80后“头狼”强袭湖南白酒市场

——专访四特酒有限责任公司湖南销售分公司总经理陈光辉

2010年1月，陈光辉来到长沙，当时，湖南市场总销售额只有2000多万元。他来后，一个人当月就创下了近2000万，这一年共创收8000万。“今年预计又能翻一番，达到1.6亿。”一年时间，四特湖南市场的“发展速度”跃居全国第一。

平头、硬发，身着黑衣、麻裤的陈光辉，说话掷地有声、眼神凌厉睿智，记者抛出的任何一个问题，他都能在几秒钟后做出逻辑严密、让人激情澎湃的回答。

“再刁难的客户，我都能在10分钟内把他搞定，至今从未失手！”

■记者 陈静 实习生 虞纵横

意气风发的陈光辉。

谈管理：“把自己锻炼成鸵鸟那么大”

年龄不大的陈光辉“来头却不小”——毕业于河北大学法律系的他，大一时，创办了校报《星空》，发行量超过10万份；大二创办了一家文化策划公司；现又蜕变为全国白酒行业最年轻的“区域经理”。

当很多80后都还尚处懵懂、迷茫之时，才过而立之年的陈光辉早走在了很多同龄人之前。

2010年年初，他刚来湖南工作时，大家看他年轻，都不以为然，工作指令很难被执行下去。“大家表现出来的尊敬仅仅只是敬畏我头上‘大区经理’的头衔。”

对此，他对自己第一阶段的定位就是当好业务员，那一个月，他没日没夜地干，一个人开发了20多个客户，没让任何人帮忙，当月销量就达到2000万元，相当于过去分公司两年的总业绩。此举，彻底征服了经销商与业务员。

他引用柳传志“大鸡”和“小鸡”的理论来激励自己。1994年，柳传志在写给杨元庆的密信里说道：你真的只有把自己锻炼成火鸡那么大，小鸡才肯承认你比他大，当你真像鸵鸟那么大时，小鸡才会心服。只有赢得这种“心服”，才具备了在同代人中做核心的条件。

谈市场：做好“授权和分钱”两件事

过去一年，四特湖南市场的发展几乎是以200%的速度在增长。“过去常德销售额是1000万，现在是5000万，浏阳过去是200万，现在是1500多万。”陈光辉凭什么这么牛？

在他眼中，做市场很简单，做好“授权和分钱”两件事就行。“授权是指给业务员与经销商足够的权限，展开手脚去做事，分钱则是利润分配，让他们得到应得的额度。财聚人散、财散人聚，说的就是这个道理。”

战略上，他倡导三个方针，首先是聚焦，集中优势兵力重点打击。“做不好一座城，就做一条街，做不好一条街，就做好一个店，集中火力攻势。”他第一步是重点攻战常德和浏阳，形成样板后，便快速复制，执行样板复制战略。

其次是简单。简单分三方面：一是思想简单，打开市场赚钱，赚市场允许赚的钱；二是作风简单，有所为有所不为，明白自己为什么而做；三是行为简单，狠抓执行力，一切行为标准化。

再者是核心品牌的推广，如“东方韵”系列，这是公司今年着重推广的品牌。

战术上，他推行“两手抓、两手硬”的管理方式。一手抓业务团队，一手抓经销商。“业务团队不强，管理者的理念就落实不下去。我就是要打造一支充满正气、追求正确、专业敬业、敢打硬仗、能打胜仗的狼性队伍！”谈及此，他双手握拳，神情激奋。

谈人生：“人生就像滚雪球”

陈光辉认为人生就像滚雪球，但你要成为湿的雪，然后找到一个足够长的坡，这个坡就是你选择的平台。

我选择四特，就是看好这个品牌的发展前景。湿的雪才有包容，雪球才能越滚越大，是什么在增大？是你自己在增大。增大的不是财产，而是你的知识文化容量、内在品质与做人的气量。为什么要找到长的坡？他笑着解释，这坡不够长，你滚两下，不就掉下去了？

个人经典语录

怎么让人尊重你？两点，第一，你比他强，第二，他认为你比他强。

人生就像滚雪球，你要成为湿的雪，然后找到一个足够长的坡。

没有完美的个人，只有完美的团队。

销售的过程，说直白一点就是利润分配的过程，很简单，五个字“授权和分钱”。

什么是模式，模式一定要简单，“一句话一行字的叫模式”，你搞得他跟新华字典一样的就不是模式！

行业资讯

原瓶进口法国葡萄酒这里有

本报8月25日讯 “我们郑重承诺，在湖南区域指定的销售专卖店，所有卡柏莱系列，均为原瓶进口。”近日，湖南锦通商贸有限公司、北京德龙宝真国际酒业有限公司、法国卡斯特兄弟公司于长沙聚首，携手开展进口葡萄酒行业首次食品安全保障巡展。

此次安全巡回展选择长沙作为继青岛之后的第二站，湖南锦通商贸总经理陈彬表示：卡斯特也是看中了湖南卡斯特葡萄酒的销量100%上升趋势。

法国卡斯特中国区总裁毕杜维在安全巡展上表示，castel公司已进入中国十年，是目前在中国销售得最好的进口葡萄酒品牌之一。castel所售葡萄酒，均来自自己的生产基地及酒庄。

据来自中国海关的数据，今年1至6月，进入中国市场的法国进口葡萄酒达到了4900万升，排名领先。就在大量进口葡萄酒进入中国的同时，也催生出了诸多乱象。

陈彬透露，一些红酒经销商急功近利，在标签上做文章，低端劣质酒摇身一变成高端酒。“所以开展安全巡回展尤为重要。” ■记者 杨迪

2011湖南茶博会12月长沙举行

本报8月25日讯 今天，记者获悉，2011第三届湖南茶业博览会将于12月1日至4日在省展览馆举行。

据了解，此次茶博会将举行茶产品展示、展销、2011湖南茶业十大杰出人物、十佳诚信企业等系列活动。

据组委会副主任、省茶业协会会长曹文成介绍，湖南茶文化历史底蕴深厚，历来是我国产茶大省。据统计，“十一五”期间，全省茶园面积由112万亩发展到150万亩，增长40%；产量由年产7.2万吨上升到12万吨，增长67%；茶叶综合产值从150多亿元上升到近380亿元，增长150%，全省茶叶产业已进入了全国前列。 ■实习生 邓倩 记者 邢云

食用油含转基因？其实是个理解误区

一直以来，有些消费者会认为使用转基因原料（如大豆、玉米等）制成的食用油对人体健康危害很大。究竟转基因原料加工的食用油是否真的有如此大的杀伤力，消费者在食用油转基因的认知上是否正确呢？

真相：食用油中基本不含转基因成分

在超市包装食用油货架前，前来选购的罗女士称，面对琳琅满目的食用油，她也犯了愁：“这么多的品种，有的是用转基因大豆、玉米生产的，有的又注明非转基因，都不知道选什么好。”相信罗女士的这种担忧也是部分消费者的顾虑，那么消费者对食用油和转基因之间的关系是否了解？“不太了解”，罗女士坦诚地答道。其实，“食用油脂中是几乎不含转基因成分的”，近期中国粮油学会油脂分会会长王瑞元在参加行业学术讨论会时讲述了食用油与转基因之间的微妙关系：“转基因主要是存在于蛋白质中，各类油料无论是通过压榨还是浸出工艺制油，蛋白最后是分离到油料饼粕中，食用油脂通过精炼处理后基本不含有蛋白，油脂中是检测不出转基因成分的。”既然如此，为什么在市场上销售的包装油要注明转基因或非转基因字样，有什么特殊的含义吗？复旦大学教授、国际生物安全研究学会主席卢宝荣教授给出了答案，“在我国，如果食品中含有转基因成分，必须标注清楚。我国很多食用油产品都在油壶上标注使用转基因大豆，执法部门也经常到超市卖场进行检查。转基因产品标志并不是说这个东西是不好的，而是让人们明白消费，就像标注某样食品中含有维生素D一样。国家既然允许有标志，就证明转基因食品和非转基因食品没有明显差异。”

国外：欧美也有转基因食品“现在外界有一些误解，认为转基因食品是外国人不吃而中国人吃的。事实上，美国是用转基因食品最广泛的国家之一，如大豆、玉米、油菜等。”农业部农业转基因生物安全管理办公室有关人士表示。美国是最早开始发展转基因技术的国家之一，同时也是转基因食品销售和食用最多的国家之一，早在16年前，美国就批准商业化种植转基因抗虫玉米和除草剂大豆。美国生产的大豆主要用于加工饲用豆粕和食用油，食用油内销量高达776万吨，人均用量高达28公斤。2010年3月，欧盟委员会又批准可以使用3种转基因玉米生产食品。

国内：转基因生物安全管理体制完善

那么，中国的情况又是怎样的呢？“目前，我国的转基因生物安全管理体制可以说是相当完善的。”农业部农业转基因生物安全管理办公室有关人士称。《农业转基因生物安全管理条例》及配套规章共同构成了我国转基因生物安全管理的法规体系。中国农科院植物保护所研究员吴孔明认为我国转基因生物安全评价制度是十分严格的。“总体上来说，我们的制度已经在国际上达到了很严格的程度，也是科学的。所以颁发的安全证书是可靠的。”吴孔明说。“经过安全的管理、科学的评价，被批准进入市场的转基因产品是安全的。其风险是可以控制的。转基因在国内外高规模应用16年。”中国农业科学院生物技术研究所研究员黄大昉表示。

建议：消费者应购买品牌包装食用油

通过以上解读和各位专家的权威阐述，消费者应该对食用油转基因有了正确的认识。其实，只要是国家允许在市场上销售的转基因原料加工的食用油产品，并按国家相关规定进行标识的，都是符合国家法规和标准要求的产品，消费者可以放心选购。但市场上各种各样的产品应该如何挑选？中国粮油学会油脂分会会长王瑞元呼吁：“广大消费者要有自我保护意识，不要购买没有食品安全和卫生保障、容易被掺杂地沟油的散装食用油，最好购买按照国家相关法规标准组织生产、并经出厂检验的、有品质保障的品牌包装食用油。”消费者除了要理性消费，购买品牌包装油之外，也可以根据家庭膳食营养需求合理搭配不同口味的食用油，比如大豆油、调和油、花生油、玉米油、菜籽油等等，均衡每日所需营养，为家人送去一份安心与健康。

■记者 陈静 实习生 邓倩