

策略制胜 | Celue Zhisheng

企业老总客串世博 “小白菜”赢在何处?

周凯

日前,分众传媒 CEO 江南春穿着一件白色T恤衫,戴着一顶白色太阳帽,出现在上海世博园的世博轴上,这次他的任务是体验世博志愿者——做半天的“小白菜”。

隐形的收益

“我们已经为世博会宣传了两三年了”,江南春告诉记者,分众传媒是国内最早展开世博宣传的民营企业,也因此连续3年获得了“上海世博会公益宣传贡献奖”。

分众传媒还曾经是上海世博会中国民企联合馆的16家参建企业之一,只不过因为希望参建民企联合馆的企业太多,“老大哥”郭广昌就劝江南春

把名额让给另外一家民企,分众传媒则成了民企联合馆的传媒合作伙伴。但无论如何,江南春觉得上海世博会给了分众一个大舞台,“很难用具体的金额去计算效益,这会是一个长期的影响”。

参建企业之一的苏宁电器总裁孙为民也认为,众多民营企业的联合参展,将向世界展示中国民企的不同经济成分,展现中国民企联合的力量,同时中国的民企正逐步走向多元化、国际化的发展方向,世博会将使中国民企健康蓬勃发展的态势全面地向世界展示。

世博是个大舞台

就在世博会开园的第23天,民企联合馆迎来了瑞典国王卡尔十六世·

古斯塔夫、瑞典副首相莫德·奥洛夫松和瑞典商务代表团,这也是除中国馆和瑞典馆外瑞典国王参观的唯一世博场馆,他还主动谈起了关于中瑞企业间合作的事情。

“国际化是中国民企必须要跨出的一步,不跨出这一步,我们也没有办法发展、成长,没有办法可持续发展。中国企业要实现国际化,首先要有国际化的视野、国际化的战略,还要有国际化的人才,很重要的关键点就是要有国际化的渠道、资源和机会。”新光集团董事长周晓光发出了这样的感慨,他对世博会为企业提供的平台感到“很棒”。

抓住机会就是成功

上海世博会的赞助商名单里,出

2010年端午节前,上海市工商联和上海世博局举办了一次“民营企业体验世博志愿者”活动,参加志愿服务的60多位民营企业家都和上海世博会有着各种各样的关系。



现了不少民营企业的名字,至于各场馆的赞助商、合作伙伴,更是不计其数。“民营企业正在进入走向世界的新阶段,越来越多的民营企业认识到提升民营企业形象和竞争力的重要性,而世博会正是为民营企业提供了一个历史性的契机。”岳公正说。

大型事件活动往往是企业从弱走向强大的良机,江苏无锡的新日电动车就尝到了甜头。本次世博会,新日提供116辆四轮车和300辆两轮车用于世博园区内的各项服务。随着示范效应的扩散,知名企业的订单也纷至沓来。

“创新杰杰”成世博会国内唯一工具指定品牌

柯小其

让杰杰自豪的事情有很多,其中有两件更让他们骄傲,一是在2009年年底,杰杰生产的套筒系列产品通过了德国VPA认证,是国内唯一一家通过该认证的套筒生产企业。更值得自豪的是,杰杰是上海世博会在国内工具行业的唯一指定品牌,而据了解,有幸出现在世博国家馆展示的工具品牌还有德国的麦太保。

杰杰一直将科技创新作为企业持续发展的重要保障,每年都投入大量的人力、物力进行新产品的研发,同时还成立了专门的专利研发团队。公司先后有26项新产品获国家专利,其中外观设计专利19项,实用新型专利7项。专利的实施,为公司带来了非常好的客户群,跨入新世纪后,杰杰实现年年递增,荣誉不断,2001年杰杰被确定为“宁波市专利试点企业”,2004年9月包创的专利产品:工具箱(300PC)获“巴黎国际博览会金奖”,同时欧洲企业联合会又礼聘包创为“欧洲企业联合会理事”。近期,杰杰又制定了坚持研发的战略目标,与浙大、宁波工程学院等高校建立合作项目和研发课题,建立基地的长远战略规划。

杰杰公司自1999年起,开始自营出口各类五金工具组套,2004年杰杰公司在美国拉斯维加斯设立了办事处,专门负责公司产品在北美地区的销售和服务。伴随着销售额的急速上升,杰杰员工队伍也随之不断壮大,为解决当地和外埠劳动力就业问题作出了较为突出的贡献,被评为“中国企业诚信经营示范单位”。而杰杰公司也一直定位高端产品,比如和汽车4S店以及做一些政府项目等等,杰杰目前正在和东方航空公司合作。

杰杰公司非常重视企业品牌建设与文化建设。自公司成立以来,就在国内注册了4个商标,之后又通过马德里国际注册获得了2个商标各6个国家的商标专有权,从当初的贴牌生产逐步转向自有品牌出口,走出了创国际品牌的第一步。公司每年通过参加国内外专业的五金工具展将最新开发的产品推向国际市场,同时通过与世界各国的直接交流准确把握客户的需求动向,指导下一步的新产品开发方向。

上海14名企业家获评商业优秀企业家

近日,上海市商业企业管理协会评选出第八届上海商业优秀企业家和第五届上海市和谐商业企业。上海九星控股(集团)有限公司董事长吴恩福、上海虹程商务信息咨询有限公司董事长张亚江、上海人和经贸发展有限公司董事长龚煜等14名上海商业优秀企业家获得表彰;上海九星控股(集团)有限公司、

上海敏众投资管理有限公司等12家优秀企业被评为第五届上海市和谐商业企业。

记者在会上获悉,当选的第八届上海商业优秀企业家在服务世博奉献世博的工作中起到了模范带头作用,在改革和发展的过程中,以科学发展观统领全局,科学管理、开拓进取、勇于创新,带领职工在企业结构

调整、科技创新、管理创新、节能减排等方面业绩突出;他们经营有思路、管理有章法、工作有业绩,面对金融危机和经济危机,在激烈的市场竞争中取得巨大成功;在依法诚信经营、积极承担社会责任等方面发挥着示范和表率作用,在职工和社会中赢得广泛赞誉。

会上还公布了第五届上海市和

谐商业企业获奖名单。获奖的企业既有上海市第一百货商店、上海第一食品连锁发展有限公司等上海中华老字号企业,还有上海九星控股(集团)有限公司、上海华通机电(集团)有限公司等以振兴民族工业、时刻不忘回馈国家、回馈人民的优秀企业代表。

(任晋)

马艳丽赢得温莎影响力嘉耀大奖

近日,《环球企业家》主办的“温莎影响力嘉耀大奖——改变中国的商业力量”评选主题论坛暨颁奖典礼在上海召开。马艳丽高级时装定制中心董事长马艳丽女士作为时装界先锋企业家荣膺温莎影响力嘉耀大奖“最具时尚元素商业人气奖”,是在全国企业家范围内评选出的15位获奖者中唯一一位女性企业家。

“温莎影响力嘉耀大奖——改变中国的商业力量”评选活动由《环球企业家》杂志主办,中国科学院研究生院管理学院联合发布,从3月份正式启动以来,由知名媒体精英团、学者专家团、《环球企业家》编辑部组成的专家评审团,根据5项入选条件,综合考察近200位最能代表中国商业变革力量的企业领袖以及其所领导企业的综合表现,最后提名50位企业领袖候选名单,经过激烈角逐,获奖者仅15位,马艳丽女士位居其一。

据评选委员会透露,多年来,马艳丽秉持国际视野,专业精神,卓而不凡的品质奉献,不断提升企业业绩和竞争力,将MARYMA品牌打造成为立足国际时尚界前沿的顶尖品牌,



凭借高水准的专业优势,将领先的设计理念推向国际。她用理性的思维、感性的内涵、知性的表达,展现出了中国时装品牌的独特魅力,是中国企业中集聚公众影响力、最具创新思维、最能代表中国商业变革的人物,她见证了中国时尚业的崛起与兴盛,马艳丽获奖代表的不仅是时尚界的,

也是商界的。

环球企业家董事总经理陈婷女士在致辞中表示:“马艳丽女士,今天不是以时尚界的人而是以企业家的身份参加我们的活动。马艳丽过去曾是T台上耀眼的明星,现在时尚圈里非常炙手可热时装设计师,她的美丽不言而喻,但她在商业上的成功,商业模式上的创新,包括这些年在高级定制领域里的坚持,非常可贵,所以入选为‘改变中国商业力量’前50强。在我们的评选标准中,除了经济指标之外,还有社会影响力和创新能力。作为一本主流刊物,我们希望创造一个新的评选标准,让人们不要太浮躁,不要唯利是图,而是要关注更远、更久、更持续的商业,而且还要关注改变中国商业的力量。”

论坛上,马艳丽女士热情地发表了演说,她表示:“我非常荣幸能够进入温莎影响力嘉耀大奖的入围榜单,对我来说很幸运,也很荣幸,同时也是一种压力。今时今日,不管我们怎样提倡低碳、环保,做各种公益和慈善方面的工作,最终是希望通过不同的方式,不同的程序,让我们的生活

业目标,就是希望我身边每一位朋友,无论出席怎样的场合,都精神焕发、精彩时刻,永远都展现着非常美丽、非常漂亮、非常美好的形象,我觉得这是我的责任,同时,我也非常享受这个过程中带给我的幸福感。我希望我们每位企业家将来在任何一个谈判场合,或者到某一个国家展现我们中国企业家形象,或者展现中国商业力量时,能够把代表我们中国最棒的形象展现得淋漓尽致、光彩耀人——这也是我的梦想,我会继续努力。”

据了解,由马艳丽发起的“美丽人生计划”近期开始推广,它是一个开放性的平台,通过联合有追求的品牌、企业与媒体,富集美丽资源,让每个参与其中女性都能从“身、心、灵”三个方面全方位地绽放美丽,打造自己一生的美丽。计划中的具体项目包括:“美丽课堂——女性美丽秘籍”,“美丽分享——美丽主题论坛”,“美丽心灵——关爱他人幸福”,“美丽绽放——女性美丽秀场”等,“美丽人生计划”的宗旨在于与所有女性共创美丽人生。

(无名)

策略营销 | Celue Yingxiao

“绿色北大荒”闪亮上海世博会

贺震

5月20日,由黑龙江省农垦总局主办的北大荒世博高层论坛在上海召开。论坛以“北大荒·绿色成就梦想”为主题,旨在开发“创意产业”,用“创新、构想、策略”等无形资产的开发、运用和再创造,提升产业层次,转变发展方式。来自俄罗斯、美国、日本、韩国、哈萨克斯坦、古巴、菲律宾、南非以及国内等多个国家和地区的160多位专家学者、知名人士、商界代表出席了论坛,并就黑龙江省区加快转变经济发展方式,发展绿色、低碳经济以及与世界各国开展经贸交流与合作等方面的问题进行了深入研究和探讨。

黑龙江省区的绿色发展实践与上海世博会所倡导的美好生活理念

深度契合。携旗下34家企业、13大类700多种绿色、低碳、特色产品的黑龙江垦区·北大荒集团,在上海世博会及第十一届中国国际食品和饮料展览会上大放异彩,吸引了众多国内外观众和客商的关注,成为展会上的一大亮点。

北大荒人强烈的绿色发展理念,在参会客商心中打下深深的烙印。俄罗斯、菲律宾、巴西、古巴和非洲等国家和地区对北大荒集团高度的农业现代化水平,成熟的绿色、低碳产品生产技术格外青睐,纷纷与北大荒集团进行绿色种植基地开发等合作项目洽谈。5月19日,美国特立尼达风纳姆公司、越南青松集团、伊朗LCST公司、日本丸红株式会社、欧洲贸易集团等五家国际知名企业与北大荒集团所属公司签订了大米、绿豆、非

转基因大豆、木薯粉等绿色特色农产品出口协议,协议金额达3.5亿元人民币。北大荒米业公司采用垦区绿色、有机、优质水稻开发生产出的江源金钻有机米、北大荒鲜香米、北大荒富晒米等13个单品的系列大米在世博会上备受关注。世界500强企业韩国希杰公司与北大荒集团达成了进行米糠蛋白及膳食纤维、米糠油等米糠深加工领域的开发、生产和经营的深度合作协议。

据了解,拥有耕地面积4000万亩的黑龙江垦区是中国耕地规模最大、现代化程度最高、综合生产能力最强的国家重要商品粮基地和粮食战略后备基地。

黑龙江垦区位居世界三大黑土带之一的东北大平原上,是国家级生态示范区。这里开发期晚,对无污染、

无公害的产品开发得天独厚,俗有“北大荒”之称。自1947年开发建设以来,北大荒遵循“生态—生产—生活”的绿色、阳光、生命的科学发展理念,打造了全国最大的绿色食品产业基地,被冠以“绿色食品摇篮”的美誉。北大荒现有国家认证的绿色有机种植面积151万公顷,占垦区耕地总面积的58%。绿色食品生产基地占全国总数的21%,面积占全国的11.5%。垦区生产的九大类产品,获得了国家绿色食品和有机食品标识。年生产绿色食品1000余万吨,受到国内外客商和广大消费者的特别青睐和普遍赞誉。

早在上世纪80年代,北大荒就开始了旨在恢复生态功能的绿色家园建设。推行绿色产业行动计划,打造“绿色产业链”,创新企业生产经营

张国华:老店魅力靠品牌

齐继战 王梅

“逛世博,品陕西美味”。凉皮、肉夹馍、羊肉泡馍……这些出自西安饭庄的地方美食一进入上海世博会,就吸引了世界的关注。这也让西安饭庄总经理张国华颇感自豪。“进驻上海世博会的条件非常严格,专家组成员几次到西安,明察暗访,品尝菜品,查看卫生状况,听市场反映。在这样严格的评判标准面前,西安饭庄最终通过考评,这是企业长期遵循文化效应、品牌经济的市场发展模式,并提炼出西安饭庄这一老字号文化内涵,融于精品战略、名牌战略的成功。”张国华补充说道。

陕菜是中国饮食文化的源头之一,文化元素又正是一个老字号企业最具核心的竞争力。抛开菜品质量的影响不说,单从文化角度讲,顾客选择在西安饭庄就餐,很大程度上是把饭庄当做西安的一个城市文化符号,当做陕西、甚至中国历史文化的窗口。

传承是基础,创新是灵魂,要把几十代厨师呕心沥血的结晶、珍贵的文化瑰宝传承并创新并不容易。张国华上任之后,首先瞄上的就是菜品研发。2007年初,西安饭庄成立了陕菜研究中心,在各经营门店建立菜品研发小组,对菜品大胆进行创新。一方面以高档原材料与陕菜烹调技法、味型相结合,以小吃与菜肴相结合,创制出具有新意的菜肴,如大唐水盆鱼翅、秦椒鲜鲍、翡翠秦川牛、玄奘凯旋粥等。

另一方面,以文化为内涵,在“特”字上做文章,重点提升菜品的文化附加值,突出菜品文化意境。近3年来,西安饭庄的创新菜品已多达1468种,并形成了其独具特色的陕西小吃宴、宫廷长寿宴、长安八景宴等多种宴席。“我们的每个宴席都能挖掘一个历史文化故事。与之相匹配,我们提供特色文化服务,这也是饭庄打造的服务品牌。”张国华说。

张国华告诉记者:“品牌包含的内容太多了,像企业文化、质量标准等,而食品行业作为良心工程更容不得半点马虎。要树立西安饭庄独特的品牌形象,质量是根基。”为此,西安饭庄提出了“凡是顾客看到的必须是美观整洁的,凡是提供给顾客使用的必须是安全有效的,凡是员工对待顾客必须是亲切礼貌的”3条黄金标准。

张国华强调指出,要达到上述目标,必须从细节入手。目前,西安饭庄旗下已经拥有西安饭庄总店、西安饭庄和平路店等5家直营企业。2009年经济收益超过亿元,位于全国餐饮业的前列。