

山东凤凰山
电子商务产业园：
品牌创建
引领园区创新发展

■ 周林蓓

“以合作求共赢,以创新求发展,以服务求生存”,山东凤凰山电子商务产业园自2015年建园以来,通过电子商务赋能传统产业,为入驻电商企业提供电商培训、孵化培育、金融服务、人才服务等一系列闭环服务。园区集聚了品牌电商、直播电商、第三方平台、电商培训、物联网等电子商务及相关企业,品牌培育工作卓有成效,促进了园区的高质量发展。2020年,园区获评国家电子商务示范基地。

在运营中,园区深入实施以质取胜战略,运用政策引导、培育帮扶、技术指导等手段,引导和推广企业培育发展品牌产品,提高品牌经济对地方经济发展的贡献率。

园区联合有关单位共同建立山东凤凰山电商产业园品牌指导站,探索知识产权严保护、大保护、快保护、同保护,全力打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条,同时开展宣传活动,设立法律服务台,向入驻企业宣传相关法律法规,并积极为企业解决在知识产权方面遇到的问题。园区成立6年来共指导培育了400余个电商商标品牌。

在品牌培育过程中,园区以提高品牌集中度为目标,按照“加快发展、主动引导、重点培育”的总体要求,将培育品牌作为增强企业销售盈利能力和提升电商运营水平的重要任务。

成立行业组织、做好全方位服务,园区在助力企业创立品牌方面不遗余力。

在服务方面,一是优化服务。为提高品牌培育工作的有效性,园区上下形成了各部门分工协作、齐抓共管的良好机制。本着企业缺什么、帮什么的原则,各部门根据各自职责,为列入品牌培育的企业设立“绿色通道”,切实加强对企业创立品牌产品工作指导、协调和服务,尽可能优化企业创立品牌的基础条件。

二是加强培训。园区各有关部门配合品牌培育工作,有针对性地组织一系列有利于产品质量提升、人员质量技能提升的培训活动,特别是组织开展卓越绩效管理、质量责任控制等宣贯教育活动,着力提高企业人员的质量品牌意识和质量专业知识。

三是营造氛围。园区充分运用各类信息载体和媒体资源,宣传品牌培育工作和品牌产品,推广品牌培育的好经验、好做法,大力营造品牌培育的浓厚氛围。

与此同时,园区成立了电商同心联盟,进一步强化创新意识和创新方式方法,加强自身建设与载体创新。同心联盟带领广大会员积极投身创新创业实践,通过找准专业优势和助力经济社会发展的结合点,建“名企”、创“名牌”、当“名士”。

不仅如此,为进一步加强济南市裤装电商企业之间的沟通交流,促进裤装电商企业的发展,园区成立了济南市裤业协会,通过搭建平台、完善配套服务,实现品牌培育促进发展方式的转变,为裤装电商企业品牌培育工作提供助力。

2021 预计营收超 130 亿 经销商回新家共建新习酒格局

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

12月12日,贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司2022年全国经销商大会在习酒公司运营中心召开。本次大会以“强基固本,转型升级,推进高质量发展;同心协力,继往开来,共建新习酒格局”为主题,邀请全国各地的习酒经销商、媒体朋友回家,共同感受习酒的新面貌、新变化、新气象,共享发展喜悦,共话美好未来。

茅台集团党委委员、副总经理万波,习水县委副书记、县长冉崇庆,习水县委常委、县政府党组成员、习水经济开发区党工委书记苟明利,茅台集团总经理助理、习酒公司党委书记、董事长钟方达,习酒公司党委副书记、总经理汪地强,习酒公司领导段红霞、曾凡君、胡峰、陈强、刘安勇、杨刚仁、杨炜炜、李明光、叶燕飞,总经理助理蒋茂平、谢远东出席大会。大会由汪地强主持。

2021 年 习酒营业收入预计超过 130 亿

2021年,是习酒“十四五”发展规划的第一年,也是习酒销售业绩突破百亿后转型升级新征程的第一年。这一年,习酒公司“十三五”时期的一系列技改项目建设迎来投用,增产扩能有力推进,转型升级成效明显;这一年,习酒公司运营中心、商务体验中心、文化城相继投用,厂区面貌焕然一新,坐标定位提档升级;这一年,习酒品牌全国化、高端化战略成效更加显著,并荣膺亚洲质量领域最高奖项——亚洲质量卓越奖,开启高质量发展新阶段;这一年,习酒营业收入预计超过130亿。

今后的习酒应该是什么样的习酒?万波在讲话中指出,应该是排名更靠前的习酒、品质更高的习酒、品牌更优的习酒、产区更美的习酒、文化引领力更强的习酒。

冉崇庆表达了对习酒美好未来的期待。他表示,习酒的成长和习水的发展唇齿相依,共生共荣。习水县委、县政府将秉持“习酒所需、习水所能”的服务理念,一如既往地全力支持习酒发展,在总量突破上全力支持,在技改扩能上全力保障、在生态环保上全力帮助、在品牌维护上全力服务、在产业配套上全力拓



○领导欢迎经销商入场



●万波颁发2021年度AAAAA级卓越经销商奖

展,在文旅融合上全力推进,促进习酒公司持续高质量发展。

计熟事定,举必有功。机会只垂青有准备的人,同样,发展也只垂青有准备的企业,只有在把握发展规律基础上精准实施战略部署,才能获得长足发展,69年的发展历程,让习酒更是深谙此道。

钟方达结合国内经济形势和行业现状,分析指出习酒面对未来具备的发展优势,并从“扩产能、贮老酒,强基固本提升品质;扬文化、重传播,聚焦高端做强品牌;走出去、引进来,持续扩大消费群体;防风险、化危机,保证习酒行稳致远;扶优商、育大商,持续深化‘五个聚焦’;强管理、优服务,深化合作互利共赢”六个方面对习酒新一年的工作进行重点安排部署。

钟方达表示,新的一年,习酒公司将在上级党委的坚强领导下,坚持稳中求进的工作总基调,完整、准确、全面贯彻新发展理念,加快构建新发展格局,瞄准发展目标,保持发展定力,围绕消费者开展市场工作,全面推动企业转型升级,始终坚守初心,追求卓越,共同推进平衡、协调、可持续发展。

湖南江西两省共同打造覆盖湘赣边区的农业品牌 “湘赣红”品牌共建有了“行动指南”

■ 王文隆 张可夫

红色情怀,湘赣味道。近日,“湘赣红”品牌推进大会在湖南省长沙市浏阳市文家市镇举行,湖南省农业农村厅现场发布“湘赣红”品牌战略规划、标志设计和使用规范、评选规范、管理规范等,为“湘赣红”品牌共建提供“行动指南”。

湖南与江西山水相连、人脉相亲,同为红色热土。浏阳茶油、平江豆干、大围山梨、莲花



●消费者在“湘赣红”品牌形象店内挑选心仪产品 彭红霞 摄影

血鸭……这些来自湘赣边区的特色优质农产品,有一个共同的品牌——“湘赣红”。作为推动两省乡村振兴、农业产业发展的重要抓手,“湘赣红”是湖南、江西两省共同打造的覆盖湘赣边区的农业区域公用品牌。

本次推进大会以“红色情怀·湘赣味道”为主题,现场推介“湘赣红”系列产品,向“湘赣红”企业代表授牌,举行了“湘赣红品牌数字地图”上线仪式,还为湖南省首家“湘赣红”品牌形象店揭牌。

坚持党的全面领导,践行君品文化、加快转型升级、推进体制改革;坚定不移塑造两个核心品牌、抓好两点结构调整、推动三层内控管理,努力把握好增长节奏,强化增效规范,实现行稳致远,坚定不移地践行习酒中高端产品发展战略,全力以赴冲刺习酒第二个百亿目标,为推动习酒高质量发展做出更大的贡献。

2021年,面对复杂多变的市场环境和疫情带来的严峻挑战,广大经销商和合作伙伴始终与习酒同心同向、砥砺前行。可以说,习酒能够取得今天的瞩目成绩,离不开经销商和合作伙伴的通力合作和鼎力支持,也离不开营销一线人员的默默奉献和艰苦奋斗。

使命在肩,不容懈怠。习酒全体营销人员集体庄严宣誓:“无情不商、共建共赢,需求为要、用心服务,慎始敬终、行稳致远,以诚待人、以情融商,优质服务、遵诺守信,团结和谐、合力致胜,倾无限激情、筑百年基业,以必成之心、创君子伟业。”

铮铮誓言响彻云霄,吹响了奋进2022的冲锋号角。习酒这支充满活力的营销团队,必将以更加昂扬的斗志、更加充足的干劲,在新的一年里再立新功、再创佳绩!

大会宣读了《习酒公司关于表彰2021年度全国优秀合作商的决定》《习酒公司关于兑现2021年度销售奖励的决定》《习酒公司关于表彰销售系统2021年度先进集体和优秀个人的决定》。经销商代表成都经典玉液酒业有限公司董事长刘兴禄、河南君品盛世酒业有限公司董事长孔磊以及习酒营销人员代表王硕发言,各自分享了与习酒相伴走过的岁月,纷纷表示要与习酒继续同心同行,共同谱写发展新篇章。

同一天,习酒公司在运营中心阶梯会议室还举行了2022年全国经销商大会“君品盛典”,隆重表彰过去一年为习酒发展做出过贡献的经销商、合作商以及营销人员,向他们致以最崇高的敬意。

立足新发展阶段,习酒将与全体经销商和合作伙伴继续怀揣“纵马驰骋山河路”的远大抱负,激发“踏平坎坷成大道”的昂扬斗志,凝聚“风雨无阻向前进”的勇气力量,强基固本,转型升级,推进高质量发展;同心协力,继往开来,共建新习酒格局,为实现“百年习酒、世界一流”宏伟愿景而努力奋斗。

企业家自述(长篇连载之二百零五)

王建明:动力大王的传奇故事

还有媒体。满是情相通、理相通、志相通的朋友。

就品牌建设而言,媒体的强劲支持强有力地支撑了玉柴的快速扩张;

就文化建设而言,和媒体的每一次沟通都是总结,都是升华,都是再循环、再完善。

媒体中大多是性情中人,对我都有影响。《人民日报》广西记者站站长既诙谐、又刚毅;只要开口就让人忍俊不禁。以至使我十年前就赞誉他为“鬼话连篇”……

中央电视台海外专题部主任吴明训先生不苟言笑,一次微笑即成一则佳话;但对玉柴有求必应,成效每每总是大于预期。

去年才相识《人民文学》的诸位才子和才华过人、精力过人的刘学文先生。开始还有一番获得穿透性理解的快感,后来名堂多了就惶恐了。只能借助动作作补充声明、补充披露、补充解剖。十八年厂长生涯,经受批评与指责不计其数;最甚者是被指“你不是个东西”,也可能是“你算什么东西”。之后越品味越觉得是真谛:第一,他告诉你,你不是东西而是人——价值肯定,大有希望;第二,他告诉你,你不是完人当然也就不是什么人物——绝对真理、颠扑不破。

断然没有想到的是张全景同志对《动力之魂》作序。序,书注也;要评说,要提炼,要归纳和概括,这是既用心又费力的。做作为一名基层组织的共产党员,作为学生和晚辈在此谨向张部长致以深切的谢意!

“朋友”涵义广,范围大,类别多。有意气之

友,有性别之友,有礼仪之友,有统战之友;而“朋友”之中理念相通、抱负相通、顺则预警、逆则相助的志同道合者范围则有限了。今天的参会者多是朋友加同志之中的那一部分至珍至贵者——不是指其位,而是指气质、指品德、指魅力;是指对玉柴,对我本人支柱性的影响和帮助。在这里请允许我向参会的至珍至贵的朋友们和同志们致以诚挚、深切的谢意!

“同志”,以何志为同或以何理念为认同?我看再高,再大莫过于三个代表。三个代表不是玄学,是实实在在为民的理论。既然如此,就要落地;落在玉柴的热土当然就都要有具体所指。2002年8月,玉柴以党代会决议的方式形成以下共识:

最广大人民群众的根本利益,在玉柴当然就是职工群众的根本利益,就是企业的“能长治久安、可持续发展”。玉柴共产党员的具体责任是在牢牢把握根本利益基本方向的同时,要认真负责地把职工群众的各项分期利益和局部利益精心构思、分期实施、分块实现。

代表先进生产力的发展要求,在玉柴就是要实现跻身国际内燃机强手之林的抱负。玉柴共产党员的具体责任是使生产力三要素合格与达标。第一要素标准是造就掌握先进技术,并且处于先进、适用激励机制之下和先进文化驱使之下的新世纪的玉柴人;第二要素标准是造就和具备先进、高效、适用的管理、技术和装备;第三要素标准是在全球范围营销成功水平领先、适用性领先和规模领先的发动机,是争夺成功国内外两个市场,是形成玉柴涵盖制

造、流通与第三方服务的、强大的产业链。

先进文化的前进方向。在玉柴就是要构筑成功催人奋进、助人向上、驱使献身、促成英雄、崇尚信用、造就爱心的文化;玉柴共产党员的具体责任就是要针对性极强地推进“人为本、争第一、零起点”的企业理念与哲学,要针对性极强地造就“民主、开明、顽强、竭诚、约束”的文化氛围。

借助作序说了“人”,利用今天的机会又说了“朋友”,说了朋友加同志的理念基础和价值观,既不是白话也不是文言文,还请各位多加指正。

谢谢大家!

说说“潜能迸发” ——在《巍巍中华一分子》首发式上的发言

尊敬的各位领导女士们,先生们,朋友们:

《巍巍中华一分子》通过对几位普通劳动者事迹的描述热情讴歌了新旧世纪交替之际、在邓小平理论和三个代表重要思想指引之下玉柴玉柴建设者如同融岩迸发,如同大潮澎湃,如同洪流汹涌的拼搏激情和创造潜能。其势可比威苏维火山的连续爆发,连续喷射。喷向天空彩绘英雄事迹层出不穷,喷向大地震撼四方、震撼行业。继1985年、1989年、和1994年三个年度产销翻一番、利税翻两番之后,2002年又创造了玉柴跨世纪阶段的第四次业

绩翻番。与过去不同的是,产销翻番的基数不是1984年的1000台,不是1988年的4500台,甚至不是1993年的3.7万台;而是2001年的7.6万台,2002年玉柴发动机的产销数量骤然增至13万台。在2003年,到7月底累计产销又比去年同期增长40%。此时此刻,玉柴的劳动英雄不再是几个、几十个,而是成片、成群、成整体;是由一大群披挂彩带的英雄所代表的玉柴全体劳动者。

玉柴是一块实验田。人群不能再普通,地域不能再普通,基础不能再普通。她的崛起源于建设者潜能的迸发,而潜能迸发的原动力就是邓小平理论和三个代表的重要思想。

玉柴在二十世纪末的发展是邓小平改革开放理论的产物。以1983年企业整顿为标志,十八年间玉柴共汇聚国际金融资本折人民币11亿元,汇聚了欧洲、美国累计金额达8000万美元的数百项精湛的产品技术和制造技术,把车用柴油发动机的年产量自1000台提高到7.4万台,把企业净资产从不足800万提高到26个亿。在上一个世纪的最后十年,玉柴在中国灼热的黄土地上创造出了投资收益最佳、投资回报最高、发展速度最快、产销规模最大的不可磨灭的行业纪录。

广西区党委副书记潘奇同志在玉柴闯荡国内外金融市场而引起迷惑乃至非议时,他第一个把玉柴之事直挂邓小平理论。亲自策动了广西理论界对玉柴的大调研、大讨论,在把成果汇聚成书时,书名赫然题为《邓小平理论与玉柴实践》!广西各级党委的亲切关怀和强劲

支持极大地鼓舞了玉柴建设者,使得他们敢于再攀新高峰。

“三个代表”的重要思想高度概括了中国共产党建党八十年来所取得的一系列辉煌成就的根本成因,清晰地指明了中国共产党和中国人民在新世纪的前进方向。江泽民同志关于“三个代表”的重要论述是一个科学的、完整的、严密的、严谨的思想体系,玉柴不断攀登高峰的实践是一个例证。1994年在玉柴到组主版上市的前夕,我们向组的公众投资者介绍了玉柴的企业哲学——“人为本、争第一、零起点”。

“人为本”的核心是要求管理者做到目中有的人和心中有人——这里的“人”是指大写的“玉柴人”。其内涵由两部分构成,一个部分是玉柴的人本基础,由“尊重、爱护、发挥、发展”的用人方针和“为每一个岗位的发展提供机会,为每一个阶层的攀登创造条件”的育人方针组合构成。还有一个部分是人本保障。也是两条。就是对干部“民主、开明、顽强、竭诚、约束”的作风要求和六项必备的基本功要求,其中第一项是说清楚要求;第二项是使绝大多数职工愿意达到要求;第三项是使每一个岗位的职工懂得如何达到要求;第四项是使每一个岗位的职工能够达到要求;第五项是使每一个岗位的职工必须达到要求;第六项是集思广益,反复检讨,周而复始,完善要求。

“争第一”是指玉柴全体员工特别是其中的管理团队所必需树立的强者观。核心内容是玉柴在1985年确立的“要跻身国际内燃机强手之林”的奋斗目标。(此文系本报整理,待续)