

中商联副会长王耀:老字号要与时俱进才能获得新生

■ 张棉棉

据中国之声《新闻纵横》报道,据统计,目前全国经官方认定的中华老字号共有 1128 家,其中 73 家为上市公司,包含 156 个品牌。这些老字号中,不断发展壮大的只占到 20%—30%,多数老字号经营状况欠佳,10%的惨淡经营。不少老字号甚至处于“僵尸”状态,空有品牌,已经没有产品上市。

那么,那些我们曾无比熟悉的“老字号”到底正遭遇着什么样的困难?今年两会现场探寻“老字号”破解困局的秘密,了解代表、委员们有什么建议。

相信很多人的童年都少不了零食的陪伴。比如北京长大的孩子,就忘不了当年的小豆冰棍、巧克力威化、果子面包和桔子汽水。对于这些曾经的老字号,同情的人说老字号“活着已属不易”,批判者认为老字号“不该倚老卖老”。那么到底老字号的处境如何?全国政协委员、也是义利、北冰洋的老总李奇介绍了自己产业的情况。



●中国商业联合会副会长王耀



●义利、北冰洋的老总李奇(中)

璃瓶的北极熊 logo 又重新出现在市场中;二是丰富面包生产线,告别“一个单品打天下”。在面包生产上,他坚持不放弃手工制造,并辅以工业化生产。

对此,李奇说:“在产品初创期、成长期,企业离不开人工去制作,尤其是中点和面包,手工制作出来的东西要比机器加工的,口味、口感上好得多。”

义利、北冰洋通过自我革命淌出了一条全新的路。李奇说,作为老字号、老品牌,打情怀牌是可以的,但感情是需要维系的,最终需要用好的产品留住老顾客。在工业化扑面而来时,坚持手工制作,提升质量仍然是必须的。对李奇重视手工的做法,中国商业联合会副会长王耀首先表示肯定,一定要用手工制造才有感觉,那些能让大家都记住的特殊产品才是“老字号”的魂。

王耀说:“消费者真正能记住的是小批量的东西。大众化的东西你可以赚钱,就像同仁堂安宫丸 1 号、2 号你肯定买不到的,但是这些东西没有肯定是不行的,它虽然成本很高,但是必须有,有就代表老字号本身的品牌。”

毕竟不是所有人都需要特殊的产品,要想让企业在激烈的竞争中真正存活下来,王耀认为,必须要依靠大批量工业化生产,借助工业智能制造的手段,解放劳动力,也就有了人手继续留在手工领域工作。

王耀认为,老字号需要与时俱进,要做一部分工业化的东西,适合大众消费,还要做一部分定制东西,适合小众消费。

“老字号”曾经也是“新字号”,之所以能成为老字号,最开始就是因为它能赢得了消费者的心,老百姓的需求才是生产的指挥棒。消费者变了,企业也要适时转向。

全国政协委员,北京工商大学教授汪辛以杭州丝织品牌都锦生举例说,上世纪初,杭州都锦生非常辉煌,创始人从日本学了一种新的制造技艺,把它引到中国,引到丝绸制造中,当时非常流行。但是现在企业很困难,他们也是老字号,但是恨不得资不抵债。

全国政协委员、北京一得阁墨业有限公司董事长夏钢寨的烦恼是假冒品的肆虐。夏钢寨说:“我们去年做了个调查,全国 70% 的一得阁墨汁是假的。”

对于这个问题,全国政协委员刘文伟认为,保护老字号的具体法规,包括民法通则,竞争法,公司登记的管理制度等方面都应该尽快完善,同时,老字号自己的法律意识也应该增强。他指出,在整个老字号生态水平的建设上要给予支持,对老字号名声和商标权的保护至关重要。

中国仍将是跨国公司投资的优选之地

中国发展高层论坛 2017 年年会 19 日在北京开幕。连续 9 年来华参加发展高层论坛的美国安利公司总裁德·狄维士接受中新网记者采访时表示,中国的广阔市场仍将吸引着全球的目光,中国的投资环境更加公平和透明,仍将是跨国公司投资的优选之地。

德·狄维士指出,尽管全球经济的发展面临挑战,但中国市场依然深具增长潜力,胜于其他国家或地区,“我注意到刚刚结束的两会中国政府把今年的经济增速定在 6.5% 左右,对于目前中国的经济体量,这样的增速毫无疑问是推动全球经济发展的持续动力”。

他表示,改革开放 30 多年后,中国诞生了很多世界级企业,中国的城市化进程仍在持续,中国经济步入了消费升级的阶段,互联网、零售、教育、体育、健康、旅游等产业蕴含着巨大的发展潜力。

对此次论坛上各方热议的“全球化”和“逆全球化”的力量对比,德·狄维士表示,安利的销售额中 10% 来自美国本土,90% 来自海外市场。因此,全球经济的协同发展对于安利至关重要。中国改革开放 30 多年,经济建设取得全球瞩目的成就,同样受益于全球化。

他直言,目前产生的一些对全球化的焦虑,是在享受了其效益之后才产生的。因为必须承认的是,各国在制定决策时,也要充分考虑本国利益,全球化不可能总是一帆风顺的,“但我们深知合作总能带来机遇,相信不会有哪个国家关起门来会发展得更好”。

对于备受关注的中美经贸关系,德·狄维士回忆说,2003 年,他曾在美国国会听证会发言,呼吁美国延续给予中国最惠国待遇。目前来看,中美经贸互利的格局并未改变,中美经贸关系在两国关系当中“压舱石”和“推进器”的基础作用也未改变。

他表示,中美两国经济总量占全球的 40%,两国增进彼此互信、开放与合作,将成为带动全球经济发展的重要动力,符合中美双方更广泛的长远利益。

(周锐)

苹果 CEO 库克为中国“双创”支招:破除“繁文缛节”



“繁文缛节、官僚程序越少,组织结构越扁平化,就越容易催生创造力。”苹果公司首席执行官蒂姆·库克在 18 日北京召开的“中国发展高层论坛 2017 年会”中表示。

在主题为“全球化新环境下的创新与创业”的分论坛中,库克就中国应如何释放国内创造力、创新力和创业能力发表见解。

“我觉得有一个问题很关键,硅谷很多公司可以说是非常不正式的,完全不受受制于规则,大家不在乎表面的繁文缛节。如果苹果某个普通的员工想跟我说什么话,他直接就可以跟我说,氛围是非正式的,非常轻松的。”库克表示,虽然硅谷的员工不打领带、不穿西装,甚至有时给人一种很混乱的感觉,但这种文化和氛围对创造力的培养非常重要。

库克表示,中国目前的创新创业氛围令他印象深刻。在谈到为何中国移动支付比欧美等发达国家发展更为迅速时,他表示,除了欧美已经习惯使用信用卡的因素以外,中国人以更开放的心态接受新事物是更重要的原因。

“在中国大家愿意接受变更,接受更好的事物,这种积极性更高,所以中国在移动支付这个领域走得更靠前。”库克表示,他接触到的中国创业人员都有这种开放性的态度。

库克此前宣布,苹果公司将在上海和苏州再建两个研发中心,加上之前的北京和深圳研发中心,苹果公司在中国将设立 4 个研发中心。

库克表示,作出上述布局的最重要原因就是中国的人才,“可以说,中国的人才中国的实力所在。无论是应用开发的能力、编写应用的技能,或者是设计方面的能力和创意,各个领域都是人才济济。我们希望能够有机会和这些中国的人才进行合作。”另外,他表示,通过在当地建立研发中心、雇佣人才、与高校合作,对于推动中国“双创”也很有意义。

(陈溯)

G20 财经高官聚首德国 中国专家寄望同挺全球化

■ 赵建华

当地时间 17 日至 18 日,二十国集团(G20)的财长和央行行长聚首德国,中国、德国、美国等全球贸易大国的财经高官将同场讨论全球重要财经议题。中国专家希望,全球化的支持者团结起来,共同维护经济全球化、支持自由贸易。

中国商务部研究院国际市场研究所副所长白明 17 日在此间接受中新社记者采访时表示,当前世界经济复苏低迷、贸易增长乏力,“逆全球化”趋势日益明显。全球化给世界带来的好处显而易见,全球化的支持者占主要力量,但如果这股力量被分化,全球化容易遭遇挫折。各国应该团结起来,寻求各种方式的合作,共同维护经济全球化、支持自由贸易,为全球经济增长增添活力。

白明说,今年的 G20 会议移师德国,同中国一样,德国也对美国保持贸易顺差、被

指责操控汇率。中德同为世界重要经济体、贸易大国和全球化的支持者,推动各方共同建设开放型世界经济、支持自由贸易符合两国利益。

白明认为,“逆全球化”或许会令相关国家获得短期收益,但会让整个世界的蛋糕都做不大。保护主义会让相关国家无法分享到更多利益甚至损害其长期竞争力。以邻为壑只会搬起石头砸自己的脚。白明分析,虽然与德国、中国的贸易中保持逆差,但美国从经济全球化中获得福利远远超过中国等发展中国家。发展中国家处于国际产业链条的低端,许多原材料、初级品往往被“贱卖”,更多的附加值被欧美企业拿走。

据中国商务部部长钟山 3 月 11 日在北京举行的记者会上介绍,美国出口的 26% 的波音飞机、56% 的大豆、16% 的汽车、15% 的集成电路,目的地都是中国。最近 10 年,美国对中国出口的速度要比中国对美国出口

的速度快得多。中美对彼此都非常重要。

中国离不开美国,美国也离不开中国。2016 年中美双边的货物贸易达 5196 亿美元,和 1979 年两国建交时相比增长了 207 倍。双边的服务贸易已超 1100 亿美元,双向的投资累计已经超过了 1700 亿美元。中美关系已经形成了“你中有我、我中有你”利益交融的格局。

仅过去一年,中美的贸易、投资就给美国创造就业岗位超过 100 万个。白明说,中美经贸合作为美国的农民、工人提供了就业。当然,与美国的经贸合作也为中国、德国创造了就业机会。

白明还介绍说,目前中国推动上海自贸试验区建设,已经逐步扩大到 11 个省区市,还会把普遍适用的经验向全国推广。中国将打造开放的高地、投资的热土,和世界共享发展机遇。中国不断开放的市场会为美国创造更多机遇。

中大吨位抢占先机 徐工装载机频频亮剑高端市场

■ 王笑梅

2017 年,随着国内外市场的逐步回升,徐工装载机在国内外高端市场收获颇丰,继在华东地区港口系统实现 6—8 吨级产品批量交车,V 系列 5 吨级装载机批量进驻铁路系统,9 吨级装载机打破国外产品垄断批量进入某沿海港口,N 系列 5 吨级装载机批量出口非洲,7 吨级装载机首次进入海外市场后,3 月初,8 吨级大吨位装载机装船批量发往中东。至此,徐工中大吨位各型装载机产品全部实现了销售,在全球各层次市场的布局实现全面覆盖和延伸。

布局高端市场 引领行业发展路径

徐工中大吨位装载机在高端市场频频抢占先机绝非偶然,而是得益于其一贯坚持的高端精品思路和技术路线,并一直持续引领中国装载机技术发展。

面对国家“供给侧”改革的思路和行业的调整,徐工装载机也积极调整思路,在产品创新上总是能给行业带来惊喜,2016 年,徐工依托欧洲和北美国际化的研发中心,结合国内的需求,推出了全新一代的 V 系列装载机,上市伊始便赢得了客户的高度认

同,订单不断。随着国三系列产品的全面切换完成,标志着从研发、技术、生产、制造、后市场等层面全价值链的无缝对接,全面拉动整个产业链升级,改革了目前装载机销售的既有模式,进一步诠释了“技术领先、用不毁”的产品理念,中大吨位各系列产品不仅打破了国外产品的垄断,而且已经成为各个行业的明星机型,一举推动产业结构朝着中高端进化。

满足客户需求 一切以客户价值出发

徐工认为,高端产品就是为客户创造更高的价值。徐工装载机始终以为客户创造高收益为出发点,自 V 系列装载机推出后,全面启动了“铲业英雄”争霸赛系列活动,操作手与 V 系列装载机完美的配合,让客户切身感受到了徐工装载机高端价值的体现,“真省油”、“好操作”、“能干活”、“易维修”的优点也得到全面展现。

一位客户的机手参加完比赛后兴奋地说:“我充分体会到了徐工‘V’系列产品的优异性能,徐工自主研发的核心零部件将产品的性能发挥到了极致,产品的操作也更加人性化,尤其是在驾驶室内部的细节方面,简直和开小轿车一样,我们公司全部是徐工

的装载机,我建议我们老板全部更换成 V 系列产品。”

扎实夯实两个“层面” 加快全球市场开拓

徐工中大吨位装载机出口已经连续十余年成为行业第一,体现在“国内替代”和“国外出击”两个层面展开。在国内替代层面,自徐工推出高性价比的国内首台第三代 ZL50G 以及变形产品后,在国内高端市场迅速替代国外品牌,成为了国内市场的中坚力量。在国内外出击层面,加强与集团进出口公司的合作,按照国外客户的要求,保持原有重载、高效的特点,对产品进行适应性改进,实现了与众多国际一线品牌势均力敌。

曾经有一位国外客户,5 年前购买了徐工 ZL50G 装载机,5 年后再次有购买需求后,指明就要徐工的装载机,彰显了徐工装载机的品牌效应。现在,徐工中大吨位装载机系列产品,不仅多次实现海外市场的批量销售,且部分产品已经进入了欧美顶级市场。同时,在全球后市场方面大胆提出步子更快一些、胆子更大一些、服务更广一些“3S”全球化服务理念,实现为海外客户提供全方位全生命周期使用保障。

贵州茅台:借力外宣 推进品牌国际化

茅台集团外宣工作会 18 日在仁怀举行,数十家媒体、文化传媒机构的代表及自媒体撰稿人齐聚。与会各方人士表示,茅台正站在加速打造享誉全球的酒业投资控股集团的重要关口。作为知名民族品牌和国家名片,茅台“借力”外宣助推中国品牌、中国制造、中国文化“走出去”。

近年来,茅台正处于转型创新发展的关键时期,呈现出“宣传网络广、文化传播深、形象声誉好、品牌价值高”的良好态势,初步走出一条有茅台特色的外宣之路:围绕“文化”做文章,茅台品牌影响力不断提升;围绕“朋友”做文章,全媒体外宣格局初步形成;围绕“责任”做文章,企业公民角色持续强化。

谈及未来,茅台集团党委书记、总经理李保芳表示,茅台正站在加速打造享誉全球的酒业投资控股集团的重要关口,茅台将进一步挖掘文化内涵,完善传播规划,深化友好合作等。“我们将坚持传统工艺,坚持品牌品质,坚持诚信经营理念,切实增强底气。”

茅台集团董事长袁仁国说,茅台以文化为基点的主题式深度外宣,形成了中国白酒业品牌推介的“茅台模式”,对传递企业价值观、培育消费忠诚度、改善企业成长的舆论环境,发挥了重要作用。

袁仁国称,全球化时代,茅台要走向世界,面对的是与以往不同的舆论环境与社会生态。茅台将在思想认识上“提高度”,国酒文化上“挖深度”,主流媒体上“加热度”,新兴媒体上“强力度”,讲好故事上“求厚度”,品牌推介上“增亮度”体制机制上“求新度”,品牌战略上“求强度”。

(张伟)

便民服务

QQ: 2581962219 广告热线 028-699559066

地址: 红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A

收费标准: 45 元/行/天(13 字 1 行)

独家代理机构: 四川博纳文化传播广告有限公司

注销公告

●川 AL0987 道路运输证遗失
●武侯区有佳果蔬经营部营业执照正本(注册号:5101070600864627)、税务登记证正本(税号:510902198005186878)遗失作废。
●四川泽昌建设工程有限公司开始新津县邓双镇文山村村民委员会的增信普票,发票联 8 张,代码 5100153320,起止号码 07041295—07041302)遗失,声明作废。
●成华区昕雨轩布艺经营部营业执照副本(注册号:510108600599142)遗失作废。

注销公告

●成都市和恒茂投资咨询有限公司(注册号:51010400039038)经股东会决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●自愿放弃股权承诺书:本人雷涛(身份证号码:510184198107242675)作为成都佳源商贸有限公司的股东之一,郑重承诺放弃持有的 30% 股权,自 2017 年 3 月 24 日之后成都佳源商贸有限公司有权对本人持有的 30% 股权进行任何处理,特此声明。

注销公告

四川省戴安娜国际商贸有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61TH9D7K)经股东会决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●成都安德信信息技术有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:915101105758780024)遗失,声明作废。

注销公告

成都希洛商贸有限公司(统一社会信用代码:91510100332087393)经股东会决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川启贤教育投资管理有限公司营业执照正本(注册号:510100000269324)遗失作废。
●注销公告:成都宇康生物技术研究所(普通合伙)(注册号:510109000016296)经全体合伙人决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

●武侯区华亿居家具经营部营业执照正本(注册号:510107061021419)遗失作废。
●四川浦诺石化设备有限公司法人章刘文明(编号:5101008862565)遗失作废。
●成都微映文化传播有限公司营业执照正本(注册号:510105000398132);组织机构代码证正本(代码:099871227);国地税税务登记证正本(税号:510105099871227);在中国银行股份有限公司成都人民南路支行的开户许可证(核准号:J6510059130201, 账号:12122925818)遗失作废。

注销公告

●成都索象贸易有限公司营业执照正本(注册号:510107061021419)国地税税务登记证正本(川地税蓉字 510107096509214 号);组织机构代码证正本(代码:09650921-4)均遗失,声明作废。
●成都中艺美装饰工程有限公司组织机构代码证正本(代码:39507653-5)、开户许可证(核准号:J6510060938001, 开户银行:中国银行股份有限公司成都文翁路支行, 账号:123931067208)遗失作废。
●绵阳豪生正 201629036202 失

注销公告

成都市中顺财务咨询有限公司(注册号:510106000417749)经股东会决议决定注销公司,请债权人自公告见报之日起 45 日内到本公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川瀚源建筑工程有限公司(注册号:5101090000137217)经股东会决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

四川南极星电力设计咨询有限公司(注册号:5101090000137217)经股东会决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

●(0584)及机构信用代码证(代码:G1051012406181400B)遗失,声明作废。
●注销公告
成都道一商务咨询有限公司(注册号:510107000821198)经股东会决议决定注销公司,请债权人自公告见报之日起 45 日内到本公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川瀚源建筑工程有限公司(注册号:5101090000137217)经股东会决议决定注销,请债权人自公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。