

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 288 期 总第 9959 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:戴琳 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2020 年 12 月 10 日 星期四 庚子年 十月二十六

新闻简讯 | News bulletin



泛华投资集团荣获“2020 中国产业园区优秀运营商奖”

本报讯(记者 李代广)12月5日,“首届中国产业园区营商大会”在北京召开,凭借着在数字经济驱动产业园区创新发展上的独特理念和行业影响力,泛华投资集团荣获“2020 中国产业园区优秀运营商奖”。

本次大会重点聚焦了当前园区发展所面临的问题,从多方面、多维度阐述园区的未来发展。泛华投资集团凭借着在数字经济领域以超前的理念、开阔的视野和专业的引领,打造国家级中小企业公共服务示范平台“产业生态运营平台(IEOP)”作为创新型新基建,致力于促进中国产业园区数字化建设,推动中国产业园区加速新旧动能转换、实现又好又快发展,得到了业内广泛认可。

基于对数字经济的深刻认知和在城市的创新发展实践,泛华创新提出通过搭平台、建生态、谋场景、升服务、落空间,解决广大产业园区存在着的“不善转、不会转、不能转、不敢转、不愿转”等亟待迫切解决的核心问题。泛华以数字资产为基础,以产业平台为核心,以国家级中小企业公共服务示范平台“产业生态运营平台(IEOP)”为牵引,架起数字经济与产业园区创新升级、协同发展的桥梁纽带,通过集聚导入创新产业要素,提升园区资源要素配置能力,促进新产业、新业态孵化落地,打造产业园区数字化新生态,形成产业数字化转型应用场、新经济新业态活力场、城市高质量发展能量场。以创新发展平台打通城市供给侧结构性改革,成为赋能城市数字化转型发展新模式、新抓手和新示范。

双汇荣获“金箸奖” 2020 年度食品标杆企业

本报讯(记者 李代广 实习记者 李薇)2020 中国企业家博鳌论坛平行论坛——食品发展大会 12 月 5 日在海南博鳌举行,有着“中国食品行业奥斯卡”之称的“金箸奖”等奖项揭晓,双汇荣获“金箸奖”2020 年度食品标杆企业。

“金箸奖”从 2014 年开始已连续六年推出,受到业界广泛关注和好评,经过网民在线投票后,并结合专家意见,精心推选出中国食品行业标杆企业,以推动食品企业变革与创新。双汇因其优良的产品品质、强劲的创新实力、卓越的市场表现,在食品行业发挥着标杆示范作用,获得社会各界认可。双汇作为中国龙头肉类食品企业、农业产业化国家重点龙头企业,坚持为消费者提供高品质的产品和高标准的服务。2019 年双汇发展实现营业收入 603.10 亿元,同比增长 23.43%;实现归属于上市公司股东的净利润 54.38 亿元,同比增长 10.70%。2020 年上半年实现营收 363.48 亿元,同比增长 43.01%;净利润 30.41 亿元,同比增长 26.74%。

双汇近年来在年轻化浪潮中高举高打,制造了一波又一波的“营销大事件”。赞助知名综艺“奔跑吧”,牵手 90 后实力小花杨紫,引爆“辣有引力”年轻化冲击波,受到了年轻消费群体的喜爱和追捧。惊人的流量,傲娇的销量,也彰显了双汇的行业龙头地位。秉持迭代升级、层层突破的营销理念,双汇将充分运用这股年轻化新浪潮,继续向创新转型的腹地挺进、深耕精播,将国民美食潮牌深深植入年轻人群的内心。



新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



刘庄煤矿:靠什么入选国家首批智能化示范建设煤矿

◎成为“智能标杆”靠装备 ◎发展“智能模式”靠技术 ◎孵化“智能土壤”靠人才

《P2》

重庆首富蒋仁生:半年身家破千亿

■ 莫如

一场突如其来的疫情,让中国的经济遭受损失,很多富豪难以独善其身,身家缩水。而重庆有一个富豪,不但毫发无损,还半年赚了 1000 亿,登上重庆首富的宝座。他就是智飞生物的蒋仁生。在中国,身家 1000 亿以上的富豪,不超过 30 人,蒋仁生排名第 16 位。

其实,这不是蒋仁生第一次创造财富神话。蒋仁生 46 岁创业,第一个 10 年财富接近百亿,第二个 10 年财富直接破千亿。不得不说,这是一个奇迹,也是一个传奇!那么,蒋仁生是如何在一个千亿富豪的路上狂奔的呢?

跳出农门 改天逆命

1953 年,蒋仁生在广西桂林灌阳县水车乡的秀水屯出生,都说桂林山水甲天下,但蒋仁生出生的秀水屯,却是山穷水尽,与村的名字截然相反。蒋仁生有 6 个兄弟姐妹,家里穷得叮当响。所幸的是,蒋仁生读到了高中。1970 年,17 岁的蒋仁生高中毕业回到家乡,做起村里的小学老师。小学老师的工资并不高,为了糊口,蒋仁生还要下田种地。1977 年,高考恢复。听到这个消息,蒋仁生兴奋地睡不着觉。恢复高考的第一届考生有 570 万人,而大学只招收 27 万人,真正的千军万马过独木桥。虽然一直当老师,但高中所学,蒋仁生忘得所剩无几。匆忙上考场,高考成绩并不高,被桂林医学高等专科学校录取。蒋仁生虽然只读了大专,但医学背景,再加上大专文凭,足以让他走出农门,改天逆命。

46 岁下海从商 开启疫苗事业

1980 年,蒋仁生大专毕业,被分配到灌阳县卫生防疫站。蒋仁生对这份工作也非常满意,兢兢业业。他对防疫事业充满热情,经



常下乡进行疫苗接种,做防疫宣传。由于工作能力出色,蒋仁生很快就得到了提拔,做上了防疫站的副站长。在灌阳县工作了十来年,蒋仁生又被调到南宁卫生防疫站,任计划免疫科副科长。按理说,蒋仁生应该会在仕途上一路走下去。但默默无闻的蒋仁生,有着一颗不安分的内心。1999 年,46 岁的蒋仁生不顾家人和上级的反对,辞去公务员职务,下海从商去了。

蒋仁生背井离乡,来到成都,在一家疫苗

公司名字改为智飞生物,寓意用智慧来飞翔,正式开启他的疫苗生产和销售创业之旅。

C 群脑膜炎来袭 智飞生物一战成名

创业多艰难。智飞生物刚开始没有研发实力,只能靠代理疫苗求生存。当时,兰州生物制品研究所,是国内唯一生产 A+C 脑膜炎疫苗的机构。蒋仁生不惜花下血本,签下了全国独家授权代理。但大家一直以来,习惯接种 A 群脑膜炎疫苗,虽然签了 A+C 疫苗的独家代理,但销售并不顺畅。

蒋仁生在做代理的同时,并没有放弃研发。2003 年 10 月,蒋仁生创办了北京绿竹生物制药有限公司,作为智飞生物研发和生产疫苗的基地。那一年年底,公司一名研发人员,看上了一台带冷冻功能的离心机,售价高达 80 万元。这对蒋仁生来说,无疑是一笔巨款。得知研发人员的想法,蒋仁生当即表态:买,就算 100 万也要买。说起来容易,干起来难。蒋仁生东拼西借,好不容易凑齐了 50 万元,还差 30 万。他二话不说,找中介把房子卖了,最后把离心机给买回来了。研发疫苗,需要大量的资金,只能靠销售代理疫苗来输血。2005 年,安徽和江苏等地,爆发了大规模的 C 群脑膜炎疫情,全国陷入了恐慌。全国各地的防疫站,开始疯狂抢购 A+C 群脑膜炎疫苗,作为这款疫苗的唯一代理商,订单如雪片一样飞向智飞生物。很多老板和公司,提着现金,排着队,要求加价购买。但蒋仁生依然将疫苗,按原价卖给各个省市的疫情防控部门。那一年,蒋仁生卖出了 2000 万支疫苗,赚到人生的第一桶金。由于供货及时,疫情很快得到了控制,没有坐地起价发国难财,蒋仁生和智飞生物,一战成名。 [下转 P2]

《见证品牌的力量》——新形势下车商的共赢之道 | 系列报道之二

汕德卡:耀眼的品牌光环

——访安徽宿州鑫易汽车销售服务有限公司杨震总经理

■ 本报记者 赵健

人们常说,选择大于努力,观念决定命运,思路决定出路。这些人生哲理从安徽宿州鑫易汽车销售服务有限公司总经理杨震身上得到了充分印证。

杨震从大学毕业后,和众多同龄人一样,历经了各种应聘,做过不同的工作,似乎都不是自己想要的,最终,他选择了自主创业。历经商海的磨砺,从初出茅庐的毛头小伙子,到如今成熟稳重的优质成长型经销商,杨震不断地完成着自己人生的蜕变。

而这一切的背后,皆是源于选择中国重汽汕德卡品牌带来的价值光环所致。

红尘有幸终识君

1987 年出生的杨震,毕业于合肥工业大学车辆工程专业。有着如此的专业背景,加上安徽省内的汽车制造业还算不少,所以,对杨震来说,当时就业的压力不是很大。然而,身体偏胖,个子不高的原因他没有干到他喜欢的乘用车销售工作,无奈之下他去了省内一个汽车企业,搞起了技术工作。没过多久,干不开



心,他便离职去了一个商用车企业在省内的经销企业上班,开始卖起重卡来了。

这样的选择,给杨震现在的发展奠定了坚实的基础。他开始了解和熟知国内重卡行业的发展现状和将来发展的方向。当时的国内重卡市场竞争十分惨烈,其主要根源在于产品同质化相当严重,众多的车企只好被迫加入价格战。

在杨震看来,这都是比较低级的手段,从自己所学的专业知识来看,市场的竞争最终应该是品牌之争。一个良性的车企必须要有很好的品牌影响力和较高的品牌价值。



杨震说,品牌影响力是指品牌开拓市场、占领市场,并获得利润的能力。品牌力基本上是由品牌商品、品牌文化、品牌传播和品牌延伸这四要素在消费者心中协同作用而成的。一个品牌要在竞争中脱颖而出,在消费者的心智中占有一席之地,就要使品牌的商品有强大的商品力,树立有助于强化品牌个性的品牌文化,实施有效的品牌传播,进行正确的品牌延伸。品牌影响力已成为左右顾客选择商品的重要因素。品牌影响力是核心影响力和外延影响力的综合反映,是影响力在更高层次上的提升和最集中体现。

近年来,国内卡车市场用车发生了巨大的变化,从以前的简单实用、皮实耐操的卡车,逐渐走向高端,进口高端卡车也不再是大型物流公司的专属。对此,国产高端卡车的市场也日益变大,国内车企也纷纷推出了自己的高端卡车。

在 2013 年,杨震在日常销售中开始了解到中国重汽的一款高端产品——汕德卡在国内开始销售。于是,他闻风而动,在实地考察中国重汽商用车有限公司后,他毅然决定筹资成立公司,开始进行汕德卡在宿州区域的经销。

当然,这样的选择是有相当大的风险的。对于杨震来说,光有干事的信心和勇气是不够的,他不仅要整合各种资源,探索高端商用车的销售模式,更要培养和锻炼自己的营销团队。

“好在自己年轻,不怕失败,一切都可以重新开始。”杨震自信满满。

因为价值,所以绽放

要了解一个企业,必须了解其背景。作为中国重型汽车工业的翘楚,中国重汽是新中国自主开发的第一重型汽车——“黄河”卡车的诞生地, [紧转 P2]

广告

