

## 蓝光发展凭实力 赢得大奖 提升品牌影响力

汪雯

全国知名的房地产企业蓝光发展在房地产行业极具影响力,自成立以来,蓝光发展一直稳扎稳打,坚持创新,能够抓住机遇,带动了企业的快速发展。作为房地产企业,蓝光发展以此为核心,向其他领域布局,发掘新的发展渠道,将蓝光发展推向新的高峰。

在此前的2017年中国房地产战略峰会上,四川蓝光发展股份有限公司,作为最大赢家之一,凭借良好的社会口碑及企业效益,共荣获包括“2017中国房企综合实力TOP30”在内的九项大奖,成为业界讨论的焦点,为品牌价值的提高再添浓重的一笔。

据悉,共同获奖的还有万科、恒大等知名房企。此次峰会以“行业价值六重构”为主题,围绕圈层价值、联结价值、运营价值、服务价值、资源价值、渠道价值,探索发展新路径,旨在形成行业战略共识,协助各企业实现资源共享。2017中国房地产战略峰会上,蓝光发展获得九项大奖。

蓝光发展确立了以“人居蓝光+生命蓝光”为双驱动的战略顶层设计。其中,人居蓝光以“地产金融+现代服务业”为核心基础产业,以现代地产金融为战略发展方向,并布局一、二线城市高价值区域和改善细分市场,匹配基础物业管理转型升级为现代服务业的前沿趋势,激活核心基础业务实现创新发展;生命蓝光则以“3D生物打印+生物医药”为创新支柱产业。

在住宅产品方面,蓝光发展与国家城市群建设规划高度契合,坚持实施“聚焦高价值区域投资、聚焦改善型住宅产品”的发展战略,成功推出了以“雍锦系”、“公园系”为代表的改善型产品品牌。蓝光发展旗下“雍锦系”以人文情感脉络为核心,采用中庭西韵的设计理念,为城市精英人群打造更人性化的居住体验。“公园系”则从客户需求出发,创新提出“运动健康的生活方式”,并在产品中形成了“运动+亲子”、“运动+艺术”、“运动+文化”三大细分主题。

同时,蓝光发展还积极响应国家节能减排号召,实施绿色精装战略,旗下开发的产品曾多次荣获广厦奖、詹天佑奖等国内专业大奖,且多个项目通过国家绿色建筑认证。蓝光发展通过对产品体系进行系统性梳理,确定了A、B、C、D、E的产品体系。对不同级别的产品进行细分,并细化各自的产品配置;蓝光发展在选址上要求必须在城市主流地段,周边有完善的城市配套或城市核心资源;在产品设计上以舒适度、个性化为首要考虑目标,考虑家庭三代人居住需求等。

蓝光发展始终奉行“慈生我心、善行天下”的公益理念,积极开发扶贫公益项目,并成立了助学基金和公益志愿者两大公益实体。截至目前,蓝光发展已累计为各项慈善事业捐款近3亿元人民币。

作为全国知名的房地产企业,蓝光发展一直以来脚踏实地,以工匠精神打造房产精品,提升了品牌的竞争力。在自身发展同时蓝光发展也勇于承担社会责任,热心公益慈善,奉献企业爱心。蓝光发展此次能荣获九项大奖,这是企业实力的体现。蓝光发展从未停止创新脚步,发挥自身优势,进行多领域布局,为企业发展拓宽道路。

## 打造“汉德”全球化品牌 科技创新引领行业发展 ——访陕西汉德车桥有限公司党委书记、总经理王占朝

高乐 黄晓巍

你知道吗,国内每5辆重型商用车中,就有一辆装配“汉德车桥”。作为国内车桥技术的引领者,汉德车桥在业内被誉为国产“黄金动力总成”。日前,记者专访了陕西汉德车桥有限公司党委书记、总经理王占朝,带您走进这个打入国际市场的本地企业。

### 跻身大型国有高新技术企业

“陕西汉德车桥有限公司的前身,是成立于1968年的陕西汽车制造总厂车桥厂。”谈及汉德车桥的历史,王占朝告诉记者,2003年在国企改革的时代大背景下,汉德车桥在潍柴动力与陕汽集团的共同投资下正式成立。

脱胎于三线建设的历史背景以及军工品质的优良传统,经过十五年来三次创业,汉德公司已快速发展为集研发、制造、销售为一体的大型国有高新技术企业。

目前汉德车桥是中国商用车领域车桥行业的领军企业,其各系列车桥总成已批量装备我军重型军用越野车和国内外各大知名商用车企业的重卡、客车、工程车。经过15年的发展,企业品牌价值越发凸显,与潍柴发动机、法士特变速箱一起被誉为国产“黄金动力总成”。

在过去的15年里,汉德车桥快速成长为在西安、宝鸡、株洲三地拥有生产基地,销售收入增长了20倍的大型车桥制造企业。如今,汉德向着“2035战略”目标迈进,致力于实现销售收入200亿元,打造国际化的“汉德”品牌。

### 2017年销售额行业第一

据了解,2017年,汉德车桥总销量超过



工人正在生产线上装配车桥总成。

60万根,现主要拥有卡车桥、客车桥、工程车桥和新能源车桥四大产品平台。

基本上,国内每5辆重型商用车中,就有一辆装配汉德车桥。未来,按照“第三次创业”的规划,汉德车桥将逐步调整市场布局。到2025年,汉德车桥外销占比将达到50%,其中,国内外销占比超过30%,海外销售占比达20%。

十余年来,以高品质产品征战商用车市场的汉德车桥摘下了“中国中重型车桥第一金桥”的桂冠。2015年,汉德车桥开始布局中轻型商用车战略产品。王占朝说:“去年汉德的销售收入为75亿元,是中国车桥行业第一。我们下一个目标是在2021年之前,实现销售收入100亿元。”

### 研发新能源车桥 具备100%能量回收功能

随着国家新能源汽车推广政策的不断深

入,以及环保政策的日益严格,电动车桥必将成为客户的首选。因此,汉德车桥十分关注新能源车桥的研发和制造。

王占朝说:“今年3月23日开工建设的新能源车桥基地,将主要生产新能源车桥,这种新能源车桥重量轻,同时具备100%能量回收功能,有利于整车节约能耗,提高续航里程,也利于整车的布置。”

他十分看好新能源车桥的发展前景,随着新能源商用车补贴的退坡,在补贴更少乃至取消的情况下,能为客户带来价值的新能源车桥优势愈发凸显。同时,随着新能源车桥的批量化生产,成本也会逐步降低。“汉德车桥未来向上发展,新能源是我们必须牢牢把握住的。”王占朝说。

此外,记者还了解到,在新能源车桥的前沿技术上,汉德已经做了充分的储备。2010年,汉德车桥就承接了国家“863计划”项目,着手新能源车桥研究。汉德是国内第一家研

制出轮边电机驱动桥的企业,在轮毂电机驱动技术上,汉德也有研究并已初具成果。

### 注重研发国际市场竞争力强

在不断促进企业自身发展的同时,汉德也享受了国家税收扶持政策。据介绍,2017年受惠于“设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税”及“研发费加计扣除”优惠政策,公司享受减免金额5921万元。汉德将税收减免款项主要用于科技创新、人才培养和产品开发,增强了公司的科研实力,科技创新能力逐步提升,科技人才队伍逐渐壮大。

目前,汉德车桥在海外保持着稳定的良性增长,在出口亚洲市场的同时,高端产品已打入欧洲、北美发达国家市场。凭借着可靠性和先进性,汉德车桥在国际市场上有很强的竞争力。

据王占朝透露:“在海外市场,车桥总成发展到一定规模必须本地化生产,减少关税的同时,紧跟当地市场变化,及时供应产品。”在“2035战略”规划指导下,汉德车桥将坚定不移地走国际化路线,打造“汉德”全球化品牌,成为全球新能源车桥引领者。

“近年来,得益于市委、市政府营造的‘亲商爱商助商’的环境,以及对企业家和实体经济的支持,我们切实感受到企业经营环境的改善,尤其是‘店小二精神’和行政效能革命,无论是企业出口贸易、人才引进还是员工的交通出行、教育医疗,都让我们感受到政府对营商环境的切实改变,为我们进一步创造了良好的发展契机,增强了我们做强、做大的信心,将努力加快为西安全发展贡献我们的力量。”王占朝表示。

## 中国果业品牌化初见成效 齐峰奇异果品牌估值3.53亿

天极

9月底,第四届中国果业品牌大会在湖南长沙举办。据了解,此次果业品牌大会由中国果品流通协会等单位主办,发布了“2018中国果品区域公用品牌”和“2018中国果品商业品牌”价值评估结果。来自陕西的齐峰果业连获三项大奖:齐峰董事长个人荣获2018果业年度人物奖,齐峰果业2018年全国果业精准扶贫功勋企业,齐峰奇异果喜获2018年度最具影响力猕猴桃品牌。大会还公布了2018中国果品商业品牌价值,“齐峰奇异果”品牌估值3.53亿元。

### 创新求变不断发展

“我们企业运营有一句座右铭叫创新求变,不但是要求我更是要我的团队不能满足现状,不断自我创新。”

齐峰从1997年开始涉足猕猴桃产业,目前已将齐峰果业发展成为中国猕猴桃全产业链的引领者,2017-2018年度完成超过5个亿的销售额。成功背后,是齐峰对农业深深的热忱,以及对互联网+模式的成功应用。2013年,齐峰在原有传统大宗批发交易和实体店零售的基础上,开辟电商和出口渠道,为齐峰奇异果



赢得更广阔的市场并塑造了良好的企业形象。齐峰“建基地、扩市场、创品牌、塑标准”,最终用品质赢得市场,靠网络改变命运。齐峰的创业经历和成功经验,为行业人士提供经验借鉴,齐峰个人也荣获了2018果业年度人物奖、CCTV三农创业致富榜样、CCTV全国“食尚之星”、“全国物流模范”等诸多荣誉。

### 全产业链战略塑造品牌帝国

“中国今天的农业,想要做成功,必须全产业链战略,全程每个环节都自己把控,这样

的农产品才有实力。”

质量是企业生存的根本,品牌则将制约企业能走多远。齐峰果业经过21年的探索,布局了奇异果全产业链。大力推行猕猴桃标准化种植从源头提升果品品质,采用物联网大数据系统实现奇异果全程可追溯,引进国际领先设备为高品质奇异果保驾护航,并大力发展电子商务和出口贸易塑造良好的品牌形象。目前,齐峰果业荣获农业产业化国家重点龙头企业、全国电商示范企业、全国百家合作社百个农产品品牌、2016十大猕猴桃品牌、

陕西省名牌等众多荣誉称号。在2018中国果品商业品牌价值榜中,“齐峰缘”品牌估值3.53亿元。

### 探索果园托管扶贫模式

“从事农业20余年,打心眼里明白要常怀富民之心,这也是齐峰果业运营的根本。”

齐峰果业作为行业的领军企业,在企业发展的同时肩负果业扶贫和果业振兴的巨大责任。自公司成立以来,便依托猕猴桃产业开展各项精准扶贫工作。采用“果园托管”模式,整村推进猕猴桃标准化种植,并包抓贫困户脱贫任务。此外,还通过电商扶贫、就业扶贫和金融扶贫、公益扶贫等举措进行精准扶贫。从2013年到2017年,齐峰果业扶贫总计435万元,其中产业扶贫270万元,就业扶贫165万元。齐峰果业也先后被评为陕西省扶贫龙头企业 and 宝鸡市金融扶贫示范基地。在第四届中国果业品牌大会上,齐峰果业荣获2018年度全国果业扶贫功勋企业。

齐峰果业作为中国奇异果的领军企业,其经营模式和理念值得学习借鉴,以全产业链为运作战略,富民之心为根基,创新求变为动力,用品牌让产品飞翔,齐峰奇异果未来的发展让我们看到了中国果业的明天。

## 太极集团入围中国医药十大领军品牌榜单

9月20日,2018第十二届中国消费经济高层论坛暨中国医药行业未来发展峰会暨2018年“中国医药品牌榜”颁奖活动在北京隆重召开。

此次峰会以探寻医药行业“点石成金”之道为主题,众多行业大咖及优秀企业悉数亮相。据了解,此次中国医药行业未来发展峰会通过大数据统计,综合消费者的投票结果,兼顾舆情检测等科学手段,脱颖而出的医药行业优秀品牌,都是名副其实得到了医药行业和消费者双重认可的优秀品牌。

活动现场颁发了“中国医药十大领军品牌”、“中国医疗器械领军品牌”等多个奖项。太极集团有限公司、中国医药集团有限公司等入围中国医药十大领军品牌榜单。

荣誉的背后,是消费者对太极品牌的认可,对太极产品品质的信赖。太极集团有限公司副总经理鲜亚表示:“太极集团获此殊荣,代表着社会各界对太极品牌的高度认同与肯定,消费者对太极品牌的信赖,同时也是一种鞭策。太极集团连续十五年位列中国500强企业,2008年获中国医药行业改革开放30年五大品牌奖,与同仁堂、云南白药、东阿集团、三九集团齐名。我们的拳头‘药疗’产品藿香正气液、急支糖浆等更是享誉国际。集团在2017年度中国非处方药产品综合统计排名中名列前茅。这些荣誉都与企业‘质量为本’的宗旨密不可分。”

鲜亚表示,作为中国医药工业前10强,中国企业500强之一的太极集团,惟有不断提升产品的品质和服务,提供高性价比的产品给消费者,同时,在未来发展的道路上不断探索和创新,切实履行品牌工业的引领作用,为行业健康发展做出应有的贡献。(任民)

### 品牌故事 | Brand story

## 吉利:敢想敢做敢创新的中国品牌先锋

邓英英

2018年2月,在北京举行的2018中国汽车品牌发展峰会上,浙江吉利控股集团喜获“中国品牌先锋”荣誉。随后的第二天,吉利汽车发布2018年1月销量信息:单月销售15.51万辆,同比增长51%,博越、新帝豪等8款车型月销过万辆。

是巧合,也是幸运。在年初吉利汽车定下158万辆、同比增长27%的年销量目标时,有很多业内人士怀疑这个目标是否过于激进。如今,吉利汽车1月销量即完成任务目标近1/10的业绩足以给出答案,也进一步证明“中国品牌先锋”荣誉当之无愧。

### 放眼全球融合创新

在全球经济一体化的大环境下,全面、广泛、深刻的合作是创新发展的原动力。

正如吉利控股集团董事长李书福在峰会上所言:中国自主品牌的前途,取决于如何应对全球经济格局正在发生的深刻调整,取决于如何把握正在孕育兴起的新一轮世界科技革命和产业变革,取决于决策者的远见、研判和战略,取决于企业上下战略执行的决心和定力,取决于在开放合作协同创新中体系能力的提升。

虽出身于草根,但吉利控股的全球化梦想从未停止。2002年吉利就有了收购沃尔沃轿车的想法;2006年收购英国锰铜控股的伦敦出租车公司19.97%的股权;2009年收购DSI公司全部股权;2010年收购沃尔沃轿车公司全部股权;2013年收购英国锰铜控股的



业务与核心资产;2017年6月收购DRB旗下宝腾汽车49.9%的股份以及豪华跑车品牌路特斯51%的股份;同年11月收购飞行汽车公司Terrafugia全部业务及资产;同年12月收购沃尔沃集团8.2%股权;今年2月,吉利又被曝出在二级市场收购戴姆勒部分股份的消息。

借助收购,吉利全球化的版图越画越大。但这份版图的扩张,对吉利而言并不是真正的成功,全面的融合创新才是并购的意义所在。在融合创新方面,吉利对沃尔沃轿车公司的收购是最典型的案例,看似运营上毫不相干,却又在技术上融会贯通,借此吉利汽车的技术和品质全面提升,爆款车博越也应运而生。

今后吉利与宝腾、路特斯、Terrafugia以及

沃尔沃集团之间的合作如何运作,也可以看出端倪。正如收购沃尔沃集团股权之后李书福所言:未来吉利将汲取与沃尔沃汽车的成功合作经验,尊重并传承沃尔沃集团所拥有的斯堪的纳维亚历史与文化、领先的市场地位、卓越的创新能力和节能环保技术,支持沃尔沃集团董事会和管理层按照既定战略开展各项工作。未来,吉利的融合创新之路充满看点。

### 转型创新永无止境

吉利汽车从创立之初走到今天,同样得益于一路不断的转型创新。

2002年MR479Q发动机下线,2006年CVT-JL4G18发动机投产……虽然创新之路

走得艰难,但吉利从未停止。全资收购沃尔沃之后,吉利的技术创新走上了快速发展之路: CMA基础架构的打造以及相关新产品的诞生、领克品牌的创立……吉利汽车旗下产品开始有了质的飞跃。也正是基于技术与产品的创新,2017年吉利汽车正式进入了“百万辆俱乐部”,销量达到124.71万辆,同比增长63%,超额完成110万辆的年度销售目标。

“11年前,我们启动战略转型,在保持价格优势的基础上打技术战。”李书福表示,也是从这一阶段开始,吉利在持续推进自主研发、科技创新的同时,通过与沃尔沃轿车公司、伦敦电动汽车公司等紧密合作,不断提升包含研发能力、创新能力、技术实力、质量管控能力以及内生性人才培养能力等在内的综合竞争力。

在创新转型之路上,2017年,吉利硕果累累,“INTEC”技术品牌发布,全新合资品牌领克首款车型上市,三座设计的沃尔沃S90荣誉版问世……这既是一个品牌先锋的魄力,又是面向未来的宣言:用心聚合全世界最好的团队、技术和资源,致力于为消费者创造便捷、轻松、愉悦的购车和用车体验,帮助消费者实现对美好生活的追求。

“新时代赋予吉利汽车新的使命,新的智慧以及新的视野。”吉利控股集团总裁、吉利汽车集团总裁、CEO安聪慧表示,吉利愿意并应当成为更懂中国、更懂中国人的中国品牌。而在国际舞台上,吉利也正以谦卑的心态与坚韧的毅力,不断摸索与创新,以期助力中国汽车工业成为值得国人自豪的“中国智造”。