

# 6 品牌营销 Brand Marketing

# 新营销让“龙江绿”变色“土豪金”

■ 曲静

日前召开的第五届黑龙江绿色食品产业博览会和哈尔滨世界农业博览会,全面展示黑龙江省整体生态优势和绿色食品产业优势。那么,在扎实推进农业供给侧改革的背景下,黑龙江人如何在绿色食品营销之路上砥砺前行,进而探路绿色生态价值链升级?

在绿博会开幕前夕,记者追随“龙江绿”营销脚步,探究“龙江绿”如何学会长袖善舞。

### 顶层设计 推动绿色生态价值链提升

放眼全国,人均生产总值已超8000美元,这是一个温饱过后消费质量提高的跃升期,消费者对绿色安全、有机高端和个性品牌食品的需求迅速增加,“机遇窗口”徐徐打开。此时,拥有着先天生态优势和品质优势的龙江绿色有机农产品,尽管认证面积已经领跑全国,但是面对国内总需求,供给却远远不足。

去年,习近平总书记亲自为龙江把脉问诊,给正在爬坡过坎、滚石上山的龙江人开出了做好“三篇大文章”的妙法良方。通过进一步审视“原字号”的发展瓶颈和短板,黑龙江扎扎实实推进供给侧结构性改革,延长产业链,提升价值链,双链共舞,做好“三篇大文章”。而绿色食品,成为推动农业供给侧结构性改革的领跑者。

伴随省委省政府“把绿色食品产业上升为全省重大产业发展战略部署”,特别是《黑龙江省绿色食品产业发展规划(2016—2020年)》实施以来,黑龙江把农产品营销作为培

育新经济增长点、促进农民持续增收的重要抓手;总结农产品营销“十六条”路径、出台《黑龙江绿色食品商标(品牌)使用许可规范指引》、启动首届优质农产品营销大赛,推广众筹、订制、点对点营销模式……广袤的黑土地掀起了一场绿色营销变革。看似“不走寻常路”的鸭稻、蟹稻、鱼稻火了,卖出了超出普通大米几倍甚至几十倍的好价钱;一些龙江杂粮也借“网”亮相,一不小心就成了“爆款”……

### 市场推广 绿色食品插上品牌渠道双翼

事实上,直面营销短板,黑龙江人一直在探路前行。相继出台《黑龙江省绿色食品产业发展纲要》和《黑龙江省绿色食品市场推广工作方案》,建立绿色食品市场推广联席会议制度。2014年以来,由省贸促会牵头联合农业、商务等多部门开展的绿色食品市场推广工作,依托品牌和渠道建设,发力打造绿色食品第一大省品牌形象。

先后在全国建设运营绿色有机食品旗舰店100多家,独立品牌连锁店超过3000家,使黑龙江省绿色有机食品在全国特别是华北、华东和华南地区的影响力、美誉度和市场占有率大幅度提升。

2015年,绿博会首次整合了“哈尔滨世界农业博览会”、“黑龙江金秋粮食交易合作洽谈会”、“中国黑龙江北大荒国际农业机械博览会”三大展会资源,将全国采购商请进来,向全国人民展示“绿色粮仓、绿色菜园、绿色厨房”的魅力。在上海、北京、广州举办黑龙江绿色有机食品博览会,组织企业参加全国各地的农博会、绿博会,打开了全国市场与我省绿色食品产业产地对接的门户。

永不落幕的绿色食品博览会——黑龙江省绿色有机食品展示交易中心展示、交易商品达1500多个,涵盖全省大部分绿色认证、有机认证的食品,2016年已实现销售额3亿多元。

探索品牌整合发展路径。省贸促会组织全省50家绿色食品生产、加工及销售企业,通过股权众筹方式,组建黑龙江地道龙江品牌管理有限公司,实现一二三产融合。成立两年来,订单农业地块持续扩大,渠道日趋丰富,北京、哈尔滨、上海、山东、河北、河南、江苏等多渠道渗透,100多家社区店、10多家商超、50多家礼品经销商、20多家电商与积分渠道,让地道龙江产品和品牌影响力日益提升……

茫茫林海、绵绵金山。黑龙江森工握指成拳,整合各林业局的优势资源,以统一形象闯市场,如今“黑森”已经在全国开设了26家旗舰店,遍布大江南北,探索出实体旗舰店、大型商超、连锁专柜、电子商务、团购、私人订制、全民营销等多元化营销渠道。

### 双链共舞 “卖得好”让农民走上致富路

第五届绿博会主题为“绿色生态价值链再造”。省贸促会会长鄂忠齐解释道,绿色生态价值链再造对全产业链具有积极带动作用。绿博会将全面展示黑龙江省绿色食品产业的发展成果,挖掘“绿水青山就是金山银山”的绿色生态价值内涵,运用新技术、新业态和新商业模式,发挥渠道、品牌和营销的力量,引导和鼓励广大农民转变种植、营销的理念和手段,激发内生动力,提升价值链。面向消费市场打造安全优质食品聚集中

心,让具备市场竞争力的品牌产品和品牌企业深入人心。把好的食品卖出好的价格,靠“卖得好”进入市场,靠“卖得好”倒逼带动“种得更好”,靠“卖得好”形成更多经济活动,靠“卖得好”让更多农民走上致富道路。

而这,正是绥化市庆安县在提升价值链方面探索出的新路——以市场为指引,建立联农带农促农增收利益共享机制,形成“龙头企业+合作社+农户”的“四种分红”模式:保底分红,合作社确定入社社员每亩700元保底收入,销售稻米超出保底部分与农户进行二次分红;品质分红,除保底分红外,龙头企业与水稻种植合作社订单种植,在保证订单数量和质量的的前提下,按照品质分级获得数额不等的奖励;加工分红,农民土地加入合作社,形成适度规模经营,合作社把规模经营的土地折资入股到企业,并按照企业要求组织生产高端米,产品交由企业加工销售,按股分红企业加工纯利润;效益分红,农民入社,合作社把土地、技术、资金、机具设备、劳动力等生产要素入股到企业,获得企业全产业链利润分红。

绿色食品在市场上价值的提升,最终反哺到了农民。庆安也由此形成了“好山好水孕育好稻、良种良法良田产出好米、品相品质品牌赢得市场、价值链提升反哺农民”的良性循环。如今,庆安大米品牌已经形成,2016年被评为中国大米十大区域公用品牌,品牌价值达到69亿元。

从卖“原粮”到卖“产品”,再到卖“品牌”;从对绿色生态“原料美好印象”到市场上的“品牌印迹”,黑龙江的绿色食品从绿水青山中走来,并长袖善舞,用新营销探路价值链升级。

## 第五届中国农产品冷链峰会暨首届冷链物流技术创新论坛在中国重汽召开

■ 王学仕

由中国物流与采购联合会主办,中国重汽承办的第五届中国农产品冷链峰会暨首届冷链物流技术创新论坛日前在中国重汽科技中心礼堂隆重开幕。

本次峰会的主题为“协同推进农产品冷链流通标准化”,吸引了来自农产品生产加工、农产品批发市场、冷链物流、农产品电商等方面的近500名企业代表参会。峰会设农产品流通创新、冷链物流技术创新等多个论坛。

中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付、山东省海洋与渔业厅副巡视员王仁堂、山东省商务厅副巡视员郭服海、中国重汽副总裁刘培民分别致辞。中国重汽销售部副总经理段恒永在会上发表《中国重汽曼产品全面提升冷链物流竞争力》主题演讲。

随着我国经济持续发展和人均收入水平不断提高,消费者对高品质生鲜农产品的需求日趋旺盛,冷链物流获得了快速发展。2016年全国冷库容量达到4200万吨,折合10500万立方米,比2015年增加460万吨冷库约1150万立方米,同比增长12.3%。2016年我国冷藏车市场保有量达到115000辆,比2015年增长21600辆,同比增长23.1%。随着国家对食品药品安全的监管力度加大、消费升级和“一带一路”的战略驱动,冷链市场潜力巨大。新形势下,智慧冷链、节能制冷技术的发展创新、生鲜电商的拓展等都将给冷链行业带来新的活力;中国作为全球冷链发展最具潜力的新兴市场,将迎来冷链发展的黄金期。

刘培民在致辞中首先代表中国重汽对来自全国各地的农产品冷链流通企业代表表示热烈欢迎,对中国物流与采购联合会和社会各界多年来给予中国重汽的大力支持表示感谢。他向与会代表介绍了中国重汽在冷链物流领域的研发优势、产品优势,尤其是“不停车服务”对冷链物流的支持。

刘培民表示,中国重汽是国内最大的重型汽车生产基地,2009年与德国曼公司战略合作以来,依托曼技术产品优势,在保持工程车行业领先地位的同时,牵引车销量大幅提升,专用车有一定增长,轻卡板块有了长足发展,已成为全系列商用车企业。近年来,曼技术产品已行驶百万公里的用户大量涌出,根据中国重汽智能跟踪统计,每天日运营里程超一千公里以上的车辆比比皆是,这是中国重汽替代进口的质量自信。同时,中国重汽拥有强大的服务网络保障,数千家服务站构成了网络的覆盖服务。中国重汽还拥有两亿元的配件储备、数千万件的配件和周转总成保障。与此同时,中国重汽拥有228个城市1000余辆代用资源车保障,以及一个庞大的服务团队作保障。在未来的发展和提升中,中国重汽有不断完善信息化手段作保障,“服务一线通”、“智能通”、“智慧重汽”平台已做出部署和安排。“不停车”服务承诺已基本实现,冷链流通企业和车辆终端用户完全可以放心购买、使用中国重汽产品。

段恒永在《中国重汽曼产品全面提升冷链物流竞争力》主题演讲中,从经济性、可靠性、安全性、舒适性和服务支持保障等方面,全面展示了中国重汽作为国内最大物流装备供应商之一的技术领先水平,以及中国重汽物流车辆的不凡竞争优势。

## 浙江力普纳米钙粉碎成套生产线上榜嵊州市首届十佳创新项目

第一届嵊州市创客、创新项目大赛日前圆满结束。国家高新技术企业,中国粉碎技术领航者——浙江力普粉碎设备有限公司参赛的“纳米钙粉碎成套生产线”,脱颖而出,荣获十佳创新项目。至此纳米钙粉碎成套生产线已获得国家发明专利、浙江省新产品和省科技创新项目,中国无机盐工业协会碳酸钙行业分会、中国碳酸钙协会行业专家组联合颁发的碳酸钙生产节能降耗技术和设备等多项殊荣。

纳米钙粉碎成套生产线集粉碎、分级、集料、除尘于一体,高效节能、环保,是国内顶尖的粉碎设备,拥有8项国家专利。其创新之处在于自主研发了旋风粉碎机、分级机、集料装置、除尘装置、回料回风装置等设备,优化布置组成用于纳米碳酸钙粉碎的成套生产线,实现了粉料超细粉碎的连续、高效和清洁生产。该生产线能耗低、噪声小,其解聚后的纳米碳酸钙的粒径分布均匀。整条生产线处于封闭状态下完成,实现纳米钙的规模化生产。

该生产线在业界广泛使用多年,畅销山西、安徽、山东、四川、广东、江西等省市;远销俄罗斯、日本、中东等国家和地区,深受客商青睐。特别受到国内纳米碳酸钙著名生产企业,上市公司山西兰花集团的充分肯定,评价这条生产线能耗低、产量大、细度集中、振实密度好,是进行纳米碳酸钙的活化、分散、粉碎处理的理想设备。

浙江力普咨询热线:13806745288  
13606577969

传真:0575-83152666;  
力普网站:www.zjleap.com;  
E-mail:zjleap@163.Com

## 玉林供电局 营销精益管理提升服务水平

当前,南方电网广西玉林供电局从上到下以精益管理为抓手,秉承“消除浪费、创造价值、持续改善、精益求精”的理念,持续完善,改进现有工作,在“精益之路”上进行新的思考和探索。

### 精益走访 提升客户服务水平

为进一步做好优质服务工作,主动加强与客户的沟通,不断提升优质服务水平,玉林供电局从2017年8月1日起,开展为期一个半月的客户专变精益走访活动。此次走访共分59个小组,分别对642个工业类客户、重要客户、保供电专变客户进行走访,多方面征求客户对玉林供电局服务的意见和建议,深入了解客户诉求,提出针对性解决方法,满足客户需求。

截至8月底,共走访专变客户250户,为客户解答问题298个,为客户解决问题18个,收集客户建议26条,为下一步解决客户实际诉求提供了依据。

此次精益走访真正深入了解客户了解客户心声,听取走访对象对玉林供电局的意见和建议,切实解决客户关心的、影响服务质量的诉求,努力提升玉林供电局的客户满意度。

### 精益调度 确保台风期间无服务投诉事件

8月“天鸽”“帕卡”两个台风影响玉林,玉林供电局加强客户侧应急服务工作,精益调度,迅速响应,科学排班,提前部署,严阵以待。一是提前发送《致尊敬的用电客户》短信,温馨提醒客户注意相关事项,确保客户用电安全;二是电话通知重要客户、重点关注客户、大客户三类客户做好台风期间的安全用电和故障停电的应对措施,提前向其他客户发送停电信息共87万多条,并通过玉林电网、玉林日报、玉林晚报等媒体及时传递抢修信息,让客户动态了解抢修进度;三是加强抢修队伍力量,及时修复停电设备。台风期间,玉林网区未发生重大客户、重点关注客户、大客户三类客户停电事件,未发生110千伏大客户停电事件,未发生防洪排涝站停电事件,未发生由于抢修不及时的服务投诉事件。

### 精益服务 提升玉供客户满意度

玉林供电局认真落实营销精益工作要求,以解决客户问题为总抓手,深入推进客户全方位服务体系建设,努力提升客户服务能力,实现以客户满意度为导向的跨专业责任分解与传递,构建“大服务体系”,其中重点提升停电处理、电压质量、供电安全、用电办理、抄表收费、服务渠道六个模块,切实改善客户用电体验,提升客户满意度。

2017年该局营销班组有1个班组被评为公司“四星班组”,13个营销班组被评为“三星班组”。

“精益管理无止境,我们永远在路上。”玉林供电局全体营销员工将持续以精益化管理审视日常工作,找差距,补不足,不断取得新的进步。  
(庞海森)

# 江苏娜维品牌运营两周年成果展暨新品上市发布会举行

■ 本报记者 李代广

9月22日,“走遍中国·寻找醉美酒店暨第九届中国酒店及酒店用品行业品牌盛会”在江苏省南京市隆重举行。

江苏娜维日用品实业有限公司荣获“年度最具潜力新锐品牌奖”,同时,还获得了“中国酒店用品产业布草品牌指数排名30强”、“中国酒店用品产业洗漱用品品牌指数排名30强”两项殊荣。

会议期间,由江苏娜维日用品实业有限公司主办的“娜维品牌运营两周年成果展暨新品上市发布会”也同期举行。

来自全国的近200家核心酒店品牌、近100家酒店用品供应商以及全国各地、特别是来自北京、上海、常州、河南、东北、南京等地的酒店代表团出席,30余家供应商参展,超过300余位酒店行业人士参加了活动。

江苏娜维创始人、董事长焦长春应邀参加了“走遍中国·寻找醉美酒店暨第九届中国酒店及酒店用品行业品牌盛会”,并主持了“娜维品牌运营两周年成果展暨新品上市发布会”。

焦长春同时兼职中华春秋儒商会会长、中国酒店用品供应商联盟秘书长,在发布会上,他介绍了娜维品牌运营两周年以来取得的成果,发布了江苏娜维最近上市的法国新引进的酒店洗漱用品高端品牌“波德莱尔”和“迈点”以及许多首次问世的新产品,得到了许多与会酒店用户和经销商代表的青睐。

据介绍,焦长春从事酒店用品行业18年,对本行业的认知,从深度、广度到行业的发展趋向均有独特的心得,创办企业以来,一直谨奉“以人为本,以义取利,诚信崇



●江苏娜维董事长焦长春在“中国酒店用品行业品牌盛会”上做产品创新和市场定位主题分享。

商,与时俱进”的新儒商精神,受得了业内外人士的广泛称赞。

在主题演讲环节,焦长春做了“产品创新和市场定位”的主题分享,为本届盛会增加了新看点。

焦长春在进行主题分享及记者采访时指出,首先,每位行业人士和品牌制造商应有一份担当,牢记当今社会的主流价值观,是“两型社会”的建设,即创建“资源节约型”和“环境友好型”社会;其次,酒店客房用品行业未来发展朝着环保低碳化、科技智能化、外观艺术化和消费品牌化的方向发展,重点体现出人们消费升级后的消费需求;第三,在具体产品开发时,要进一

## “千人千面”精准营销 “金沙滩羔羊肉”走进大数据时代

业协会羊业常务理事单位,是山西省农业产业化重点龙头企业。公司旗下有塞外鲜、大材地生熟肉类品牌。自成立以来,在怀仁县政府大力扶持羔羊肉产业的政策指导下,该公司以发展的眼光、敏锐的市场洞察力,深度挖掘怀仁羊肉独特的产品 and 市场价值,并采用产业扶贫新模式,将帮扶重点放在农村,带动约300多户村民,组建了16个养殖专业合作社,建设舍饲棚圈面积达到10万多平方米,羔羊年出栏量达到了32万只,90%的农民靠发展羊产业收入猛增,全村人均养殖收入达到6万元。

近年来,该公司立足市场,与时俱进,一直致力于打造全新网络销售生态圈,他们与各大电商平台进行数据对接,力求实现“千人千面”的精准营销和产品推广。“数

据是企业生产销售的原材料,数据的融合和共享将大幅降低生产销售产品的定价成本、赔付成本及产业成本。”该工作人员告诉记者:“包含网络直播平台在内,该公司促使多渠道新型营销思维落地,以及线上线下联动的渠道组合,建立起新型购物交易场景和交易模式,把消费过程中产生的需求和供给实现无缝对接,加大了传播客群覆盖面,增加了用户群体的粘性,极大提高了交易效率,从而实现了从产品上线到后续营销的一线贯穿。”

今年8月,该公司凭借良好的品牌形象、创新的产业模式和快速的市场发展潜力,登上山西省第十七届大众科技论坛光荣榜,被评为“山西绿色转型创新发展标兵单位”。  
(山农)