



9月20日,蒙牛举行“只为点滴幸福”为主题的新形象发布会,活动将地点放在了时尚地标世贸天阶,哪怕只是一个路人,都能毫无遮挡地看到整个发布会过程。蒙牛正在以这种完全开放、透明的态度,向外界传递一个声音:改变正在由内到外地发生。 记者 熊维维

## 蒙牛新形象 改变由内而外

### 蒙牛诠释“点滴幸福”

按照蒙牛最初的设想,这不是一场发布会,更像是一场沟通会或体验会。在会上,总裁孙伊萍也采用更加亲近、柔和的方式诠释了“点滴幸福”的内涵:回归牛奶的本质,通过一杯好牛奶为人们的生活带来点滴幸福体验。她说:“我们关注牛奶品质管理的每一个点滴细节,更关注人们的点滴健康、点滴成长、关注每一个家庭、每一个孩子的点滴欢乐,以及每一个点滴带来的内心幸福感!”从消费者体

出发的沟通方式让蒙牛的品牌气质变得柔软起来。

此外,细心的网友还发现,近一段时期以来,蒙牛在新浪的官方微博与网友互动频繁,倾听消费建议、传递蒙牛最新动态,很多网友渐渐感受到一个和以往不一样的蒙牛。7月初,开通微客服,接受消费者的一切投诉,并快速、公开地回应消费者疑惑,这些,无疑是在对外表达“蒙牛正在改变,并且比任何时候更加关注消费者”。

### 安全核心品质战略

“质量体系建设没有捷径,就是要踏踏实实做好每一步”,蒙牛推出以确保质量安全为核心的品质战略。具体而言,品质战略包括强化奶源、优化质量管理体系、对标国际标准在内的基础建设,通过夯实基础,系统地提升品质。在奶源和基础建设上,蒙牛计划5年内投资30亿~35亿,加大自建牧场力度,引进丹麦牧场管理体系,按国际标准对牧场进行设计和管理,对奶站提供资金和技术支持帮助其转型为牧场小区。至2015年实现原奶100%来自规模化牧场,包括自建牧场与合作牧场。为了优化质量管理体系,蒙牛实施了价值链全过程管理,覆盖从前端奶源、生产至终端销售的所有环节,针对每一个环节均制定了严格的管理标准。

今年7-8月,蒙牛上千名管理人员走进

终端市场,与消费者交谈,倾听消费者的声音,与此同时,蒙牛也在广泛邀请消费者走进蒙牛,加强互动,让外界看到蒙牛的积极变化。

蒙牛负责人在发布会上表示:“这半年来,我感受到蒙牛一直在改变。蒙牛拥有强烈的要求改变的决心,已经为改变做出了长远、翔实的规划,并且拥有强大的让改变产生的行动力。蒙牛一定要戒骄戒躁、脚踏实地、循序渐进地发展,每一步都要迈得稳健、迈得扎实。”

蒙牛的主动求变,在改变中寻找突破和创新,让人们看到中国乳业的希望。而蒙牛改变的动力与目的,直指消费者,所以蒙牛提出了“只为点滴幸福”的消费者承诺,聚焦消费者需求,创造更好的消费者体验,而在这个承诺的背后,是蒙牛从战略落实到每一个员工的“点滴改变”与“点滴努力”。



## 美味时尚香雪儿 打造郑州第一强势烘焙品牌

日前,从郑州香雪儿传来消息,在今秋这场月饼大战中,香雪儿销售业绩创新。在郑州香雪儿食品有限公司总经理李培育看来,这与香雪儿多年不懈的努力分不开,目前香雪儿凭借着良好的口碑成为获“全国优秀饼店”的称号、“河南省最受消费者喜爱的十大名点之一”、“河南省十佳月饼”、全国烘焙协会“杰出饼家”等几十项殊荣。 记者 熊维维



### 成长 不断修正完善管理模式和经营策略

郑州香雪儿食品有限公司成立于1999年春天,是集科研、生产、经营蛋糕、面包、西点、粽子、月饼、冰点等六大品类为主的民营连锁企业。

十余年的风雨创业,香雪儿成了郑州烘焙行业的佼佼者。企业现拥有国内领先的大型现代化无菌生产工厂、完善的配送中心,50多家连锁店遍布郑州各个地区,并在行业中

率先通过了QS认证,确保产品的健康卫生。质量是企业生存之本,香雪儿始终坚持对产品质量从源头抓起,依据多项严格指标,采购质量最上乘原材料。

香雪儿在与市场积极结合中,不断修正和完善着管理模式与经营策略,通过合理、高效、规范的管理运作,努力实现香雪儿经济效益、社会效益的双丰收。

### 未来 提升市场份额、打造强势烘焙品牌

作为河南省烘焙协会副会长单位,香雪儿始终坚持高起点、高标准、严要求,努力为广大消费者提供最优质、最健康的美味享受。

经过十余年的发展,香雪儿开创了一套具有自身特色的运作模式:最先进的市场建设、最有效的商业运作、最完备的标准化管理体系、最人性化的情感关怀。香雪儿坚信未来市场的竞争是人才的竞争,企业最大限度地挖掘员工的创造性,真正发挥了“人尽其用、人为我用”的创企精神。

先进的技术和不断的创新是烘焙行业取胜的关键,香雪儿始终把握最前沿的市场脉搏,不断向欧美国家的先进技术学习,聘请高端顾问公司实时指导,力争在行业竞争中保持领先地位。

公司将以产品研发为基础,以渠道网络和品牌建设为保障,迅速做强做大以郑州市中心为辐射的区域市场,力争在两年内将市场占有率提升到郑州烘焙市场的七成份额,三年内将香雪儿打造成郑州第一强势的烘焙品牌。

第一款含活性炭洗发水清扬男士去屑洗发露活性炭净爽型全新上市

汽车尾气排放增多、PM2.5值居高不下——恶化的大气环境不仅影响人体健康,对人们,尤其是男士的头皮健康也形成了巨大威胁。想要保持无懈可击的状态,表面去屑已然不够,“深层洁净”同样重要。近日,联合利华旗下知名去屑品牌清扬,首创性地推出市场上第一款专为男士设计、含活性炭的洗发水“清扬男士去屑洗发露活性炭净爽型”,刮起净爽旋风。 记者 熊维维

## 没活性炭,怎够净爽?

### 头皮易脏,头屑由此而来

与女性头皮相比,男性的头皮毛孔更粗大,灰尘颗粒等污浊更易附着。加之职场上的男性常使用发胶等头发定型产品,如清洗不彻底,残留物亦会积存于头皮,让本就更容易油腻的男性头皮更易产生头屑。

经过长期研究,清扬发现,要想真正摆脱头屑烦恼,持久去屑,获得深层洁净的体验,关键在于彻底清洁附着于头皮上的污染物,让头皮不再油腻,头屑无从产生。

### 活性炭薄荷,净爽体验升级

清扬,自2007年进入中国市场以来,始终推崇技术创新,力争为男性和女性提供更有针对性的去屑及头皮头发护理方案。2012年,经由清扬法国巴黎中心潜心研发,清扬又发现了一件去屑武器——活性炭。活性炭含有大量微孔,它能像强力磁铁般吸走存



积于男性头皮和头发上的灰尘、油脂和残留污垢。

清扬独创性地将活性炭和薄荷加入男士洗发露,配合专利去屑技术维他命滋养因子10,全面升级深度洁净配方,帮助男性从根源解决头屑问题,持久保持净爽无屑状态。

### 深层洁净,状态无懈可击

6月的欧洲杯上,一场葡萄牙对阵荷兰的比赛中,球技精湛、酷爱时尚的C罗以“鲑鱼头”发型出场,他用发胶把头顶两侧的头发向头顶梳理,形成一个尖顶。而中场休息后,他以“猫王式”的大背头全新亮相球场。身为清扬的全球代言人,C

罗用这种方式完美诠释了无懈可击的精神,无论身处何种环境,随时保持头发洁净。清扬男士去屑洗发露活性炭净爽型,专为男士准备,真正实现深层洁净、持久去屑,为像C罗一样的男士们带来全新去屑体验。