

所有的遇见都是缘

黄
晔◎著

合肥工业大学出版社

所有的遇见都是缘

黄晔◎著

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

所有的遇见都是缘/黄晔著. —合肥:合肥工业大学出版社,2016.6

ISBN 978-7-5650-2847-2

I. ①所… II. ①黄… III. ①随笔—作品集—中国—当代

IV. ①I267.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 142803 号

所有的遇见都是缘

黄 晔 著 责任编辑 疏利民 特约编审 章玉政

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2016 年 6 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2016 年 7 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710 毫米×1010 毫米 1/16
电 话	总 编 室:0551-62903038	印 张	13.5
	市场营销部:0551-62903198	字 数	131 千字
网 址	www.hfutpress.com.cn	印 刷	合肥创新印务有限公司
E-mail	hfutpress@163.com	发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-5650-2847-2

定价:32.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

序言

缘酒文化的诠释

黄 晔

一、文化与品牌竞争力

企业文化的传递主要通过无形文化（精神文化）和有形文化（物质文化），而品牌则是企业文化的外在表现。企业文化是凝结在品牌中的内在气质，渗透到品牌经营的全过程。企业的品牌从表面上看，展现的是产品和服务，实质上，品牌所表达和传递的是企业价值观、理念和精神，也就是企业的文化。文化价值是品牌竞争力的核心。企业应正确认识与处理企业文化建设与品牌形成之间的关系。

通过对缘酒品牌和缘文化的深入分析，可以看出缘酒文化与缘酒品牌建设之间存在着相互关联和相互促进，两者的有机结合则催生了品牌文化。通过赋予品牌深刻而丰富的文化内涵，建立鲜明的品牌定位，并充分利用各种有效的内外部传播途径形成消费者对品牌在精神上的高度认同，创造品牌信仰，最终形成强烈的品牌忠诚。缘酒在构建企业文化的过程中正是通过缘文化的丰富内涵，一方面使消费者在消费产品和服务时，能够产生一种心理和情感上的归属感；另一方面也使缘文化深入消费者内心，从而形成对缘品牌的高度忠诚。

二、企业文化对品牌传播：渗透性是根基作用

文化的发展必须依附于实体，单纯的空想无法达到传播企业文化的效果。然而对于企业品牌的打造，除了销售数字的不断增长以及产品外观的设计之外，最核心的是企业文化的渗透作用。文化是植根于品牌的骨髓中，从马斯洛需求层次理论来看，人们在获得物质满足以后才会进一步追求更高层次的心理需求。因此，要让人们从思维层面认识到你所营销的产品，第一需要是这款产品符合消费者物质需要，在满足物质需求后，要加强对产品品牌的宣传。从物质层面向消费者精神层面过渡，这里所要做的就是让消费者对产品品牌的核心价值有所认知，而品牌的核心价值恰恰就是其中所蕴含的文化价值。文化是品牌的核心，品牌是产品的代言人和文化的载体，产品是文化的外在表现。可以说，企业文化借助品牌的力量不断向外扩张，这种张力是随着品牌的不断成长而逐渐扩大其影响力。

缘酒始终将文化的渗透性视为品牌发展的根基。这一点是基于缘酒文化的深厚底蕴和广泛传播而建立起的高度自信,将文化视为品牌发展的根基,是因为文化能够扎根于品牌的土壤中,并能够逐渐长大,开花结果。这是缘酒历经十年发展所得到的最大的财富,也是缘酒区别于其他发展模式的重要因素。而在文化渗透性的另一层面则是缘酒通过多种营销手段,将缘文化与酒文化灌入商品、服务以及经营理念中去,通过强大的文化推力来建立广泛的认同和品牌价值体系。

三、缘酒文化建设的具体表现

(一) 从历史角度分析: 皖江文化的开放包容性

皖江文化是以安庆为中心的,具有开放程度高、创新意识浓的特点,在许多方面使皖江文化的内容从区域文化范围上升到主流文化圈,加上以桐城派为代表的历史文化在融合主流文化中所起到的积极推动作用,使得皖江文化的辐射力也在逐渐增强。

安徽缘酒集团自创建以来,通过自身挖掘和外来引入将“缘”文化积极融入皖江文化圈,也进一步彰显了主流文化的包容魅力。在汲取中华传统酒文化的精髓与缘文化的素材中,充分结合地域文化和历史文化;在塑造缘品牌的过程中,通过不断创新和进取,加强品牌的建设,从而使得缘酒品牌的成长更具有可塑性和包容性。同时缘酒的文化开发也紧紧跟随皖江文化的发展步伐,真正做到与时俱进,在缘文化融合到主流文化的过

程中更加凸显缘文化的张力。

（二）品牌故事的打造

品牌的塑造离不开客户的参与，想要真正建立起客户希望的产品品牌形象，最好的传播方式就是打造好属于自己的企业文化，通过故事、理念来传播。缘酒的品牌故事可以追溯到北宋范仲淹与远禄大师在浮山“因棋说法”之典故。

缘酒故事的打造，具有一定的历史参考依据；另外集团在打造的缘酒文化博物馆又将《缘酒寻踪》品牌故事单独加以展示，在一定程度上对品牌宣传上也起到了良好的推动效果。

（三）制度理念：企业文化理念

企业文化的发展需要经过三个层次，即理念层、制度行为层和器物层。理念层又称精神层，是企业全体员工共同信守的基本理念、价值观标准、职业道德和精神风貌，是企业文化的核心，是决定制度行为和符号层的前提和关键。有无清晰的理念层，是衡量一个组织是否形成自身文化的标志和标准。缘酒在构建文化体系中所倡导的理念归纳起来共有四点：

其一，缘酒在成立之初，就确立了以“文化酿造美酒”的理念，而这一理念一直贯穿在企业的整个发展运营中。同时，集团所提出的“创一流企业，酿百年缘酒”的发展愿景一直是缘酒人坚守的目标，也是企业全体员工对缘酒未来发展的共同期待和愿景，反映缘酒人的追求层次和理想抱负，是缘酒人矢志不渝的价值追求，也是缘酒企业文化建设的出发点和归

宿点。

其二，缘酒所提出“诚信、创新、感恩、结缘”的企业理念是所有缘酒人倡导和信奉的准则，这一点也是缘酒企业在持续经营和长期发展过程中，继承优秀传统文化和适应时代要求并结合企业发展应运而生的。经过长期的实践发展，这一理念早已深入人心，并形成了代表企业信念、激发企业活力、推动企业生产经营的团队精神和行为规范。

其三，集团有意识地在员工中提倡、培养优良的精神风貌，通过十年的发展，在对企业现有的观念意识、传统习惯和行为方式进行积极总结、提炼和倡导中所形成的“我们是缘酒人，我们要发扬艰苦奋斗的精神、恭而俭、信而诚、缘酒一家亲”的企业精神是缘酒企业文化中最核心的部分。可以说，企业文化是企业精神的源泉，企业精神则是企业文化发展到一定阶段的产物。同时，缘酒的经营理念以市场为导向，以销售为龙头，向管理要效益，向生产要质量，增强成本意识，所有环节不浪费，从市场竞争角度又促进了缘酒制度理念的发展和完善。

其四，集团在2015年年初提出“新常态、新计划、抓管理、促营销、求生存、谋发展”的18字经营方略，这也是缘酒在新时期宏观经济下行的大背景下提出的适应企业发展新形势的经营方略，通过2015年的市场开拓以及全体员工的努力拼搏，已经在员工内部形成了普遍认同；在2016年经济环境持续下行的状态下，集团更是坚定不移地深入贯彻18字方略，把企业生存放在首位，激励全体缘酒人凝心聚力，让缘酒的发展脚步更加稳健有力，因此18字经营方略可以说是缘酒新时期发展的指引航灯。

(四) 器物传播

在缘酒文化的建设与发展中，可以看到集团在围绕“缘”文化展开诸多探索和深入挖掘，将其内涵进一步拓展延伸，具体可以归纳为“四网一馆一报一节”和诗歌书法。

(1) 四网一馆。在打造对外宣传的文化窗口中，缘酒通过自身的努力，积极开辟文化外宣窗口。以“四网一馆一报一节”为载体，广泛传播缘文化。中国缘文化网作为集团对外文化宣传的主要平台，充分发挥网络平台的优势，以弘扬缘文化，提升缘品牌，做好缘文章为宗旨，围绕发展安徽缘酒集团企业文化为中心，打造好自己的缘网形象，从而提升缘酒的软实力。集团网站在对外传播的过程中也是紧密结合企业发展动态，实时更新集团新闻事件。安徽缘酒文化博物馆从传承“历史文化、地域文化、品牌文化”方面体现办馆理念，结合博物馆网站的开发与建设，在宣传企业的知名度方面，这无疑是一张隐形的名片。另外，缘酒微信公众号也是对外宣传缘文化的重要载体，微信平台是最快提供企业发展资讯、最快了解社会和行业发展动态、最快传递学习和交流的工具。缘酒公众号凭借其移动性强，分享性广，以及微营销等特点迅速成为文化以及营销传播平台，在做好微营销、提升缘品牌、传播缘文化的过程中发挥出不可估量的作用。

与此同时，“四网”也建立了信息互通机制，真正形成四网联动，通过线上的交流互动，将众多缘文化爱好者通过四网的连接，形成了巨大的网络圈。

(2) 《缘酒文化》报是安徽缘酒集团弘扬中国缘文化、继承传统优秀

文化、推广和发展企业文化的综合性纸质期刊。文化报从2007年7月第1期创刊以来,到目前为止已经出版100多期,从一开始仅供集团内部学习交流再到向外界传播集团的文字载体,如今已经形成了一个稳定和快速的交流平台。可以说,《缘酒文化》报是见证缘酒一步步长大的。每期发行量多达一万份,直接链接政、商、学等各界人士,报纸内容涉及集团最新资讯、书画诗歌、缘酒美文等等,其影响力可谓是深远宽广。

(3) 缘文化艺术节,是安徽缘酒集团为大力传播缘文化、弘扬五千年中华酒文化精神而独创的艺术活动。从2013年与集团七周年庆典合并举办第一届文化节开始,之后每年都会举办一次,缘文化艺术节以传播中华传统的缘文化为主线,融多项各具特色的项目为一体,志在充分展示缘酒企业以文化经营企业的经营模式,也是缘酒展示企业发展史和品牌缘酒的极佳时机,极大程度上传播和弘扬博大精深的传统酒缘文化,以缘为媒,以酒为媒,以诗书画为媒,广交四海宾朋,广结天下缘。

(4) 缘墨书香。缘酒文化传播的另一个载体则是通过诗书画的形式。这一块主要是我本人在不断坚持。其次,在传播缘酒文化的过程中,通过文人雅客的书法交流来传播缘酒文化。同时在全国各地举办的名人书法作品展,无疑为传播传统的酒缘文化和书画艺术起到了很好的促进作用,并逐渐被社会各界所认知、认同。

需要补充的是,这里所说的缘酒文化的器物传播只是部分有代表性的,而在企业文化的建设中,还有许多细微方面都存在文化的渗透和影响,通过以“文化酿造美酒”,以酒结缘,大手笔、系统化开展品牌营销,大力弘扬五千年中华酒文化精神,深度挖掘博大精深、源远流长的缘文化,从而使得缘酒品牌和缘文化建设取得了长足发展。

四、进一步挖掘缘文化形式

从管理角度看，文化建设也是管理的一部分，在体制建设与创新中，缘酒也在全方位利用自己的资源，积极构建自己的独特文化营销圈。从传统视角来分析，纸媒和音频广告等宣传渠道凭借及时性和广泛性特点，在短时间内具有一定的效果；但一旦停止投放，广告产品也将很快被市场淡忘。而缘酒在积极探索新的文化宣传形式上，除了利用传统的外部宣传工具以外，主要通过自媒体的形式，并结合其多样化、平民化和普泛化的特点，不断向外界传播自己的声音。可以说，在短时间的运作过程中，缘酒自媒体在品牌文化宣传方面所起到的作用，并不亚于外部宣传媒体，在与一线品牌抗衡中也是毫不逊色。而缘酒自媒体的宣传引导随着其文化的不断发展也在进一步凸显它的强大功能。

目 录

序言	001 / 缘酒文化的诠释
第一辑	003 / 缘酒，需要一种精神
缘酒文化	008 / 砥砺前行，迎接缘酒新时代 ——写给缘酒集团办事处（大区）经理以上 负责人的一封信
	013 / 构建企业文化，提升营销力度
	017 / 坚定“缘”品牌经营战略，提升缘酒核心竞争力
	020 / 浅谈团队执行力
	024 / 让缘酒旗帜高高飘扬
	030 / 人才的作用
	034 / 适应新环境，加快新发展
	037 / 微动缘酒，信而结缘

040 / 以饱满的热情共创佳绩

——写在 11 月份营销会议上

043 / 缘酒，在砥砺中前行

——写在缘酒集团七月份营销例会上

046 / 缘酒文化营销的驱动力

049 / 在收获中继续前行

——写在九月营销例会上

第二辑

收藏结缘

055 / 忽视的“潜力股”

058 / 解说印章

061 / 如何打造微拍卖市场

065 / 佷红倚翠也称僧

——我的收藏品：一只胡合记民国盖罐评析

068 / 一根断了线的老红军大衣

第三辑

书画交流

075 / 《黄晔临石门颂楹联集》后记

077 / 不多见的唐罍老先生“仕女图”

080 / 好好的陶老

082 / 书法的功、情、趣

085 / 书坛杜鹏飞

087 / 我仰慕的一位艺术家

089 / 现代诗歌的表现形式及大众化

第四辑	097 / 黄晔委员的发言
黄晔观点	——大力发展民营经济，掀起全民创业新热潮
	102 / 创造良好经营环境，助推安庆民营经济发展
	107 / 打造陈瑶湖旅游，重视品牌缘酒建设
	111 / 县域民营经济发展的思考
	115 / 抓住机遇在经济下行中激活民营企业
第五辑	121 / 中国（铜陵）第四届缘文化艺术节暨安徽缘酒集团成立十周年庆典主题晚会讲话稿
黄晔声音	124 / 在安徽缘酒文化博物馆艺术顾问书画作品展上的讲话稿
	126 / 新年絮语
	128 / 九周年庆典讲话稿
	131 / 在九江市儒学文化研究会成立大会上的讲话稿
	133 / 在“把缘迎春”铜陵市书法作品展上的讲话稿
	136 / 在殷光华“枞阳风光绘画艺术展”上的讲话稿
	138 / 在中国缘文化网版主和部分安庆缘友新春联谊会上的讲话稿
	141 / 在缘酒文化博物馆开馆仪式上的讲话稿
	143 / 在缘友圣诞聚会上的讲话稿

145 / 做实缘酒企业，为陈瑶湖镇经济社会发展做贡献

第六辑

黄晔日记

151 / 感 悟

152 / 宜兴一夜

154 / 在路上

155 / 品牌与人才

156 / 夜行九江

第七辑

黄晔随笔

161 / 缘分的“天意”

164 / “野渡无人舟自横”的思想

167 / 缘分天注定

——写在缘酒被评选为“中国白酒十大品牌”
之际

170 / “悟”乃人之道

173 / 爱的一生一世

175 / 齐聚缘网，再续辉煌

——写在中国缘文化网成立五周年之际

177 / 《缘创》后记

附 录

180 / 我家小史

黄金生口述 甘雨撰文

第一辑 } 缘酒文化

