利店等，值得一提的是酒自在酒超。酒自在酒超以酒自在、拥酒派、健康在为宗旨，对80、90后的年轻消费主力军开启小而美的售酒新渠道，以“好酒甄选专家、社区平价酒超、好酒快送

小彝”的精准定位，号召拥酒派“品位人生酒自在，好酒莫贪健康在”。此项目一经上线便引爆全城酒业圈，并一举夺得2017年莆田市创新创业大赛的创新奖。

然而，无人知晓项目前期筹备的故事。没有人想得到酒自在背后的老板陈富森居然是一个不会喝酒的酒超老板。陈富森知道只有懂酒才能经营好酒超，故事应该由相信的人讲出来。于是，有高血压的他在项目上线之初亲自挂帅上阵，通过WSET葡萄酒二级培训和参加各个酒类品牌的品鉴会，硬是成为了一个不会喝酒的酒达人，为酒自在酒超成功上线奠定了基调。

从粗放管理到标准化信息化精细运营，从员工自媒体俱乐部到全员快手俱乐部，从与顾客陌生关系到会员精准营销，从传统连锁便利店到新零售社交电商“文献美拼”的上线，“卧牛先生”使出了洪荒之力，在八闽大地上“耕犁”出了文献新零售的生态圈，为梦想写下现实注脚。

继往开来再出发。今年是文献公司成立24周年，文献公司旗下的文献生活、便利巢、快巢便利店、酒自在酒超、文献V家宅配店、文献自助便利店和文献美，如同一朵花上的花瓣，瓣瓣不同，却瓣瓣同心，在“卧牛先生”耕犁出的零售生态圈中茁壮成长，生机盎然，再创新辉煌。

万嘉的拓展之路

这可谓“雨后春笋”：大街小巷又冒出了不少万嘉门店，红块黄条是它们的色彩标配，明亮显眼。同行们不由得感叹：万嘉发展得真快。

的确，万嘉便利从2000年创立至2013年13年间仅发展到30多间门店，随后加快发展速度。2019年福州市区总直营门店已突破700家。未来三年将以每年新增200家便利店的步伐稳步拓展，计划在2020年突破1000家连锁门店，为社会提供6000多个就业岗位。2019年7月8日，福建百年万嘉成功入驻厦门，厦门火车店、厦门美仁店、厦门南洋大厦店同时开业，近期在厦门将有22家万嘉便利直营店开业。

万嘉独特的快速拓展模式来自于一次不经意的运作。2015年的一天，堂兄老杨找到董事长杨场宝，要求帮忙找点事做。杨场宝给老杨出了一个主意，让他找几个适合开店的物业，一起投资开店。门店管理由万嘉负责，老杨不参与经营，每找到一家店就可以获得30%股份的认购份额，按此比例投资和承担损益。

当时的万嘉在福州已有一些发展基础。老杨认为这个投资比较有保障，再加上他之前有一些开店经验，便四处物色合适的物业准备开店。但是，开初老杨选择的网点往往被否定。正当老杨准备放弃时，又突然进入状态，一周连签3家优质门店，从而正式成为万嘉便利的第一号“编外员工”。到目前为止，老杨已经通过“找店+投资”的方式拥有了几十家万嘉便利店的股份。与此同时，越来越多的亲戚、朋友、老乡找杨场宝要求合作。

由此，形成了万嘉特有的合作模式：拓展人员找到适合开店的网点上报万嘉总部，公司审核通过后，便可投资开店。拓展人员具有投资这间店铺的资格，其股份一般占有门店的40%，剩余60%由万嘉总部持有。

在此之前，万嘉便利委托中介公司来寻找网点。中介公司的业务员为了佣金积极推荐门店，但推荐的门店选址方案往往不符合万嘉便利的要求。



其原因是选址时站的角度不同。

其实，关键在于有没有利益捆绑。谁找店，谁投资，谁把钱放在里面，谁就会用心做事。这是董事长杨场宝的最朴素，但也最接近生意本质的逻辑。在总部层面，万嘉也针对优秀员工、店长、主管等重点员工推行了股权激励，按月分红。

万嘉便利的另一条拓展渠道是对夫妻店的整合。扩张到一定程度后，万嘉的门店就对周边的夫妻店形成了冲击。此时万嘉提出按照各自占股50%的比例来吸纳整合夫妻店。目前万嘉便利系统中就有近100家门店是收编自夫妻店。

万嘉在拓展的道路上，显现出实事求是、灵活机动的经营思路。2018年初，万嘉便利的门店数超过600家。为了快速决策，万嘉便利将拓展人员划分成8个小组，将开店数据及审批权下放至组长，让开店小组集体决策，从而降低决策风险。

在确定门店的具体操作中，更是将灵活性发挥到了极致。万嘉对门店面积的要求也极具弹性，数十平方米到上百平方米的物业都可以开。万嘉没有象一些大型连锁企业那样要求房东按照自己的格式化合同签约，而是充分照顾房东的利益，让房东来主导条款。只要在租金、租期等核心要素上没有问题，就可以签约。这样就赢得了更多的开店机会。

在经营模式上，万嘉也在不断创新，公司注册了子品牌“便利客”，新增了咖啡、鲜食及休闲食品、堂食餐位、开放卫生间、免费WIFI、共享充电宝等各项增值服务，以主打中高端商务商圈。

万嘉的拓展之路是方向明确、脚踏实地、灵活机动、不断创新的成长之路。

打开视野有助于打开思路，让我们了解别的企业、别的城市

杭州的创新之路



杭州雷峰塔

杭州已经成为中国新经济的代表。

新世纪以来杭州打破常规出了三张好牌。

1.用流量入口思维，打开发展新格局。

本世纪初，杭州逆势而动，拆掉西湖的围墙，取消门票，成为全国第一个免门票的5A景区。与此同时，黄山风景区旺季门票由80元上涨至230元。张家界的武陵源核心景区的门票由158元上调至245元。

杭州的意图是不以旅游作为直接盈利点，而是以旅游业作为导流的入口，发展其他行业。此后的发展按照杭州的预想进行。人流量的增加使杭州迎来了餐饮、零售、旅馆、交通等相关行业的井喷，摆脱了单纯依靠门票的低附加值的发展模式，实现了立足服务业，重点发展第三产业的目标。

2.杭州着力发展与互联网相关的金融、商务等产业，实现弯道超车、经济转型。

今天杭州已经悄然成为全球最大的移动支付之城。超过98%的出租车、超过95%的超市便利

店、超过5%的餐馆都可以使用移动支付。早在共享单车火热之前，杭州就已经有最完善的公共自行车租赁网络，是中国唯一一个被BBC评为全球公共自行车服务最棒的城市。杭州有遍布全市的信用借还网络，凭芝麻信用分可以免费借雨伞、借充电宝。杭州市是养老床位最充裕的城市，是国内大城市中真正做到“斑马线前车让人”的城市。杭州的互联网金融发展指数为全国最高。拥有金融街、中关村的北京和拥有陆家嘴的上海仅排在第七和第八，而杭州排在第一。

“电商换市”使杭州不仅可以赚本地消费者得钱，还可以赚其他省市乃至国外消费者的钱。一条以网上交易为核心，涵盖技术、物流、支付、认证、数据等全方位的电子商务产业链，助力杭州实现了经济转型升级。

3.杭州在互联网的基础上发展科技，打造“天堂硅谷”。

天堂代表好山好水的悠闲的一面，硅谷代表创业创新的拼搏的一面。现在杭州不再是单纯的慢生活的城市，而有了快节奏和拼搏的氛围。这里有产业集群的

效应，比如中国第一座互联网金融大厦落户在杭州，吸引了一大批互联网金融企业的入驻。包括我们熟悉的蚂蚁金服、挖财、铜板街、51信用卡、恒生电子、数米基金网等等。

整个杭州是互联网的天下：杭城以西的余杭是阿里系的地盘；杭城以南的滨江是网易系的总部；杭城西北方向的富阳东洲新区是京东的电商产业园；从富阳往北是百度在杭州的首家分公司，与之相邻的是腾讯的杭州创业基地，形成了互联网的生态圈。2018年杭州互联网公司同比增长46%，增速超过一线城市，占全国的6.5%，仅次于北上广深。可以预见在不久的将来，杭州将成为我国第五大互联网城市。

也正由于上述基础，使杭州成为今天中国会展业的重镇。在临近的乌镇已经五次召开世界互联网大会。

杭州与北京，深圳一道，被公认为中国创业潮的三大中心。而从最近的发展速度看，杭州最快。因而这里的白领的年终奖是全国最高的。

国务院办公厅印发：关于加快发展流通 促进商业消费的意见

国务院办公厅于2019年8月16日印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发〔2019〕42号）共20条，此件公开发布，现摘要如下：

为推动流通创新发展，优化消费环境，促进商业繁荣，激发国内消费潜力，更好满足人民群众消费需求，促进国民经济持续健康发展，经国务院同意，现提出以下意见：

一、促进流通新业态新模式发展。顺应商业变革和消费升级趋势，鼓励运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进商旅文体等跨界融合，形成更多流通新平台、新业态、新模式。引导电商平台以数据赋能生产企业，促进个性化设计和柔性化生产，培育定制消费、智能消费、信息消费、时尚消费等商业新模式。鼓励发展“互联网+旧货”、“互联网+资源循环”，促进循环消费。实施包容审慎监管，推动流通新业态新模式健康有序发展。

二、推动传统流通企业创新转型升级。支持线下经营实体加快新理念、新技术、新设计改造提升，向场景化、体验式、互动性、综合型消费场所转型。鼓励经营困难的传统百货店、大型体育场馆、老旧工业厂区等改造为商业综合体、消费体验中心、健身休闲娱乐中心等多功能、综合性新型消费载体。在城市规划调整、公共基础设施配套、改扩建用地保障等方面给予支持。

三、改造提升商业步行街。地方政府可结合实际对商业步行街基础设施、交通设施、信息平台 and 诚信体系等新建改建项目予以支持，提升品质化、

数字化管理服务水平。在符合公共安全的前提下，支持商业步行街等具备条件的商业街区开展户外营销，营造规范有序、丰富多彩的商业氛围。扩大全国示范步行街改造提升试点范围。

四、加快连锁便利店发展。深化“放管服”改革，在保障食品安全的前提下，探索进一步优化食品经营许可条件；将智能化、品牌化连锁便利店纳入城市公共服务基础设施体系建设；强化连锁企业总部的管理责任，简化店铺投入使用、营业前消防安全检查，实行告知承诺管理；具备条件的企业从事书报刊发行业务实行“总部审批、单店备案”。支持地方探索对符合条件的品牌连锁企业试行“一

照多址”登记。开展简化烟草、乙类非处方药经营审批手续试点。

五、优化社区便民服务设施。打造“互联网+社区”公共服务平台，新建和改造一批社区生活服务中心，统筹

社区教育、文化、医疗、养老、家政、体育等生活服务设施建设，改进社会服务，打造便民消费圈。有条件的地区可纳入城镇老旧小区改造范围，给予财政支持，并按规定享受有关税费优惠政策。鼓励社会组织提供社会服务。

六、加快发展农村流通体系。改造提升农村流通基础设施，促进形成以乡镇为中心的农村流通服务网络。扩大电子商务进农村覆盖面，优化快递服务和互联网接入，培训农村电商人才，提高农村电商发展水平，扩大农村消费。改善提升乡村旅游商品和服务供给，鼓励有条件的地区培育特色农村休闲、旅游、观光等消费市场。

七、扩大农产品流通。加快农产品产地市场体系建设，实施“互联网+”农产品出村进城工程，加快发展农产品冷链物流，完善农产品流通体系，加大农产品分拣、加工、包装、预冷等一体化集配

政策法规

设施建设支持力度，加强特色农产品优势区生产基地现代流通基础设施建设。拓宽绿色、生态产品线上线下销售渠道，丰富城乡市场供给，扩大鲜活农产品消费。

八、拓展出口产品内销渠道。推动扩大内外销产品“同线同标同质”实施范围，引导出口企业打造自有品牌，拓展内销市场网络。在综合保税区积极推广增值税一般纳税人资格试点，落实允许综合保税区内加工制造企业承接境内区外委托加工业务的政策。

九、满足优质国外商品消费需求。允许在海关特殊监管区域内设立保税展示交易平台。统筹考虑自贸试验区、综合保税区发展特点和趋势，扩大跨境电商零售进口试点城市范围，顺应商品消费升级趋势，抓紧调整扩大跨境电商零售进口商品清单。

十、释放汽车消费潜力。实施汽车限购的地区要结合实际，探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。有条件的地方对购置新能源汽车给予积极支持。促进二手车流通，进一步落实全面取消二手车限迁政策，大气污染防治重点区域应允许符合在用车排放标准的二手车在本省（市）内交易流通。

十一、支持绿色智能商品以旧换新。鼓励具备条件的流通企业回收消费者淘汰的废旧电子产品，折价置换超高清电视、节能冰箱、洗衣机、空调、智能手机等绿色、节能、智能电子产品，扩大绿色智能消费。有条件的地方对开展相关产品促销活动、建设信息平台 and 回收体系等给予一定支持。

十二、活跃夜间商业和市场。鼓励主要商圈和特色商业街与文化、旅游、休闲等紧密结合，适当延长营业时间，开设深夜营业专区、24小时便利店和“深夜食堂”等特色餐饮街区。有条件的地方可加大投入，打造夜间消费场景和集聚区，完善夜间交通、安全、环境等配套措施，提高夜间消费便利度和活跃度。

十三、拓宽假日消费空间。鼓励有条件的地方充分利用开放性公共空间，开设节假日步行街、周

末大集、休闲文体专区等常态化消费场所，组织开展特色促消费活动，探索培育专业化经营管理主体。地方政府要结合实际给予规划引导、场地设施、交通安全保障等方面支持。

十四、搭建品牌商品营销平台。积极培育形成若干国际消费中心城市，引导自主品牌提升市场影响力和认知度，推动国内销售的国际品牌与发达国家市场在品质价格、上市时间、售后服务等方面同步接轨。因地制宜，创造条件，吸引知名品牌开设首店、首发新品，带动扩大消费，促进国内产业升级。保护和发 展中华老字号品牌，对于中华老字号中确需保护的传统技艺，可按相关规定申请非物质文化遗产保护相关资金。

十五、降低流通企业成本费用。推动工商用电同价政策尽快全面落实。各地不得干预连锁企业依法申请和享受总分机构汇总纳税政策。

十六、鼓励流通企业研发创新。研究进一步扩大研发费用税前加计扣除政策适用范围。加大对国内不能生产、行业企业急需的高性能物流设备进口的支持力度，降低物流成本；研究将相关领域纳入《产业结构调整指导目录》“鼓励类”，推动先进物流装备产业发展，加快推进现代物流发展。

十七、扩大成品油市场准入。取消石油成品油批发仓储经营资格审批，将成品油零售经营资格审批下放至地市级人民政府，加强成品油流通事中事后监管，强化安全保障措施落实。乡镇以下具备条件的地区建设加油站、加气站、充电站等可使用存量集体建设用地，扩大成品油市场消费。

十八、发挥财政资金引导作用。统筹用好中央财政服务业发展资金等现有专项资金或政策，补齐流通领域短板。各地可因地制宜，加强对创新发展流通、促进扩大消费的财政支持。

十九、加大金融支持力度。鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务，推动专业化消费金融组织发展。鼓励金融机构对居民购买新能源汽车、绿色智能家电、智能家居、节水器具等绿色智能产品提供

信贷支持，加大对新消费领域金融支持力度。

二十、优化市场流通环境。强化消费信用体系建设，加快建设覆盖线上线下的重要产品追溯体系。严厉打击线上线下销售侵权假冒商品、发布虚假广告等违法行为，针对食品、药品、汽车配件、小家电等消费品，加大农村和城乡结合部市场治理力度。修订汽车、平板电视等消费品修理更换退货责任规定。积极倡导企业实行无理由退货制度。

国务院常务会议：加强信用体系建设

1.以统一社会信用代码为标识，依法依规建立权威、统一、可查询的市场主体信用记录，并依法互通共享，打破部门垄断和信息“孤岛”。对能共享的信息不得要求市场主体重复提供。推广信用承诺制，对相关行政许可事项，申请人承诺符合审批条件并提交有关材料的，应予即时办理。

2.用好失信联合惩戒这把“利剑”。规范认定并设立市场主体信用“黑名单”，强化跨行业、跨领域、跨部门联合惩戒，对失信主体要坚决依法依规惩治直至逐出市场。结合“双随机、一公开”，大力推进信用分级分类监管，按市场主体信用情况确定合理的分类抽查比例和频次。

3.推进“互联网+监管”，利用大数据等技术对失信行为早发现、早提醒、早处置，提高监管及时性、精准性、有效性。维护信用信息安全，严格保护商业秘密和个人隐私，严肃查处违规泄露、篡改或利用信用信息谋私等行为。

国务院常务会议：促进商品消费 更大释放最终需求潜力

1.顺应商业变革和消费升级趋势，鼓励运用大数据等技术，促进定制消费、智能消费等商业新模式发展。鼓励传统商场、老旧厂区等改造为多功能、综合性新型消费载体。各地可根据实际改造提升商业步行街。

2.深化“放管服”改革，支持地方对品牌连锁企业实行“一照多址”登记，对具备条件的企业从事书报刊发行业务实行“总部审批，单店备案”。开展简化乙类非处方药经营审批试点。将成品油零售经营资格审批下放至地市级政府。

3.鼓励社区医疗、养老、家政等生活设施纳入老旧小区改造范围，给予财税支持，打造便民消费圈。

4.扩大电子商务进农村覆盖面，加快补上农产品冷链物流短板。

5.调整扩大跨境电商零售进口商品清单。落实允许综合保税区内加工制造业承接境内外委托加工业务的政策，吸引国际知名品牌在华首发新品，带动扩大消费，促进国内产业升级。

商务部：在全国推进品牌连锁便利店建设

商务部办公厅于2019年7月1日印发《关于推动便利店品牌化连锁化发展的通知》，摘要如下：一、高度重视品牌连锁便利店发展工作。二、结合实际确定重点推进城市。品牌连锁便利店发展工作以城市为单位推进。直辖市、计划单列市和省会城市的品牌连锁便利店发展工作要在2019年先行启动。三、抓紧制定品牌连锁便利店发展工作方案。要组织咨询机构、智库专家、行业协会、企业代表等参与方案制定和论证，提高方案针对性和可操作性。直辖市、计划单列市和省会城市要在7月底之前将工作方案报商务部，其他城市于9月底之前报送。四、完善支持品牌连锁便利店发展的政策体系。各地要借鉴北京、西安、福州等城市做法，以深化“放管服”改革、优化营商环境为重点，推动出台支持品牌连锁便利店发展的政策，从店铺选址、注册登记、经营许可、技术应用、供应链建设等方面予以支持，为便利店发展营造良好营商环境。要抓好已出台政策的落实工作。五、加强组织保障。建立政企常态化沟通机制，及时听取和解决企业发展中遇到的问题。六、及时总结推广典型经验和做法。

2018年 福建省连锁业五十强·便利店十强 分析报告

福建省连锁经营协会·发布

行业
解析

CONTENTS

1. 行业背景解析
 - ① 全国统计数据
 - ② 福建省统计数据
2. “2018年福建省连锁业五十强”基本情况
 - ① 50强企业总体情况分析
 - ② 行业情况分析
3. 2018年福建省连锁业五十强名单
4. 2018年福建省便利店十强名单

2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

为鼓励推动我省连锁企业快速健康发展，扩大福建连锁企业在国内外的影响，我会开展“2018年福建省连锁业五十强、便利店十强”的数据收集及相关分析工作。现将“2018年福建省连锁业五十强、便利店十强”相关情况报告如下。

1 行业背景解析

2018年，国民经济继续运行在合理区间，实现了总体平稳、稳中有进，经济社会发展的主要预期目标较好完成。

2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

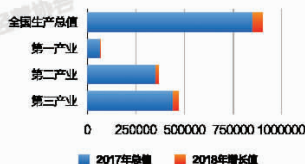
2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

全国统计数据

1. 全年国内生产总值900309亿元，比上年增长6.6%。

从产业看：

- 第一产业增加值64734亿元，比上年增长3.5%；
- 第二产业增加值388001亿元，增长5.8%；
- 第三产业增加值469575亿元，增长7.6%。



全国统计数据

2. 全年社会消费品零售总额380987亿元，比上年增长9.0%，保持较快增长。

按消费类型统计：

- 餐饮收入42716亿元，增长9.5%；
- 商品零售338271亿元，增长8.9%。



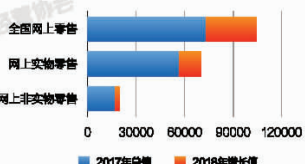
2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

全国统计数据

3. 全年全国网上零售额90065亿元，比上年增长23.9%。

- 实物商品网上零售额70188亿元，增长25.4%，占社会消费品零售总额的比重为18.4%，比上年提高3.4个百分点；
- 非实物商品网上零售额19867亿元，增长18.7%。网上非实物零售



福建省统计数据

1. 福建省全年实现地区生产总值35804.04亿元，比上年增长8.3%。

从产业看：

- 第一产业增加值2379.82亿元，增长3.5%；
- 第二产业增加值17232.38亿元，增长8.5%；
- 第三产业增加值16191.86亿元，增长8.8%。



2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

2018年
福建省连锁业五十强·便利店十强分析报告
福建省连锁经营协会·发布

福建省统计公报

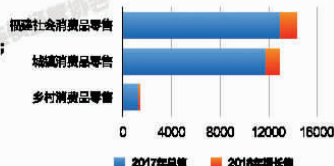
2. 福建省全年社会消费品零售总额14317.43亿元，比上年增长10.8%。

按销售单位所在地统计：

城镇消费品零售额12895.72亿元，增长10.5%；

乡村消费品零售额1421.71亿元，增长13.3%。

乡村增速高于城镇2.8个百分点。



福建省统计公报

按商品形态统计：

• 商品零售12869.97亿元，增长10.9%；

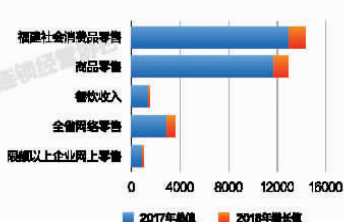
• 餐饮收入1447.46亿元，增长10.0%。

• 全年全省网络零售额3616.7亿元，

比上年增长29.0%。

• 限额以上批发和零售企业实现网上零售额

995.65亿元，增长19.5%。



2

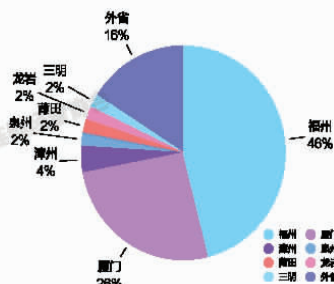
“2018年福建省连锁业五十强”基本情况

一. 50强企业总体情况分析

“2018年福建省连锁业五十强”分析评选对象主要考虑具有开放性、竞争性的行业，主要涵盖百货（综合零售业）、超市、社区超市、便利店、餐饮、医药、茶叶、酒业等多种业态。资源性、垄断性、大宗交易销售行业企业（如石油、物流、彩票、房产中介等）未列入评选范围；鞋服上市企业作为工业品牌，也未列入评选范围，但会做行业情况分析。

此外，为顺应新零售模式、商业模式的发展趋势，结合2018年福建连锁行业发展热点及行业动态，（与2017年相比）2018年福建连锁五十强引入了快递到家超市、便利店供应链公司等新零售业态与企业。

“2018年福建省连锁业五十强”企业总部在：福州23家、厦门13家、漳州2家、泉州1家、莆田1家、龙岩1家、三明1家，还有8家在外省。宁德、南平暂无企业进入名单。



✓ 总销售额增长变化

连锁五十强企业全年实现体系内总销售额1979.73亿元，同比增长26.85%，五十强中超过半数企业营收达到15%以上增长。

✓ 门店规模增长率高

连锁五十强门店总数2.63万个，同比增长46.82%。

✓ 入围五十强门槛提高

入围五十强，营收门槛同比上年的3.3亿元提高至4.83亿元。

✓ 年销售总额超10亿元企业

年度总销售额达到10亿元以上的企业有27家，较去年减少2家，其总销售额为1829.11亿元，占五十强总销售额的92.39%，占全省社会消费品零售总额12.78%。

✓ 门店、营收均同步增长企业

五十强企业实现门店、营收均同步增长的有34家，门店、营收数双下降的有4家。

✓ 城市扩张比例

五十强企业走出福建的比重为62%，各业态门店规模以餐饮、便利、商超、茶业存量较大。

✓ 民营企业比例

民营企业数量为44家，占比88%，但营收能力较外资企业尚有较大差距。

✓ 特许经营企业比例

开展特许经营的企业有20家，占比40%。餐饮、便利、商超并驾齐驱，合计占五十强约三分之二。

✓ 五十强TOP1

2013年至今，永辉超市股份有限公司已连续6年蝉联第一，其2018年销售额达到767亿元，同比增长30.91%。

二、行业情况分析

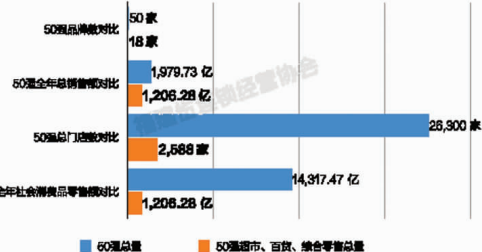
2018年
福建省连锁业五十强·百强企业
暨连锁业发展报告·目录

1. 连锁超市、大卖场扩张放缓，社区超市、新零售发展迅猛，百货零售转型、整改、创新。

在2018年福建省连锁业五十强企业，主营超市、百货和综合零售的企业达18家，这18家企业销售收入高达1206.28亿元，门店数合计2588家，占五十强企业总销售收入的60.93%，占全省社会消费品零售总额8.43%。其中，永辉超市股份有限公司名列超市细分业态首位，新华都购物广场股份有限公司名列综合零售业态之首，福建省三福百货有限公司名列中小百货业态之首，中闽百汇零售集团有限公司名列大型百货业态之首，元初食品、朴朴快递超市脱颖而出。

50强超市、百货、综合零售总量对比 50强总量

2018年
福建省连锁业五十强·百强企业
暨连锁业发展报告·目录



a. 大型超市扩张放缓，内生发展为主，传统超市、大卖场面临门店/业绩双重增长压力。

2018年，大型超市普遍面临坪效下降、盈利能力趋弱的困局，增长乏力。以经营大型超市为主的五十强企业，销售额平均增长4.80%，门店数平均增长10.26%，均显著低于五十强平均增速。同时，大型超市运营成本继续上涨，员工薪酬总额上涨，房租上涨，成本占销售比重在各业态中居于较高水平，必须通过管理优化，减员增效。

各超市连锁企业主要靠门店调整及内生式发展为主，汰换盈利不佳、租约到期的门店，开发新的优质网点，或通过增加外租面积摊薄整体租金面积，提高租金收入来提升整体盈

利水平。以永辉、新华都为代表的超市企业，积极开展自有品牌开发业务，实现产品差异化，需求新的利润增长点及品牌竞争力，也是超市业态实现内生式发展的重要途径之一，符合超市行业整体发展趋势。

以永辉、新华都、中闽百汇等为代表的实体零售企业，综合运用大数据、移动互联网、智能物联网、自动化等技术及先进设备，深耕用户体验，实现转型创新。但同时，由于运用新技术、打造新环境以及发展新业态的需要，使得企业人力成本以及设备、物流等成本加剧，从而导致新零售业态盈利能力不足，实体零售企业受其影响，增速下降。在资本合作方面，零售品牌也表现出积极姿态，腾讯增资永辉云创等，另有多家零售企业也寻求引

b. 百货和综合零售被挤压仍较艰难。

从2018年统计的福建省百货零售业销售情况来看，2018年百货为主营业务的企业销售增速多数低于五十强平均水平，仅为5%，行业整体处于转型调整期，但部分企业通过积极创新、整改，顺应了行业整体发展趋势。

中闽百汇零售集团以百货、超市并行，持续深耕经营，门店及营收均保持与去年同期水平；

东百集团做为福州百货龙头企业，通过对多家门店的升级改造，商业板块业绩较2017年提升近50%（含新增门店），继续共同引领福建百货行业发展。

夏商集团做为厦门十大国企，融合百货、超市、食品批发等多种业态，通过连锁拓展与收购兼并方式，聚焦下沉闽西北等三四线城市，2018年门店、营业规模、资产总额继续保持增长势头。

三福百货作为中国“买手集合百货”代表企业，积极通过对自身定位、商品组合及门店规模的创新迭代与调整，呈现稳健的发展态势，顺应购物中心作为当前主流零售流通渠道的趋势，继续在国内引领“自有买手百货集合店”的发展。

c. 社区生鲜超市、快递到家崛起，新零售发展迅猛。

随着居民收入和生活水平的提高，社区商业品牌规模化的发展越趋明显。福建省社区商业的连锁品牌企业在不断增加，从初期原始、简单粗放式经营向品牌、品质、健康及科学化经营深入，并保持着良好的增长态势。

永辉生活、永辉mini、朴朴超市、元初食品、六重超市、墨太优鲜、道品生鲜、利家超市等越来越多的连锁品牌社区店扎根社区。从福建超市区域市场动态来看，2018年“快递到家”业务已开全面崛起，生鲜电商成为又一热门的零售赛道。

在2018年福建省连锁业五十强企业中，专注社区生鲜超市有“厦门元初食品”与“福州朴朴超市”，2家企业总销售收入约17亿元。其中朴朴超市2018年销售额同比增长超700%，朴朴超市以设置前置仓，线上下单前置仓发货配送的模式布局社区电商，除布局福州、厦门外，也计划开拓深圳等市场，并于2018年完成两轮融资，估值达6亿美金，成为福建新零售的一匹黑马；

元初食品以开设精品社区生鲜店的模式发展，2018年销售额同比增长54.55%。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析暨
福建省连锁业协会 发布

2. 餐饮食品，特许经营，集团发展，资本助力。

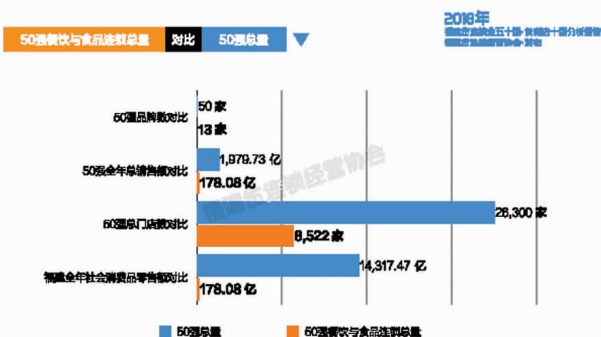
目前，我省餐饮呈现出品牌多样化、各地餐饮融合发展特点，“走出去”特征明显。除了百胜餐饮等外来餐饮品牌依然发展良好以外，列入五十强名单的9家餐饮企业均在全国市场布局发展。以华莱士、佳豪来等为代表的餐饮连锁零售化、工厂化，或是以“生产基地+中央厨房+餐饮门店”的模式，或是以“生产基地+加工企业+商超销售”的模式，实现企业的快速发展。在满足快速化、便捷化的消费需求同时，也有助于保障菜品的稳定性。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析暨
福建省连锁业协会 发布

在2018年福建省连锁业五十强企业中，主营餐饮与食品的连锁企业有13家，其中，开展特许经营的企业达9家，占比69.23%。

这13家企业销售收入达到178.08亿元，占全部列入名单企业总销售收入的9%，占全省社会消费品零售总额1.24%，门店总数达8522家，门店同比增长35.68%。

福建佳客来食品股份有限公司、福建省华莱士食品股份有限公司、金拱门（中国）有限公司（福建区域）、福建省大丰收餐饮有限公司、沙县小吃集团餐饮管理有限公司位列餐饮与食品细分业态前五位。需要特别关注的是2018年茶饮企业（如快乐番薯、澜记）实现了快速的增长。



2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析暨
福建省连锁业协会 发布

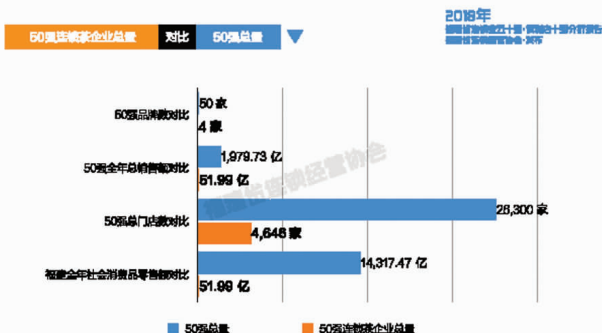
3. 连锁茶企回归理性，模式转变，增量突破。

茶叶是省的特色优势产业之一，在全国茶行业中的产值位居第一、茶园面积位居第二，几乎占据全国茶叶市场的半壁江山。

以铁观音、岩茶为代表的福建茶叶行业，经过了炒作热潮，已基本回归到常态化的消费与经营。百度大数据本地搜索关注度和增速都仅排在中列，折射出福建省茶产量高、茶园面积广，但茶品牌缺少认知度和传播度的现状。关注度最高的天福、安溪铁观音、八马、华祥苑相互间也未与其他品牌拉开较大差距。

2018年小罐茶热卖20亿，说明市场并非对高端茶、高价茶没需求，而是茶行业没能解决产品的品质背书及公众的品牌认知。因此，传统的茶产业要迅速向以绿色、安全、健康、放心为特征的现代产业转型，以此形成一个新的产业运作模式，利用大数据作为茶文化传播与茶品牌建设的突破口，以“走出去”为重要战略，实现茶产业的融合与创新。

在2018年福建省连锁业五十强中，有4家茶企入围，分别是天福、八马、华祥苑、山国饮艺，这4家企业销售收入达到51.99亿元，占五十强企业总销售收入的2.6%，门店合计4646家。



从以上茶企连锁品牌的发展情况来看，传统连锁扩张模式增长缓慢，受经济环境、政策环境等影响，高端茶、礼品茶销售受到一定程度抑制，产业逐步回归真实消费。茶叶行业发展呈现以下几个趋势：

- ① 强者恒强，渠道继续渗透，消费回归理性；
- ② 品牌利于背书，传统连锁模式非单一模式，未来茶行业的消费场景及消费模式将更加丰富；
- ③ 消费方式发生重大改变，影响产品与服务模式等流行创新迭代，新生代消费者对于茶的需求，除了传统口味外，对产品的包装属性、饮茶的场景体验，乃至品牌倡导的茶文化、理念等都提出新的诉求；
- ④ 增量策略及全渠道策略成为行业成长新动能。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析暨
福建省连锁业协会 发布

4. 运动鞋服企业两极分化，转型、并购增加，资本对产业影响四大。

运动鞋服作为我省在国内同行业里比较有优势的特色连锁产业之一，已先后诞生安踏、特步、七匹狼、九牧王、361°、匹克等全国知名品牌。

据2018年统计的安踏、特步、361°、七匹狼、达芙妮、利郎、九牧王等10家上市鞋服企业经营情况，这10家企业有9家年销售额在10亿以上，其中安踏以1218家门店241亿营业额多年来一直处于领先地位，10家企业总销售收入达533.20亿元，同比增长19.31%，门店总数达40653家，同比增长0.14%。其中，安踏体育用品集团有限公司、

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

特步（中国）有限公司、三六一度（中国）有限公司、达芙妮投资（集团）有限公司、福建七匹狼实业股份有限公司位列鞋服行业前五。

但近年福建鞋服行业出现震荡，行业进入洗牌迭代。2018年，鞋服行业并购势头仍然凶猛，但并购的对象已发生变化，跨界收购变少，服装企业收购新品牌的高频增加；同时，品牌成熟度高、预计盈利能力高、高溢价或者，正在成为福建鞋服企业新的并购标签。

安踏、361°、特步、七匹狼等鞋服企业一直在寻求多元化转型，采用并购、先建材料、智能设备、互联网化供应链管理、多品牌战略深耕细分领域等多种方式，实现了企业的可持续发展。

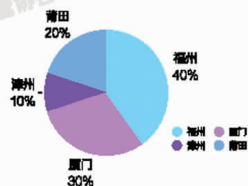
2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

例如受益于企业优势及投资并购利好的影响，安踏体育2018年业绩较同期提高44.38%，净利润同比提高36%，ROE达26%，成为继永辉之后福建第二零售消费市值突破1000亿的品牌企业。2018年安踏寻求收购芬兰品牌亚玛芬，此次收购完成使其坐稳国内运动品牌第一把交椅，已远远拉开与李宁、匹克、特步等国内品牌的差距，并成为仅次于耐克、阿迪达斯位列全球前三。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

5. “2018年福建省便利店十强”基本情况

从“2018年福建省便利店十强”企业的总部所在地分布来看，福州4家、厦门3家、莆田2家、漳州1家。泉州、龙岩、三明、宁德、南平等均无企业进入名单。



2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

福建便利店的企业以区域深耕为主，10家便利店企业中有70%深耕当地市场，在当地均拥有较高的市场份额和领导地位，部分企业正逐步尝试跨区域发展。特许加盟及直营（合伙人制度）是便利店门店扩张的主要方式。2018年便利店十强新增门店的加盟店占比约二分之一。

“2018年福建省便利店十强”企业门店总数达到4905个，比上年增加1470个，同比增长42.85%，高出五十强企业门店平均增长率14.91%，同时远高于CCFA统计的14%的行业增速，可见福建便利店企业保持了较高的增长速度。2018年全年实现体系内销售总额55.68亿元，同比增长34.59%，且10家便利店企业门店及营业收入均为正增长趋势。其中厦门众康科技为仓储式便利店，以自由连锁发展为主。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布



便利店也受到资本的青睐，红杉资本2.4亿投资见福，众康科技也获得隆领资本、厦门市产业引导基金和思明区产业引导基金的A轮融资，另多家便利连锁企业也与各方资本进行接触。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

6. 其他细分业态

近几年，我国汽车保有量逐年上升，汽车产业链结构将逐步和国外成熟市场接近，国内的汽车服务市场已开始进行洗牌调整，但仍有较大的上升空间。

医药行业此次也有3家企业上五十强，分别为鹭燕医药股份有限公司、漳州片仔癀药业股份有限公司、福建康佰家大药房连锁有限公司，均展现了较好的增长势头。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

2018年，国内经济仍处于低速增长的调整期，福建连锁企业在应对销售增长减缓、门店拓展放缓、企业利润率下降等挑战过程中积累了不少经验，多品牌、多元化、转型、大数据、新零售、并购、抱团发展、产融结合等成为2018年连锁发展的关键词，体现出行业转型升级的主要路径。

展望2019年，国内经济基本面和改革因素仍保持向好的局面，渠道下沉、消费分级个性化和多样化成为新趋势，福建连锁经营企业即将大踏步进入“产融结合”、“体验经济”、“全供应链”时代。

本报告得到协会相关会员企业的大力支持，在此一并表示感谢！如有信息不准确，差错、疏漏之处请与我会联系。

2018年
福建省连锁业五十强·连锁业十强分析报告
福建省连锁业协会·发布

3

2018年福建省连锁业五十强名单

2018年·福建省便利店50强名单

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

序号	企业名称	2018年销售额 (万元)	2018年门店 总数(个)
1	永辉超市股份有限公司	767	1276
2	福州车友软件科技有限公司	200	787
3	福建医药股份有限公司	115.05	200+
4	福州沙方云南商贸有限公司	*75.00	*204
5	沃尔玛(中国)投资有限公司	*70.00	*35
6	新华都购物广场股份有限公司	68.60	143
7	福建三福百货有限公司	*60.00	700+
8	大润发商业有限公司	*54.00	27
9	福建佳客来食品股份有限公司	*51.22	*1029
10	漳州片仔癀药业股份有限公司	47.88	200+

2018年·福建省便利店50强名单

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

序号	企业名称	2018年销售额 (万元)	2018年门店 总数(个)
11	中街百汇零售有限公司	30.60	14
12	厦门厦商百货有限公司	29.80	118
13	百盛餐饮(福州)有限公司(肯德基、必胜客、小肥羊)	*26.75	*296
14	福建康佰家大药房有限公司	*25.00	600+
15	福建华联士食品股份有限公司	23.00	3000+
16	福建康佰家大药房有限公司(配药市)	21.00	40
17	厦门市天虹百货有限公司	20.77	38
18	福建东百集团股份有限公司	18.91	8
19	厦门金源超市有限公司	17.02	1759
20	天福(开曼)控股有限公司	16.38	1121

2018年·福建省便利店50强名单

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

序号	企业名称	2018年销售额 (万元)	2018年门店 总数(个)
21	福建八马茶业有限公司	*15.40	1400+
22	华联超市股份有限公司	*15.40	1400+
23	厦门贝能连锁超市有限公司	13.83	1455
24	福州大洋百货有限公司	13.00	5
25	金拱门(中国)有限公司(麦当劳)	*12.96	180+
26	沙县小吃连锁餐饮有限公司	11.48	1083
27	福建大润发商业有限公司	*10	*250
28	漳州市福康商业发展有限公司	9.5	46+
29	屈臣氏集团(香港)有限公司(屈臣氏)	*9.41	145+
30	海坛集团商业有限公司(海坛)	*9	25

2018年·福建省便利店50强名单

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

序号	企业名称	2018年销售额 (万元)	2018年门店 总数(个)
31	浙江发展集团商业有限公司	*9	4
32	福建百年万福超市有限公司	8.8	898
33	福州林氏电子商务有限公司	*8.50	52+
34	厦门元利食品股份有限公司	*8.50	69
35	福建兴泰集团商业有限公司	*8.8	*17
36	福州兴泰集团商业有限公司	*8.50	594
37	福州兴泰集团商业有限公司	*8.45	200+
38	福建佳客来(福州)便利店有限公司	8.4	647
39	厦门康爱超市有限公司	6.88	6
40	厦门快乐源超市有限公司	5.55	983

2018年·福建省便利店50强名单

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

序号	企业名称	2018年销售额 (万元)	2018年门店 总数(个)
41	福建世纪佳缘超市有限公司	*5.50	14
42	厦门众利网络科技有限公司	5.21	851
43	中国供销食品控股有限公司	5.17	124
44	福建兴泰集团商业有限公司	*5	8
45	福州林氏电子商务有限公司(福建)	*5	600+
46	福建玉成超市有限公司(衣时代)	*5	2000+
47	福建金源超市有限公司	*5	178
48	福建大润发商业有限公司	4.98	192
49	福建宝岛超市(连江)有限公司	4.88	327
50	厦门山园农产品有限公司	4.83	725

备注:
1.数字中*为企业的估值。
2.部分企业数据说明:
(1)海坛集团商业有限公司、大润发商业有限公司、浙江发展集团商业有限公司、沃尔玛(中国)投资有限公司等未在福建省注册子公司的企业,在榜单中只采用福建省区域的销售额和门店数。
(2)厦门厦商百货有限公司统计的数据含旗下沃尔玛超市的销售额和门店数。
(3)金拱门(中国)有限公司福建省区域数据含福州金拱门食品有限公司和厦门金拱门食品有限公司旗下所有麦当劳餐厅、甜品站及得来速餐厅的数据。
(4)福建东百集团商业有限公司统计数据仅体现其商业零售部分的营业收入,商业地产、供应链管理、物流仓储、酒店餐饮等部分不列入。
(5)百盛餐饮(福州)有限公司的数据为统计数据,含福建省内肯德基、必胜客、小肥羊的销售额。

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

4

2018年福建省便利店十强名单

2018年·福建省便利店10强名单

2018年
福建省便利店50强·百强前十得分明细表
福建省便利店百强·百强

序号	企业名称	2018年门店 总数(个)
1	厦门贝能连锁超市有限公司	1455
2	福建百年万福超市有限公司	898
3	厦门众利网络科技有限公司	851
4	福建佳客来(福州)便利店有限公司	647
5	莆田市文泰超市有限公司	326
6	福建康佰家大药房有限公司	310
7	漳州南丰商业发展有限公司	293
8	福建百仁超市有限公司	223
9	福建康佰家大药房有限公司	200+
10	福建大润发商业有限公司	192

全国品牌便利店发展工作会议在京召开

2019年6月21日，全国品牌连锁便利店发展工作会议在北京召开。会议指出，便利店是最贴近老百姓、符合便利消费需求的零售业态，是服务民生的重要行业。发展品牌连锁便利店工作，是贯彻落实党中央、国务院决策部署，落实以人民为中心的发展思想，提升居民生活品质和消费便利性的民生工程。各地要提高认识，把发展品牌连锁便利店作为当前工作重点，抓紧组织实施。会议强调，要把握新时期便利店发展的基本方向，坚持品牌化、连锁化、智能化发展，主动适应消费需求变化和现代信息技术发展趋势，加强商品经营能力、客户服务能力、物流配送能力及技术应用能力建设，打造贴近居民、服务民生的现代便利店。会议要求，各地要按照“全面部署、重点推动、逐级延伸”的工作步骤，加强组织领导，以构建“一刻钟便民生活圈”为目标，以优化便利店布局、增加品牌连锁便利店数量、提高商品和服务供给水平等为工作重点，借鉴北京等城市做法，协调相关部门加强政策保障，确保品牌连锁便利店发展工作取得实效。

《连锁餐饮店长能力评价》标准征求意见

2019年7月9日，中国连锁经

业界动态

营协会发布社团标准《连锁餐饮店长能力评价（意见征求意见稿）》，面向行业征求意见反馈。该标准是我国首个面向连锁餐饮企业发布的能力评价标准。本标准从素质、能力、价值观三个方面构建店长能力评价体系，并搭建模型供行业企业参考。能力评价比较细分，包括自我管理能力、领导力和业务管理能力三个部分。其中业务管理能力又分为基本管理能力、组织管理能力、经营管理能力三类。CCFA同时发布与之配套的A-5A级证书。

福州市印发促进便利店企业发展的若干扶持措施

2019年3月12日，经福州市政府审定，市商务局、市市场监管局、市财政局正式印发《关于促进福州市便利店企业发展的若干扶持措施》。主要扶持措施如下：

（一）便利店企业的认定标准

具体需要同时具备以下条件：1.符合福州市连锁便利店及配送中心设置标准规范（试行）；2.在福州市登记注册和税务申报，具有独立法人资格，实行统一核算，在福州市汇总缴纳企业所得税。3.在本市拥有30家（含30家）以上连锁店，实行统一名称、统一标识、统一门店装修风格、统一采购、统一配送、统一管理的连锁企业；4.普通便利店（不开展生鲜售卖业务）单店面积在60-150平方米（以企业房屋租赁合同或自有产权证书为准，租赁期不少于3年）。生鲜便利店（开展生鲜售卖业务）单店面积在100-350平方米（以企业房屋租赁合同或自有产权证书为准，租赁期不少于3年），其中生鲜经营面积在50平方米以上；5.已开展至少3项（含）以上便民服务（主要包括：餐饮服务、自助设备服务、代收代理服务、生活资讯服务、快递存取服务、商品预购服务、公厕服务等）；6.已开展互联网+、物联网、大数据、新科技等其中1项（含）以上零售创新工作。

（二）扶持奖励

1.新店开办补助。对于我市便利店企业当年新建10家以上门店的给予其总公司一次性补助。其中每新开一家直营的普通便利店补助2万元，每新开一家加盟的普通便利店补助2000元；每新开一家直营的生鲜便利店补助5万元，每新开一家加盟的生鲜便利店补助5000元（原有便利店重修装修或原有加盟店改作直营便利店不予补助）。

2.零售创新奖励。（1）现有便利店企业当年开发的管理信息系统（主要包括：人脸识别系统、大数据分析系统、移动支付系统、智能APP系统等，每项投

资额超过9万元，且在企业连锁便利店中全面推广使用的（覆盖率达70%以上），每开展一项管理信息系统建设给予3万元奖励。（2）现有便利店企业当年增设餐饮、自助设备、代收代理、生活资讯、快递存取、商品预购、公厕、WIFI等“便利+服务”，每项投资额超过6万元，且在企业连锁便利店中全面推广使用的（覆盖率达70%以上），每增加一项“便利+服务”给予2万元奖励。（3）对于现有便利店企业自建配送中心（包括购地自建和租房自建），符合《福州市连锁便利店及配送中心建设标准规范》的给予30万元奖励。（4）开展零售创新建设或改造的连锁便利店企业，在开展建设或改造之前需事先将建设方案报请审定。

3.开拓市场扶持。对于便利店企业当年参加我市商务部门确定的境内外专业展（以商务流通部门的正式通知为准），开展垂直供应链采购，促进榕货销售的，展位费给予补贴（每家企业每年限补贴国内外参展总展位不超过10个，每个展位费不超过5000元。此项政策不能与我市出台的其他展位补贴政策叠加享受）。

4.其他。每个便利店企业每年累计奖励金额最高为100万元。

（三）政策支持

1.支持便利店搭载便民服务。支持我市便利店代办便民服务事项，将便民服务自助受理终端合

理布设至有条件的连锁便利店。

2.试点设置便民药柜或自助售药机。支持福州市药品零售连锁企业与连锁便利店企业合作，在便利店设立独立乙类非处方药、医疗器械专柜或自助售药机。专柜销售的药品、医疗器械由药品零售连锁企业统一配送或由连锁便利店企业总部统一向药品零售连锁企业总部提货分配（不得中转或库存）。专柜只允许销售乙类非处方药和家庭常用二类医疗器械（常用二类医疗器械包括：体温计、电子血压计、医用脱脂棉、医用脱脂纱布、避孕套、医用口罩、血糖仪、血糖试纸、早早孕检测试纸、排卵试纸）。

3.加强人才培养。每年安排一定资金作为福州市便利店人才培养资金，主要用于商务部门开展各便利店零售创新业务培训等工作。

4.便捷准入，简化流程。经认定的便利店企业，依据榕委办〔2015〕78号“市区同权、多点办理”的精神，便利店企业总部可以选择统一到福州市市场监管局窗口办理食品、药品、医疗器械等经营许可。相关申请材料及办理流程予以进一步简化。对便利店仅申请预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）的主体可以免于现场核查。福州市药品零售连锁企业在便利店设立医疗器械专柜或自动售药机，由药品零售连锁企业统一在药品零售连锁企业所在地的市场监管部门备案。

申报扶持程序：1.注册在五城区的便利店企业将申报材料提交所在地的区商务局、财政局，经过初审后，报市商务局、市财政局进行评审。2.注册在县（市）、长乐区的便利店企业将申报材料提交所在地的县（市）或长乐区商务局、财政局，根据各县（市）、长乐区规定的办法进行评审。

本措施有效期至2021年12月31日。

数据

●在中国连锁经营协会2019年发布的“中国城市便利店发展指数”中厦门市排名第3位、福州市排名第11位。

●增大小店开发力度是大企业全渠道零售战略的重要组成部分。永辉2018年70%新增门店为小型门店。

●步步为营。经过47年，日本7-11今年才算是进驻本国所有地区。

●阿里研究院近日公布的“2019中国淘宝村”名单显示，全国六个省份淘宝村数量超过300个，福建省有318个淘宝村，数量居全国第六。

●据国际数据公司预测，到2021年，75%的商业企业将使用人工智能，超过90%的新工业机器人将借助人工智能。届时人工智能将渗透到企业的方方面面，基于海量数据分析的人工智能技术将优化企业研发、生产流程。

原来不打折也是极好的

全球化的时装零售商C&A在北京开有不少门店，在2016年元旦前后的一个月时间里，C&A的一些门店大搞购衣打折活动，许多消费者蜂拥而至。

有意思的是，这些门店的试衣间里不仅可以试衣，还能自行打印不同折扣率的优惠券。但许多消费者并未选择门店设定的最低折扣，而选择了全价购买衣服。

这是怎么回事？原来这次促销活动是C&A精心举办的一次公益活动。让消费者们“着迷”、不要最低折扣的原因正在于C&A门店的独特的试衣间。

走进这个试衣间，当你将准备试穿的衣服挂在墙壁的衣架上时，你会发现，那面墙实际上是个电子屏幕。此时由于你挂的衣服的重力感应，电子屏幕上会出现贫

困山区的一个儿童蜷缩着睡觉的照片。而挂在衣架上的衣服正好盖在孩子的身上。与此同时，通过衣架旁边的打印机便可以打出这件衣服的折扣券。折扣券的末尾写着一句话：中国的贫困山区生活着数千万名儿童，买一件冬衣对他们而言是一种奢望。C&A真诚希望您捐出一点折扣，换成新衣送到山区孩子们的手里。

试衣服的消费者明白，自己选择的折扣越少，捐出的爱心就越多。因此，许多想购买C&A门店衣服的消费者走出试衣间后，都要求全价购买试穿的衣服。比如，一件衣服打8.8折，消费者选择全价购买，就表示他们捐出了1.2折的钱。C&A门店员工把这些钱累积起来，等活动结束后，她们将钱换成等价的冬衣送到山区孩子们的手里。

瑞典机场的捐款箱

机场有无数等候登机或是等着取行李的无聊人群。瑞典红十字会根据这一情况，在斯德哥尔摩机场设置了具有游戏功能的捐款箱。他们借鉴游戏机的设计，把捐款箱与游戏机的投币箱合二为一，英镑、克朗、人民币等类型的一元硬币都可以使用。投入硬币后可以玩游戏。最后把钱捐给红十字会。这样的做法，不仅让捐款箱的存在变得更明确、有趣，也让人们在献出爱心的同时收获了快乐。



售货机里的空瓶

地铁里的饮料自动售货机，相信很多人都不陌生。先选择商品的按钮，然后投入硬币，你想要购买的商品就会自动跳出来。

遇见过这样的自动售货机吗？你选择购买一瓶水，投了硬币进去，跳出来的却是一个空的塑料瓶。

意大利首都罗马地铁里就曾经出现多个“骗人”售货机。许多路人买了矿泉水，拿到的却是一个贴有醒目标签的空瓶子。标签上写着：请您向前走200步，到第二台售货机上输入以下这组六位数数字，投入空瓶。然后领取你所购买的矿泉水。

路人有的好奇，好奇买瓶水为何要这么麻烦。有的恼火，恼火被耍。为了能尽快喝到水，不浪费已经投出的硬币，他们只能按照标签的指示往前走200步到第二台

机子上换取矿泉水。说来也怪，当他们领到第二个瓶子的时候全都笑了。之后，很多人就掏出手机发短信。

原来第二个装满了水的瓶子，上面也贴了一张醒目的标签，标签上写着：感谢您行走200步取走已购买的矿泉水。你知道吗，在非洲的很多地方，一些家庭需要步行20公里左右才能取到干净的水。在地球的另一端，很多人因为缺水而失去生命。意大利公益组织AMREF致力于非洲缺水救援，请您奉献一份爱心，发送短信到以下号码。即自动为非洲医学研究基金会捐款5欧分。

路人这才明白，买水难是公益组织AMREF有意为之。请你走上200步，去亲身体验取水的辛苦，体会非洲缺水居民生活的困苦。

百度与Google是“冤家对头”。有人说，百度是“华裔Google”，因为百度在纳斯达克上市；而Google是“美藉百度”，因为Google进入中国市场。两家的主业都是信息搜索服务。

在百度上市前的第三次融资中，Google参与注资，悄声出现在8家风险投资公司的名单上。据Google自己披露：用499万美元占百度的2.6%的股权。Google参局意欲何为？业内推测：一是争夺中国信息搜索服务的市场；二是为了收购百度，不仅要进入中国市场，还有拥有中国市场。

此时，百度声明与Google的关系是企业与股东的关系，百度不会让Google拥有绝对控股权，但也希望与Google合作，借此增加百度在国际市场的影响，同时向同行学习，促进品牌效应，增加品牌能力。百度创始人李彦宏表示，百度要上市，百度要独立上市，百度要在纳斯达克上市，百度上市之后要

坚持独立发展的道路。

于是，一项阻止Google恶意收购的周密的“牛卡计划”诞生了：百度在纳斯达克上市之后，将股票分为A、B两种。即将新发行的股票定为A股，原始所持有的股票定为B股，并规定1股A股的表决权相当于10股B股的表决权。同时在招股说明书上特别说明，一旦某组织、公司买下B类股票，B股将立即转为A股。百度IPO结束之后，全部新上市的A股将占总股份的10%，李彦宏与百度的其他高管拥有百度总股份的35%以上，其他大小股东则占有余下的54%的股份。这样一来，就算Google将除李彦宏之外的所有股份都买下，由于B转A的机制，Google所拥有的最终表决权也将低于李彦宏和百度高官。换言之，不管Google怎么收购都无法通过控股来支配百度。

因此，百度还是中国的百度，百度就是中国的百度。

百度上市狙击战

牛卡计划



从小处着眼

有家旅馆设备陈旧，管理松懈，生意一落千丈。老板聘请专家进行革新和整顿。三个月后，专家对旅馆的现状有了具体的了解，制定出一份详细的计划。他主张把房子拆掉，建造大楼，现有的工作人员一律遣散，重新招考培训。

人们都无法接受这样的计划。于是另聘一位专家担任经理。这位专家在了解旅馆的情况之后，下令更换所有房间的水龙头。新的水龙头样式美观，操作方便，绝不会漏水。客人再也不会半夜听到水的滴漏之声，可以安享静夜了。客人发现这家旅馆的房子虽然陈旧，但是坚固；样式虽然古老，但有意趣。于是，近者悦，远者来。

就这样，新任经理从小处着手，使旅馆面貌焕然一新。长于治事的人总是从大处着眼，在小处着手。他们深知“图难于易，为大于细”。小问题容易解决，从小处着手，容易成功。

◀ 泉州源和 1916 创意产业园



超市雨票

没错，是“雨票”，不是“鱼票”。

美国超市多数会在周三推出一些特价商品。超市给附近居民寄送广告报纸。报纸的头版都是每周特价商品。比如牛排平常是1磅4美元，特价是2美元。但如果拖到促销的最后一天去买，可能货架空空如也。这时候，超市会给顾客一张“雨票”，两个星期内都可凭这张“雨票”用促销的特价购买您原来要买的商品。

雨票上印着“我们很抱歉，您所买的商品先暂时缺货。此雨票可确保您以今天的特价购买如下所列的商品……。有效期为14天，可在此连锁超市的任何分店购买。”

为何称之为雨票？美国人爱看球赛，有时天空不作美，突降大雨，球赛只得取消。球场会给大家一张票子，改天再来看球赛。这张票子就叫做雨票。它代表的是承诺、是信誉。超市恭敬地对待“上帝”，借用“雨票”的方式表明促销绝非骗销。

发优惠券比降价好

采取特价大甩卖的产品，一般都是一些过季清仓，或者是质量有些瑕疵的问题产品。正常情况下，企业很少主动给商品降价。一旦价格下跌，很容易引起消费者下意识反应：质量保不准出了问题。

优惠券却能在吸引顾客时，减少顾客对品牌形象的不利联想。比如，一份劲脆鸡腿堡的价格是18元，商家为了促销会推出买汉堡送可乐的优惠套餐，或者下周搭配一个葡式蛋挞。再下周搭配个薯条。虽然价格是在下调的，但经过这样五花八门的套餐组合后，降低了消费者对价格的敏感度。

使用优惠券，有利于利润的最大化。怎样才能让利润最大化呢？

举个例子，市场上推出了一款新型的彩虹汽水。分别是木瓜、香蕉、青苹果等7种口味主导。A、B、C能承受的最高价格分别是5元、6元、7元。现在假设汽水的成本是3元。

如果商家把价格定在最高的7元，只有一个人会愿意买。这时商家只有4元进账。如果定在3元的成本价，三人都会买，但利润为零。但定在A愿意支付的5元时，每人都会买。这时商家的利润会实现最大化，达到6元。

实际市场环境中，最大的难题就是很难弄清楚消费者愿意为商品出的最高价格。这个时候优惠券就能派上用场。再回到彩虹汽水定价问题上，假设汽水的成本依旧是3元，如果定价在7元，但返2元，就能留住A。同时，对价格不敏感的C又没兴趣找优惠券，给了7元就拿走汽水。这样商家就实现了利润最大化。

消费者拿着优惠券获得了一定程度上的优惠，但同时也付出了时间成本，还失去了自由选择权。

就时间成本来说，消费者得花时间扫描下载店家的APP、下载电子券，研究最划算的套餐组合。消费者花费的时间成本，其实成了商家的广告时间。此时润物细无声地传递了品牌形象。甚至主动帮商家打起了广告。比如，在一次双11光棍节，为了那返利的500元，拉上好兄弟、好姐妹，组团凑够1000元。这些潜在的客户被挖掘了出来，雪球越滚越大，新客户越来越多。小小的优惠券就可以节省大笔的广告费。

再就自由选择权来说，优惠券的优惠大多限定于固定的产品组合，而较少用于单点。什么样的套餐搭配由商家说了算。比如，由于种种原因，汉堡王的王道辣香鸡翅销量不好。但蘑菇芝士双层堡卖得火爆。为了促销鸡翅，推出打折的这两者的组合套餐。这样就带动了鸡翅的销量。另一方面，如果又研发出了一款新型饮料，比如彩虹汽水和火爆的蘑菇芝士双层堡绑定销售，消费者尝了味道不错，下次保不准彩虹汽水就会成为热卖的单品。

降价既损害品牌形象，又达不到广告效果。优惠券虽然走的是一条曲线降价方式。表面上很折腾，但作用却不小。



▲泉州源和 1916 创意产业园

买的不如卖的精

下面是美国神经学、心理学专家戴维·刘易斯
从顾客的角度对超市商品摆放的生动解读。

一走进超市，我们通常看到的是新鲜果蔬。你也许觉得商家把它们放在入口处一定是疯了。谁愿意在整个购物过程中扛着一筐苹果或者凤梨呢？

果蔬放在入口处，自然有它的道理。它们在自然光线中看起来会更新鲜，并且发出淡淡的清香。让人们联想到田野和自然。这大大消除了体量巨大的超市所带来的压抑感。它们让我们适应这个购物环境。

另一个更重要的原因是，这会鼓励你使用手推车，而不是购物篮，这样你就会购买更多的东西。

现在推着你的购物车前行，你发现左右两边的货物细微差别吗？大多数人会使用右手从货架上拿东西。这时你对商品的价值评估会比用右手拿的商品更高。同样，当我们在超市的过道上停下来的时

候，通常也喜欢站在右边，零售商们早就掌握了这个法则。我们把相对重要的物品放在右边，这称之为“不变的右方”。

你还记得刚刚走过的货架的最上方放着什么吗？我猜你肯定想不起来。因为你压根儿没看。当我们走在过道的时候，眼睛并不只是看着与视线齐平的货架，还会向下看。这时因为脑袋的重量和脊柱支撑的影响，你的视线会下移15°到30°。这就是高利润商品的最佳摆放位置。那些价格低、利润薄的商品不是放在最高就是放在最低。你压根儿看不到他们。因此，从理论上说，如果姚明和你一起逛超市，他买的东西一定比你买的更实惠。

你推着车继续往前走。过道虽然很长，但是通常会被货架分成的若干小段。在这些由货架形成的过道交汇处，供奉着一个个看不见的财神。这些“交通枢纽”的货物每个人都能看见。因此这里也是每月生意的引擎。

你走到每次必买的牛奶区域，说大超市的东西就是便宜，你可能又错了。那些人们频繁购买并且价格敏感的商品，超市称其为“客流量制造者”。他们把这些商品的价格保持在较低水平，是为了让顾客确信其他商品也同样低价。

当你准备离开时，结账处的架子上放着巧克力和糖果，你只要伸手就能把它拿走。这可是一种不可抗拒的摆放方式。因为人类大脑对高热量、高糖分食品有着天然的渴望。

现在你可以带着满车商品和超市的秘密愉快地离开了。祝你和你的钱包好运。



▲ 闽南红砖建筑特色：

红砖白石双坡曲，出砖入石燕尾脊。

观点

我始终以企业家自勉，并认为企业家的责任，是应始终坚持下面三个理念：国家会因为有您而强大。社会会因为有您而进步。人民会因为有您而富足。虽然这三句话看着有点大，但我却始终作为人生价值观的灯塔来树立。

——企业家曹德旺

任何产品都只是一个工具，好的工具应该以最高效率完成用户目的，然后让用户尽快离开。

——腾讯微信创始人张小龙认为，人们在微信中花的时间太多了。

两匹马各拉一货车。一马走得快，一马慢吞吞。于是主人把后面的货全搬到前面。后面的马笑

了：“切！越努力越遭折磨！”谁知后来主人一想：既然一匹马就能拉车，干嘛养两匹。最后，懒马被宰掉吃了。这就是经济学中的“懒马效应”。

——如果让你的老板觉得你已经可有可无，那你已经站在即将离去的边缘。

有人问农夫：种稻子了吗？农夫：没，我担心天不下雨。那人又问：那你种水果没？农夫：没，我担心虫子吃了水果。那人再问：那你种了什么？农夫：什么也没种，我要确保安全。

——一个不愿付出、不愿冒风险的人，一事无成对他来说是再自然不过的事。

人骑自行车，两脚使劲踩，一小时只能跑十公里左右；人开汽车，一脚轻踩油门一小时能跑100km；人坐高铁，闭上眼睛一小时也能跑300km；人乘飞机，吃着美味，一小时能跑1000km。

——人还是那个人，同样的努力，不一样的平台和载体，结果不一样。

上海百胜软件股份 有限公司

BAISON 百胜软件

上海百胜软件股份有限公司成立于2000年，是全渠道数字零售解决方案服务商。为零售行业提供运营咨询和数字化解决方案，业务涵盖企业中台、数字零售、电子商务、移动应用、云计算服务、大数据应用、仓储物流等领域，帮助客户实现数字化转型和商业创新，成就智慧品牌，创造辉煌价值。

目前，百胜软件与旗下25家分子公司及全国200百多家星联服务机构，为30多万家实体门店提供安全保障服务，为5万多家网上商店提供日常运营服务。

新会员风采

广东知名度招牌 有限公司



广东知名度招牌有限公司成立于2017年5月，位于广东省东莞市万江区，注册资本1500万元人民币，占地面积30000平方。公司以连锁门头招牌吸塑材料为主，生产设计制作门头的门面形象，提供灯箱设计、制作、售后全方位服务和广告标识系统、商业节庆美陈、LED

发光字、有机玻璃工艺制品等服务。拥有经验丰富的设计、研发、生产团队和专业的内外贸业务精英，企业员工95人，集设计、制作、集采、安装一站式服务。公司已服务过100多家知名品牌企业，在吸塑行业颇具实力和规模。

福州鑫大华包装制品 有限公司



福州鑫大华包装制品有限公司创建于2001年，从事食品容器的开发、生产、销售，坚持环保、卫生、安全，坚持品质、价值、共享的经营理念。

在见福便利店这么久，我一直觉得便利店，特别是社区店最重要的就是客情维护。争取一个顾客不容易，失去一个顾客却很简单！维护一个顾客要比得到一个新顾客难好几倍！什么是维护客情呢？我理解，维护客情就是用心跟顾客打交道、交朋友、做亲戚；充分利用公司给我的资源，在店里用自己的推广和服务给予顾客在购物上的满足，在生活中用自己的关怀给予顾客情感上的满足，让顾客记住我的好，购物的时候想起我！我平常是这样去维护客情的：

1.在店里主动与顾客交谈，了解一些信息。我会利用送货和推广优惠信息的时候去加顾客的微信，成为微信好友，通过我的朋友圈让他们了解我们见福的品牌、优质的品质保证及高效的售后服务。我也经常通过看顾客动态，来了解顾客的生活和爱好，去跟顾客互动聊聊天，让顾客知道我在乎他。时常推送季节性促销信息并送去节日的祝福！维护好的话，基本会促进二次消费！

2.让顾客深深的记住我的好。小区有一个顾客，她家里泡茶喜欢用农夫山泉的桶装水，第一次她来买的时候买了2瓶4L的水，加上自己随带的东西，拿着有点吃力，在与她的交谈中我得知她想多买，只是搬不动，自己家在6楼又没有电梯，其他店不

客情维护

·优秀店长心得·



见福便利店厦门金山店店长陈艺宗

够金额又不给送。我贴心地对她说，姐这两瓶我给你送上门吧，既然经常需要用到水，整件又有便宜，下次买整件吧，不管你买多少件我都免费帮你扛上去。她很感动说2瓶你都给我送，那再来2瓶。从此每次要水都找我，数量也增加到三箱五箱。可见，要用心去关心顾客，用行动打动顾客，才能获得顾客的信赖。每次老顾客买东西遇到问题都会先想起我，我都会耐心地为顾客讲解并介绍他可能需要的商品。

3.我经常通过微信和顾客沟通，了解顾客需要什么样的商品、喜欢什么样的商品，以及其他超市的售价情况，从而对门店

商品进行优化。当顾客喜欢的商品做促销，我就会第一时间推送给他，并表示可以免费送货。同时组建社区群，让我的顾客也在里面发表一些需要的商品和建议并及时回复顾客，了解顾客需要什么样的商品和服务，征求老顾客的反馈意见。

4.为顾客提供优质的服务。每个进店的顾客不管有没有买东西，都要用最热情的服务去欢迎他的到来。用最贴心的服务口语、最耐心的讲解、最合适的建议、最划算的支付方式去引导顾客完成消费。顾客购买商品较多或者过重的时候，我都主动跟顾客表示门店可以免费送货，让用户感觉很贴心。顾客就会想着既然你要帮我送，那我就多买一点，这样就进一步提高了销售额。“要不要帮你送”是每次顾客买完单时我的口头禅。

5.为了让顾客加深对我印象，在一些重要的节假日，通过微信发个简单的祝福语。只要不经常打扰他们，顾客还是会接受的。有时候送完货我会在顾客家里闲聊喝个茶。时间长了，很多顾客都对我像家人一样，也会主动来关心我的生活，来店里也会亲切地跟我闲谈。

6.当店里的商品出现质量问题，我都会马上和顾客沟通，站在顾客的角度为顾客解决问题，对顾客表示歉意，并及时做好整改工作。

总裁选助理

一个公司的总裁要招一名助理。人力资源部门精挑细选了12名应聘者，总裁一一约见他们，只提了一个问题：“在你看来，一个公司里，股东、客户和员工哪个最重要？”

应聘者中有的回答股东最重要，因为他们是公司的投资者；有的回答客户最重要，因为客户是企业的衣食父母；有的回答员工最重要，因为只有员工满意了，才能更好的服务客户，公司才能获利。这些人回答时都分析得头头是道，总裁觉得他们个个都很优秀。

可是总裁并没有选择上述答案

的应聘者。总裁选中的助理人选的回答是这样的：“如果我是首席财务官，我一定会说股东最重要；如果我是首席营销官，我一定会说客户最重要；如果我只是一名普通员工，那我一定会说员工最重要。所以我觉得这个问题的答案因岗位而异。”

做什么事情都要因人、因事而异。总裁在提这个问题的时候，根本没有定下标准答案。他只是想看看在现场谁的思辨能力最好。在他看来思辨能力强，协调能力就好；协调能力越好，就越胜任总裁助理这个职务。

别乱用“欢迎光临”

“欢迎光临”本来是挺好的问候语，但是如果一遍遍地叫卖，尽管在说法上下很大工夫，比如，转换声调、改变断句方式、拉长尾音。其实做的是“空念佛经一万遍”的无用功。

接连不断的“欢迎光临”，不能向顾客传递任何信息，有时候只会让顾客觉得很心烦；换个语调的“欢迎光临”也不一定勾起顾客的购买欲；拉长尾音地喊“欢迎光临”，听起来更让人觉得别扭。一句“欢迎光临”处理得不好，反而会在顾客心里筑起一道墙，成为让顾客匆匆逃开的咒语。还不如告诉顾客你卖的是什么商品，商品有什么特点来的实际。

但很多销售员觉得如果不做点什么，别人会说自己游手好闲。于是开始在“欢迎光临”的说法上下功夫，为的就是告诉经营者：“我在努力工作。”实际情况是真正买东西的是顾客，而不是经营者。无论叫卖的过程显得多努力，销售额上不去，经营者也不会赞赏你。

其实，“欢迎光临”这样的招呼方式，用在吸引远处的顾客上就足够了。比如说“欢迎光临，这边有XX卖哟”。这样引起远处的或者背朝着你的顾客的注意，向顾客传达到“我在这边”的信息就足够了。

◀泉州开元寺大雄宝殿后的古婆罗门教青石柱从泉州元代古印度教寺移来，其石雕反映出外来艺术。



一些人在幼儿园时就学会了他们应该知道的东西,而我直到上了大学,才学到对我的生活来说最重要的、也是影响我一生的一课。

在大学的经济学课上,教授给我们介绍了一个对我来说颇为新鲜的词汇——机会成本。它指的是为了得到某种东西而所要放弃的另一些东西的最大价值。也就是说,当你要选择一件事情的时候,必须要放弃另一件事情,从而让你得到价值的最大化:比如你要去踢足球,就不能去看电影;如果你午饭时吃了甜点,晚饭就没得吃了;如果你上大学时选择学生贷款,在接下来的20年里,你就必须努力工作偿还贷款。这不仅仅是一个理论,而且是在现实生活中我们做出任何选择时不得不用到的真理。

在我19岁的时候,我产生了一个想法——参加暑期到国外学习的项目。但我知道我的父母不可能送我去欧洲,因为把我送入大学深造对他们来说已经承受了很大的经济压力。这时我不得不做出一个选择:要么接受这个残酷的现实,要么找出一个能为我出国埋单的办法。

每年暑假我都会找3份兼职,我大一、大二时的学费都是靠这些钱来支付的。我不想让父母为了我承受更大的经济压力。另一方面,我要朝自己的目标不断前进,这样就必须放弃安逸舒适的假期,让自己全身心地投入工作。这就是机会成本的一个现实例子。

我一直过着省吃俭用的日子,终于,我决定换个生活方式了,于是我贷了一笔款,计划去欧洲度暑假!这些钱只够负担我的机票、在法国第戎大学的学费和生活费。我甚至在飞机上不吃一顿饭,因为这样能省下点钱。还好,临行前姐姐给了我一大袋子黄油曲奇饼干,它们成了我在航班上的晚饭。

为了少花钱,我尽量削减自己在吃饭上的开支。比如,第戎大学的食堂每天早餐供应很多长棍面包,我把一些面包带回自己的住处。我还找到了自己的“能量来源”——花生。我每个星期都会买上一包花生,然后定量分配——午餐吃几颗,晚餐吃几颗。除了小心地安排生活起居的每一步之外,我还受到了很多朋友甚至是陌生人的帮助。

不要为我的经济拮据感到难过。在失去一些东



泉州开元寺西塔

机会成本

西的同时,我收获得更多——当然,这也是对机会成本的有力说明。我几乎每个周末都去旅行,我去了法国南部的尼斯、意大利水城威尼斯、瑞士的劳特布龙嫩,还去了两次巴黎。我选择的旅馆条件很一般,而且我经常饿着肚子,但这些都不重要,留给我深刻记忆的是那些壮阔的运河、瑞士翁根高地吹号角的人,还有躺在法国南部海滩上晒太阳的舒适与惬意。

当我返回家乡时,我仿佛变了一个人。家里人都惊讶于我整个人瘦了一圈,但我知道这个决定是正确的:我不仅拥有了愉悦的心情,而且做任何事都信心十足。回来后,我继续努力打工,偿还了所有的贷款。

正如我的经济学教授所说的那样:我们并不是不可以得到我们想要的东西,而是无论我们想要得到什么,都有一个成本——为此我们必须付出。或者像我的商法教授所说的:天底下没有免费的午餐。而每当我想起那年暑假的机会,我知道它的成本是什么:勇气、牺牲,当然还有花生。

如何表达拒绝

日本作家村上春树从朋友那里获赠一张充值加油优惠卡。有一天中午12点,他驱车来到朋友事先指定的那家加油站,准备往卡里充值5万日元。

充值柜台设在加油站的便利店里。村上春树把车停好,带着墨镜走进便利店,发现充值柜台后坐着一个女收银员,便走过去问道:“请问,现在可以给加油卡充值吗?”

女收银员没有认出眼前这个戴墨镜的人是谁,有些迟疑地说:“充值吗?现在恐怕不行,我们11点半以后,一般不办理这个业务。”说着,她开始收拾桌上的杂物,准备离开。

“哦,对不起,我不太了解你们的作息时间,来晚了。拜托,帮帮忙,麻烦你破例办理一下,行吗?”村上春树边诚恳地说,边掏出钱包。

在村上春树看来,一个人到加油站来充值,等于是绑定了一个顾客,加油站应该欣然配合才对。可是令他没有想到的是,女收银员白了他一眼,冷冷地说:“我还没有吃饭呢!”此话一出,差点没把村上春树气晕。

不过,村上春树毕竟修养极好,生气,但没有发火,只是对女收银员说:“姑娘,我可以教你一个秘诀,往后如果再遇到这种情况,你一定不要说‘我还没有吃饭’,而应该说‘先生,对不起,超过11点半,我们的电脑系统关闭,不能为您办理充值业务,请您改时再来。’记住,这后面的一句假话,远比你前面的那句真话讨人喜欢。”说完,村上春树头也不回地离开了便利店。从此,他再也没有来过这个加油站。

五年以后,这个女收银员在日本服务业界颇为有名,人们公认她的服务质量一流,她的名字叫:岛袋佳奈。在一次业界举行的颁奖典礼上,已经成为女经理的岛袋佳奈,发表获奖感言时说:“感谢当年那个戴墨镜的先生,是他教会我如何面对我们的顾客”。

不是任何真话都应该说出,也不是任何假话都不能说。真假并非关键,关键的是说话人能否懂得听话人的心,从而选择恰当的表达方式。



闽南建筑风格：燕尾脊

范围经济

在门店经营战略选择中,有一种模式为范围经济,即在区域内通过高频率的门店布局或品牌能见频率,达到门店业态的区域影响力,快速制造特定范围内的影响力,我们称之为范围经济。

范围经济的优势在于,最大化地吸引眼球,通过品牌(门店)

的多频次出现增大市场可信度,在某一区域内迅速形成品牌影响力,塑造消费者信心,从而达到预期的市场获益。在实际操作中,一般主要有四种模式。

商圈内的范围经济

在逛街时我们都遇到这种情形,消费者在商圈内消费时很难立即在一家店内产生购物念头,这是由于商圈内各种品牌门店众多,无法让消费者对某一品牌产生较深印象;而如果某一品牌门店在商圈内有多家门店,那么这样高频率出现的门店会立刻从商圈内脱颖而出,成为商圈内的印象品牌。消费者对于在区域商圈内高频率出现的同一门店购物成交率颇高。

商圈内的范围经济操作模式为:以区域所建第一家门店为自有商圈中心,逐步延伸至整个商圈。在区域内形成范围效应,具体操作模式为,按照所在商圈的构成,依次递推开设门店,增加商圈内的门店影响力。

商圈内形成范围经济有以下益处:

1.提高形象成数,降低广告费用。多家店面同时存在于同一商圈内,同一形象反复冲击消费者视觉,无形中就会增大广告宣传作用,增大终端顾客成交截获率。

2.节省人力成本。同一商圈内的门店可以最大化地利用好人力调配,并且可以节省管理者的监管成本。

3.发挥配送优势降低管理成本,库存与配送都在同一区域,大大降低管理成本。

通过垄断形成的商圈范围经济

低价销售是商业竞争打造范围经济的有效手段,可以快速积累门店人气,使门店有存活下去的资源铺垫,并且可以挤压在同一商圈经营的同行,可以有效地干掉同商圈内的竞争者,最终获取商圈内的垄断而形成范围经济。然后再通过有计划的溢价来获取利润。这种方式在超市、化妆品、部分服饰、酒水批发类业态都可以获得较直观效果。

品牌业态多元化延伸的范围经济

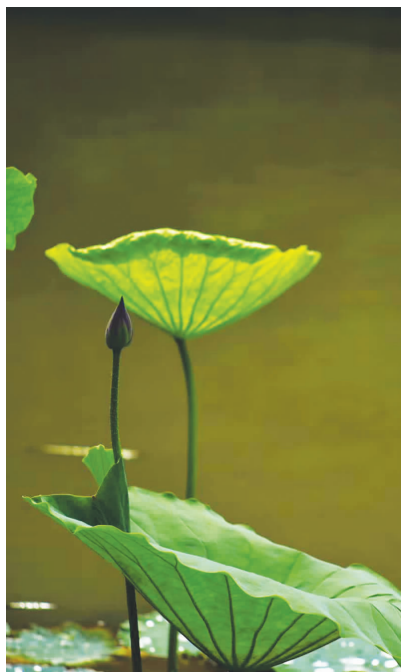
另外一种范围经济来自于多元化的品牌业态延伸,使用同一品牌在某区域内进行多种业态的经营。这样的方式可以最大化地获取区域内消费者的认可。毕竟普通消费者更加关注的是品牌是否大品牌,如果在区域内进行多元化品牌的延伸,会增加市场的认可度。

进行多元化品牌延伸的前提是,最好是现有的单一品牌在半径十公里区域内(或在两个不同商圈内)门店数量已达到10家以上。起步时的门店布局尽量不要采取跳跃式,以免不能有效形成品牌凝聚力。

知名企业大多会进行业态的多元化延伸,虽然在品牌定位上讲究品牌的单一定位,但在实际操盘盘中,知名品牌的多元化业态延伸是打造范围经济的最佳模式,新的业态可以快速被市场接受,省去了大量的前置成本,存活率要远高于操作新的品牌。

翻牌特许打造范围经济

这种模式相对简单一些,适合前期资金链不强的投资者。常见方式为门头形象广告方式。当门店开业后,将门店品牌名称置于其它业态门店的店招上,即我们常说的门头广告合作。投资人甲通过部分资金的投入,使乙同意将其店招的部分位置用来作甲的品牌广告,此模式为翻牌模式,在快消品行业所见较多。



门店经营一体化

在商业市场中,一体化指的是将存在于不同维度的独立竞争者通过不同形式的控股、合资等方式形成合作关系,增大原企业的规模力与品牌。一体化后双方不再是竞争关系,而成为新的一体企业或在某个链条拥有一致的效益权力。

与员工的一体化

在门店(或门店型企业)里,员工提供人力与技巧来为门店创造利润,并且凭自己产生的价值对经营者拥有议价(待遇)谈判能力;经营者靠发挥员工的才能来获取利益。现实中,经常出现核心员工利用自己的不可替代性以威胁辞职的办法对经营者提出过分的要求或者利用自己的资历影响经营决策,让经营者无比烦恼,也有很多优秀员工在技能提

升后选择离开老东家自立门户与原公司形成同业竞争,对门店的经营会带来很大的损失。

经营者要尝试与员工进行一体化达成,就是要将核心员工拉入门店(或公司)的股东队伍,让员工成为公司所有者中的一员,这样就可以全心全意为公司的成长出力,而避免出现异动,避免核心员工流失给企业带来无谓同业竞争。

传统的薪酬体系含有底薪、绩效工资、津贴、福利四大模块,是国内大多数经营者在设定薪酬体系时常用的模块;而在这里我们要选择的是激励机制更强的现代薪酬体系,与企业机制一样,建议门店经营中对员工的薪酬中增加“股权”这一模块,在单体门店经营中,股权可以用单店利润分红权来解释,相对于传统的四大模块,增设股权的薪酬体系更能加强优秀员工的稳定性与工作的主动意识。

星巴克咖啡店的员工一体化战略就值得学习。根据公司规

定,星巴克每家咖啡店的店长都拥有门店的股份,并配有公司的股票期权,只要达到规定期限,就可以得到丰厚回报。在规定的时间内店长绝对不会出现离职的迹象,凝聚力得到增强,与公司达成一致思维。

员工的一体化操作一般会以单品牌合作与期权赠予的两种方式进行,经营者可以选择适合自己门店(或企业)现状的形式来操作。

1. 单品牌的合作

与核心员工就某一品牌达成合作,双方共同就某一单品进行合作,并商定分红比例,经营者提供平台,由员工在现有门店(或公司)的平台上执行,双方按规定比例分红,这样既可带动员工创业积极性,又避免增加竞争者,也能保证员工没有流失。

2. 期权(或虚拟期权)股份的赠予

没有上市的门店或企业可以选择自定的期权回购条约,赠予核心员工某些数量的期权股份,

并同意员工在期限到达后,企业无条件以某种价位进行回购,受未来期权受益的诱惑,员工基本会选择长期留守。

与顾客的一体化

1. 合资控股的门店一体化

每家门店都会有部分消费价值较大的客户群,我们称之为重点客户,按照二八产出法则,这部分顾客可能占据了门店 80% 的效益来源。

门店经营者可以选择对重点客户共同出资来入股门店,这种操作有得天独厚的优势,就是重点客户本身对门店的营业情况比较熟悉,在入股的沟通中会省去很多不必要的过程。

2. 按照消费额累计成为新品牌(店)股东

第二种操作方式是可以利用顾客的消费数额进行累计,当销售数额达到规定数量时,可以自动成为新品牌或门店的股东。例如门店可以推出一款新的单品,达到规定要求入股的股东,可享受单品的销售分红。当然,单品必须设计出固定的有效期限,比如单月、三个月的销售期等。在此销售期内,新品牌(店)股东可享受单品的销售分红比例,这也要求经营者提前确定不同消费额度股东的分红比例。此方式可以加大顾客的消费频率热情,同时会带来新的顾客源。

3. 目标顾客的一体化

本条与第一条的顾客合资门

店操作方式接近,不同的是本条内容是以目标顾客为选择目的。目标顾客一般具有在同区域并且业务量单一等特点。例如在写字楼里面开设糕点店,就可以寻找写字楼里上班一族群体进行一体化,由门店提供产品与管理,由目标客户提供部分资本共同营运,同时双方按比例分红,经营者可以设定最大数量的入资者,极有可能实现无资本投入便可营运的效果

此外,与消费者的一体化还包括红利股东的形式,即每年按照消费者的消费数额给予一定的利息分红,以鼓励顾客继续在门店内消费。

与潜在对手的一体化

潜在进入行业对手与替代品对手都是门店或企业的心头大患,一旦行业毛利较高就会有其他产业的资本进入竞争。同时替代品的出现也是挤占市场客户群的一大威胁。

对潜在进入者在分析上有一定难度,需要经营者审时度势的察觉,一旦发现有相关竞争者进入,可以通过参股收购等方式进行合作,增加利润来源;如果产生了相关替代品,则可以通过进入替代品关键链条来掌控新的利润点。

在一体化操作过程中特别需要注意一点,必须严格选择一体化目标合作伙伴,力求避免一体化后影响原有的重要业务量,避

免融到资金却失去资源的现象。很多时候因为对资金的饥渴会盲目选择一体化伙伴,导致股东引进后新股东与原有的客户源业务冲突而产生了新的竞争关系,这一点必须谨记。

在市场运营中,面临的各种竞争很多,有的时候可能一个没有及时发现的变化就会导致运营出现问题。所以,经营者在门店或企业操盘过程中,要学会分析竞争模型,尝试各种一体化的可能性,也要学会使用各种风险的变通方法,比如多增加员工的阶梯培训,增加后续员工的成长空间与数量,也可以有效避免核心员工对公司的要挟,通过一体化操作减少竞争对手,增加资金及利润来源,熟练操作一体化运营必然会为市场的发展带来巨大利益。



没有导购员，也没有收银员，仿佛一辆无人驾驶的汽车完全自动化运营，这就是无人超市的大概样貌。

顾客想要进入超市，需刷脸或扫描手机二维码。顾客可以在店内随便逛，从货架拿走自己喜欢的货物。顾客出店时，超市的计算机系统会自动结账，从顾客的账户扣款，手机也会自动列出购物清单，轻轻松松完成支付，绝不浪费一分一秒的等待时间。

这个智能超市系统是由一个大量的先进的硬件设施——传感器、摄像头、计算机以及各种信号接收装置组成的有机整体。它综合使用了许多人工智能领域的黑科技，比如计算机视觉、多传感器数据融合以及深度学习算法等技术。

具体说来，计算机视觉主要是由麦克风、摄像头、计算机来代替导购员和超市保安的功能，对顾客进行身份识别和跟踪。

麦克风的作用主要是“听”。通过先进的语音识别系统，获取顾客的行动轨迹。摄像头的作用主要是“看”，当顾客刷手机进店时位于入口处的摄像头首先会对顾客进行人脸识别，记住顾客的样貌，并将其与顾客的购物账号一一对应。当顾客站在货架前准备取物时，货架上的摄像头会拍下他取了什么货物和离开货架时手中有何货物。

同时无人超市还使用多传感



无人超市的模样

器数据融合技术，把不同传感器发来的数据进行融合。比如，当系统要判断是什么货物从货架上被拿走还是被放回时，除了分析图像外，还需要分析形状识别传感器和压力传感器的数据，以提高判断的准确率。一瓶未开封的雪碧和一个空雪碧罐在外观上区别不大，但重量却差了许多。这时压力传感器的数据就更可靠。一瓶雪碧和一瓶可口可乐重量差不多。但配合图像分析，系统就知道顾客是否在放回货物时放错了货架。通过对多种数据的综合使用，系统货物管理的效率就有了保障。

从货架上拿起或者放回一个被识别的货物时，如何将货物与

顾客的账户关联起来。这就需要无线射频识别技术、人工智能技术和网络信息技术的融合运用。系统探测到顾客从货架上取货的动作，随后将货物相关数据同步到顾客的手持设备中。比如，顾客拿起一罐可乐（已经被识别）时，系统会自动将相关数据写入顾客的手持设备，比如手机或者是Ipad中，并在顾客账户的“虚拟购物车”中添加一罐可乐。而当顾客走出超市时，会穿过出口。这时系统将顾客手中的可乐从“虚拟购物车”转移到“已购买项”，并从顾客账户中扣款。

此外，还需要人工智能领域中的深度学习技术，使系统能够自我完善。比如，使用摄像头识别了顾客，可能会对顾客拍了一些照片。依靠一些深度学习算法加深对顾客的印象，以后对顾客进行身份识别的效率会提升。同样摄像头、麦克风、传感器记录的大量数据，真实反映了顾客的购物习惯。系统会记住顾客的偏好，会对他买的东西做出一些预判，并据此对相应货物的位置和库存做出调整。系统有时无法确定顾客从货架上拿走的是番茄酱还是芥末酱。那么系统就会参考顾客之前的购买记录做出判断。如果顾客此前一直都只购买番茄酱，那么系统会优先将顾客手中的这件货物判定为番茄酱。

这就是无人超市的大致模样和需要的技术支撑。

人工智能目前仍无法解决的问题

第一、推理、演绎和解决问题方面。

在人工智能开发早期，科学家们设计了一种算法，让人工智能模仿人类在下棋、玩拼图游戏，甚至进行逻辑推理时，使用逐步推理模式。到了20世纪80年代和90年代，人工智能已经能利用经济学以及概率学原理处理不确定和不完整的信息。

但人类解决问题的方式并非如上述步步推理，面对问题，人类通常会做出快速、直觉性的判断。这是目前人工智能无法实现的。

第二、知识陈述方面。

现在的人工智能机器还不能陈述物体之间、情况之间、事件之间、不同时间段之间的属性、分类和关系。而这一点对于人类智商来说是非常简单的。在面对某个具体情况时，人类还有超常规思考的能力，人工智能却不能做到。此外，人类具有创新性思维，能产生原创理念，人工智能只能根据工程师编写的程序和记忆提出想法。

第三、计划方面

人类能为未来制定计划，同时能预见该计划在未来可能产生的结果，至少在某种程度上。面对不同的情景时，人类能随时调整计划和制定新的计划。但目前人工智能只能在分析情景的前提下，利用记忆中全部预置的



超市快车 图 / 罗格(英国)

计划，制定对应措施，而不能产生任何原创计划。

除了以上三个领域的问题，其他困难还包括机器的学习能力，自然的语言处理能力（人工智能理解人类所说的语言的能力）以及洞察力。

站在人工智能的风口上

今天所有的企业都必须将人工智能融入自己的产品和服务。否则，他们将无法与那些利用数据来改善用户体验、辅助商业决策的企业展开竞争。下一代消费者将会与数字技术共同成长，他们会期望公司预见他们的需求，并实时个性化地提供服务。

迄今为止，人工智能太过复杂昂贵，以致很多企业很难对其进行最佳应用。今后几年这一切都将发生改变。随着人工智能越来越普及，可能使每一家企业、每一位员工都变得更加聪明、快速和高效。就像20年前互联网那样，人工智能将改善现有岗位并催生新的机遇。对此我们应当保持清醒的认识，并通过为明天的岗位提供培训和给那些跟不上时代的人们建立安全网来适应明天的环境。

人工智能超越人类智慧，还有很长的路要走。距离计算学家和人工智能之父约翰·麦卡锡在达特茅斯学院一次会议上首次提出人工智能概念，已经过去了60年。只有到了最近计算机才能识别视频中一只猫，或是确定前往机场的最佳路线。

我们可以肯定今后的技术创新速度将超过前几代人。人工智能将像电流般无形无影，但却充斥着我们的生活。从现在起30年后，没有貌似心灵感应般的数字助理，我们就不知道要怎样生活，就像今天每隔几分钟不看看口袋里的那台个人电脑，就会令人觉得难以想像。



在日本东京，有一间不起眼的“内山果子店”。店主内山先生守店50年，从满头青丝守到白发苍苍。

他今年已经90岁了，还每天日出开门，日落关店。当他拉起铁闸门的时候，人们会发现，小而窄的货柜上只摆着几种香烟，再无其他货品。

其实两年前，内山先生就想停止营业了，但是

零售店关门各有各的原因。这里是一些感人的事例。

我不关门是因为……

他说：“有一位顾客把一个包落在了这里。他或许有一天想起来了，会找来，我在等他。”到现在健康健康的老人每天还在等待包的主人。

宿舍楼下的小餐馆，是家夫妻店。男的掌厨，女的买菜、打下手。20多年过去，住处所在的那条街上，大大小小的餐馆一家家或频繁易主或倒闭，楼下的小餐馆却容颜不改，江山依旧。

老板娘说：“小店不指望赚大钱，能养家糊口就好。来这里吃饭的，都是旁边医院的病人家属。我的店在这儿，他们就不用走很远的路，也消费得起。”

有追随者才有领袖

其实凉茶在中国存在已久。但加多宝集团率先提出凉茶概念，并依靠特劳特（中国）战略定位咨询公司倡导的“定位”理论，将凉茶发展成了几乎和软饮料并列的一个品类。其实加多宝在早期还生产经营其他茶系列，比如红茶、冰红茶、绿茶、乌龙茶等，已在广东市场做到了第二、第三名。

定位之父杰克·特劳特向加多宝建议删减掉这些茶系列，只聚焦红罐凉茶。此时的加多宝集团规模并不大，其他茶系列的生产线也很昂贵。但他们果断听取

特劳特的建议，砍掉其他茶，集中所有精力，只做红罐凉茶。

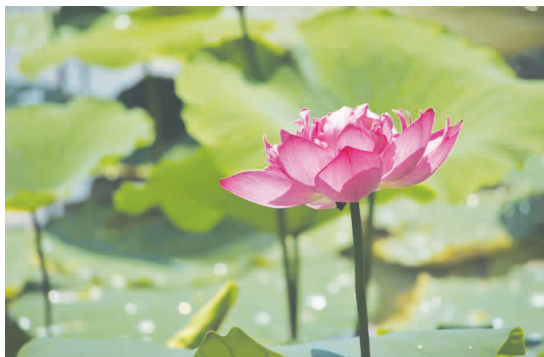
果然，红罐凉茶越卖越火。但加多宝又面临新的挑战——其他凉茶品牌纷纷搭上加多宝的乘顺风车，争相售卖凉茶。跟进的品牌中“和其正”做得非常之大，一年的销售额能达到几十亿。加多宝集团有次专门召开一个会议，会议的主题就是“要不要封锁和其正”。

多数高层建议封锁和其正。因为方法简单，加多宝只需把价格拉低一点，或者推出一个PED瓶装，就可以把和其正“打死”。

特劳特却不建议这样做。他说：“一个领

导品牌恰恰要在围城之后留一个空缺，让其他品牌还有盼头，让他们愿意追随你。有追随者才有领袖，就像一个大哥，出门总得带几个小弟，才像个大哥。”

这一次加多宝再次遵从定位理论。因为不“赶尽杀绝”，加多宝的销量不仅依旧遥遥领先，还把中国的凉茶品类做大做强了。加多宝集团的所有人都说，这都得益于特劳特的那一句话：“有追随者才有领袖”。





▲泉州梨园古典剧院

20世纪20年代中期，日本和田一夫决心带领由自己一手创办起来的八佰伴进军海外曼谷市场。可当时曼谷的人均年收入还不到2500美元，购买力很小。而且已有不少大超市捷足先登了。因此，董事会认为和田一夫的这一举措有些冒进，非常容易失败。但和田一夫却力排众议。他认为，泰国地理位置优越，马六甲海峡又是亚洲的生命通道，如果不及时进军，将来再想进去就要花更大的代价。于是，他果断地在曼谷最繁华的中心地段租赁了一块为期20年的土地，计划建一个面积超大的超市，并配套建造一个能同时容纳3000多辆车的大型停车场。“将如此寸土寸金的地块闲置

超市的停车优势

起来，修建与我们毫不相干的停车场。董事长太不务正业了”。员工们大为不解，议论纷纷。

和田一夫听后才一笑置之，八佰伴开业三年后，曼谷人均年收入翻了近三番，人口达到700万，汽车保有量迅速上升到200万辆，几乎每个家庭都拥有了一辆汽车。交通变得拥挤不堪。因为没有足够多的停车位，很多先前生意兴隆的超市营业额开始直线下降。而八佰伴由于有足够多的停车位，一下将那些有消费能力的顾客全给吸引了过来。八佰伴超市也因此后来居上，一跃成为曼谷的第一大超市。

“董事长真是神人，竟能未卜先知”。之前反对建停车场的员工，这才觉得和田一夫决断英明。“我哪里会未卜先知呀，我只是事先认真做了调研和分析罢了”。

原来在租赁土地之前，和田一夫就曾数次到曼谷调研。他发现那里是一个新兴的城市，到处都是建筑工地。于是便忧虑地觉得今天的东京就是明天的曼谷，易堵车、停车难，将是它的最大难题。作为一个后来者，要想从竞争中胜出，必须有自己的独特优势。和田一夫灵机一动，认定：“这个优势就是为顾客提前准备好停车位”。

具有前瞻思维，是和田一夫制胜的关键。



▲泉州元妙观



杨 鸿 斌

在福州上杭路有一处省级文物保护单位：采峰别墅。这幢别墅具有民国初期的民居风格，是福州近代别墅建筑的优秀代表。其主人是福州当地人——杨鸿斌。

杨鸿斌（1884年——1974年），字文明，福州市台江浦西长汀村人。杨鸿斌幼时家境贫寒，靠卖光饼谋生。当时福州被辟为五口通商口岸，国内外的商船不少，杨鸿斌七八岁时每天就到码头卖光饼。

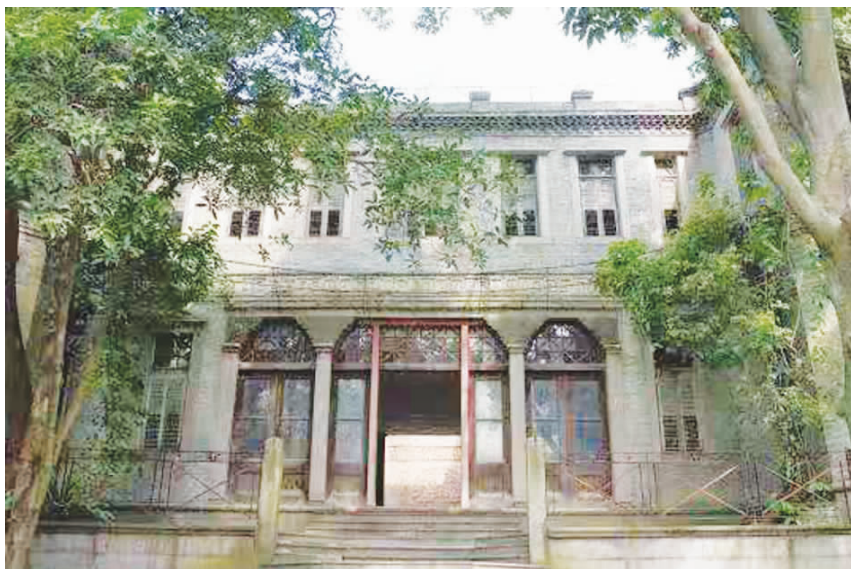
传说有一次杨鸿斌上船卖光饼没卖完，留在船上舍不得离开。结果船开走了，他就这样漂洋过海了。此前在船上卖光饼已结识了船老大。船老大先让他从杂工做起，并学习经商。

到了19岁，杨鸿斌便随友到马来西亚的槟城，进商场当了学徒。因他聪颖好学，脚勤手快，做事干练，受老板器重，破格升为商场经理。不久又得到老

板的支持，集资创办振光有限公司，经营进出口贸易，同时发展橡胶林、椰林种植业。经数年艰苦奋斗成为槟城商业界的巨头。第二次世界大战后，一些外籍船主纷纷回国，不少人将船只托给他管理，他利用这些船跑航运，又取得了新的发展。

杨鸿斌为人忠厚谦恭，诚信经营商，且热心慈善事业。为团结联络在槟城的福州籍华侨乡亲，

他发起成立“槟城福州会馆”，出资购买建会馆的地皮，并当任永久理事长。乡亲们为表彰他的贡献，将会馆大礼堂命名为“杨鸿斌礼堂”。为使福州籍华侨的子女能够受到的良好教育，杨鸿斌出资创办“三山学校”，并任校建委会主席。此外，他还担任“福建公会”和槟城“平章会馆”及其他社团的要职，具有很高的威望，成为槟城的著名爱国侨领。





杨鸿斌还常回福州兴办慈善事业，在福州创立“慈善社”，几十年如一日指定亲属负责慈善事业，资助孤苦无靠生活贫困的平民，给产妇发“产粮”，给赤贫者发“冬赈”；每年洪水期间免费熬粥周济穷人；向孤儿院、平民医院、佛教医院提供巨额资助。还修了多座石桥，铺好村里通往码头的道路。1924年，军阀张毅的部队在闽侯瓜山一带焚掠屠杀，将村庄夷为废墟。慈善家、平民省长萨镇冰筹资为灾民建房，修“南通路”，盖“苏州桥”，得到杨鸿斌的全力资助。工程落成之日，杨鸿斌与萨镇冰并肩剪彩，传为佳话。1946年福州洪水泛滥，灾情严重，杨鸿

斌捐款赈灾，又捐资修复水利，帮助灾民重建家园，恢复生产。

杨鸿斌三十而立，事业有成。他于1920年在福州上杭彩气山建别墅，取“采五峰之灵气”之意，名为“采峰别墅”。别墅占地2000多平方米，建筑面积523.7

平方米，内有花园、假山、亭榭。主体建筑平面布局呈倒“凹”型，南面两侧耳房为八角形，第二层北、东、西三面设开敞式挑廊，使整体相

连。附属建筑二层西面有半圆形观景阳台。屋面大部分为坡屋顶，小部分为平天台。

采峰别墅的主要看点在于中西合璧。其主要建筑材料如地磚、木材等都由海外运来。同时引进钢筋混凝土技术，组合使用工字钢、钢筋、水泥、砖、木等材料，解决了建筑物的大跨度、大出挑等技术问题。别墅的外部立面装饰简洁，但砌墙砖却是专门烧制的，上有“采峰”字样。在室内有古典式壁橱角柱；门窗上部采用中国古典花格式样，下部为玻璃窗，外面再安装百叶窗。

别墅建好后，杨家三代人皆居于此。1974年杨鸿斌病逝，享年90岁。1978年杨鸿斌的幼子杨振星移居香港，此后这幢位于上杭路122号的别墅便无人居住。

2009年“采峰别墅”被列为福建省第七批省级文物保护单位。



锚定梦想 一切变简单

有一个故事,说的是一头驴,背着两捆草,饿了,到底放下那一捆来吃呢?一直犹豫不决,结果饿死了。

这个故事有些夸张,但人生很多路口,大家都会在路口上徘徊。做选择是很难很痛苦的,这边有诱惑,那边也有诱惑。到底选择哪个?我的同学都出国了,我是不是也应该去新东方学习准备考托福?我的发小考公务员了,我是不是也要买书复习了?电视上说有个人小学没毕业做电商就发财了,我是不是也要到淘宝上开个店铺?

你今天听到东边热闹往东跑,明天听到西边热闹就掉头往西边跑。很多年下来,你就会变成一个没头苍蝇,东一榔头西一棒槌,疲于奔命,没有积累。我认为,如果你觉得自己还年轻,那一定要花点时间想一想,不说长了,就是未来的十到十五年时间,你到底要想成为怎样的人?未来十到十五年,你到底最想获得什么?这是最重要的。这个东西,你可以说是梦想,也可以说是价值观。

为什么?

因为你一旦想清楚了,以后你无论做什么判断,做什么选择,那就简单多了。有助于实现我梦



奇虎360公司董事长周鸿祎

想的,我就干。没帮助,我就放弃。把梦想锚定,短期内不管你遇到什么诱惑,遭遇什么困难,都不会左右你判断和选择。

在这点上,我很幸运,在困难面前我很少摇摆,经常是一拍脑袋就做决定了。因为我上高中的时候,就想清楚了我这辈子要干什么。我不想要进到一个仰人鼻息的单位去,我就梦想着要开个自己的电脑公司编软件,自己安排生活和命运,而且做好了,很多人都用,这样很有成就感。

一旦有了这个想法,所有的选择都变得非常简单。比如我上高中的时候在全国物理竞赛上获过奖,很多大学都愿意录取我,各种专业五花八门。其中一所比较著名的大学,想录取我上食品工

程专业。

我父母听说以后十分高兴,他们经历过吃不饱饭的年代,觉得上了这个专业,以后就不愁吃饭了。但我坚决不同意,因为我对食品不感兴趣,我就是想编软件。

当时西安交大也来录取我,我当时也不知道西安交大是干什么的,以为是修铁路的大学。但西安交大让我上计算机系,那我就去了,因为符合我的目标。相反,我很多同学根据当时热门不热门来选专业,很多人选了国际贸易。这种选择看起来很聪明,但现在看来,这未必是他们真正想要的,也未必是自己能够施展才华的地方。

你如果说,我的目标很简单,就是年薪50万。对这样的目标,我的建议是,目标不能太物质化。太短期、太物质化的目标不能内化成你的梦想。像年薪50万、100万这样的目标,你可能很快就实现了,然后就失去了梦想,没了目标,跟有些拿到巨额拆迁款的人一样,沉溺于赌博,把自己的未来都毁了;或者有的物质化目标很难实现,比如你想成为中国首富,可能你很快就放弃了。我认为,只有这种非利益化的梦想和目标,才能长期激励一个人不断

地去追求。

我大学毕业时,也面临着选择到底是去南方的某家银行工作,拿月3000元的高薪,还是去北京的一家大型电脑公司,拿一月800元的工资?我没什么犹豫就选择了后者,因为只有到电脑公司,才能学习怎么做软件,才有机会实现我的梦想。

后来我离开这家电脑公司到互联网里去创业,有很多人说:“你太有勇气了,放弃了高薪和职位。”但是我觉得这不需要什么勇气。它已经不适合我了,没法帮助我实现自己的梦想。这些别人认为很珍贵的东西,对我来说是Nothing。所以,你的梦想和目标不跟物质挂钩,物质就不会成为

你选择时的掣肘。

对于高中生来说,诱惑可能是某个看起来前景良好的专业。对于大学生来说,诱惑可能是一份待遇丰厚人人艳羡的工作。但是随着你越走越远,物质的诱惑越来越大,你就更需要梦想这个坚定的罗盘来指引。

当年我要离开雅虎,因为在那里不能创新,很多好想法实现不了,这种氛围让我窒息,让我忍无可忍。雅虎说,要提前辞职,会扣我3000万美金。即使放到现在,这也是一笔不小的数目。

很多人替我惋惜,说你再混个一年半载的。我不想混,也最痛恨混。对我来说,自由是最重要的,干自己想干的事儿是最重

要的。于是,我再次的创业。于是,有了360。

可以说,到今天我的梦想从来都没有变过,只是我所在的行业从计算机发展到了互联网,发展到了手机领域。我的目标很简单,一直都要做出别人从来没有想过的产品,我的产品能够改变千千万万人的生活和工作方式。

这个梦想,可以说我已经实现了,也可以说我还没有实现,因为我感觉还有更多好想法可以去做。

年轻人有朝气,有活力,你们应该有更好的梦想。希望大家好好思考一下自己的未来。想想10年、15年后,大家再聚首的时候,你希望自己成为什么样的人,这才是最重要的。

来点幽默

生活中大部分的问题都来自没有思考的行动或者是没有行动的思考。

您的报酬不是与劳动的辛苦程度成正比,而是与劳动的不可替代性成正比。

对于上班,一部分人的主要工作内容是“装忙”。

笑,全世界便与你同声笑;哭,你便独自哭。

走出去,世界就在眼前;走不出去,眼前就是世界。

有心者有所累,无心者无所谓。

一个人要配齐两种功夫,一个是本分,一个是本事。

问:什么叫见过大世面?

答:能享受最好的,能承受最坏的。

问:如何走出人生的阴霾?

答:多走几步。

问:如何反驳“现实点,这个社会就这样”。

答:您怎样,这个世界就怎样。



泉州是联合国科教文组织认定的古代“海上丝绸之路”的重要起点城市，是10-14世纪宋元中国的世界商贸中心、“东方第一大港”。改革开放之后泉州又成为中国的茶都、鞋都、瓷都和石雕之都，成为我国的纺织产业基地、休闲服装名城和建筑之乡。泉州拥有众多的品牌，因而又成为“品牌之都”。2018年全市生产总值占福建省比重近四分之一，经济总量连续20年领跑全省。

不冷不热，秋高气爽。参加第十二届海峡两岸（泉州）农产品采购订货会等活动之后，我们顺道作泉州古城一日游。

第一印象不是古迹，而是俗称“小白”的8人座电动车。在福州“小白”是驴友为鼓山白云洞取的亲切称号，那里是驴友们练习基础脚力的地方。而泉州的“小白”是省脚力的便捷工具。泉州“小白”诞生于2017年，行驶区域在古城范围之内，招手即

停，2元一票制，可以刷卡、扫码，不定线、不定点，按上车先后依序送达；没有发动机的噪音，没有大公交的拥挤，方便快捷。

依靠“小白”，我们“一日看尽古城景”。从金山小区出发，先过浓荫蔽日的“芳草园”，进入“源和1916创意产业园”；再穿“甲第巷”达“西街”，进“开元寺”，过“钟楼”，在“蓝氏钟楼肉粽总店”用午餐。午饭后经金碧辉煌的“元妙观”到闹中取静的“承天寺”；出承天寺坐上“小白”由北向南直奔“天后宫”；由“天后宫”再乘“小白”回到夕阳西下的“涂门街”。这里一字排开儒教的文庙、伊斯兰教的清净寺、道教的关岳庙三大景观，有文有武，有中有所外。据统计涂门街上共有13处宋元文化遗迹。涂门街还入选全国第一批“购物放心一条街”。与涂门街呈十字交叉的中山路正在全面维修。

越过石塔古街，我们感受到在泉州这块经济热土之上，文化并没有消退。文化建设与经济建设齐头并进，相互唱和，推进着经济

文商 化贸 古繁 泉盛 州地

社会的全面发展，而不仅是文化搭台，经济唱戏。爱拼敢赢，泉州人在文化建设上也是能闯争先。

泉州，我为你点赞！

