

创意小家电为何成“心头爱”？小熊电器打破固有印象走好“双高”之路

■ 熊宣

随着居民收入和生活水平不断提高，过去以冰箱、彩电、洗衣机为代表的“三大件”已成为许多家庭必不可少的“装备”，传统大家电市场已趋于饱和，企业进入存量竞争阶段。在这样的背景下，创意小家电异军突起，迅速成为消费者“心头爱”。但面对竞争愈发白热化的小家电市场，作为国民创意小家电，小熊电器如何利用自身优势做好双高价值与高质量双并存之路？

中国小家电市场空间以及发展潜力巨大,可挖掘的细分需求也会越来越大，

创意小家电市场迎来百花齐放的局面。老品牌家电巨头下场，在这样的竞争格局下，最关键的还是品牌是否能找到自身的差异化 and 核心人群，是否有快速捕捉潜在需求并且转化的能力等等，从而形成品牌护城河。因此，小熊电器自创立以来，一直有规划地进行四力的构建，力求全面均衡无短板发展。同时，小熊电器深入挖掘消费者的需求，遵循用户需求个性化逻辑，研发出满足消费者需求的产品。其中，小熊酸奶机 SN-A20T1、小熊紫薯吨吨煲 DDG-D40E2以及小熊电器和面机 HMI-A50B1 连续三年荣获艾普兰金口碑奖。由此可见，小

熊电器强大的产品力得到消费者和行业权威的高度认可。

为了牢牢占据创意小家电龙头地位，提升研发创新能力一直是小熊电器发展中的战略级目标,产品创新是其生存和发展的驱动力,近年来小熊电器持续加大研发投入，过去三年研发投入复合增长在60%以上,研发投入增长率远高于销售增长率，并快速缩小与行业巨头之间的差距。目前有 8 个研发团队 270 多名研发人员,包含用户研究、产品体验、创新设计、工程开发、基础研究等各方面人才,目前拥有 1120 项专利，另有 209 项发明专利复审中,每年开发新品超过 100 款,研发

投入持续加大,努力增加在市场竞争中的砝码，更大程度地去占据更多发展空间。除此之外,小熊电器构建了专业的质量管理体系,质量管理团队超过数百人,对产品从制造到销售的全链路环节进行把控,让颜值与质量双并重的产品进入到千家万户的生活中。

市场需求是小家电产品创新的方向所在,因此创意小家电赛道竞争愈发白热化,想要从中破局更重要的是不断推陈出新,为消费者带来更多能满足其个性化需求的产品。小熊电器在走好高颜值与高质量双并存之路后还会为市场带来什么表现？不妨拭目以待！

投入持续加大,努力增加在市场竞争中的砝码，更大程度地去占据更多发展空间。除此之外,小熊电器构建了专业的质量管理体系,质量管理团队超过数百人,对产品从制造到销售的全链路环节进行把控,让颜值与质量双并重的产品进入到千家万户的生活中。

市场需求是小家电产品创新的方向所在,因此创意小家电赛道竞争愈发白热化,想要从中破局更重要的是不断推陈出新,为消费者带来更多能满足其个性化需求的产品。小熊电器在走好高颜值与高质量双并存之路后还会为市场带来什么表现？不妨拭目以待！

成为长红品牌要加入心智思维

长红品牌的实践路径。网红品牌是流量思维，而想成为长红品牌，则需要加入心智思维。

报告指出，如今的市场环境更加成熟，互联网品类类迎来了一波持续红利。互联网的出现和应用，使得美妆这个原本渠道成本非常高的行业大降低了渠道成本，同时伴随着更习惯互联网消费的年轻群体及营销媒介的崛起，美妆品牌在线上迎来了品类发展的结构性红利期。

成熟的市场环境催生了大批新兴品牌，使得市场竞争愈发激烈，但值得注意的是，多数网红品牌只是昙花一现。报告指出，机会背后往往隐藏着更

为科技创新强基赋能

■ 谢涛涛

科学技术是第一生产力。3月16日,《求是》杂志发表习近平总书的重要文章《努力成为世界主要科学中心和创新高地》。文章强调,中国要强盛、要复兴,就一定要大力发展科学技术,努力成为世界主要科学中心和创新高地。另需提醒,科技创新在我国现代化建设中居于核心地位,实现高水平的科技自立自强是推动新发展格局的关键,具有重大而深远的意义。

科技创新的力量和优势在创新驱动的攻坚战中得到了有力的证明,科技应用在保障人民群众安全生产安全上发挥了重要作用。人工智能、大数据的广泛运用为产业的迅速提升提供了强有力的支撑。今年的政府工作报告和规划纲要草案共同提出了“强化国家战略科技力量”,只有强化战略科技力量,不断增强科技创新能力,才能筑牢强国建设根基。立足当下,着眼长远,要最大限度激发科技创新的巨大潜能,就要在深度激发、因时而变、扬长补短中强基赋能。

在因时而变中打造科技创新“强引擎”。当前,我国稳居世界第二大经济体,

品牌评价国家标准宣贯教材 | (连载一百二十一)

品牌总论

——品牌评价国家标准宣贯教材

■ 谭新政 朱则荣 杨谨璇 著

它有一种强烈的归属感,让他们认同自己是品牌自媒体的一员,融入这种集体之中。品牌利益、品牌特色、品牌历史、品牌荣誉、品牌人物、品牌文化、品牌活动,强有力的融入感和参与感,将黏附力量有力的读者群体。

4.4 小册子:品牌用户消费教育

除了固定的独立编辑任务,品牌组织还可以经常编辑小册子对品牌用户进行教育。

一些典型小册子示例如下:
国际母乳协会母乳喂养手册;
母乳喂养的好处、给职业妇女的建议;
ISO 指南系列;
教你如何更好地使用 ISO9000 ISO 选择和使用手册; ISO 给中小企业的建议;
美国医学疾病预防指南系列;
糖尿病指南、季节性流感、心脑血管疾病指南、脑血栓预防指南;
灵活应用的指南小册子;
家庭装修指南、居室建材环保指南、健康的猫粮、春季女装搭配。

第九章 品牌协同技术

未来的企业必将以协同为主要生产经营特点,协同将在更大的范围和更广泛的领域飞速发展,协同将以更紧密的方式

2021年3月21日 星期日
责编:袁红兵 美编:梅文刚

企业家日报
ENTREPRENEURS' DAILY



投入持续加大,努力增加在市场竞争中的砝码，更大程度地去占据更多发展空间。除此之外,小熊电器构建了专业的质量管理体系,质量管理团队超过数百人,对产品从制造到销售的全链路环节进行把控,让颜值与质量双并重的产品进入到千家万户的生活中。

市场需求是小家电产品创新的方向所在,因此创意小家电赛道竞争愈发白热化,想要从中破局更重要的是不断推陈出新,为消费者带来更多能满足其个性化需求的产品。小熊电器在走好高颜值与高质量双并存之路后还会为市场带来什么表现？不妨拭目以待！

投入持续加大,努力增加在市场竞争中的砝码，更大程度地去占据更多发展空间。除此之外,小熊电器构建了专业的质量管理体系,质量管理团队超过数百人,对产品从制造到销售的全链路环节进行把控,让颜值与质量双并重的产品进入到千家万户的生活中。

市场需求是小家电产品创新的方向所在,因此创意小家电赛道竞争愈发白热化,想要从中破局更重要的是不断推陈出新,为消费者带来更多能满足其个性化需求的产品。小熊电器在走好高颜值与高质量双并存之路后还会为市场带来什么表现？不妨拭目以待！

市场需求是小家电产品创新的方向所在,因此创意小家电赛道竞争愈发白热化,想要从中破局更重要的是不断推陈出新,为消费者带来更多能满足其个性化需求的产品。小熊电器在走好高颜值与高质量双并存之路后还会为市场带来什么表现？不妨拭目以待！

科技创新成果显著，创新型国家建设取得重大进展。但全球科技创新竞争日益激烈的情势不容忽视，艰巨的挑战还在前方。面对逼人的形势、挑战和使命，我国的科技创新应顺势而为、乘势而上，把握时机、抢占先机，兼具敏捷长远的洞察力和抢抓机遇的行动力，把平技术和发展主动权。在千帆竞发、百舸争流的全球科技创新大潮中，要勇当时代先锋、善观时代先机，在抢抓机遇中开新局，瞄准世界科技发展前沿，实现科技创新从点的突破到面的扩大，从量的增长到质的提升，从创新资源的融汇到创新环境的优化，让科技创新向着系统升级全面发展，向着场景应用纵深发展，向着千行百业横向拓展，向着更深层次、更高水平进军。聚力而发、动能强劲，为科技创新打造最强“引擎”。

在扬长补短中打牢科技创新“厚底子”。科技创新要在扬长补短中“强品质”。一方面，要立足当下、发挥优势，在基础研究与核心技术攻关上，中国矢志攻克、勇

步介绍了五大美妆品类创新机会：基于国家心智资源的品类创新机会、基于细分市场品类创新机会、基于场景的品类创新机会、基于实际创新推进了公共服务平台为抓手，结合实际创新推进了公共服务平台的建设运营工作，并建立了分枝联动工作机制，实行片长制、楼长制和特派联络员制等工作机制，组织企业参加

谈及秘诀，产业园管委会主任谢敬介绍说，园区在为企业提供政策服务、信息服务、帮办（办）服务上打造了良好的公共服务平台。近年来，园区以公共服务平台为抓手，结合实际创新推进了公共服务平台的建设运营工作，并建立了分枝联动工作机制，实行片长制、楼长制和特派联络员制等工作机制，组织企业参加

中国首个以消费精品为主题的国家级展会——首届中国国际消费品博览会（以下简称消博会）拓展了新发展。记者从海南看博鳌经济论坛了解到，已有 50 余个国家和地区的超 400 个全球头部品牌确认参展。

《海南自由贸易港建设总体方案》明确在海南举办消博会。首届消博会境外展品在展期内进口和销售享受免关税。

攀高峰，由亦步亦趋向先行先试转变，由自立自强向寻求突破跨越，在量子信息、药物研发、航天技术、深海深地等前沿领域捷报频传，成绩斐然，竞相涌现的创新成果彰显我国与日俱增的智能竞争力，这是我国科技创新的发展优势所在，更持续完善创新体系，增强自主创新能力，提升科技创新的全球化水平；一方面要定位精准，补足短板，融入“卡脖子”问题，补齐“卡脖子”短板，要融入“卡脖子”问题，真正实现打好基础，以高位引领、统筹推进、协调发展与精细服务为科技创新提供肥沃的土壤，以政策引导、资金扶持、人才引进为科技创新提供丰富的养料，以政产学研用资源的有机结合营造良好的生态环境，把科技创新的“厚底子”做实做强。

“科技是国家强盛之基，创新是民族进步之魂。”面对当今世界百年未有之大变局，要在激烈竞争中站稳脚跟，就要在增强内生动力和竞争力上下功夫，为科技创新强基赋能，不断提升国家战略科技力量，努力建设世界科技强国。

企业家日报
ENTREPRENEURS' DAILY

2021年3月21日 星期日
责编:袁红兵 美编:梅文刚

做优平台 孕育长沙创意文化产业热土

■ 宁莎鸥 谢晓薇

长沙作为世界“媒体艺术之都”，必须拥有一批蕴含创意、立于潮头之麓的园区。作为国家级文化产业示范园区、国家广告产业园区的长沙天心文化广告产业园便是其中代表之一。它用旺盛的创造力与蓬勃的生命力为媒体艺术之都赋能，让文化驱动成为长沙可持续发展新引擎的排头兵。

今年春节刚过，产业园就举行了“稳岗送春风，温暖长株潭”三市千企万岗招聘月活动，截至目前，园区已组织多次大型招聘会，吸引各类人才万余人。在法律服务方面，他们也在全省率先建立法院驻园区庭前调解机构，为 300 余家企业提供法律咨询，有效调解企业纠纷；帮助企业解决各类问题，打造了优质营商环境，增强了园区向心力，为企业发展助力。

打造良好公共服务平台“引来凤凰栖”

长沙天心文化广告产业园位于长株潭融城核心区域，是全国唯一集国家文化产业示范园和国家广告产业园于一体的产业发展平台。园区自 2010 年创建以来，努力打造“长沙创客”的特色与品牌，获誉无数，吸引了中广天择、顺风顺传、顺凯传媒、山猫吉咪、喜馬拉雅等一批短视频艺术行业领军企业入驻。

谈及秘诀，产业园管委会主任谢敬介绍说，园区在为企业提供政策服务、信息服务、帮办（办）服务上打造了良好的公共服务平台。近年来，园区以公共服务平台为抓手，结合实际创新推进了公共服务平台的建设运营工作，并建立了分枝联动工作机制，实行片长制、楼长制和特派联络员制等工作机制，组织企业参加

今年春节刚过，产业园就举行了“稳岗送春风，温暖长株潭”三市千企万岗招聘月活动，截至目前，园区已组织多次大型招聘会，吸引各类人才万余人。在法律服务方面，他们也在全省率先建立法院驻园区庭前调解机构，为 300 余家企业提供法律咨询，有效调解企业纠纷；帮助企业解决各类问题，打造了优质营商环境，增强了园区向心力，为企业发展助力。

全球头部品牌踊跃参展首届中国国际消费品博览会

■ 王子谦

中国首个以消费精品为主题的国家级展会——首届中国国际消费品博览会（以下简称消博会）拓展了新发展。记者从海南看博鳌经济论坛了解到，已有 50 余个国家和地区的超 400 个全球头部品牌确认参展。

《海南自由贸易港建设总体方案》明确在海南举办消博会。首届消博会境外展品在展期内进口和销售享受免关税。

高唐农商银行：三聚焦推动基层党建向纵深发展

■ 李朝 宋洪雷 于延飞

近年来,山东高唐农商银行党委按照山东省联社及聊城审计中心党委党建工作部署,把基层党建同经营管理业务工作紧密结合,创新推出“邻居银行”党建党建工作品牌,涌现出“向善”“三传”“金色 1+1”等多个特色支部品牌,持续推动党建工作品牌出新、提质增效,为全行发展注入了强劲“红色动力”。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是因地制宜找方向。高唐农商银行坚持规划先行,落实为要,围绕全行重点工作,印发《高唐农商银行党建工作品牌建设方案》,抓实抓细抓实党委、支部、党员三个层面的品牌建设工作,通过“春天行动美丽链接”、“表率担当”公众号链接,在 23 个党支部和 241 名党员中营造浓厚的品牌建设氛围。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

“区长接待日”,为媒体艺术企业提供政策、大力实施政策、金融、人才、法律、信息、维权、便民等全方位全时段的“保姆式”服务;为 600 多家企业争取各级专项资金共计 1.7 亿元。

今年春节刚过，产业园就举行了“稳岗送春风，温暖长株潭”三市千企万岗招聘月活动，截至目前，园区已组织多次大型招聘会，吸引各类人才万余人。在法律服务方面，他们也在全省率先建立法院驻园区庭前调解机构，为 300 余家企业提供法律咨询，有效调解企业纠纷；帮助企业解决各类问题，打造了优质营商环境，增强了园区向心力，为企业发展助力。

举办多场大型活动 抢占 5G 新高地

在媒体艺术之都建设中，长沙天心文化广告产业园成功举办多场大型活动，为星城增添光彩。2019 年，“第二届中国旅游景区创新发展暨长沙全域旅游嘉年华”落户于此，国内各 4A、5A 级景区代表、文旅行业大咖齐聚一堂，共同探讨景区创新发展之路。

2017 年至 2019 年，园区又连续 3 年举办影视传媒、文创设计的“天心阁峰会”等活动，2019 年又举办“第一届中国·长沙文创设计大赛”等大型活动。

在媒体艺术之都建设中，长沙天心文化广告产业园成功举办多场大型活动，为星城增添光彩。2019 年，“第二届中国旅游景区创新发展暨长沙全域旅游嘉年华”落户于此，国内各 4A、5A 级景区代表、文旅行业大咖齐聚一堂，共同探讨景区创新发展之路。2017 年至 2019 年，园区又连续 3 年举办影视传媒、文创设计的“天心阁峰会”等活动，2019 年又举办“第一届中国·长沙文创设计大赛”等大型活动。在媒体艺术之都建设中，长沙天心文化广告产业园成功举办多场大型活动，为星城增添光彩。2019 年，“第二届中国旅游景区创新发展暨长沙全域旅游嘉年华”落户于此，国内各 4A、5A 级景区代表、文旅行业大咖齐聚一堂，共同探讨景区创新发展之路。2017 年至 2019 年，园区又连续 3 年举办影视传媒、文创设计的“天心阁峰会”等活动，2019 年又举办“第一届中国·长沙文创设计大赛”等大型活动。

目前，园区共有企业 853 家，已

Brand Service 品牌服务



●玩家在体验园区内 VR 游戏。（资料图片）

园区紧抓“科技+文化”，以数字化为支点，积极推动“文旅+科技”、教育、信息等方方面面深度融合。

“长沙具有数字文化创意产业的丰厚土壤和先天优势,良好的产业、人才等基础条件,为园区在 5G 时代抢占新高地提供了更多机会,为媒体艺术蓬勃创新发展打造了优质的环境。”谢敬介绍说,截至目前,园区共有企业 853 家,已

经逐步形成了广告传媒、创意设计、影视娱乐、游戏动漫、互联网、音频视频等多元化的产业体系。

未来,长沙天心文化广告将一如既往地积极参与长沙世界“媒体艺术之都”建设,积极筹备第 17 届中国广告论坛、文创设计大赛等精品活动,做实做优平台,推动“创客+”模式输出,打造有创意、有温度、有品质的产业园区。

集团、华谊万家城、太古集团等境内外 60 多家重点头部企业作为采购商参会。中国免税品(集团)有限责任公司董事长彭辉表示,将组织集团全球 200 余家门店和专业买团到会采购。

首届消博会海南执行工作领导小组副组长兼秘书长、海南国际经易局局长韩圣铨称,消博会既为各国消费精品进入中国市场提供展示交易机会,也为中国各地和各国消费精品销往世界各地创造商机。

一是因地制宜找方向。高唐农商银行坚持规划先行,落实为要,围绕全行重点工作,印发《高唐农商银行党建工作品牌建设方案》,抓实抓细抓实党委、支部、党员三个层面的品牌建设工作,通过“春天行动美丽链接”、“表率担当”公众号链接,在 23 个党支部和 241 名党员中营造浓厚的品牌建设氛围。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是因地制宜找方向。高唐农商银行坚持规划先行,落实为要,围绕全行重点工作,印发《高唐农商银行党建工作品牌建设方案》,抓实抓细抓实党委、支部、党员三个层面的品牌建设工作,通过“春天行动美丽链接”、“表率担当”公众号链接,在 23 个党支部和 241 名党员中营造浓厚的品牌建设氛围。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

一是组织“好邻居”建设,打破融合壁垒。“好邻居”建设,是农商银行党建工作品牌。成员由党员和群众组成,坚持带着责任做银行的事、带着情怀做百姓的事,开展员工、帮扶、好邻居金融微贷等各类活动,丰富企业文化生活内涵,擦亮自身品牌,不断向社会传递正能量。二是发挥先锋榜样精神。通过品牌化的打造,邻居情色的养成,邻里关系的塑造,构建独具特色的农商银行党建文化,与传承老—农服务人的“挎包精神”相结合,不断提升服务质量,满足客户不断丰富和变化的金融需求,打造独具特色的标杆银行。三是践行关爱精神,以“关爱、担当、成长”为精神,以“做高唐人的好邻居”为使命,为员工创造一个温馨、和谐的大家庭氛围,为员工发展提供机会,提升员工幸福感。为客户,坚持支持农村小定位,坚持服务本地民生、坚持参与公益慈善事业,不断促进高唐经济社会发展。

品牌服务

打造具有全国影响力的“湖湘智库”品牌

■ 刘笑雪

3月17日,湖南省委全面深化改革委员会第一次会议审议通过《关于深入推进湖南新型智库建设的实施意见》(以下简称“湖湘智库”品牌,为实施“三高四新”战略、建设现代化湖南提供有力智力支撑。

智库应当如何集决策服务、提高咨政水平?《实施意见》从提高研究能力、加强质量管理、优化对接服务、推动成果转化等方面提出具体举措,其中包括:建立跨单位的联合研究、研讨交流、信息共享机制;研究制定湖南新型智库研究工作流程和质量管理标准,引入第三方评估,按成果质量优劣浮动重大项目、重大工程、重大政策深度融合;加强对智库成果转化成效或政策文件等情况考核。此外,《实施意见》明确将创建国家高端智库,力争“十四五”期间至少有一家进入国家高端智库或国家高端智库培育单位行列。

围绕改革体制机制,《实施意见》提出探索建立与智库发展相适应的职称评定机制,把湖湘智库研究“十大基金”列入应用类社科优秀成果奖,发挥专家学者及政协委员等各方面作用、定期开展全省智库领军人才和智库青年拔尖人才遴选。同时,明确提出,要围绕中非经贸博览会等重大主场外交活动、重要国际会议和中国(湖南)自由贸易试验区建设,精心组织配套智库活动。

为避免无序竞争,重复建设,规范智库管理是应有之义。《实施意见》明确省委宣传部为全省智库发展的综合管理指导协调部门,并从强化主体责任、严格机构设置、统筹智库课题、健全制度规范、规范成果报送、加强智库考评、加强智库平台建设、加强纪律建设等方面提出相关举措。

《实施意见》还提出,推动健全决策程序,提供研究支撑和便利,加大经费保障力度,加强智库宣传推介,为智库发展营造良好环境、强化发展保障。

淮北市三举措加快制造业品牌建设

■ 邹晨光

近年来,安徽省淮北市引导企业坚持质量第一、信誉至上的理念,不断加大对企业品牌建设的支持力度,促进生产型更新换代、品牌效益提升,支撑推动制造业高质量发展。

加强政策资金支持。出台《支持企业不断研新品、出优品、造精品》,对获认定的“安徽工业精品”,在评优的基础上,再给予 10 万元一次性奖励;对参加国家级“精品安徽”集中宣传推介的企业精品,按广告费的 35% 给予补贴;已有 8 家企业宣传推介产品在央视亮相。2020 年,6 家企业累计获得省、市支持“安徽工业精品”,共实现宣传推介费用补贴 180 万元。

注重培育品牌建设载体。鼓励中小企业坚持“专精特新”发展方向,精耕细作、匠心筑造,以打造精品为立企之本,稳定占领市场份额。目前,全市已累计认定国家“专精特新”小巨人”中小企业 5 家、省级“专精特新”中小企业 100 家。累计打造“安徽工业精品”26 个、省级新产品 47 个。

此外,发挥创新引领作用。引导中小企业以质量创新为突破口,建立研发机构和技术中心,通过技术创新的赋能,转型升级“智”造精品,满足市场更高层次产品需求。目前,淮北市拥有省级高新技术企业中心 48 家、市级企业技术中心 39 家,其中中小企业占九成以上。2020 年,全市新增省级首台套重大技术装备、首批次新材料、首批次软件等工业精品 9 个。



●3月10日,主题为“创造热爱”的华帝×快手2021战略合作发布会在北京盛大召开,宣布深度战略合作。

量,还是粉丝沉淀,都有了质的提升。这一次与快手的进一步深度合作,再次给华帝注入了年轻化的活力。这是华帝在产品与营销上的用心之处——努力和年轻人保持最近的距离,成为年轻一代首选的年轻品牌。这并不是一次简单的“讨好”,而是真正把年轻人当作自己久久研究的课题和目标用户。

据了解,早在 2020 年,华帝与快手已成功合作了两大项目,无论是品牌曝光