

# 新国货借社群电商打造“国潮之光”

■ 张诗欢 许素菲

近年来,不仅有一批老字号品牌“搭乘”电商快车焕发“第二春”,还有一批新国货品牌借助互联网的力量“横空出世”。这其中,社群电商成为传统电商之外一股不容忽视的新力量。

## 社群熟人关系助力国货推广

一份“618消费趋势报告”专门聚焦“新国货”这一领域。报告以今年“618”第一阶段(5月24日-6月3日)该平台内内的真实消费数据为支撑,展示了消费市场的新风潮:新国货品牌大量涌现并全面渗透消费者的家庭、职场和社交三大主要生活场景,消费者不再盲目追求大牌,而是有更加明确的需求,例如薇诺娜等主打功能修复的护肤品牌,搜索量同比增长超过90%。

在国货的走红路径里,“口碑传递”是一个关键。国货质量好、价格公道,本身就具有吸引力,优质的性价比让消费者建立品牌认知。“社群电商店主王凡凡说,是一份“618消费趋势报告”专门聚焦“新国货”这一领域。报告以今年“618”第一阶段(5月24日-6月3日)该平台内内的真实消费数据为支撑,展示了消费市场的

## 新国货品牌大量涌现

橄榄油是陇南的特色产品,原是生长在地中海沿岸的植物,1975年开始在陇南武都引种试验栽培,如今已成为陇南特色产业的一块“金字招牌”。以橄榄油为代表的企业,努力将优质的橄榄油从大山带进寻常百姓家。

“品牌借助新电商和私域流量,一方面是在内容上出点及面,从IP传递到用户

# 食品企业如何打赢品牌之战

■ 王硕



品牌认知对食品行业来说非常重要,不仅影响着企业产品的市场规模,对企业利润、消费者体验也起着重要作用。线上新业态、新模式层出不穷的当下,江苏太仓市食品行业如何打造一批在全国有影响力、知名度的特色食品产品和“网红”企业品牌?记者近日走访了该市一些食品企业,了解他们在消费升级时代,如何转型升级,如何做好营销推广,实现产品品质品牌与潮流、个性的有机融合。

## 老字号企业“老树发新枝”

酥香浓郁,如丝如絮,作为太仓的特色美食,肉松深受市民喜爱。经过近150年的传承发展,太仓肉松已成为闻名江南的地方特产。源于倪顺源肉松店的“百年老字号”——太仓肉松食品有限公司,近年来通过升级生产制造设备,开拓线上线下销售渠道,让老字号品牌——“太仓牌”肉松打开了发展新空间。

“太仓牌”肉松作为传承百年的老字号品牌,十分注重品牌形象和产品品质,从原材料选取到产品生产的各个环节,都从“严把关。纯手工时代,工厂靠着人勤、料精来实足食品安全,如今则更多通过设备、工艺的升级来确保肉松品质。“老字号产品,既要保持原有的产品水准,让消费者吃到记忆中的老味道,又要适应时尚潮流,满足消费者新的更高的要求。”公

## 品质仍是新国货的长红密码

“新国货消费潮的兴起,主要因素是新一代消费者。这些消费者更关注的是产品本身是否符合心意、符合个性、符合社交交往需求。因为就近供应的原因,北上

不够,这也是很多制造业企业面临的问题。”吴敏其说,公司需要吸引更多年轻人,从而更好地利用互联网新模式,新业态提升品牌含金量。此外,现在国家对老字号企业提供了很多优惠政策,公司接下来就要努力把这些政策用足用好,不断开拓新市场、创造新机遇,争创太仓老字号产品的一面旗帜。

## 新锐企业乘“风”破浪

豆腐是中华民族的传统美食,在太仓彬彬食品有限公司,豆腐也开始“出圈”,走出了一条工业旅游的品牌拓展新路子。

走进这家公司新落成的工厂,首先映入眼帘的不是繁忙的车间,而是一座豆腐文化馆。记者看到,文化馆通过雕塑、图文、视频、触摸屏等形式,详细介绍了豆腐的起源、豆腐的传统制作方法、豆腐在全世界的“推广”之路等,同时也对豆制品加工设备、设备升级改造等彬彬食品在豆制品领域的传承创新进行了详细的展示。浏览了豆腐文化馆,还有一条参观长廊。在长廊里,消费者隔着玻璃,就可以一目了然地看到豆腐、百叶、豆皮等各类豆制品的加工制作过程。

“豆制品是传统健康食品,也是老百姓餐桌上最常见的美味之一。我们打造豆腐文化馆和参观长廊,可以让消费者更好地了解豆腐这一美食文化的同时,对我们公司产品从选材到加工的全流程有个更为形



景深等城市本土品牌占有的机会更多,看起来是新国货浪潮,实际上也是在比较当中形成的更具性价比的结果。”复旦大学市场营销系主任、教授、博导蒋青云这样解读。

他表示,目前新消费品牌呈现明显的“品牌集群”现象,其中以“网红”为代表的网络平台扮演着核心组织的角色,这突破了原有理论关于集群主要依托空间集聚的观点,爆发出更大的能量,未来品牌集群会发展得非解迅速。

记者了解到,在“陶唐”平台上,像王凡凡这样的店主已有200多万名,这些店主既是销售商品的“售货员”又是口碑推

## 做好顶层设计,破解“品牌之都”成长烦恼

据光明日报报道,“青岛是中国最早接触工业化的城市之一,拥有41个工业门类中的36个,素有‘品牌之都’‘工匠之城’的美誉。可以说,品牌之都‘工匠之城’的称谓,来自工匠精神的直接浸润着这座城市的血脉。”青岛市人大常委会副主任、市总工会主席刘圣珍说,从“细纱纺织法”发明者都建秀到时代楷模“张连钢创新团队”再到“大国工匠”宁允展、曾延安,正是这一批批“青岛工匠”铸就了今天响当当的“青岛品牌”。

但是,步入新发展阶段后,处于新旧动能转换中的青岛遭遇了“一项成长的烦恼”,比如,高技能人才供需结构性矛盾越来越突出;产业工人的工资与待遇水平较低;高层次人才与技能人才的选择匹配后,新时代工匠与技能人才选聘晋升体系需优化;职业教育发展的制度环境需完善等。

青岛市委副书记李新安说,近200万名的产业工人队伍是青岛“搞活一座城”,实现高质量发展的重要力量,因此,必须加大工匠人才的引进、培养、评价、使用、激励和保障力度,打造一支能够支撑青岛产业发展的工匠与技能人才队伍。

在这一背景下,青岛以新旧动能转换为核心,在2020年发布的《关于弘扬工匠精神打造工匠之城的意见》中进一步扩大大选树范围:每年命名“青岛大工匠”10-20名,“青岛工匠”40-80名,分别奖励8万元和2万元,在全市营造尊重工匠、崇尚工匠的社会环境,使青岛成为全国工匠与技能人才培育的典范之城。

“推进产业工人队伍建设改革,打造‘工匠之城’,从顶层设计角度,我们建立了以市委副书记召集人的联席会议制度,以党总揽全局、持续提升品牌评价,不断提升企业自身的综合竞争力,推动全市食品行业再上新台阶。

“豆制品行业和企业还处于规模偏小,品牌不强,优势不足的状况,一些中小型生产加工食品企业的管理水平还有待提高。

近年来,太仓市食品产业发展迅速,企业数量超过250家,目前已注册的企业数量相比,太仓市不少食品企业因为没有自己的品牌,在产业链上处于劣势地位,生产效益还有待进一步提升。接下来,该市将通过推动食品园区标准化建设实施,打造特色食品加工集中区,助力食品生产企业提高质量管理水平,开启食品行业企业品牌建设和战略规划,包括品牌建设总体规划、品牌门户网站规划、品牌传播内容规划等,引领鼓励行业企业积极打造品牌体系,持续提升品牌价值,不断提升企业自身的综合竞争力,推动全市食品行业再上新台阶。

“豆制品是传统健康食品,也是老百姓餐桌上最常见的美味之一。我们打造豆腐文化馆和参观长廊,可以让消费者更好地了解豆腐这一美食文化的同时,对我们公司产品从选材到加工的全流程有个更为形

“豆制品是传统健康食品,也是老百姓餐桌上最常见的美味之一。我们打造豆腐文化馆和参观长廊,可以让消费者更好地了解豆腐这一美食文化的同时,对我们公司产品从选材到加工的全流程有个更为形

“豆制品是传统健康食品,也是老百姓餐桌上最常见的美味之一。我们打造豆腐文化馆和参观长廊,可以让消费者更好地了解豆腐这一美食文化的同时,对我们公司产品从选材到加工的全流程有个更为形

## 品牌之路任重道远

不断发力线上渠道这一“风口”,已成为太仓市不少食品企业的共识。该市一家成立18年的传统零食企业,多年积累下来,在全国有了数千家经销商。在线上渠道的冲击下,近年来公司业绩遇到了瓶颈。去年6月接触到快手渠道后,该公司

在具体的理解阐释上,我们称之为品牌印象理论,即:人们认知品牌,建立一个品牌基本的印象来自于至少三次以上接触或者至少三个不同维度的体验,即品牌认知理论发挥的作用。从LOGO、命名、品牌产品美学表达、品牌视觉形象、品牌故事、服务体验过程等多个维度纵深性拉伸出人对品牌的立体化整体性印象感知,这种感知是直观的,它是直接产生的,是足以穿透人的内心,达到消费者心灵深处,满足消费者的期望值、拥有欲和精神文化层面需求的深刻品牌印象;并且这种印象是持久的、深层次的,对一个品牌进行感知的新接触者会在大脑中保存这种珍贵记忆,永远鲜活不去,以此达到品牌缔造者的心理追求与同步共鸣的心灵交互。

品牌印象理论是品牌文化在深层次上建立的特定品牌印象形式,也是建立品牌文化的真正追求。一个典型的设计是企业聘请专门的品牌设计公司设计并制作VI系统,VI不光是制作成册,必须进行高质量的实物化、实体化、可视化分解执行,并在各种实物实体表面上必须保持一致的品牌形象。潜在消费者通过对一个品牌的品牌主题、品牌内容、品牌员工服装、品牌员工精神面貌、品牌广告和品牌车体等综合感官印象的立体化系统建立,才能完成一个潜在品牌用户对品牌所产生的肯定心理和追求,而这种追求恰恰是品牌的科学、文化、美学、精神、思想

的表达部分,作为一种明显的文化特征具体体现出来。

无论涉及到的一个品牌的文字、语言、广告、宣传语,都能够构建在品牌意境的表达上,让用户感知到意境的重要构成,品牌才是“活”的。如果一个品牌的任何接触点、接触面表达不出品牌者对意境方面的追求,那么一个企业品牌是“死”的,它始终只是一种被误认为只是“品牌”的商标、企业名称和产品组合、业务形式——大家熟知的商标,有一定知名度的名称、物理意义上的产品、推广业务宣传品而已,根本不是真正意义的品牌,也丝毫达不到品牌的科学与哲学要求。

品牌文化还将具体赋予品牌以生命、高度发展的品牌文化是将品牌的灵魂与生命注入产品和服务中,让人物与之的心灵感应,并且经由广告、名片、网站、册册、声明、内部文件、服务流程、说明书等一系列实体表达形式向外传递,代表着精神、科学、艺术、身份等文化价值方面的属性,由此形成品牌的溢价水平,排他性竞争力、品牌市场空间,并且这种文化价值是持久的、高竞争性的,甚至无价的。正如考古学者们从古代遗址,历史文物中寻找到的——消失的文明和人类艺术创造力的印记,以及品牌大师们的设计作品,它们都视为人类重要文化遗产被珍藏和保护起来,好品牌所具有收藏价值和纪念价值体现了这种品牌文化(持续)

品牌印象理论是品牌文化在深层次上建立的特定品牌印象形式,也是建立品牌文化的真正追求。一个典型的设计是企业聘请专门的品牌设计公司设计并制作VI系统,VI不光是制作成册,必须进行高质量的实物化、实体化、可视化分解执行,并在各种实物实体表面上必须保持一致的品牌形象。潜在消费者通过对一个品牌的品牌主题、品牌内容、品牌员工服装、品牌员工精神面貌、品牌广告和品牌车体等综合感官印象的立体化系统建立,才能完成一个潜在品牌用户对品牌所产生的肯定心理和追求,而这种追求恰恰是品牌的科学、文化、美学、精神、思想

## 2.1 品牌印象理论

# 青岛：“工匠之城”再出发

■ 刘艳杰

“我拿到中国人民大学本科学历证书后,工会就把我的学费全额报销了。”近日,山东青岛港职工刘金磊完成专升本教育后,6640元学费立即打到他的个人账户。3年来,青岛已经为全市2529名学历晋升职工报销了1568万元学费。

青岛是我国制造业名城,拥有197.4万名产业工人,占总就业人数的60%,进入新发展阶段,为了让大职工适应新一轮科技革命和产业变革的需要,培养更多高技能人才和大国工匠,2019年10月,青岛出台《关于实施“青岛工匠”建设工程的意见》,提出全力打造新时代的“工匠之城”。

## 给政策给平台,激发企业“育苗育才”活力

不久前,中车青岛四方机车车辆股份有限公司的高级技师郭锐、周勇双双获评高级工程师,成为中车青岛四方公司技师与工程师“双师型”的首批获聘者。郭锐说,现在公司鼓励高技能人才参加工程系列职称申报,也鼓励具备条件的工程师考取技师职业资格,对这种集技师和工程师于一身的“双师型”人才给予厚爱。

中车青岛四方公司的改革是青岛推进企业技能人才改革的一个缩影。为了让优秀技能人才尽快脱颖而出,青岛简政放权,出台《关于全面开展企业技能人才自主评价工作的实施意见(试行)》,在全市规模以上企业全面推广技能人才自主评价。改革后,共有29家企业(含央企驻青企业6家)成为技能人才自主评价单位,近5000名技能人才参与评价。同时,青岛实施技能人才融合开发19条措施,对有相应贡献的头部企业、龙头企业、各类人才给予奖励。

以青岛港为例,2019年,青岛港成为山东省首批自主评价试点单位,2020年,青岛港继续修订完善职工职业发展通道,规定了4个职业序列:管理、专业技术、技术工人、操作工,7个层级的职工职业发展评价体系,进一步打破人才职

业发展的“天花板”,当年12月,许振超、郭嘉辉等259名工人作出突出贡献,获聘进入新通道序列,登台领奖。

除了避免“一刀切”,青岛还在产业工人队伍建设改革过程中推行先试先选,选取了116家不同性质的企业,根据企业不同特点制定改革措施,形成样板。位于青岛棘洪滩区的特锐德是一家大型非公上市公司,企业通过绝地对生计划、大雁计划、未来星计划、扬帆计划、黑马计划等培训和岗位技能比武,打造了一支实力雄厚的工匠品牌队伍,包含工匠大师、首席工匠、金牌工匠、银牌工匠、铜牌工匠5个类别,划分一个人影响5个等级,先后选拔出49名“特锐德工匠”和1支“党员工匠先锋队”,每月享受300-2000元不等的奖金激励,“一项政策给不同年龄、不同资历的人提供了发展空间,让员工有了希望有奔头。

企业释放出来的红利也充分激发了人才培育模式,一批高技能人才逐步成长起来;非公企业青特集团党组织在车间班组、搭建工匠创新提升阶梯……各行各业的高技能人才不断涌现,不断诠释着新时期产业工人的巨大价值。

在青岛港为例,2019年,青岛港成为山东省首批自主评价试点单位,2020年,青岛港继续修订完善职工职业发展通道,规定了4个职业序列:管理、专业技术、技术工人、操作工,7个层级的职工职业发展评价体系,进一步打破人才职

## 攀西地区农业“最强大脑”上线

■ 杨铃铃 文图

明媚的阳光、舒适的温度、充沛的降水值,怡人的气候,赋予了攀西地区丰富的绿色、特色、生态农业资源,铸就了攀西地区农产品优质、品种、错峰、无公害的品质,被誉为“大自然的恩赐,天然的绿色大棚”。关键是如何才能让攀西地区的农产品不仅卖得出、价格还能提得起来呢?6月11日,全省巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接现场会A组代表们,在攀西农特产品智慧运营中心找到了答案。

## 借力“最强大脑”守护舌尖上的安全

攀西农特产品智慧运营中心位于四川省凉山州西昌市螺山区食品产业园区内,总占地面积150亩,总投资5亿元,场馆主要呈现风貌形态,由交易会会展中心、仓储物流中心、产业融合中心、中央厨房4大板块组成。目前,除中央大厨房外,其余板块全部建成,远远望去,5个展馆的玻璃幕墙犹如一面面镜子,将天空周围的绚丽景色映入其中,呈现出五彩云霞般的壮观。

攀西农特产品智慧运营中心按照“服务攀西、赋能农业”的定位,以“大宗交易、智慧管理、品牌建设、产业融合”为驱动,搭建“产品集采、农业服务展示、线上线下交易集合”的运营体系,全面构建从田间到餐桌的全产业链综合性服务平台。目前,已有200余家农特公司和企业相继入驻,包括各县市重点扶持项目。

攀西农特产品智慧运营中心的建成,构建了集农产品交易、交易、结算、集成、电商、冷链、仓储、物流、净菜和熟食加工、科研培训、供应链金融、产品检测、产权交易为一体的农业产业服务综合体,将成为引领攀西区域农业发展的

“建设政府打造的平台,公信力强,以后会有全国各地的客商汇聚到这里。这里还会举办博览会,这里的产品肯定会被更多人知晓。”得知西昌要建攀西农特产品智慧运营中心的消息,客商赵何第一时间报名入驻。在他看来,这个平台对他有着基于对市场的判断以及对攀西农特产品智慧运营中心的信心,赵何今年的重心是要扩大自己的产销规模,把攀西农特产

“攀西农特产品智慧运营中心”产品检测中心等。

然而,西昌商现代农业产业园区里通公司种植的克瑞森葡萄每颗要卖到10元一斤的价格,拿到镇三百村村民种植户的克瑞森葡萄却最高只卖过8元一斤,甚至还卖过4元一斤,村民们也想卖出10元一斤这样的好价格。

同样品种的葡萄,卖出的价格却有差异。在李忠文看来,这是因为凉山的葡萄产量少,供不应求,尤其对种植户来说,品牌对于提升销售价格尤其重要。

## 打造自主品牌 助推产业再发展

在攀西农特产品智慧运营中心未来



●青岛制造业蓬勃发展

## 给政策给平台,激发企业“育苗育才”活力

不久前,中车青岛四方机车车辆股份有限公司的高级技师郭锐、周勇双双获评高级工程师,成为中车青岛四方公司技师与工程师“双师型”的首批获聘者。郭锐说,现在公司鼓励高技能人才参加工程系列职称申报,也鼓励具备条件的工程师考取技师职业资格,对这种集技师和工程师于一身的“双师型”人才给予厚爱。

中车青岛四方公司的改革是青岛推进企业技能人才改革的一个缩影。为了让优秀技能人才尽快脱颖而出,青岛简政放权,出台《关于全面开展企业技能人才自主评价工作的实施意见(试行)》,在全市规模以上企业全面推广技能人才自主评价。改革后,共有29家企业(含央企驻青企业6家)成为技能人才自主评价单位,近5000名技能人才参与评价。同时,青岛实施技能人才融合开发19条措施,对有相应贡献的头部企业、龙头企业、各类人才给予奖励。

以青岛港为例,2019年,青岛港成为山东省首批自主评价试点单位,2020年,青岛港继续修订完善职工职业发展通道,规定了4个职业序列:管理、专业技术、技术工人、操作工,7个层级的职工职业发展评价体系,进一步打破人才职

业发展的“天花板”,当年12月,许振超、郭嘉辉等259名工人作出突出贡献,获聘进入新通道序列,登台领奖。

除了避免“一刀切”,青岛还在产业工人队伍建设改革过程中推行先试先选,选取了116家不同性质的企业,根据企业不同特点制定改革措施,形成样板。位于青岛棘洪滩区的特锐德是一家大型非公上市公司,企业通过绝地对生计划、大雁计划、未来星计划、扬帆计划、黑马计划等培训和岗位技能比武,打造了一支实力雄厚的工匠品牌队伍,包含工匠大师、首席工匠、金牌工匠、银牌工匠、铜牌工匠5个类别,划分一个人影响5个等级,先后选拔出49名“特锐德工匠”和1支“党员工匠先锋队”,每月享受300-2000元不等的奖金激励,“一项政策给不同年龄、不同资历的人提供了发展空间,让员工有了希望有奔头。

企业释放出来的红利也充分激发了人才培育模式,一批高技能人才逐步成长起来;非公企业青特集团党组织在车间班组、搭建工匠创新提升阶梯……各行各业的高技能人才不断涌现,不断诠释着新时期产业工人的巨大价值。

在青岛港为例,2019年,青岛港成为山东省首批自主评价试点单位,2020年,青岛港继续修订完善职工职业发展通道,规定了4个职业序列:管理、专业技术、技术工人、操作工,7个层级的职工职业发展评价体系,进一步打破人才职

业发展的“天花板”,当年12月,许振超、郭嘉辉等259名工人作出突出贡献,获聘进入新通道序列,登台领奖。

除了避免“一刀切”,青岛还在产业工人队伍建设改革过程中推行先试先选,选取了116家不同性质的企业,根据企业不同特点制定改革措施,形成样板。位于青岛棘洪滩区的特锐德是一家大型非公上市公司,企业通过绝地对生计划、大雁计划、未来星计划、扬帆计划、黑马计划等培训和岗位技能比武,打造了一支实力雄厚的工匠品牌队伍,包含工匠大师、首席工匠、金牌工匠、银牌工匠、铜牌工匠5个类别,划分一个人影响5个等级,先后选拔出49名“特锐德工匠”和1支“党员工匠先锋队”,每月享受300-2000元不等的奖金激励,“一项政策给不同年龄、不同资历的人提供了发展空间,让员工有了希望有奔头。

企业释放出来的红利也充分激发了人才培育模式,一批高技能人才逐步成长起来;非公企业青特集团党组织在车间班组、搭建工匠创新提升阶梯……各行各业的高技能人才不断涌现,不断诠释着新时期产业工人的巨大价值。

在青岛港为例,2019年,青岛港成为山东省首批自主评价试点单位,2020年,青岛港继续修订完善职工职业发展通道,规定了4个职业序列:管理、专业技术、技术工人、操作工,7个层级的职工职业发展评价体系,进一步打破人才职

业发展的“天花板”,当年12月,许振超、郭嘉辉等259名工人作出突出贡献,获聘进入新通道序列,登台领奖。

除了避免“一刀切”,青岛还在产业工人队伍建设改革过程中推行先试先选,选取了116家不同性质的企业,根据企业不同特点制定改革措施,形成样板。位于青岛棘洪滩区的特锐德是一家大型非公上市公司,企业通过绝地对生计划、大雁计划、未来星计划、扬帆计划、黑马计划等培训和岗位技能比武,打造了一支实力雄厚的工匠品牌队伍,包含工匠大师、首席工匠、金牌工匠、银牌工匠、铜牌工匠5个类别,划分一个人影响5个等级,先后选拔出49名“特锐德工匠”和1支“党员工匠先锋队”,每月享受300-2000元不等的奖金激励,“一项政策给不同年龄、不同资历的人提供了发展空间,让员工有了希望有奔头。

企业释放出来的红利也充分激发了人才培育模式,一批高技能人才逐步成长起来;非公企业青特集团党组织在车间班组、搭建工匠创新提升阶梯……各行各业的高技能人才不断涌现,不断诠释着新时期产业工人的巨大价值。

在青岛港为例,2019年,青岛港成为山东省首批自主评价试点单位,2020年,青岛港继续修订完善职工职业发展通道,规定了4个职业序列:管理、专业技术、技术工人、操作工,7个层级的职工职业发展评价体系,进一步打破人才职

业发展的“天花板”,当年12月,许振超、郭嘉辉等259名工人作出突出贡献,获聘进入新通道序列,登台领奖。

# 品牌服务

■ 刘启文

据中国产经新闻报道,大通耗牛、滇中油菜、源顺马牙蚕豆……如今,这些响当当的西宁农产品,有了一个共同的名字——河湟田源。近日,西宁农产品区域公用品牌“河湟田源”正式发布,标志着西宁农产品品牌战略迈出了坚实步伐,开启了西宁农产品品牌发展的新篇章。

“西宁农产品区域公用品牌发布,旨在加强品牌建设,加快培育品牌发展,提升品牌知名度和影响力,进而提高品牌的综合效益和市场竞争力。这是市委市政府全面推进乡村振兴战略、实施“三乡工程”做出的科学决策,是聚力打造绿色有机农商产品输出地的又一重要成果。”西宁市农业农村局负责人表示。

西宁地处黄河上游河湟谷地,气候凉爽宜人,生态优势明显,农业资源丰富,农产品特色鲜明。近年来,聚力绿色有机农商产品示范建设,大力发展绿色生态农业,先后成功创建国家级现代农业产业园、全国农村产业融合发展示范园、绿色畜牧业发展示范园和国家农业绿色发展先行区,农商产品获得中国驰名商标14个,认证地理标志农产品10个,绿色食品122个,有机农产品12个,建成全国绿色食品原料标准化生产基地5个、86.6万亩,认定国家级农业产业化龙头企业14家,占比位居全省前列。

下一步,西宁将结合全省全域绿色有机农产品示范省创建,以实施乡村振兴战略为总抓手,我们在激动之余也松了一口气。”青海海源集团技术中心副主任、中国农工师大徐连龙告诉记者,他和他的团队负责为“天问一号”提供着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备,这已经是他们第十次为国家重大项目提供技术支持和专项服务。

徐连龙告诉记者,他理解的工匠精神就是要秉持专、精、特、精的理念,永远不忘初心、牢记使命,把精力和热情奉献在工作中,作为工作室的带头人,徐连龙已经带出了6名徒弟,现在基本可以独当一面,成为行业的领军人才。

在中车青岛四方公司,郭锐领衔的“国家级郭锐技师大师工作室”“中国中车郭锐首席技能专家工作室”已经有74名学员,完成攻关课题获奖492项,获国家授权专利56项,解决技术难题650余项,累计创造效益6000多万元,同时还培养出12名工匠,刘建辉等大国工匠和齐鲁工匠等人才梯队。

青岛市教育局局长刘鹏照告诉记者,青岛全市已有76家职业院校与企业构建了学习共同体,每年培养应用型人才6万余名,很多学生毕业后三五年就能成长为技术骨干。

“青岛要打造‘工匠之城’,需调动学校、企业等多方主体的创新力量,培育一支既有‘高原’又有‘高峰’的高素质产业工人大军。”中国劳动关系学院教授李珂认为,既要有一大批数量充足、规模庞大的技术工人作为“高原”,也要有一大批站在“高峰”的大国工匠发挥示范引领作用,让“大产业工人”学有所样、赶有目标,实现工匠与技能人才培养数量与质量的辩证统一。

“看到‘天问一号’探测器在火星上平安着陆,我们在激动之余也松了一口气。”青海海源集团技术中心副主任、中国农工师大徐连龙告诉记者,他和他的团队负责为“天问一号”提供着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备,这已经是他们第十次为国家重大项目提供技术支持和专项服务。

徐连龙告诉记者,他理解的工匠精神就是要秉持专、精、特、精的理念,永远不忘初心、牢记使命,把精力和热情奉献在工作中,作为工作室的带头人,徐连龙已经带出了6名徒弟,现在基本可以独当一面,成为行业的领军人才。

在中车青岛四方公司,郭锐领衔的“国家级郭锐技师大师工作室”“中国中车郭锐首席技能专家工作室”已经有74名学员,完成攻关课题获奖492项,获国家授权专利56项,解决技术难题650余项,累计创造效益6000多万元,同时还培养出12名工匠,刘建辉等大国工匠和齐鲁工匠等人才梯队。

青岛市教育局局长刘鹏照告诉记者,青岛全市已有76家职业院校与企业构建了学习共同体,每年培养应用型人才6万余名,很多学生毕业后三五年就能成长为技术骨干。

“青岛要打造‘工匠之城’,需调动学校、企业等多方主体的创新力量,培育一支既有‘高原’又有‘高峰’的高素质产业工人大军。”中国劳动关系学院教授李珂认为,既要有一大批数量充足、规模庞大的技术工人作为“高原”,也要有一大批站在“高峰”的大国工匠发挥示范引领作用,让“大产业工人”学有所样、赶有目标,实现工匠与技能人才培养数量与质量的辩证统一。

“看到‘天问一号’探测器在火星上平安着陆,我们在激动之余也松了一口气。”青海海源集团技术中心副主任、中国农工师大徐连龙告诉记者,他和他的团队负责为“天问一号”提供着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备,这已经是他们第十次为国家重大项目提供技术支持和专项服务。

徐连龙告诉记者,他理解的工匠精神就是要秉持专、精、特、精的理念,永远不忘初心、牢记使命,把精力和热情奉献在工作中,作为工作室的带头人,徐连龙已经带出了6名徒弟,现在基本可以独当一面,成为行业的领军人才。

在中车青岛四方公司,郭锐领衔的“国家级郭锐技师大师工作室”“中国中车郭锐首席技能专家工作室”已经有74名学员,完成攻关课题获奖492项,获国家授权专利56项,解决技术难题650余项,累计创造效益6000多万元,同时还培养出12名工匠,刘建辉等大国工匠和齐鲁工匠等人才梯队。

青岛市教育局局长刘鹏照告诉记者,青岛全市已有76家职业院校与企业构建了学习共同体,每年培养应用型人才6万余名,很多学生毕业后三五年就能成长为技术骨干。

“青岛要打造‘工匠之城’,需调动学校、企业等多方主体的创新力量,培育一支既有‘高原’又有‘高峰’的高素质产业工人大军。”中国劳动关系学院教授李珂认为,既要有一大批数量充足、规模庞大的技术工人作为“高原”,也要有一大批站在“高峰”的大国工匠发挥示范引领作用,让“大产业工人”学有所样、赶有目标,实现工匠与技能人才培养数量与质量的辩证统一。

“看到‘天问一号’探测器在火星上平安着陆,我们在激动之余也松了一口气。”青海海源集团技术中心副主任、中国农工师大徐连龙告诉记者,他和他的团队负责为“天问一号”提供着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备,这已经是他们第十次为国家重大项目提供技术支持和专项服务。

# 品牌服务

■ 刘启文

据中国产经新闻报道,大通耗牛、滇中油菜、源顺马牙蚕豆……如今,这些响当当的西宁农产品,有了一个共同的名字——河湟田源。近日,西宁农产品区域公用品牌“河湟田源”正式发布,标志着西宁农产品品牌战略迈出了坚实步伐,开启了西宁农产品品牌发展的新篇章。

“西宁农产品区域公用品牌发布,旨在加强品牌建设,加快培育品牌发展,提升品牌知名度和影响力,进而提高品牌的综合效益和市场竞争力。这是市委市政府全面推进乡村振兴战略、实施“三乡工程”做出的科学决策,是聚力打造绿色有机农商产品输出地的又一重要成果。”西宁市农业农村局负责人表示。

西宁地处黄河上游河湟谷地,气候凉爽宜人,生态优势明显,农业资源丰富,农产品特色鲜明。近年来,聚力绿色有机农商产品示范建设,大力发展绿色生态农业,先后成功创建国家级现代农业产业园、全国农村产业融合发展示范园、绿色畜牧业发展示范园和国家农业绿色发展先行区,农商产品获得中国驰名商标14个,认证地理标志农产品10个,绿色食品122个,有机农产品12个,建成全国绿色食品原料标准化生产基地5个、86.6万亩,认定国家级农业产业化龙头企业14家,占比位居全省前列。

下一步,西宁将结合全省全域绿色有机农产品示范省创建,以实施乡村振兴战略为总抓手,我们在激动之余也松了一口气。”青海海源集团技术中心副主任、中国农工师大徐连龙告诉记者,他和他的团队负责为“天问一号”提供着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备,这已经是他们第十次为国家重大项目提供技术支持和专项服务。

徐连龙告诉记者,他理解的工匠精神就是要秉持专、精、特、精的理念,永远不忘初心、牢记使命,把精力和热情奉献在工作中,作为工作室的带头人,徐连龙已经带出了6名徒弟,现在基本可以独当一面,成为行业的领军人才。

在中车青岛四方公司,郭锐领衔的“国家级郭锐技师大师工作室”“中国中车郭锐首席技能专家工作室”已经有74名学员,完成攻关课题获奖492项,获国家授权专利56项,解决技术难题650余项,累计创造效益6000多万元,同时还培养出12名工匠,刘建辉等大国工匠和齐鲁工匠等人才梯队。

青岛市教育局局长刘鹏照告诉记者,青岛全市已有76家职业院校与企业构建了学习共同体,每年培养应用型人才6万余名,很多学生毕业后三五年就能成长为技术骨干。

“青岛要打造‘工匠之城’,需调动学校、企业等多方主体的创新力量,培育一支既有‘高原’又有‘高峰’的高素质产业工人大军。”中国劳动关系学院教授李珂认为,既要有一大批数量充足、规模庞大的技术工人作为“高原”,也要有一大批站在“高峰”的大国工匠发挥示范引领作用,让“大产业工人”学有所样、赶有目标,实现工匠与技能人才培养数量与质量的辩证统一。

“看到‘天问一号’探测器在火星上平安着陆,我们在激动之余也松了一口气。”青海海源集团技术中心副主任、中国农工师大徐连龙告诉记者,他和他的团队负责为“天问一号”提供着陆伞绳连接技术和特种弹性绳索装备,这已经是他们第十次为国家重大项目提供技术支持和专项服务。

徐连龙告诉记者,他理解的工匠精神就是要秉持专、精、特、精的理念,永远不忘初心、牢记使命,把精力和热情奉献在工作中,作为工作室的带头人,徐连龙已经带出了6名徒弟,现在基本可以独当一面,成为行业的领军人才。

在中车青岛四方公司,郭锐领衔的“国家级郭锐技师大师工作室”“中国中车郭锐首席技能专家工作室”已经有74名学员,完成攻关课题获奖492项,获国家授权专利56项,解决技术难题650余项,累计创造效益6000多万元,同时还培养出12名工匠,刘建辉等大国工匠和齐鲁工匠等人才梯队。

青岛市教育局局长刘鹏照告诉记者,青岛全市已有76家职业院校与企业构建了学习共同体,每年培养应用型人才6万余名,很多学生毕业后三五年就能成长为技术骨干。