



化着精致的妆容,身着得体的衣服,轻盈地穿梭在宽敞明亮的写字楼办公室内,举止干练,笑容自信……这,或许就是人们眼中职场女性所具备的样子。但,仅仅是外表吗?她们有趣的灵魂,你可曾了解?有人说,现在是女性最好的时代,给了她们更多改变命运的机会,靠着自己的打拼一步步实现梦想;但现在也是最坏的时代,因为除了工作,还有家庭、子女、父母,一样承担着责任和压力。那么,有趣的灵魂、漂亮的外表,是如何将时代的“好”与“坏”统统收入囊中的呢?在《职场丽人》,您可以看见她们的千姿百态、妩媚人生。本栏目长期征集职场丽人,只要你形象气质佳、敢于SHOW出自己,请与我们联系。联系邮箱 1243708142@qq.com

数据“说话”,加盟创新

中山新型红木企业卓品木业举办2018年会

商报讯(记者 李红 摄影报道)1月16日,“见模式,见未来”中山卓品木业有限公司2018年会在喜来登酒店举行。卓品董事长杨威在会上公布了卓品旗下两大品牌新的产品体系,以及在2018年进一步明确的新方向和新模式。在新模式中,卓品将创建B2B2C的全新加盟模式,并用大数据体系,来把握产品方向、销售方向以及内部管理。

据介绍,“卓品木业”是一家专门从事新中式红木家具设计、研发、销售、生产于一体的家具公司。杨威在年会上介绍,自己2016年创办的卓品木业定位全新的发展方向,“主要是根据客户需求和市场竞争分析而得出的一个方向。”在办公家具行业从业多年,杨威发现目前市面上的办公家具已经无法满足高端客户的需求,很多客户的办公室已经不仅仅是用来办公,还需要用作接待,甚至简单的娱乐,那么对办公家具的品质就有了更高的要求,“于是,卓品旗下首个品牌‘物界’应运而生。定位非常明确,就是做商务红木,主要应用场景为办公别墅、酒店和会所。”而卓品木业另外一个做民用红木的“观檀”品牌,目前也已经启动。

在推广营销上,杨威表示卓品木业也将启用新模式,这也是2018年会主题“见模式,见未来”的由来。卓品木业将启用B2B2C的全新加盟模式,由公司直接对加盟商,再由加盟商面向终端消费者,但是由公司从线上引流,与包括1688、抖音等在内的众多线上平台联手合作,将客流导入线下实体店。采购流程由卓品自主开发的卓品木业APP全程记录。

而作为一间年轻和创新的红木企业,卓品木业倡导“用数据说话”,通过钉钉、金蝶、APP以及实体店和销售员收集到的数据,进行数据化产品管理和内部流程管理,以打造信息化的新型制造企业。



卓品木业董事长杨威为优秀经销商颁奖。

我市赴云浮参加第二届广东省特色小镇交流对话会

商报讯(记者 李红)由广东省特色小镇发展促进会主办的第二届广东省特色小镇交流对话会,于1月13日至15日在云浮市新兴县六祖小镇举办。会议邀请了省特色小(城)镇建设工作联席会议成员单位以及数百家产业、投融资、开发建设等知名机构、企业到会。

我市发展改革局分管领导和分管小榄镇、大涌镇、火炬开发区等特色小镇负责人赴会。会议以“探索广东特色小镇高质量发展之路”为主题,通过主旨报告、专题交流对话会、特色小镇展览等形式,对特色小镇政策和导向作解析,规范、引导和促进广东特色小镇高质量发展,并搭建政府、企业和社会资源对接平台。

中山宝铂会 举办3周年车主活动

商报讯(记者 梁展宏)作为中山本土较具影响力的车友会,近日宝铂会成功举办了3周年车主活动。活动当日分别举行了市内车辆巡游航拍以及车主聚会派对。

据介绍,宝铂会创建于2015年,是由中山当地一些志同道合的宝马车主自发成立起来的无盈利性质的民间高端车友会所。

娇俏姑娘带你玩 “拳”力游戏



文/记者 闫莹莹 图片由被采访者提供

泰拳、拳击、格斗……这些名词一说出来总让人有硬汉、野蛮之类的联想,在走进KO熊之前,我们对拳馆老板的印象也局限于一身肌肉的猛男形象上。见面那一晚正是KO熊拳馆的第一次馆比赛,身边是挥汗如雨埋头备战的各大老爷们,突然身边蹦出一个娇俏俏的小姑娘,化着淡妆穿着小礼服一副要上台当主持的样子,一开始还以为是客服经理呢,没想到她的自家家门着实把我们吓了一跳,“我就是这家拳馆的老板呀。”笑容灿烂得让人以为是开玩笑。

其实,这位连名字都很有气概的小女子熊超,不仅是KO熊拳馆的老板,自己还是个不折不扣的实力派拳击爱好者。而现在,她也正用自己的经历,鼓励更多的人练拳,在拳击中学习“面对困难永不后退,给出一记漂亮的反击”。

学拳击练出马甲线

再一次采访时,熊超依然将地点选在了拳馆。白天看着素颜的她,更显娇小清秀,皮肤白皙通透,一身休闲的装扮很难和女拳手的形象联系起来。

“我以前也很胖过,不过后来练拳就自然瘦下来了。我有一个朋友给我过一个很好的建议,就是当消耗大过吸收的热量,人就会瘦下来。”2016年,一直在做企业咨询工作的熊超,帮深圳的朋友做了拳馆内服务流程的梳理,这段时间的经历仿佛点燃了她深埋已久的“拳击之魂”。“我还在上幼儿园的时候,爸爸妈妈要出去工作,没人带我,就把我关在只有一台黑白电视的房间里,而这台电视机里竟然只有一个体育台,还一天到晚

地放着拳击比赛的内容。”男孩子性格的熊超至此爱上了挥拳进击的快感。帮拳馆做流程梳理的时候,没事她就跟着馆里的教练练拳,从最基本的开始练,站架、步伐、身法等,天天挥汗如雨,锻炼起来自己都不知不觉,还练成了女生们都羡慕的马甲线。

“练拳给我带来的不仅是挥拳的快感,还让我增强了自己的抗压能力。”熊超说,在搏击台上遇到攻击人的本能反应就是闪躲,而只有克服这种逃避的本能,才能向对手给出制胜的反击。这就像人在生活中遇到压力和困难一样,成功者往往都是克服了逃避的本能,选择勇敢正视并解决问题的人。

“老手”遇到“新问题”

看到朋友在深圳的拳馆做得兴起,自己在拳击中也受益良多,熊超开始琢磨着选择将“开拳馆”当成自己的第二次创业项目。

“80后”熊超职业生涯已可称辉煌,2015年她已成为天键集团公司的高层管理人员,但就在这一年,她选择放弃几十万元的年薪,“出来自主创业是想挑战自己。”

“企业的内部流程我很熟悉,朋友开的拳馆,从无到有我也有参与,本来想着在中山开家拳馆是个不费吹灰之力的事情。没想到这个市场的玩法跟我的想象大相径庭。”熊超说起自己在中山市场跌的这一跤也是记忆犹新。“我们正儿八经找人做了设计,认认真真地搞了一

个很潮的装修,本来以为只要一开馆就会有客流,没想到因为没有做市场预售,一开始少有人问津。等我们反应过来,做了第一波促销,结果没想到一阵优惠风刮过之后,市场反响还是了了。”一调查才知道,中山人尝“鲜”很谨慎,“我们的很多会员都是看了好多次,还拉着朋友一起体验过了,才报的名。”

不过,好在做市场熊超并不陌生,反应过来后她也迅速调整了自己的营销方式,“以前在深圳享受的是人口福利,馆里客流量大,但是在中山的馆里,我更想给会员营造一个放松的友善的氛围。依然是专业的教练,但我们绝对不会为销售而销售,我们更多地愿意和会员成为朋友。”

更在意的是“拳馆文化”

在很多人的想象中,或者会以装潢是否炫酷来评价一个拳馆,但拳馆不是健身房,它无需华丽,因为这里是吃苦和流汗磨练的地方。

“KO熊希望让所有人都爱上拳击,因为在海外,一家拳馆里不仅有女人、小孩,还会有老人,拳击的文化是很开放的,面向所有人。”因此,在KO熊中,不仅有拳手,更有毫无拳击基础的社会人士。

“对于我来说,拳击是一种自控与对自我意志的锻炼。”熊超说。随着拳击文化的影响越来越大,如今已经有越来越多的女性走进拳馆,此前很长一段时间,拳场一直被男性所主宰,女性很少参与其中。“这一次馆内的比赛中,我们就有一对女选手参赛。我想以后会有更多的女性加入我们。”

除了需要舒缓压力以发泄情绪的人外,来拳馆的大部分人都是抱着锻炼身体这一目标来的。“到拳馆里走一走,和这里的学员们聊一聊,你会重新开启对拳击的认知。”熊超说,拳击不是拳手的专利,也不是只有刺拳和勾拳那样简单,它已经是一种健康生活方式的选择,它不仅能锻炼身体,还能培养自信,激励勇气。

而最让熊超看重的是,“练拳的孩子可能更会克制,因为在拳台上,冲动是一点用都没有的,一个好的训练是更多地让学员讲究技巧,学会在出拳时战胜自己的怯懦,学会用智慧去克制制胜。”

