

伊利为农供改独辟路径:农业品牌紧握“IQ 思维”

“农业品牌建设需紧握 IQ 思维。”4 月 17 日,伊利集团执行总裁张剑秋出席了全国农产品加工业发展和全国农业品牌推进大会,在与全国知名企业家谈经论道中,张剑秋提出伊利打造农业品牌的“IQ”观点,引发参会农业企业家代表热议。

“农业品牌建设需紧握 IQ 思维。”4 月 17 日,伊利集团执行总裁张剑秋出席了全国农产品加工业发展和全国农业品牌推进大会,在与全国知名企业家谈经论道中,张剑秋提出伊利打造农业品牌的“IQ”观点,引发参会农业企业家代表热议。

张剑秋指出,2017 年是农业部指定的中国农业品牌推进元年,农业品牌发展面临着前所未有的大好机遇,过程中要坚持“IQ 思维”,I 是指创新 (Innovation),即坚持创新动力树品牌;Q 是指品质 (Quality),即坚持品质思想树品牌。对此,与会专家表示,在农业供给侧改革的时代重任下,伊利集团独辟蹊径推进“IQ 思维”,坚持“创新+品质”树立自己的品牌,走出一条可复制的经典成功路线,这为中国农业品牌的崛起提供了范本。

农行服务惠“三农” “三驾马车”助春耕

时下,地处我国北方的河北省承德市广大农村,正在掀起春耕备耕生产热潮。农业银行河北承德分行所辖各级营业机构站在服务“三农”、脱贫攻坚、责任担当的政治高度,提出“大三农”、“新三农”、“特色三农”支持目标,全方位做好农村春耕生产现代金融服务,积极推出“政银企户保”、“金穗惠农通”和“农银 e 管家”“三驾马车”,千方百计满足涉农单位、广大农户春耕生产所需资金及其它金融服务需要,“拉”动春耕生产顺利进行。

“政银企户保”,是农行承德分行在承德市委、市政府的大力支持下,引进政府增信机制,率先推出的金融精准扶贫模式。它是以财政资金做担保,以银行贷款为基础,以企业带动为条件,以贫困户参与为目标,以保证保险为保障,实现“五位一体”、多方联动、协调合作、利益共享、风险共担,整合并做大财政性担保平台,提高政府增信担保能力,为贫困户脱贫引入资金“活水”。在很大程度上,解决了农民春耕生产中遇到的担保难、贷款难、贷款贵等“瓶颈”问题。

“金穗惠农通”,是农业银行服务“三农”的一项基础性和战略性工程,是在农村地区通过银行卡、电子渠道有机结合,为农民提供普惠金融服务的一种新型助农方式。它是以银行卡为载体,以与农行签约的农村农家店、便民店、小超市、龙头企业、专业合作社、农村经纪人、村委会等服务点为依托,以电子渠道为平台,以流动服务为补充,以提高农村基础金融服务覆盖面为目标,为农村银行卡客户提供足不出村,方便、快捷的取现、转账、消费、缴费、查询等多项金融服务。它在农村春耕生产中,发挥了积极作用。

“农银 e 管家”,是农业银行创新推出的服务“三农”电子商务综合应用平台,它是以农村商品流通领域为切入点,为涉农生产企业、县城批发商、农家店、农户打造的一款“进销存+金融服务”的综合服务平台。通过“农银 e 管家”,农村春耕生产等所需种子、化肥、农药等物资,能够迅速、准确、及时到位供应,不误农时。

“政银企户保”、“金穗惠农通”、“农银 e 管家”“三驾马车”,为承德农村春耕生产增加“马力”,发挥出重要作用,成为农行承德分行“三农”金融服务的亮丽品牌,得到涉农企业及广大农民的赞誉和青睐。目前,农行承德分行已向涉农企业和农户发放春耕生产贷款 12 亿元。

(于绍礼)



●这是农行承德分行员工到“金穗惠农通”服务点,宣传农行春耕生产金融产品,现场指导工作,开展业务培训时的场景。



●伊利集团执行总裁张剑秋与会发言

IQ 思维之 I: 坚持创新动力树品牌

就中国农业品牌做强的核心着力点,张剑秋以伊利品牌建设经验为例,分享了以创新树品牌的示范路径。多年来,伊利始终坚持创新驱动品牌发展理念,建立起了覆盖上、中、下游全产业链的创新体系。为帮助缺乏母乳家庭宝宝的健康成长,早在 2003 年,伊利就主动背负起“健康国人”的重任,开启自主研究中国母乳特点的专项,历经艰辛,在 2007 年建成中国首个母乳研究数据库。

2008 年,伊利应用母乳数据库研究成果,开发了“金领冠”系列婴幼儿配方奶粉产品。为满足消费者不断变化的需求,伊利紧紧围绕国际乳业研发的重点领域,整合海内外研发资源,从全球视角布设了一张涵盖全球

领先研发机构的全球创新网络。在荷兰成立中国乳业规格最高的海外研发中心——伊利欧洲研发中心;和南半球著名的农业和食品专业大学——新西兰林肯大学签署战略合作协议;携手欧洲生命科学领域的顶尖学府——荷兰瓦赫宁根大学,升级中国首个母乳研究数据库。当前,伊利全球创新网络已覆盖亚洲、欧洲、大洋洲和美洲。

伊利围绕消费者不断做品牌创新,收获了热烈的反馈。就在今年 3 月份,在国际品牌价值评估权威机构 Brand Finance 公布的“2017 年度 Brand Finance 全球乳制品品牌价值排行榜”中,伊利取得了亚洲第一的优异排名。其品牌强度指数,更是位居全球第一。这创造了亚洲乳业迄今为止的最好成绩。与此同时,全球知名传播服务集团 WPP 发布的 2017 年度 BrandZ 中国最具价值品牌 100 强

湖南吉首市委常委、常务副市长周拥军到中铁八局建筑公司金坪安置房项目现场办公

4 月 13 日,湖南吉首市市委常委、常务副市长周拥军、副市长张骥一行到中铁八局建筑公司吉首金坪安置房项目现场办公。在施工现场,周拥军副市长听取了项目部对项目迁改、工程建设、道路规划等方面的工作汇报,分析研究了项目迁改、道路规划等

具体工作方案,同时督促市政府相关职能部门要切实帮助项目解决居民征拆、动力电杆迁改等实际困难,确保后序工作顺利推进。同时,要求项目部重视施工安全、保证工程质量,合理规划,确保项目工期。

(周和业)

马强:一个由数字“堆积”的百万英雄

他,是数万名中国重汽销售部曼技术产品 HOWO-T7H 用户中的 1 位。

他,历时 1430 天,长途跋涉 103 万公里,他的“战马”HOWO-T7H 却依然是 0 维修记录。

他,凭借近 4 年与中国重汽结缘的经历和与 HOWO-T7H 日夜结伴同行的经验,稳稳地登上了中国重汽曼技术产品百万英雄榜。

他正以饱满的热情和坚定的信念,向下一个 100 万公里冲刺。

他,就是东北汉子——马强,一个由数字“堆积”的百万英雄。

他如何做到这些?让我们走近马强,还原他的用车奇迹。

老司机识真货——“选择 T7H 主要看重曼技术发动机”

4 月 10 日,中国重汽曼技术产品“百万英雄”俱乐部又迎来一位“百万英雄”车主——马强。

马强师傅是一个成熟稳重的人,对购车更是慎之又慎。当初,选择采购中国重汽 HOWO-T7H 牵引车,是他经过一番认真思索、考察之后做出的决定。马强常年跑南方城市,对车的要求特别高,能入他法眼的车必须具备三大法宝——“油耗低、质量可靠、价格实惠”,而 HOWO-T7H 牵引车恰好能够满足他这三个主要关注点。马强说:“选择中国重汽 T 系列产品的主要原因在于,这个机器是德国曼技术产品,相当于用国产车的价格买了台进口车。T7H 质量比较过关,维修率低,均衡比较后,我认为,买 T7 比买进口车和其他品牌国产车都划算,所以我就买了 HOWO-T7H。”

朴实的话语,道出了马强对 HOWO-T7H 牵引车的高度认可。与重卡群的几万名用户一样,马强选择的是一款低自重、高承载的运输装备,这款装备尤其适合标载运输、干线物流需求,广泛适用于危化、物流、快递快运煤炭运输等多个公路运输领域,已被越来越多行业用户关注认可。

制胜秘诀——“除了保养没有维修过”

马强师傅一直对自己的爱车呵护有加,除了经常擦洗车辆的外表,他对车辆的保养更是做得相当到位。“刚开始机油是达到六万公里换一回,那时候我就是在五万公里左右换了一回机油和机油滤芯。”马强说。可见,买车若想多挣钱,舍得养车,懂得



养车也是关键。马强着重强调了一点:“我的车一般都是在我们当地的葫芦岛市兴旺 4S 店保养。4S 店作为专业的销售、服务一体的专业机构,在车辆保养方面很专业,而且“配件价格比价合理,工作人员服务态度好、干活效率高。”

说到维修,马强师傅有点语塞,因为他的这辆 HOWO-T7H 牵引车“除了保养没有维修过。”笔者对此表示怀疑,他又认真地追加一句,“真的是一回都没有维修过。”笔者追问:“小修总有吧?”他无奈地笑着说:“小修也没有,基本上我的 T7H 牵引车一个螺丝都没动过。”不得不说,能做到百万公里无维修,马强的制胜秘诀确实令人佩服。

最满意的一点——“出勤率比他们高得多,挣钱就比他们多得多”

能在中国重汽百万英雄榜占据前三席,马强脸上洋溢着幸福的笑容,他的 HOWO-T7H 牵引车给了他笑看人生的资本。当被问及对爱车哪一方面最满意时,马强说:“最满意的一点就是,我这车的出勤率比他们高得多多了,同样时间内,我正常比他们多跑好几趟广州,说句实话,我一年也比他们多挣不少钱。”

自从 HOWO-T7H 畅销国内后,其出勤率之高是有目共睹的,马强的这辆 HOWO-T7H 牵引车怎样做到“多跑好几趟广州”呢?马强给笔者道出了实情:“这四年,跟同等车比,我的车不用维修,无形之中就减去了这一年的维修时间。”说到这里,笔者明白了,马强师傅采取的是“以养代修”策略,省去了维修时间,用在跑活,难怪他能在这么短时间内完成百万公里,坐上这第三把交椅。笔者对这位老司机的精明表示佩服。

榜单中,伊利同样强势登顶,蝉联食品类品牌价值第一。

IQ 思维之 Q: 坚持用品质思想树品牌

除了用创新为品牌建设提供不竭动力外,伊利更始终坚持品质思想,树立品牌根基。2016 年,在伊利集团董事长潘刚提出的“伊利即品质”企业信条的统领下,伊利将“品质”放在企业发展最重要的位置上,坚持做“有品质的品牌、有品质的产品和有品质的员工”三位一体的“品质企业”。

正是在这样的理念驱动下,伊利全方位构建品质企业,更好的满足消费者需求。伊利设置了以“国家法定标准线、严于国标线的内控线、严于内控线的预警线”三条线为内容的质量内控标准。有来自欧美发达国家的供应商曾惊讶地表示“伊利的标准太苛刻了!”在这样的品质管理下,伊利生产出了真正符合“好奶源、强研发、严管理、优物流、高标准”的“五星”优质乳,持续赢得消费者信赖。据尼尔森零研数据显示,2016 年,伊利在整体乳品市场的零售份额为 20.0%,位居市场第一。良好的市场反馈,正是伊利始终坚持以品质树品牌成果的有力证言。

对于伊利品牌建设的成果,在“IQ 思维”的背后,更宏大的背景是两个字:使命。张剑秋称,作为中国乳业的领军企业、全球乳业 8 强,伊利担负着中国乳业供给侧结构性改革的使命,更担负着提高上亿消费者营养健康水平的重任,这是伊利生存发展的初心,也是打造企业品牌的根本。

(中新网)



规范能源管理 落实环保责任 马钢铁运公司全力打造铁路“绿色”运输线

为实现能源环保体系运行目标,铁运公司以机车燃油和水电气为能源管理重点,以节能环保为工作导向,以生产经营绩效考核为手段,采取多种有效措施,全力打造铁路“绿色”的运输线,落实环保责任。

铁运公司担负马钢原燃辅料铁路到达、产品铁路发送、内部铁路运输保产的日常工作;由于点多线长,环境复杂,为保证能源环保体系运行计划、目标管理的实现,该公司制定 2017 年能源环保工作计划,设定工序能耗≤0.20tce/万吨·公里,柴油消耗≤10.2742 吨/天(8.93/台·月)的主要工作指标,总结各类用能设备、水电消耗,节能设备运行、控制机车燃油等主要能源的使用消耗,利用能源管理体系,对单机等能源消耗较大的设备,建立台账分析,完善能源计量配置,为深化细化能源消耗考核、成本分析及管理提供依据,全面提升能源管理水平。

为鼓励职工开展节能方面的合理化建议、技术创新等活动。该公司出台节能降耗管理办法,内燃机车运用和检修工艺要求,完善操作、检修规程,定期开展岗位技术培训,提高操作技能,提升维修质量,降低能源消耗。加强对机车操作人员的节能意识的培训,减少空烧、空转的能源消耗。此外,加大节能新工艺、新技术的推广应用,做好站场节能灯具改造,扩大 LED 信号机的使用范围,利用新工艺、新技术满足生产需要的同时降低能源的消耗;按照公司机电设备能效提升方案,在设备更新与维护等方面,开展淘汰部分高耗能机电设备,加大对运输生产过程中产生的含油废弃物、报废蓄电池等危险废物的管理力度,按规定做好回收、暂存、转运、处置。

此外,该公司对 2017 年的环境管理目标、指标分解落实到部门、车间,将目标、指标的完成情况纳入绩效评价体系,对造成环境污染事件的单位责任人进行考核、问责。深入推进 ISO14001 环境管理体系工作,加大环境巡查力度,定期开展自我评价等措施,提高环境管理体系运行的有效性、符合性。进一步加大环保宣传力度,通过开展环保知识培训,发放环保宣传材料等多种方式,及时将最新的环保理念、法律法规和相关政策传达到每个岗位,每名职工,提高广大职工的环境忧患意识、责任意识、守法意识。(汪盛竹 胡峰)

阿里云联合生态 首个响应浙江“十万企业上云”

近日,浙江省信息化工作领导小组发布《浙江省“企业上云”行动计划(2017)》,该计划旨在提高企业在新常态下的发展动能和竞争力,促进经济转型升级,加快推动“企业上云”,新增十万企业上云,构成“云上浙江”。

制造大省浙江正在加速走向智造大省,云计算成为革新的最大动能。行动计划指出,要让十万企业的“大脑”率先上云,以云计算技术和平台为支撑,降低企业信息系统构建成本,提高企业信息化应用水平,不断提升竞争力,切实转变经济发展方式,使浙江省成为企业云计算应用的标杆省,向建设全国云计算产业中心的目标迈出坚实的一步。

这一计划将集中资源,通过政府引导、企业主体的方针推进,将“发挥云平台服务商的主导牵引作用和云应用服务商的服务支撑作用,推进‘企业上云’行动的实施”。

作为全球领先的云计算、人工智能服务商,阿里云在 17 日表示,已经为此联合生态合作伙伴组建专门服务团队,利用自身在云计算、大数据、人工智能领域的深厚积累,通过 ET 工业大脑、ET 城市大脑、ET 医疗大脑等一系列产品与服务方案,使能工商各领域企业,使其顺利实现数字化转型,挖掘中国制造“1%的威力”。

阿里云总裁胡晓明表示,“我们希望利用人工智能、云计算技术发挥‘中国智造 1%’的威力,单以中国制造业为例,如果能提升 1%的良品率,就意味着一年内可以增加上万亿的利润。”

阿里云官网显示,“新制造解决方案”、“新技术解决方案”、“新零售解决方案”等方案策略已经成熟,加上企业级互联网架构、安全、云市场等产品服务,形成了围绕企业上云的全周期服务。

位于杭州下沙经济开发区的中策橡胶,上云后将生产端的各类数据进行深度运算和分析,形成了资源最优利用的方案组合,提升了 3%-5%的良品率。

在浙江,中策的探索并不是个例,如吉利汽车、春风动力纷纷开展相关行动。

在不远处的云栖学堂上,农夫山泉、中能汽轮、钱江电气、九阳、姚生记、贝因美、杭州钢铁、王星记扇厂、亚视传媒等近家企业集中探讨了云计算大数据等新技术下的企业智能转型,而这一上云“动员会”正是由杭州市经信委与阿里云联合主办。

云计算被认为是 IT 领域的第三次浪潮,从办公信息化到互联网以至生产研发的云化,都意味着发展动能的革新。“企业上云”将有力地加快“中国制造 2025 战略”的落地推进。(中新网)