雷沃品牌价值连续12年位居农业装备行业第一

8月5日,世界品牌实验室(World Brand Lab)在北京发布“2020年中国500最具价值品牌”排行榜。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,雷沃品牌价值再创新高,以743.58亿元排行第74位,连续12年位居农业装备行业第一。面临国内外复杂严峻的经济形势,特别是在当前经济下行压力加大的大环境下,雷沃品牌价值逆势跃升,展现出十足的品牌韧性和活力。

决胜小康 创新驱动品牌价值

科技创新是驱动雷沃品牌价值连年增长的主引擎。作为国内农业装备领域的领军品牌,雷沃重工坚持“以客户为中心”,依托全球研发创新体系,通过长期的研发投入,持续创新升级产品和服务,不断改变着国内高端农业装备领域核心技术长期被国外垄断的局面,也赢得了用户的高度认可。

每年雷沃重工都会拿出销售收入的3%-5%作为研发创新投入,自2010年以来已累计投入研发经费超过40亿元,构筑起了同步世界的全球研发创新体系。同时,在国内建起了多功能农机试制试验中心和试验示范基地,努力提高关键核心零部件和整机试制试验能力。

受益于科技创新与全球资源整合的积累和突破,雷沃重工先后开展了“智能化动力换挡拖拉机、高性能大型联合收割机和大型高端智能化农机具”等一批国内空白、国际先进农机装备的研发创新,实现了动力换挡等大量关键、瓶颈技术的突破。“智能农机装备”重点专项是“中国制造2025”十大高端领域之一,雷沃重工也是承担该创新项目最多的企业。近年来,雷沃重工累计主持和承担国家及省部级创新项目82项,其中国家级39项,省级43项。

一大批智能、绿色、高效率的创新产品陆续问世,是雷沃重工持续引领国内农机产业升级,业绩和品牌价值逆势上扬的利器。数据显示,2020年上半年,雷沃重工旗下农业装备业务共实现销量3.6万台,销售收入35亿元。拖拉机、小麦机、水稻机三大主营业务,分别大幅增长了37%、37%和39%,为种好“中国粮食”、端好“中国饭碗”,交出了一份优异的年中答卷,其中新产品的销量贡献率超过了55%。

守护“中国饭碗” 凸显社会价值

疫情让全球的粮食生产、农业产业升级受到全社会的广泛关注。粮食安全的背后,发挥支撑作用的是“干活挑着金扁担”的农业科技创新。特别是近年来,在雷沃重工的带动引领下粮食作物的全程机械化、智能化发展,有效解决了“谁来种地”、“如何种好地”等问题,为国家粮食安全提供了强有力的支撑和保障。

以扛稳国家粮食安全为己任,雷沃重工自1998年成立至今,已累计向市场投放各类产品250余万台。除了旗下雷沃收获机械、拖拉机等业务持续领跑国内,雷沃农业装备在农业“耕”“种”“管”“收”“储”“运”全环节提供全程机械化解决方案。雷沃农业装备在产品领域的创新直接改变了国内农业生产方式。有关数据显示,目前,雷沃产品对我国小麦机收贡献度达到60%以上,水稻机收贡献度达到30%以上,玉米机收贡献度达到30%,耕种收综合贡献度达到40%以上。

从“会”种地到“慧”种地,是雷沃重工以科技引领中国农业发展的又一重要方向。以三夏为例,目前雷沃农业装备产品已可以覆盖夏收夏种夏管全环节的无人化作业,北斗卫星技术厘米级定位服务的应用,物联网管控新模式的普及,让无人驾驶实现了“作业速度更快、作业质量更高,作业数据精准”。

作为一家国际化、专业性的品牌研究机构,世界品牌实验室的评价结果已成为全面评判企业综合实力及品牌地位的重要标准。自2008年受邀参加评选以来,雷沃重工已经连续12年荣登“中国500最具价值品牌”榜单,并且连续12年位居农业装备行业第一。这不仅展现了雷沃品牌的综合实力及行业领导力,更以强大自主创新和勇敢担当成为国内装备制造行业发展的一张名片,引领国内农业现代化发展,用行动守护“中国饭碗”,以实力助力小康收官。 (雷重)

▶▶▶ [上接P1]

建立自主品牌 以数字化方式开拓国内市场

一是加快外贸企业数字化进程。线下销售具有一定的地域局限性,而线上经营往往不存在这种限制。引导外贸企业入驻电商平台,需要做好电商基础设施的建设、电商人才的培养、线上供应链的建立等基础工作,以形成长期有效电商营销模式。

二是由政府牵头建设各类“优品馆”。推进外贸企业探索本土化发展新模式,政府牵头推进类似“宁波优品馆”“青岛优品馆”等合作模式,将境内潜在的需求转化为现实的市场需求,同时外贸企业可以借助平台大数据分析对其生产销售进行支持。

三是鼓励外贸企业创建自主品牌。政府部门通过出台扶持政策,为企业申请知识产权提供绿色通道和各项服务,推进电商平台设立知识产权服务中心,探索构建以原外贸企业为主的知识产权线上保护体系,并在政策上给予引导。

贵州,到底给了我一些什么

中国著名作家叶辛在茅台保健酒业公司讲述贵州情缘

●叶辛在茅台保健酒业公司开展讲座

●叶辛为茅台保健酒业公司赠送墨宝

●叶辛夫人王淑君女士答听众问

●现场提问踊跃

■ 沈仕卫

近日,中国作家协会副主席、春晖使者叶辛在茅台保健酒业公司开展讲座,讲述他与贵州的故事。这位从19岁就开始文学创作的“老知青”,创作的第一部作品是《高高的苗岭》。那时,他正参与修湘黔铁路大会战,《高高的苗岭》就是在他在当地苗寨获得题材而创作的。这部小说,为他的文学之路拉开了序幕。讲座现场,叶辛向大家打开了他的文学人生和艺术世界。以下为讲座内容辑录。

两副目光

到现在,我大概写了150多本书。我就讲一讲我和贵州的关系。创作是和作家生活体验离不开的,我和贵州,是一种什么关系呢?

我想从前几年,我们一帮曾经在贵州工作过的同志讲起。他们现在都回到了上海,有的是复旦、同济、华师大的,还有上海研究所的贵州籍老乡,有的是土生土长的贵州人,有的是贵州省外的大学生,大学毕业后在贵州工作过。

上海有这么几个跟贵州有关的组织:一个叫“博士团”,大家相识后经常聚会。还有一个是“上海市贵州商会”。一些贵州人,其中有的是教授,有的是学者,有的是像我这类的小说家,大家都很愿意参加聚会。

聚会的时候,有人出了一个话题,说贵州这个地方,到底给了我一些什么?

有一个学者、科学家说到贵州的安静,贵州的偏远形成了贵州的安静,这个安静迫使他在清贫的生活里坐下来做学问。他做的人文课题很出名,叫“族群认同”。他说他做的这个课题,就是在跟贵州人的交往当中想到的……

有一个研究院的老院长对我说:叶辛,还是你讲,你是小说家,你多讲点。

我想了想,说贵州给了我一种强烈的对比。我的创作经常是用一种上海人的目光来看待偏远的贵州。但是在贵州生活了21年以后,我经常还会用贵州乡下人的目光来看待上海。

在2014年10月15日召开的中央文艺工作座谈会上,我7分钟的发言,1500字,也是围绕这个主题讲的。我说,我刚下乡的时候19岁。我们来到贵州偏远的乡下,经常用一双上海小青年自以为是的目光,看在贵州山乡里的一切:乡下穷,又偏远,山一座一座连在一起,不知道哪年哪月可以走得出去。农村娃娃在地上爬,又脏又乱……这种眼光当然是有偏见的。

我在砂锅寨插队落户10年后,我的目光开始起变化了。我经常还会用砂锅寨老乡的目光来看待修文县城,看安顺,看贵阳。我出去改稿时也会用上贵州乡下人的目光来看待都市。当两副目光交织在一起,我经常会有一些属于我自己的突发奇想。电视剧《孽债》从播出到现在整整25年了,我写的是西双版纳长大的5个孩子,到上海去寻找他们的父母。在寻找父母的过程当中,发生的一些感情的波动,以及父子之间、夫妻之间、子女之间的矛盾。我就是用两副目光来写作的。当这两副目光交织在一起,故事就出现了。

我作为上海人,为什么在贵州生活了这么多年以后,会很准确地写到上海社会的各个阶层?就是我有贵州这样一个参照系。

除了贵州给我一个城市和乡村的对比,还有一个是沿海和内地山区的对比,以及一个长江三角洲和云贵高原的对比。这样的对比在我眼里是很强烈的,我所有的小说,都是用这两副目光观照之下写出来的。

去年,贵州出版集团出了我的一部长篇小说,叫《五姐妹》,贵州把它作为新中国成立70周年的献礼书。这是省里评选出来的,请了一些专家学者来评选。有两位评委我都认识,其中一位是顾久先生,他跟我说,这个小说蛮好看的,确实写到了贵州。他的经历跟我一样,我在修文县插队的时候,他在黔东南的苗寨插队,人生的经历有共同之处,他读我的小说就有共鸣。

一封来信

讲一件我插队的往事。

我的老伴,也就是当年的女朋友,在1972年已经工作了,她被招到红枫发电厂去当学徒工。她口头上说会等我,但我心里明白,工厂里还有其他男生,那些人也要追求她的,我必须得尽快有工作。好!我写完一部长篇小说寄给上海后,我想,这次如果有工作机会,我也去工作了。

也就是在这个时期,贵州省水利电力学校恢复招生了。我体检后,拿到入学通知,回到生产队收拾行李,想着文学梦做不成了,干脆去读书吧,而且体检时招生的老师告诉我,我们这个班是只读两年,而且是定向的,为红枫发电厂培训学员。我就是想去红枫发电厂,追随我的女朋友。

到贵阳报到那天,凝冻,山路结冰,树枝上结的冰很厚,一边走一边还躲避断枝,一直走了3个半小时,才赶到公社办公室。

公社一位叫温老三的副书记把一封信丢在我的膝盖上,他说:你自己看。

我一看,上海人民出版社寄来的:叶辛同志,你最新寄来的长篇小说稿,我们已经审阅完毕。但是稿子当中还有一些问题,需要和你商量修改定稿,请你接信以后安排好工作,到上海来共同商量改稿事业,此致,敬礼。前面还有一句,审稿完毕,决定在今年11月出版。

温书记在旁边说风凉话,他说:你自己打主意,这个主意我不能给你决定,你要去改稿子,你得把录取通知书给我腾出来,这个名额是我们公社的,我还可以安排一个人去。你不要浪费名额,我也知道你写小说写得已经有点疯疯癫癫了,你是真要去改稿子,我也没有意见。

我当即就把水利电力学校的录取通知书还给了温老三,温老三眼睛瞪得老大,他也知道这个工作很重要。他说,你想好了哦。我说,我想好了。

就这样,我提着包包就去赶上海的火车了。

后来的事实证明:温老三是英明的。我1974年改稿子没有改出来,一直改到打倒“四人帮”,我的书才出版。

那个时候,印成白纸黑字比今天隆重多了,书一出,我就成为作家了,整个身份就变了。“四人帮”打倒以后,思绪很快打开,我觉得有很多东西可以写,所以,我一步一步地写《我们这一代年轻人》《风凛冽》《蹉跎岁月》。

三个提问

问:您到贵州是特殊时代的特殊经历,请问您是怎么和贵州结缘的?

叶辛:人有时候是讲缘份的。我本来不是到贵州插队的,因为我那个时候读的是个武斗的中学。当初的老大难单位,单位问题很多,我们当学生的毕业了也不分配。我妹妹的学校跟我爱人的学校是一个学校——培光中学。我就呆在家里,周边的同学有的去了黑龙江、吉林、江西、安徽,我想等等还有机会。

结果,我妹妹说:你不走我要走了。我妹妹比我小3岁,她都要听号召上山下乡走了,我还赖在家里不好嘛!我妈妈就说:你们要走就一起走,于是,我就把我的关系转到了培光中学。我们是1969年3月31日出发,那一天,是在上海的贵州路上的车。

上海马路千百条,有名的马路三千三,无名的马路数不完,其中就有一条贵州路。偏偏在贵州路上出发到贵州来插队。

问:您的处女作《高高的苗岭》,是什么触动您写了这本书?

叶辛:50年前修湘黔铁路,我们被派到黄平县谷陇区去干活,那时是坐卡车从修文县出发。当时,我们去修铁路的单位名称是“安顺民兵师新闻民兵团3营10连”,其实就是久长公社组织的民兵团。550里路,早晨出发,开到谷陇区是晚上八九点钟,没有住处,一人发一根棍子,一张凉席。我女朋友和我妹妹也去了。她们女知青受照顾,五六个人住到鲤鱼塘苗寨木楼上,楼下面是牛圈。男知青艰苦一些,住牛圈。

我们住的这户人家有位老人,打猎把两条腿弄残了,坐在自制的一块板车上,要走路就两手撑着地滚动板车走。这位老人特别喜欢我们去苗寨,因为没人跟他讲话,他残疾走不出房间。我喜欢摆龙门阵,对他们的一切都很感兴趣。我对苗族的了解,也是从这位老人开始的。

老人说,因为修铁路,你们才有这么多汉人走进来,我们这个地方很少有外人来的。第一次人多进寨,是1950年解放大军来剿匪,后来再也没来那么多人,20年了,才来你们这么多人。后来交谈多了,他就给我详细讲了剿匪的故事,说有个解放军战士追土匪的时候,大腿被打伤了,躲在山洞里,有个娃娃经常偷自己家里东西去给那个战士吃。《高高的苗岭》这个故事,就是由这样一个小细节引发我创作的。

问:叶老师在阅读方面有什么好的经验吗?

叶辛:我的读书生涯跟我妈妈有关系。

我妈妈当过小学教员,她叫我借书回来看。作为男孩子,我喜欢看打仗的,一般的书我不喜欢看。有一次,我借了一本书叫《铁木耳和他的队伍》,我以为是打仗的书,结果不是,铁木耳的队伍是小娃娃。借回来有一种上当的感觉,就丢在旁边不看。我妈妈说,你翻书怎么翻这么快?我说不好看。她说,看书你要写读书笔记。我心里一听烦了,问读书笔记怎么写??她说,你把书名写下来。我不情愿地照她的意思把书名写下来了。她又跟我说,你看看这本书是谁写的?我在这之前从来不看书是谁写的,这回我一看,封面上面印着“盖达尔 著”,果然是一个人写的。我说,盖达尔这个人名字怪怪的,她说你写下来。我写完了,她又跟我说,你看看这本书是哪个出版社出的?我之前也从不注意这些,我又写下来了:少年儿童出版社。她说,你再看看这是什么时候出版的,我一看是1959年11月出的书,她也叫我写下来。她说,写下来就说明你读这本书了,那么,你读了这本书有什么感想?我说一点也不好看。她倒也没有要求我一定要读完,就说,你今天就把这个“一点也不好看”写下来。我的第一篇读书笔记就这样写成了,后来,我觉得不解气,加上“上当了”3个字。也就是从那个时候开始,我知道了读书要做读书笔记,后来也就养成读书习惯了,写读书笔记是有好处的。

在座的你们,本职工作都蛮忙的,工作以外,人总是有点业余时间的。如果你喜欢文学,可以读一读;你不喜欢,也可以研究其他的东西。静下心来了,不要让时光虚度。到了我这个年龄,更有这样的体会。

时间是很快的,几天以前,我去了一趟宁波,我只记得上一次去好像没多久。他们宁波人包括给我服务的驾驶员,打开手机,把我10年前在宁波的照片调出来,这10年好像一晃就过了。尤其像我这样的老年人,更加觉得时间过得快,而且越来越快,我总是觉得时间不够用了。

我现在只有一个身份,那就是——作家。

帅康连续十三年蝉联“中国500最具价值品牌”

■ 艾肯

8月5日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的第十七届“世界品牌大会”在北京隆重举行,帅康电气总裁孙命阳受邀出席本次大会,会上发布了2020年《中国500最具价值品牌》分析报告。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,厨卫电器品牌帅康以高达456.58亿元的品牌价值荣登榜单,位列第151位,全面展现了帅康行业标杆品牌的雄厚实力。

权威再证 36年坚守与创变

世界品牌实验室是全球最知名且极具影响力的品牌研究机构,其评估的“中国500最具价值品牌”是目前中国品牌研究领域最具权威性的奖项之一,被誉为中国品牌的“奥斯卡奖”,现已成为全面评判企业综合实力及品牌地位的重要标准。

在36年的品牌发展过程中,帅康凭借创新的思维和硬核的研发实力持续占领高地,

今年已是帅康蝉联“中国500最具价值品牌”榜单的第十三年,这既是对帅康品牌实力的再一次权威力证,更是帅康不断引领行业向前发展的强大动力。

顺势而思 树立行业健康风向标

今年的“世界品牌大会”主题是“全球疫情下的品牌如何逆势成长”。2020年初的新冠疫情使每个企业都经历了一次重启,面对危机下的健康消费趋势,帅康一举推出油烟不上脸的四大解决方案,并借势直播加速数字营销转型,收获了千万消费者的关注与信赖,用强大的敏捷性成功化危为机。

事实上,帅康之所以能快速反应,得益于前瞻性的市场洞察力所带来的积淀。一直以来,帅康坚持从用户角度考虑他们真正需要的解决方案,针对中式烹饪的最大痛点,帅康依靠强大的研发团队,相继推出油烟不上脸的潜吸式油烟机、自动清洗集成灶、健康烹饪空间及星厨系列嵌入式电器等产品,以创新科技逐步实现消费者对健康厨房的需求,一系列成果的涌现也为行业发展树立了风向标。

逆势成长 品牌影响力再升级

在复杂且多变的经济环境下,除了加速产品创新,帅康还不断通过多维度的宣传矩阵全方位加强与消费者的沟通,推动油烟不上脸的健康理念深入广大中国家庭,先后获得“CCTV民族匠心品牌”和“CCTV大国品牌”的荣誉,始终如一的品质和过硬的质量不断提升厨房幸福感,助力品牌影响再升级。

再度迎来品牌价值的攀升和业界的高度认可,这是长期以来全体帅康人共同努力的结果,在后疫情时代,帅康将继续以制造驱动品牌发展,为消费者构建更品质更健康的厨房生活,并努力向世界级品牌阵营迈进。

地址:四川省成都市一环路西三段33号附1号 电话:(028)87319500 87342251(传真) 广告经营许可证:川工商广字5100004000280 成都科教印刷厂印刷