

## 完善纺织服装产业链 如意集团拟收购 多个国际服装品牌

罗福

据如意集团6月25日午间公告称,为完善纺织服装产业链,充分发挥品牌拉动效应,将公司打造成国际化的轻奢时尚品牌运营平台,公司拟向间接控股股东北京如意时尚投资控股有限公司购买其控制的 Gieves&Hawkes、Kent&Curwen、Cerruti1881、D'URBAN 及 Aquascutum 等深受消费者青睐的国际高端服装品牌运营企业。

股权收购公告称,本次拟购买资产为济宁如意品牌投资100%股权,交易对方为济宁如意品牌投资全体股东。公司拟以发行股份等方式购买济宁如意品牌投资100%股权,目前双方已经签署《股权收购意向协议》,预计在10个交易日披露交易方案。

如意集团表示,该资产注入后,公司业务范围将从目前传统的毛纺纱线、面料、服装智能制造向时尚品牌运营及智慧门店零售网络延伸,充分发挥科技纤维、纺织智造、时尚品牌三大板块协同效应,降低运营成本,缩小产品设计和创新能力与国际领先企业的差距,拓展公司发展空间,向纺织服装高利润端的品牌运营延伸,实现从纺织智造向时尚品牌运营的转型升级,成为国际领先的高端服装品牌运营商,提升公司盈利水平,为全体股东创造更大价值。



## 做强“秦药”品牌 推动中药产业 高质量发展

文艳

在医学技术飞速发展的今天,很多人患病时首先想到的是西医治疗,而渐渐忽略了源于中国文明的“中医”“中药”。6月25日,陕西省政协召开“推动中药产业振兴发展”月度协商座谈会,与会委员、基层代表、专家学者就加快健康陕西建设,推动中药产业高质量发展积极建言献策。

陕西是中医药的重要发祥地之一,中医药文化十分厚重。秦岭、巴山是中药资源宝库,太白山盛产的七药系列等野生中药材是省内独有的品种。陕西省中药资源种类在全国位居前五,近80种重点品种进入了《药典》,在全国占据了重要份量;在产业基础方面,陕西省中药种植面积在全国排名前五,中药饮片、中成药产值近400亿元。不少市县都把中药种植列入了产业扶贫项目,积极扩大种植面积,引进中药生产企业,促进了农民增收和当地经济发展。

今年3月下旬以来,陕西省政协组织部分委员先后赴西安、咸阳、宝鸡、商洛进行实地调研。在调研中发现,陕西省中药资源丰富,具有良好的发展潜力,但产业基础相对薄弱,产业规模增长缓慢,成为亟待研究破解的难题。

为了统筹推进陕西省中药产业高质量发展,委员们建议,提高政治站位,强化顶层设计,把中药产业列为该省经济建设重点产业,纳入“三个经济”发展,实施精准扶贫和乡村振兴战略统筹考虑,组建陕西省中医药发展智库,制定指导中药产业发展的实施意见和中医药发展规划,制定完善相关标准,加大政策资金支持,出台鼓励中药产业振兴发展的土地、人才、税收、金融等优惠政策。

规范基地建设,夯实产业基础。要做好中药材种植(养殖)规划,坚持道地优先原则,结合区域特色,产业发展规划和乡村振兴战略,合理布局陕西省中药材种植区域,建设一批规模化、规范化、集约化基地,培育一批在全国有影响力的示范县、示范基地。同时,做大做强优势品种,重点支持陕西省现有30个大品种、18个获得国家地理标志的“秦药”品种,在单品规模和质量上求突破。推广“公司+科研机构(平台)+基地+农户”“企业+合作社+农户”等现代新型中药材种植模式,搭建药农与药企之间的桥梁,实行订单种植、保底收购,切实把中药资源优势转化为经济优势。

壮大市场主体,做强“秦药”品牌。启动重点产品培育工程,从陕西省优势医药目录品种里,筛选出科技含量高、疗效可靠、质量稳定、安全性好、临床需求量大的国家医保和国家基药中药重点品种,加大企业技术改造支持力度,服务“秦药”品牌建设。要深入挖掘陕西道地药材资源特别是秦岭特有种,大力发展种植养殖产业,形成独具陕西特色的“秦药”系列产品。同时,建议推进中药产品研发,支持企业加快新药产品研发、深度开发和二次开发,加速研发培育名优大品种,催生“重量级”药品,加大财政税收支持,建议设立“秦药”创新发展基金,加大中药创新药物、经典名方、专利药品、大健康产品研发支持力度。

# 山东临工打造品牌强企业 回馈社会助发展

张妍

持续聚焦革命老区,山东临工新一轮的精准扶贫行动已经开启。“红色情 心连心”,山东临工6月14日走进贵州遵义,为革命老区贫困家庭带来了脱贫致富的希望。

## 公益回馈社会

近年来,随着企业的壮大和品牌的升级,山东临工把公益事业作为回馈社会的有效方式,在行业中脱颖而出,赢得了社会各界的赞许和用户的好评。2019年,“红色情”精准扶贫行动在遵义、瑞金、会宁、西柏坡、沂蒙山等地持续开展。帮扶措施方面充分发挥工程机械行业特色与优势,通过理论与实践培训提升职业技能,通过脱贫基地建设创造更多的就业机会,通过导师指导、创业合伙人制度、商务支持等措施实现创业致富。同时针对一部分对国家做出贡献,脱贫有困难的贫困群众,临工将直接捐赠挖掘机设备,帮助他们脱贫致富。

山东临工总裁于孟生表示,2019年是脱贫攻坚决战之年,山东临工将坚持并持续创新具有行业特色的精准扶贫之路,帮助每一个希望通过工程机械脱贫致富的贫困家庭实现梦想。

中国工程机械工业协会常务副会长兼秘书长苏子孟发表讲话。“红色情”精准扶贫行动,是响应习总书记号召、落实十九大精神的大胆尝试和创新实践,充分发挥了行业的优势和特色,体现了山东临工作为行业领导者的使命与担当。该行动为中国工程机械行业做出了表率,为行业内外的企业参与扶贫工作提供了可信、可行、可学的典型案例,极大推进了工程机械行业产业脱贫工作,有力推



动贫困户脱贫致富奔小康。

此次活动,山东临工总裁于孟生和遵义市扶贫办副主任刘文顺向两位家贫志坚的贫困人员捐赠了挖掘机设备,并助其掌握脱贫致富的核心实力,实现快速脱贫,精准脱贫。

受捐人之一王健,是一名陆军退伍军人。父母年事渐高,常年受病魔困扰,妻子也因肺结核丧失重体力劳动能力,膝下还有两名子女需要抚养,全家的开销都靠他务农和打零工勉强维持。生活重压让他倍感艰辛。山东临工“红色情”精准扶贫行动给他带来了希望。“我一定不辜负社会对我的支持与帮助,我会尽我最大努力实现脱贫,并积极分享自己的奋斗经验,帮助更多像我一样的人早日摆脱贫困,创造美好生活!”王健特别激动。

“授人以鱼不如授人以渔”,山东临工“红色情”精准扶贫行动充分发挥行业优势和特



色,以技能扶贫为基础,以创业致富为最终目标,以具有行业优势的扶贫举措帮助贫困人员实现真脱贫,脱真贫,打造了一个具有标杆价值的精品公益项目。精准扶贫行动的持续开展,也将把山东临工的社会责任推向新的高度,让可靠承载重任的品牌理念得到全新升华。

## 建百年临工

一方面做好公益,另一方面保持持续增长,走品牌之路,建百年临工是山东临工的目标。山东临工1-4月挖掘机国内累计销量同比增长较快,那么,是什么使得山东临工在增速放缓的大环境下脱颖而出,连续增长的背后究竟有何秘密?

据记者了解,截至目前,山东临工已在全球建立了多个生产基地,业务遍及130多个国家与地区,并陆续提出“360度全程服务体

系”“6+1 全心服务承诺”等全方位服务宗旨。可靠的产品品质、专业的服务技能使客户有口皆碑,临工品牌也凭借多年积淀一步步走在行业前列。

始建于1972年的山东临工,主导产品被评为“中国名牌产品”“中国驰名商标”,公司更是先后被授予“中国机械工业百强”“中国工业行业排头兵企业”“亚洲质量卓越奖”全国“质量标杆”企业等诸多殊荣。

近年来,山东临工生产经营管理的自动化、数字化、网络化、智能化水平持续提升,正向着智能工厂、“智慧临工”的目标不断迈进。其自主研发的挖掘机主控阀,其性能已经达到国际先进水平,并已形成系列化和批量生产,其中电控主控阀代表行业发展方向。另外,高端驾驶室等工程机械关键核心零部件更造就了临工挖掘机的优良基因。

走品牌之路,建百年临工,临工一直在行动。

## 凯度消费者指数:伊利品牌渗透率超九成

东方

近年来,品牌影响力在市场上作用逐渐突显,在帮助消费者辨别优劣产品的同时,也加速了市场的优胜劣汰。6月11日,2019凯度消费者指数亚洲品牌足迹报告发布,伊利品牌渗透率达90.9%。

据了解,就在前不久,伊利入选英国著名调查公司欧睿国际发布的全球快消百强品牌榜,并进入包装食品类全球TOP10,成为亚洲唯一入围的乳品企业。此外,在5月发布的“BrandZ 2019 最具价值中国品牌100强”榜单中,伊利还实现了“七冠王”,获得 BrandZ “Most Meaningful Brand-最体贴消费者中国

品牌”荣誉。

坚持以全球最优品质并持续不断创新是伊利成为消费者信任品牌的关键。

在“伊利即品质”的企业信条指引下,伊利不仅从奶源、出厂、物流到终端均建设了全过程的管理体系,还有站在全球标准之上的质量管控的“三条线”为产品质量提供保障。未获得优质奶源,伊利在“世界黄金奶源带”——新西兰的坎特伯雷地区,建立起覆盖科研、生产、深加工、包装等多个领域的伊利大洋洲生产基地。

与此同时,针对越来越多元化的消费者需求,伊利更将创新视为企业发展的源动力。自主研发国内第一款无乳糖牛奶——舒化

奶,解决乳糖不耐受者饮奶后的腹胀、腹泻等症状,伊利的创新不断为消费者带来更多惊喜,除此之外,伊利还积极拓展其他品类,先后推出植物蛋白饮品“植选”和能量饮料“焕醒源”,满足消费者的健康需求。

品质与创新的坚守,消费市场上的极大认同,使伊利在业绩上突飞猛进。2018伊利实现营收近800亿元,同比增长16.89%。在液态奶、冷饮、奶粉、酸奶等产品中保持稳定增长,液体乳营收656.79亿元,同比增长17.78%;奶粉及奶制品营收80.45亿元,同比增长25.14%;冷饮产品营收49.97亿元,同比增长8.49%。

具体到产品,伊利纯牛奶、安慕希、金典

等三大产品销售均突破百亿元,有11个品牌的年销售收入在10亿元以上。

与此同时,伊利也在不断加快国际化步伐,从去年10月份面向印度尼西亚等东南亚市场推出的高品质产品,在此之后,迅速出击收购泰国本土最大冰淇淋企业 Chomthana,伊利将市场版图不断扩大。

对此,伊利方面表示,随着经济全球化的不断发展,伊利将积极推动打造“全球健康生态圈”,努力实现“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”的企业愿景。未来,伊利将尽全力推动“让世界共享健康”梦想的实现,不断挖掘企业的发展潜力,为五强千亿目标加速前进。

## 品牌故事 | Brand story

# 一汽集团:以“筋骨式”改革谋自主品牌振兴

张建

红旗 reliant 两款产品在去年销量超3万辆,解放坚持自主创新领跑中重卡市场,频繁展示智能驾驶和新能源技术……新中国汽车工业摇篮——中国第一汽车集团有限公司(下称“一汽”)在传承和发扬新中国汽车工业奠基时的艰苦创业精神同时,以市场化改革为导向,努力踏上自主品牌振兴之路,助力汽车强国梦想早日实现。

## “筋骨式”改革激活活力

大幅度机构重组,大范围人事调整,全方位品牌重塑……一汽至今仍在实施的“筋骨式”改革,正在为企业谋求品牌振兴积蓄力量。

长期以来,一汽的技术中心与生产营销部门平行,双方经常出现相互推诿现象,这不仅让一汽在市场上吃了大亏,也经常被外界诟病。技术中心重组后,一汽设立了研发总院等部门,直接隶属总部,员工工资直接跟其产品研发市场表现挂钩。

一汽新技术及创新业务管理部副部长李红建说:“技术好不好,市场说了算,重组有利于形成产销一条龙的体系。”

和技术中心重组类似,一汽还重组和新组建了人力资源部、移动出行事业部等,更好地对接市场和客户。

如果说机构改革是骨架,人事改革就是打通骨架的经络。一方面,针对部分员工不思进取等问题,一汽实行了“全体起立,全员竞聘”的举措。另一方面,一汽还抽调了一批包括奥迪品牌在内的优秀人才进入总部,前劳斯莱斯设计总监贾费尔斯·泰勒加盟一汽,担任全球设计副总裁兼首席创意官,为振兴红旗品牌提供支持。

一汽人力资源部介绍,按以往经验,一汽员工从进入企业到走上高级经理岗位最快需要16年。此次改革创造了工作9年的优秀员工走上高级经理岗位的纪录,走上处长岗位最年轻的二级经理已是“85后”。



一些年轻员工表示,现在普通员工的声音可直达集团高层,只要有能力,干事创业就有空间。

## 以过硬产品拓展市场份额

新中国第一辆汽车——解放牌卡车自1956年下线至今,历经7代传承与创新,产销已突破700多万辆。一汽解放董事长胡汉杰说,企业也曾遭遇低谷,但解放始终坚持自主创新,积极推出定制版等市场需要的过硬产品,2016年重新回到国内重卡第一的位置,并保持到现在。

在很多人心目中,以“傻大黑粗”示人的重卡很难与高科技相联系。如今,解放组建了未来事业部,推出了一系列引发业界关注的智能驾驶技术。胡汉杰说,只有主动调整布局,才能占据行业发展主导权,解放正从单一卡车向智能交通物流方案的提供者进军。

和解放一样,红旗也是家喻户晓。61年前,第一汽车制造厂厂总动员,组成攻关突击队,日夜奋战,于1958年8月1日造出第一辆红旗牌高级轿车。然而,红旗在汽车市场表现并不尽如人意,扛起红旗品牌振兴重任,是

一汽人必须面对的问题。

去年以来,伴随着一汽总部直接运作红旗和改革的推进,红旗品牌加快产品布局 and 区域研发布局。针对在售产品少的痛点,红旗陆续发布红旗L5、红旗E-HS3、红旗HS7等多类产品。针对销售和服务网点少的痛点,红旗一年内建成了104家红旗体验中心,对重点城市和区域基本实现了全覆盖。针对红旗产品质量问题,红旗对标奥迪评审标准,以红旗H7为例,技术改进已达1000多项左右。

一汽红旗汽车销售有限公司销售策略处处长何磊表示,红旗正在通过线上线下努力开拓私人市场,去年新推出的红旗H5的私人客户已达九成左右。

数据显示,2018年红旗实现了3.3万台销售,超额完成了3万辆的目标,同比增长624%。今年一季度,红旗品牌销售1.34万辆,同比增长787%。

中国一汽董事长、党委书记徐留平表示,红旗将向2020年销量10万台级、2025年30万台级、2035年50万台级的目标迈进。红旗未来将推出更多产品,努力成为“中国第一、世界著名”的“新高尚品牌”。

在加强内部改革和市场拓展的同时,一汽和东风汽车集团有限公司、长安汽车股份有限公司三大汽车巨头联合互联网、金融、零售等行业巨头签订合资协议,共同成立T3出行公司。据了解,T3出行公司是一家完全采用市场化运作的全新出行企业,将在人才、技术、组织、资金等方面实现完全市场化运营,推进商业模式创新,向行业开放合作,实现产业共赢发展。

T3出行将充分释放一汽、东风、长安多年的产品技术实力,借助合作伙伴在大数据管理与应用等多方面的优势,着力打造更加网联化、共享化的“智慧出行生态圈”。同时,T3出行将联合各领域合作伙伴的力量,以网约车市场为切入点,共同打造智慧出行服务。

## 布局未来 助力老工业基地振兴

徐留平说,一汽作为坐落在东北老工业基地的大型央企,助力老工业基地振兴发展责无旁贷。在推动旗下红旗、解放、奥迪等多款新车型在吉林陆续投产的同时,一汽将打造以新能源、智能网联等新业务为发展方向的零部件产业集群,推动区域内产业转型升级。

作为一汽未来重要布局,由一汽和长春共建的长春红旗小镇已经正式启动。红旗小镇以汽车产业发展为核心,致力于打造智慧城市、智能汽车、智能交通为一体的综合体。同时,一汽已与吉林省启动共建智能网联“321”工程,打造中国乃至全球智能网联汽车和新能源汽车产业发展高地。

在一汽与当地政府的合作努力下,国家智能网联汽车应用(北方)示范区已投入运营,可同时容纳10辆测试车,这是中国寒区智能汽车和智慧交通测试体验基地,也是中国东北地区基于5G宽带移动互联网的智能汽车和智慧交通应用示范基地。

一些行业专家认为,当前全球汽车市场竞争日趋白热化,红旗等自主品牌的品牌振兴之路注定不会一帆风顺。如何提升产品质量和拓展市场,都是一汽必须面对的问题,也是未来努力的方向。