

# 河南省委副书记邓凯到众品公司调研

■ 本报驻河南首席记者 李代广

4月17日下午,河南省委副书记邓凯率省重点项目暨产业集聚区建设观摩组莅临众品公司,观摩调研公司智慧生鲜供应链服务平台项目建设情况。省人大常委会副主任蒋笃运,副省长张广智及各省辖市主管产业集聚区或工业的副市长、省直有关部门负责同志参加观摩,长葛市委书记刘胜利等领导陪同。

在公司展厅,众品公司董事长朱献福介绍了公司主导构建智慧生鲜供应链服务平台项目的基本情况。该项目建设内容包括线上交易平台和线下温控供应链、食品产业链。线上服务平台包括冷链马甲和鲜易网,冷链马甲平台是行业规模和影响力最大的冷链公共资源交易平台。在线运营的冷链车辆3.6万辆,冷库容积1850万m<sup>3</sup>,注册用户数3.65最具影响力的生鲜行业数据库。公司的智慧生鲜供应链服务平台项目带动716个自主创新体,3200多名员工参与创业创新。依托生态圈搭建的创业平台,带动330个农村经合组织融入产业平台,带动3600多家小微企业加盟生态圈,带动16.3万人创业创新。

随后,在公司董事长朱献福的陪同下,邓凯一行在公司展厅深入了解公司的食品产业链、温控供应链基本情况。

公司的食品产业链定位于中国食品产业链服务商,以大数据为纽带,以产业生态为根基,以生产服务业融合为转型发展的方向。在上游养殖环节,公司链接供应商、物流



公司、金融机构、设备厂家和饲料公司、种猪场、养殖场、养殖合作社等资源,构建农牧产业服务平台。在生产制造环节,公司通过“互联网+”,实现C2B柔性供给,公司的产品品类从单一的肉类发展到涵盖肉类、农产品、乳品、速冻产品等全品类生鲜,通过推到围墙,基地升级为园区、平台,为合作伙伴提供产品设计、研发、标准、物流、交易、金融等服务。企业的升级带动了区域产业集聚,实现了社会资源优化。去年9月以来,先后与36家业内同行合作,自有产能利用率提升12%。生产方式的变革,开辟了创业创新的新模式。公司以OEM方式与18家同行业企业合作,把行业过剩的存量产能化为公司的增量产能。

在产品展示区,穿着红色马甲的鲜易网

工作人员为观摩团演示了线上线下下单等服务,观摩团一行被蓝色的箱子所吸引。朱献福董事长介绍说:“这个箱子是按照医药标准建设的,上面有温度显示,可以实时监控温度。”朱献福董事长介绍了公司产品方面的创新及为河南省生鲜食品提供的特色服务。

随后,观摩团一行来到温控供应链板块,重点了解了温控供应链的服务内容、全球集采分销、冷链服务能力以及业务数据化、数据业务等情况。

公司生鲜供应链从温控仓储、冷链运输、流通加工、生鲜配送、展示交易等供应链服务延伸到供应链管理、供应链金融。在国际贸易服务方面,公司在全球拥有9个进出口资质,与19个国家和地区建立了集采分销平台,是河南省进口肉类指定口岸的运营

单位,主要提供集采分销、报税服务、报关报检、标准认证、流通加工、冷链配送分销、国际融资、贸易信息服务。在国内服务贸易方面,公司在全国规划建立覆盖360个城市的线下服务网络,目前已覆盖186个城市。主要为客户提供展示交易、集采分销、生鲜配送、流通加工、冷链运输等基础服务和大数据、物联网技术、信息技术、技术咨询、供应链优化、供应链金融等增值服务。

董事长朱献福还重点介绍了公司温控供应链服务能力。公司在全国布局了29个网络化温控供应链基地,冷链线路173个城市,在56个城市实现生鲜品共同配送,覆盖了全国物流节点城市。公司的冷链车辆分为大型、中型、轻型和微型四种车辆类型,冷藏仓分为仓储配送中心、快速分拨配送中心、流通加工配送中心、电商配送中心四种类型,线下车辆网、车联网与线上冷链马甲服务平台联动,提升服务效率、服务精准度和用户满意度,比社会平均物流服务成本降低5.3%。

随后,公司董事长朱献福向观摩团介绍了公司物联网技术全流程应用、供应链金融服务等业务数据化、数据业务化的探索和实践。

在创新资源要素板块前,邓凯颇感兴趣地问道:“你们的技术服务团队在哪里?”

“在北京中关村,是我们自己研发的,我们正在和中科院对接,建立虚拟数字网络化服务平台。”公司董事长朱献福向观摩团介绍了公司所主导构建智慧生鲜供应链生态圈的大数据、标准、金融、技术等创新要素方面的情况。

■ 李洪东

春暖迎来百花笑,红岩邢台捷报!4月6日在春回大地,万象更新的时节,上汽依维柯红岩在燕赵古都——河北邢台,隆重举办了“红岩邢台区域杰狮、杰卡大型团购会”。该团购会由上汽依维柯红岩与邢台汇通汽车销售公司联合举办,新老客户200余人参加了此次活动。

邢台具有3500年悠久历史和灿烂文明,这里是五朝古都,扁鹊故里,交通便利,人杰地灵,运输行业长盛不衰,主要以煤炭、食用油、铁粉等原材料运输为主。

此次团购会主要推荐了红岩6x2杰狮M100和6x2杰卡配科索390马力发动机牵引车,两款车型自重轻、动力强、油耗低、服务优,具有良好的市场口碑,在该地区拥有众多粉丝。

此次团购会上,上汽依维柯红岩产品工程师精彩诠释了红岩“双杰”的亮点,邢台汇通董事长赵安民宣布了团购优惠政策,现场抢购气氛热烈,最终获得订单39辆。

## 东风商用车携6款主力车型亮相北京车展

即将揭幕的2016年北京国际车展,东风商用车有限公司将携旗下东风天龙旗舰、东风天龙启航版、东风天龙KC工程车、东风天锦厢式载货车、东风天龙右置方向盘车、东风纯电动客车等6款主力车型及最新的关键动力总成参展。东风商用车此次参展的主题为“信赖创新”,作为中重型卡车行业的引领者,东风商用车此次大规模的参展其亮点值得期待。

本届车展,东风商用车将展出的是全系最新代表车型,可以为客户提供更为丰富的选择。在国内物流运输市场上,东风商用车以其卓越的商品性能及优质的服务获得了市场广大客户的认可。同时,东风商用车注重在各细分市场深耕细作,特别是快递、冷链、危化、零担等细分市场的份额高达50%以上。

根据客户的不同需求“量身定制”值得信赖的物流解决方案。针对2016年市场,东风商用车集中面向全国发布9款新车型。这9款新车型是在重卡东风天龙旗舰、东风天龙和中卡东风天锦平台的基础上,针对国内物流发展趋势和客户需求,通过技术升级,围绕专线快运、专线物流、煤炭配货、快递运输、零担快递、农副散杂、工程复合、公路复合等多个重点细分市场,推出的高品质、高效率的物流运输利器。

当前,中国卡车运输行业更加追求安全、高效和环保,东风商用车多年来在技术上紧跟国际卡车技术前沿,不断对产品进行技术升级,进行客户价值提升,赢得了客户、社会以及相关利益方的信赖。

(林怡)

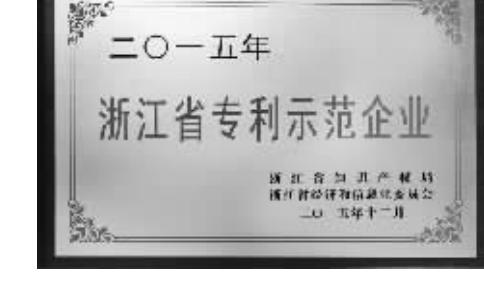
## 兴乐电缆获“浙江省专利示范企业”称号

■ 卢娜

日前,经浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会考核评审,凭借过硬的综合科研实力,兴乐集团兴乐电缆有限公司荣膺“浙江省专利示范企业”称号。

一直以来,兴乐集团高度重视科研工作和人才培养,大力推进新产品的研发和自主知识产权的申报和推广工作,目前公司现有维护中国家发明专利9项,实用新型专利22项,并创造了可观的经济效益。同时,公司注重专项经济投入、专利管理、信息档案存档、奖励、培训等配套机制的同步建设,为集团科研开发和专利申报工作提供了有力的保障。

今后,兴乐集团将继续坚持以宣传、培训和推广为主要工作,进一步加强和完善专利管理制度,坚持知识产权和科研工作相结合,保持并稳定专利申请量,以促进集团知识产权工作的有序发展。



## 红岩“双杰”邢台团购会斩获39辆订单



## 许昌烟机举办涂装工艺技术(技能)提升培训班

为加强公司涂装工艺技能人才队伍建设,全面提升公司涂装工技能实作水平,3月30日至4月1日,许昌烟机公司人力资源部、工会在河南省烟草职工培训中心联合举办了涂装工艺技术(技能)提升培训班。

这次培训邀请立邦(中国)代理商郑州八方实业有限公司技术经理王军为主讲老师。作为公司长期合作的伙伴,八方公司对公司涂装单元的油漆品种有着较为详细的

了解。

培训包括理论知识培训和现场实作培训两项内容。授课老师以安全生产作为理论培训切入点,详细讲解了涂装单元作业时应注意的安全事项,目前公司使用的面漆、清漆、银粉漆等各类油漆的使用方法,以及喷涂过程中的注意事项。他强调,涂装作为高危工种,不仅要在工作中避免安全事故,更要注意防护自身安全,避免职业伤害。在现

场实作培训中,授课老师到公司涂装及装配现场,针对涂装每一道工序的操作技术与大家进行了讨论与交流。

公司装配分厂涂装工,生产技术部、质量检验部等部门相关技术、技能人员共26人参加了为期3天的培训。通过培训,不仅为公司涂装技术、技能人员解疑释惑,提升了技术技能水平,而且增进了技术交流与合作,培训收到了良好效果。(乔选涛 孙航)

## 儿童“返祖”成人叛逆

## 跨代营销:返场消费时代悄然来临

■ 李光斗

“跨代”一词在近些年已经成为了一个热频词汇,很多成年人随着年纪的增长愈发对纯真年代产生怀念,甚至产生了新的心理消费需求。基于此,一种全新的营销方式——跨代营销被聪明的商家加以利用,循循善诱,形成市场消费的一种新趋势。

纵观现在的主流消费市场,都在对成年进行围攻,抓住成人的消费心理进行跨代营销。那些在你看来明明是00后小朋友玩的鬼把戏,目标消费者却另有其人。无论是在早期的儿童市场潜在用户挖掘,还是现如今的成人童话,小鲜肉系列的隆重打造,利用跨代营销的理念进行市场开辟俨然成为让成年人返场消费的一种有效途径。

## 关注真正带着钱包的人

其实,跨代营销并不陌生,早期(包括现在的)儿童生产企业通过长期的市场销售发现他们所卖的产品虽然是面向儿童的,但是主动权却不在儿童的手中,真正决定能否达成交易取决于他们的父母是否愿意掏腰包,怎样让家长给“一哭二闹三打滚”的儿童欢欢喜喜的买单,最直接的办法就是在这款产品中加入打动成年人的某种因素,打破他们的心理防线。

上世纪90年代,笔者为广东小霸王电子工业公司生产的“小霸王”游戏机做广告宣传策划,随后成龙代言的小霸王学习机刮

起了一阵旋风,这款儿童产品能够迅速占领市场自然少不了家长的慷慨解囊,当年,我们制定的营销推广策略就是针对家长的心理展开的一场心理攻坚战。

望子成龙是每一位家长对孩子的期盼,于是小霸王学习机就有了让家长的代入感,由成龙深情道白:“想当年,我是用拳头打天下,如今,这电脑时代,我儿子要用小霸王打天下。同样天下父母心,望子成龙小霸王”中道出了天下父母对孩子的殷殷期许,小霸王学习机抓住这群真正带着钱包的人,将成年的心中渴望和对未来的美好憧憬作为广告台词的出发点,瞄准一群家长的心理需求进行跨代营销。这就是小霸王学习机能够在当年成为市场爆款的原因所在。

跨代营销的应用并不仅限于此,随着新的消费群体的崛起和新兴市场的培育,儿童、成年人甚至是老年人开始有了貌似不属于自己这一年龄段的心理需求,儿童有了长大后的迫切愿望、成年人渴望回归童真、老年人更愿意返老还童,跨代式产品的逐渐推出成为人们不得不关注的一个消费主流。

## 散发年少时的青春“气息”

跨代营销的方式并不仅限于成人童话当中,千禧一代所关注的明星、网红往往也是成年人进行热搜的关键词汇。

众所周知,美国乐坛音乐小王子贾斯汀·比伯14岁时被星探发现,进入乐坛,这个地地道道的小鲜肉一夜之间成为美国的

当红偶像,粉丝数量多达几百万之多,成为YouTube观看量最多的艺人,但是比伯的这些粉丝当中除了同龄的痴情少女,妈妈级粉丝人数占据相当大的规模,那些三四十岁的妇女成为狂热分子。

后来有人对女性母亲进行了专门的研究,研究结果表明,这些年长的妈妈级粉丝年轻时大部分有过爱慕的对象,她们天生有着对美的追求和渴望,当一个年轻、有活力的小鲜肉出现在自己眼前的时候,总会控制不住自己多看几眼,甚至成为他的忠实粉丝,这是女性在重温自己的少女时代。当然,除了女性之外,男性也同样拥有这种心理,著名作家纳博科夫所写的小说《洛丽塔》中的主人公就是因为少年时期难以释怀的一段初恋,才会对那些充满青春气息的年轻少女情有独钟,最后情不自禁地迷恋上自己的继女洛丽塔。

“比伯现象”和“洛丽塔现象”背后反射出的是成年人的一种心理需求,他们虽然即将老去,但是却有着对青春、年轻事物的一种迷恋。由此看来,嫩模和小鲜肉绝不仅仅只归属于90后或者00后,不管你承认与否,你的爸爸妈妈也许和你一样属于同一个粉丝阵营。跨代消费的心理正在影响着企业的营销思路,那些经营青少年产品的企业,正在以青少年为幌子,偷偷地将目标人群瞄准成年人,并将它们作为持续开发的第二块市场。在成年人跨越时间障碍和年龄差距进行返场消费的时代,跨代营销的经营思路便能够抓住这“第二目标人群”的长尾巴。

振实密度高,球形度好,成品率高,粒度集中,耗能低

## 浙江力普石墨粉碎球化生产线再次出口日本

日前,来自世界500强企业前列100位的一家日本株式会社第二次专程来到浙江力普粉碎设备有限公司订购石墨粉碎球化生产线。经现场带料试验,结果表明由该生产线加工的石墨微粉精度更好,振实密度高,球形度理想,产品成品率高,粒度集中,耗能降低20%左右。日商对此十分满意,连连称此生产线达到了国际领先水平,当场下订单,并将浙江力普作为长期战略合作伙伴。

这次出口的石墨粉碎球化成套设备,只需将石墨原料进行多次粉碎、分级、打散,就能实现石墨的球形化。其中系统产生的尾料和成品可通过风网系统和集料系统进行统一的收集。此方案在石墨加工行业中已取得卓著成果,成为石墨粉碎球化领域中的佼佼者。整个系统的出料点少,配以高度自动化的电气控制系统,实现较高程度的自动化生产,节约人力资源并有效地控制车间内的粉尘污染问题。电气控制也可采用领先的PLC自动化设计,实现粉碎过程的无人化连续操作和整条生产线的电脑控制操作。各系统中设备的排放可根据实际要求进行灵活调整,通过改变软管的连接能够方便的调整同组中各种规格主机的数量组合。

目前,浙江力普石墨粉碎球化生产线已远销日本、巴西等国家;同时在我国的黑龙江、内蒙古、山东、吉林、湖北、湖南等石墨盛产地得以广泛使用,深受好评。

浙江力普咨询热线:13806745288

13606577969

传真:0575-83152666;

力普网站:www.zjleap.com;

E-mail:zjleap@163.com