全国知名品牌创建示范区建设暨 2016 年区域品牌价值评价结果发布

“新县经皮给药”品牌价值大幅提升

日前，中国质量认证中心在北京召开全国知名品牌创建示范区建设暨 2016 年区域品牌价值评价结果发布会。国家质检总局质量管理司副司长王海东，中国检验认证集团领导、中国质量认证中心主任陆梅等出席会议；来自质量、品牌和不同行业领域的多位专家、省级质量技术监督部门和 370 余个园区代表以及相关媒体受邀参加了会议。会上，中国质量认证中心发布了 160 个区域品牌价值评价结果，以及全国知名品牌创建示范区 2016 年区域品牌价值评价百强榜等 5 个榜单。全国唯一的经皮给药知名品牌、去年通过验收并获国家质检总局批准命名的“新县经皮给药产业知名品牌”连续第二年参评，其品牌价值大幅提升，由 2015 年的 5.08 亿元上升到 10.57 亿元，其潜在价值更高达 35.13 亿元。同时，新县的“大别山红色教育游”区域品牌以价值 38.62 亿元，入选全国知名品牌创建示范区 2016 年区域品牌价值评价百强榜。

据悉，为落实习近平总书记提出的“中国速度向中国质量转变、中国制造向中国创造转变、中国产品向中国品牌转变”的精神，切实贯彻国家“提品质、增品种、创品牌”战略，国家质检总局在“全国知名品牌创建示范区”建设工作的基础上，又推出区域品牌价值评价这一创新工作；受质检总局质量管理司委托，中国质量认证中心连续两年开展了全国知名品牌创建示范区区域品牌价值评价工作。

区域品牌价值评价工作，遵循自愿参与、免费评价的原则，采用资产组合超额收益折现法，以区域品牌资产组合体为对象，除了计算区域品牌超额收益的经济指标外，还考量了区域品牌的发展潜力和未来抗击风险的能力等要素，力求通过科学公正的评价，为园区开展区域品牌建设提供指导；通过主客观相结合的评价方式，导入权威行业数据以及舆情监测信息，最终得出区域品牌价值评价结果。

近年来，新县县委、县政府高度重视“全国知名品牌创建示范区”工作，将创建工作上升到战略高度，全力保障创建工作经费，设立奖励机制推动质量提升，树立企业质量标杆。作为创建全国经皮给药知名品牌的骨干企业河南羚锐制药股份有限公司、河南羚锐生物药业有限公司更是全力以赴地参与其中，做实做细相关工作，为示范区创建成功发挥了独特作用；通过做实做精产业链条，做强做大经皮给药品牌，不断扩大产业规模，充分利用资本平台以及银杏叶、茶叶、油茶、中药材等地方特色资源，抢抓机遇、加快发展；在聚焦医药制造主业的同时，积极涉足大健康产业、医疗器械、中药材种植养殖、宾馆餐饮服务、文化旅游与养老等产业，在行业内建立左右侧互补、上下游延伸的产业经营格局，实施产业聚集效应，带动当地中药材种植养殖、农产品深加工、城建和房地产、邮政和物流、电信和旅游及餐饮等相关行业的发展，安置上万富余社会劳动力就业，基本实现“一人进厂，全家脱贫”，走出一条山区、贫困地区，尤其是革命老区兴办企业的新路子，探索出了一种通过产业扶贫、增加老区造血功能，打好扶贫攻坚战的新模式。

河南省新县是河南省唯一、全国闻名的“将军县”。革命战争年代，这里是中共中央鄂豫皖苏区首府，是许世友、李德生、郑维山等 43 位共和国开国将军和 50 余位省部级领导干部的故乡，也是红四方面军、红二十五军、红二十八军等多支主力红军的发祥地。近两年来，新县地方政府紧紧围绕“山水红城、健康新县”的发展定位，坚持“红色引领、绿色发展、古色添彩”的发展思路，做实叫响“大别山精神教育”“革命传统教育”和“大别山红色游教育”等主题教育，聚力推进旅游产业发展，相继获得全国爱国主义教育示范基地、中国优秀旅游目的地、全国休闲农业与乡村旅游示范县、全国旅游标准化示范县等多项国家级荣誉；在“全国经皮给药产业知名品牌示范区”创建成功并取得良好效果的基础上，以弘扬大别山精神为宗旨，依托地方独特资源，特别是红色资源丰富、底蕴深厚且拥有鄂豫皖苏区首府革命博物馆、鄂豫皖苏区首府烈士陵园等全国爱国主义教育示范基地，境内拥有国家级革命历史文物保护单位 7 处、省级 12 处、市级 7 处、县级 61 处，革命历史遗迹和纪念地 200 多处，以及“大别山干部学院”红色教育资源等优势，及时推进并实施了“全国大别山红色教育游知名品牌创建示范区”工作，国家质检总局已于 2016 年 12 月 28 日发函批准筹建。下一步，新县将以此次品牌价值评价为契机，发挥品牌引领作用，通过推进和实施知名品牌创建示范区工作，促进区域产业转型升级，积极开发并利用好地方红绿色资源，发挥其最大的经济与社会效益，进一步促进老区经济社会发展，造福地方人民。

（孙政春 汤兴）

东风德纳车桥公司 齿轮加工步入数字化时代

“自从应用‘数字化样件’技术后，产品调整效率明显提升，齿轮实物质量更加稳定可靠。”近日，在东风德纳车桥十堰工厂齿轮车间三坐标检测室，调整班班长胡安福对笔者感慨道。随着检测针在被动轮的齿面、凹面、齿根等部位不停地探测，一组数据在一旁的显示屏上精准的显示出来，这些数据经过与该品种齿轮数字化模型比对，计算出 4 个误差数据 A、B、C、D ，检测报告随之打印出来。

调整工贾红晓拿着这份检测报告，迅速来到加工这件齿轮的铣齿机，对照数据调整开来。据贾红晓介绍，ABCD 分别代表工件箱、机床位、刀位、压力角，这四个机床位置精度的调正，决定齿轮的加工尺寸，稍有偏差，加工的齿轮就不合格。只见他迅速将磁力表架固定在调正部位，安装上百分表，对准要调整的位置，再用专用扳手调整螺钉，按照检测报告提供的数据，或进或退：0.5mm、1mm 不等。当四个部位调整完毕，贾红晓一边装上一个齿轮，启动机床，一边说：“这下可以放心地干了。”

据主管这项技术推进的工程师刘敏介绍，“数字化样件”是根据图纸尺寸建模，齿面网格划分 5×9 个坐标点，测量齿面坐标与样本齿面坐标对照，并计算出误差修正参数。根据齿面误差测量数据和误差修正矩阵，对切齿或磨齿齿面进行修正，使齿面误差控制在理想范围内。然后模拟分析，调整边界条件等各个参数，得到符合图纸的印痕形状，同时得到磨齿、切齿印痕的加工参数，并用于加工。加工完成后与标准齿轮进行对比得到齿面误差，对滚试验后与图纸要求的印痕和模拟仿真得到的印痕进行比较并模拟状态，调整磨齿、切齿参数继续加工，如此反复进行此过程，从而得到零件的加工参数，实现加工与检测的协同统一，固化加工参数，下次再加工时可直接使用此参数。

与传统的实物样件相比，“数字样件”技术经过近一年的实际运用，优点突出效果明显。一是齿轮齿形技术参数实现了量化检测（精度可以达到微米级）和判定，齿厚误差范围±0.05mm，检测结果准确可靠。二是电子样件的建立，保证了每批次加工齿轮齿形技术参数的一致性。三是操作者根据检测零件后给出的量化反调数据，对磨齿、切齿、机床调整参数进行量化的反向调整，调整效率高，反调 1–2 次即可达到标准。同时也降低了调整工的技术要求。

“数字化样件”技术是世界上目前加工弧齿锥齿轮最先进的工艺方法。该项目的应用，标志着东风德纳车桥公司目前已掌握了弧齿锥齿轮磨齿齿轮齿形加工的最先进技术，在国内处于领先水平。

截止到目前，该公司齿轮研究所共完成电子样件品种 16 个，虚拟样件个数 85 件，共制定了 85 份样件控制标准。下一步，还将导入克林贝格齿轮测量中心 P65 数字化样件，逐步实现“数字样件技术”磨齿、切齿所有齿轮系列品种全覆盖。（唐胡坤 李忠）

母婴电商行业多接触消费者 才更有利于做好市场营销

近日，蜜芽市场部副总裁任剑分享了母婴电商行业市场营销方面的一些心得。

任剑介绍道，随着代购在国内逐步受到热捧，以及中国新生儿父母的育儿理念的不断更新，越来越多的人通过海外代购和跨境电商完成母婴消费升级。然而，几年前的国内母婴市场以传统门店和零售公司为主，在经济发展中稍显边缘化。从公关传播的角度来讲，母婴品牌的营销思维也比较传统，缺乏灵动性和特色。

因此，任剑就职蜜芽市场部副总裁之后，筹备了“纸尿裤疯抢节”、“风尚大典”等品牌营销活动。

从 2016 年春季大促开始，蜜芽还启动了社群+跨界+泛娱乐的营销战略。并与电视台跨年演唱会、元宵喜乐会等活动合作，完成了电视娱乐+消费的营销闭环。

代言人方面，母婴行业的品牌或电商，一般都会选择明星作为代言人，而蜜芽却选择男主持人汪涵作为品牌代言人，启用了“超级奶爸”的概念。

对此，任剑解释道，代言人的选择比较复杂，不能只考虑明星的知名度，形象契合也是很重要的条件。代言人不仅要有健康向上的个人形象，还要有一定的说服力，能向消费者传导正确的生活方式。“随着消费习惯和育儿思维的更新，照顾孩子已经不仅是妈妈的责任，爸爸也需要参与到育儿生活中。而且，蜜芽作为新生品牌，需要在众多品牌中找到差异化的定位，恰逢汪涵喜得贵子，所以选择他作为品牌形象代言人。”

在广告投放方面，任剑表示，现在的广告投放有了更多的选择，但是电视投放费用不断上升，效果却参差不齐，视频媒体面临分屏化，体量巨大且难辨真假。“结合人们的阅读行为碎片化和分屏化的行为，我们选择多场景覆盖、举办多种活动、架构不同的广告场景等方式，提高蜜芽与消费者接触的频率。”

除营销活动与广告投放外，任剑指出，用户的消费体验尤为重要，把握好消费者的整体诉求，才能提升品牌知名度，吸引消费者进行消费。

初期的大促和品牌 IP 化都是为了在“利”上对消费者进行引导，但要想进一步提高品牌美誉度，还是要提高消费者对品牌的信服感。“为了让消费者长期选择在特定母婴平台上消费，不仅要提高消费体验，还要将泛娱乐营销和社群营销相结合。通过电视、视频、新媒体增加与消费者的沟通频率，通过直播和微信公众号等条件，输出科学的知识服务，将电商平台打造为交流育儿经验的平台。”

提到未来的品牌规划，任剑表示，蜜芽会开通包括亲子乐园、早教、医疗等线下服务。2018 年，要在一、二线城市开办 200 家蜜芽乐园。线上也会有适当的扩展，但不会盲目扩张，更不会试图打造综合型的电商平台。

（皇甫方林）

兴乐蝉联柳市镇“产值超十亿功勋企业”

3 月 27 日，浙江省乐清市柳市镇经济工作会议召开。大会表彰了 2016 年度全镇经济工作先进单位、先进个人。德力西集团、人民电器集团、兴乐集团、天正集团、正泰集团等七家企业荣获柳市镇“产值超十亿元功勋企业”。此外，兴乐易购获柳市镇“网络经济重点企业”，兴乐环保电线电缆获“浙江名牌产品”，兴乐员工郑利娜、陈双双获得财务统计工作先进个人。

据悉，2016 年柳市镇全年实现 GDP242.1 亿元，增长 10.0%；规上工业产值 469.6 亿元，增长 6.3%，主要经济指标大多数远超苍南、平阳、洞头等温州市六个县（区）。

2016 年，在宏观经济整体低迷的市场环境下，兴乐全体员工坚定信心，主动适应新常态，抢抓发展机遇，齐心协力，攻坚克难，以提高发展质量和效益为中心，强化建立以市场为导向的技术创新体系，深化质量管理和推行精益管理，全面完成了各项经营指标，业绩稳中有升。（沙沙）

花木之乡利用网络营销赢市场

种植面积超过 48 万亩的花卉苗木，不仅是“中国花木之乡”江苏沭阳的农业支柱产业，其“热岛”效应近年逐步增强。记者近日在这里采访发现，当地的花木产业正向二三产业延伸，在互联网上销售占到了一半。

花木经纪人秦涛 2011 年 5 月创办了网店，主要经营时令花卉以及植物种子等。“目前年实现销售 80 万元，用工 5 人。”

沭阳在传统花木营销模式基础上，依托网络搭建新型销售平台，花农在淘宝上开店达 3000 多个。

据统计，沭阳有花木从业人员 20 万人，沭阳花木生产规模超 500 万元、1000 万元的企业，分别达 42 家、12 家，园林绿化一、二、三级资质企业有 50 多家。

目前，沭阳花木种植分布在新河、颜集、扎下等乡镇，不仅带动了本地人从事种植，还带动了周边县乡的许多人就业。

越来越多的人开始使用互联网。今年 50 岁的颜集镇农民张民说，他种植花木的规模并不大，自产自销全部收入归自己。“儿子原来常年在外打工，后来看到家乡花木产业的发展充满机遇，便回家从事花木经营。在他的帮助下，除了种植花木，我的主要任务是上网看订购量、订购地址，按照要求找到镇上的快递公司发过去。”

在沭阳县颜集镇、新河镇，记者看到，十几家快递公司的工作人员在忙碌着向全国各地发货，营养土、花木籽种等经营门店遍布全街。

“沭阳的花木产业不仅仅是种植，还带动了加工、物流、贸易和销售全产业链。”全国人大代表、苏北花卉股份有限公司董事长李生说，沭阳花卉这一产业在向产业集群的方向发展。

互联网销售也改变了当地人的生活。张民说，沭阳人以前见面都问吃过了没有，现在见面多问在哪里上班。外出打工的青壮年现在回家门口就业，还能照顾老小，空心村镇少了，多年前的人气又回来了。

“乡村没有就业就没有收入，就没有老百姓的安居乐业。”沭阳县县委书记蒋建明说，未来随着花卉产业增加了政府收入，政府将加大民生投入，让更多沭阳人收益。

（佚名）

发挥微信优势 助力橱柜企业多渠道营销

随着信息技术不断发展，越来越多的橱柜企业开始采用多渠道营销模式。微信营销是时下最热门的营销方式之一，无论品牌影响力是高是低，无论企业规模是大是小，几乎都有本企业的微信订阅号或服务号。然而，在低关注度的橱柜行业，能够真正将微信营销做到游刃有余的企业还是少数，针对这样的现状，橱柜企业应如何解决？

内容与消费者脱节 揭当下微信营销现状

橱柜企业采用微信营销符合社会发展潮流，不少橱柜企业对微信营销的期望较高，但对于微信营销却大多还停留在探索阶段，真正运用出理想效果的品牌比较少见，行业属性是限制企业开展微信营销的决定性因素。业内人士认为，目前橱柜企业在进行微信营销中存在两大问题。

首先，“橱柜品牌在运营微信中不少是以做广告为主，但由于行业属性的制约，一旦微信内容与产品结合就显得广告意味很强烈，容易变成硬广。其次，企业的吸粉量本质上与微信传递的内容相关。消费者往往在需要购买橱柜的时候会比较关注橱柜品牌，购买后很可能会取消关注，当粉丝与内容失去关联性后，如果继续大量推送产品或企业新闻，反而可能会造成信息过量，进而导致消费者的阅读疲劳，使得关注者由粉转路人转黑。

橱柜企业运营微信的主要问题在于，内容和互动上不同程度地与粉丝脱节。内容上，千篇一律的产品信息，促销信息，以及企业资讯等已经让读者“望而却步”。互动方面，橱柜企业微信公众平台上设置的互动栏目，多数沦为“摆设”。橱柜企业对微信营销抱有的期望无外乎希望能起到促销作用，从而为经销商服务，为终端服务。微信中“粉丝经济”的成功案例并不少见，然而对于橱柜行业而言，粉丝要从线上关注转为线下交易并不容易。

发挥微信自身优势 建立企业与粉丝良性互动

想要把微信做到象一些快消品牌的影响力，需要详细的规划，还有人员和经费的投入，目前行业企业很少愿意去这么做。在微信营销中，或许部分橱柜企业已经逐渐忘记或者忽略了微信本身具有的即时性、便捷性、互动性、亲和力等特点，而微信吸引企业和用户的地方都在于其“得天独厚”，因此，充分发挥微信独特的优势值得深思。

要知道，一味地将企业的意志“强加”给读者，将企业所希望传递给读者的内容推送出去，而没有时时考虑读者是否需要，是难以保持长期的良好营销效果的。换而言之，增加微信内容的原创性、趣味性和关联性，创造并保持与粉丝之间的互动是微信营销成功的制胜法门。

目前，业内对微信营销陷入的困境大体意见相同，无外乎吸粉难，点击率和转发率低，取消关注时有发生，难以转化为线下交易。橱柜企业不妨重新思考自身运营微信公众平台的初衷是什么，定位是什么，是企业内部的沟通平台，带动销售的交易平台，联系消费者的互动平台还是品牌宣传的推广平台，或许能豁然开朗。实则，追求微信营销的“粉丝经济”不仅局限于将产品卖出去，如果注重的是这一方面便要考虑到“一次性消费”和“退订”都是必然的，无须纠结困惑或者试图“挽留”。

当下，仅靠传统方式进行营销已经无法让橱柜企业在这个信息化、互联化的环境生存，微信的出现让不少传统企业看到新的希望。但如何有效地运用微信这一营销工具，使之为企业服务，橱柜企业还需认真思考。

（中橱）

宝钢股份营销中心 全面打造营销新优势

日前，宝钢股份营销中心举行首届五次职代会。会议号召营销中心各级管理者和员工保持市场的敏感性，以客户为中心，寻求营销策略的优化和价值提升，推进智慧营销的转型升级，为公司实现“成为全球最具竞争力的钢铁企业，成为最具投资价值的上市公司”打下坚实基础。

去年，面对钢铁行业产能过剩、产业集中度低，竞争激烈等挑战，营销中心紧紧把握用户需求和市场波动规律，坚持差异化竞争策略，始终引领行业发展；以成本削减目标刚性落地为抓手，以创新变革和超常规手段为实施保障措施，积极探索营销和服务转型，圆满完成去年营销任务。

今年，面对复杂多变的外部市场环境和艰巨繁重的内部任务，营销中心将以“市场导向、融合创新、系统策划、供需联动、四地协同”为指导思想，着重围绕以下工作，全面打造营销新优势：深度策划整体产销平衡；优化品种结构，提高品种钢市场占有率；持续推进产品开发，全面提升产品竞争力；深化四大基地协同，探索宝钢特色的制铁所运营营销新模式；聚焦 QCDDS 总体能力，全面提升客户价值；持续推进营销创新，建立营销新优势；深化营销基础管理，严格防范销售风险等。（中钢）

便民服务 代理机构：四川博纳文化传播文化有限公司 QQ：2581962219 收费标准：55元/行/天（13字1行） 广告热线 028-69959066 地址：红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A

律师提示：本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●四川方言汽车服务有限公司营业执照副本（统一社会信用代码：91510106343108670P）遗失作废。

●川 AD061U 道路运输证遗失

●四川链家房地产经纪有限公司海滨广场分公司营业执照正本（统一社会信用代码：91510122MA62MW787A）遗失作废。

遗失公告

四川省工商局 2017 年 3 月 28 日颁发的统一社会信用代码为 91510000567641642U 的四川链家房地产经纪有限公司佳灵路第二分公司营业执照正本（1 本）不慎遗失，声明作废。

特此公告

2017 年 4 月 7 日

●成都野驴汽车服务有限公司税务登记证副本（川税蓉字 510105096782245 号）遗失作废。

注销公告

成都市沁雨风商贸有限公司股东决定解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区西华街道金罗社区八组向公司清算组申报债权。

成都市沁雨风商贸有限公司清算组

2017 年 04 月 07 日

遗失公告

成都市地方税务局颁发给成都美腾会议服务有限公司地税税务登记证正本（副本）川地税字 5101057949496O4 号遗失，特此声明作废

●杨欣、吴润将生育服务证 S2016510107008037O1 遗失作废

●成都宇浩物流有限公司营业执照副本（注册号 510108000052909）遗失作废。

●成都尚品尚建筑装饰工程有限公司，营业执照正副本统一社会信用代码：91510101003429906 22C 遗失作废。

注销公告

成都康特物业管理有限公司经股东决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●注销公告：成都康顺特电子工程技术服务有限公司经股东决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告

成都亚德实业有限责任公司经股东会决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告

成都市康达高科科技有限公司经股东决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●成都海燕罗兰文化传播有限公司营业执照正本（注册号 510107000865746）遗失，声明作废。

●四川帝耕农牧科技有限公司地税税务登记证正本（税号 510198309025439，发证机关：四川省地方税务局直属税务分局，发证时间：2015 年 7 月 21 日）；国税税务登记证正本（税号 510198309025439）；组织机构代码证副本（代码：30939025-4）遗失，声明作废

遗失公告

四川省工商局 2014 年 12 月 03 日颁发的注册号为 510000000397929 的四川帝耕农牧科技有限公司营业执照正本（1 本）不慎遗失，声明作废。特此公告

2017 年 4 月 7 日

●金牛区超恒包装盒经营部营业执照正本（注册号：510106600598 57）遗失作废。

●成都广药新汇源医药有限公司开具给四川君海医药有限公司四川增值税专用发票一份，发票代码 5100163130 发票号码 02705975 发票联和抵扣联遗失

●成都广药新汇源医药有限公司开具给广元市光华药业有限公司四川增值税专用发票一份，发票代码 5100161130 发票号码 04643421 发票联和抵扣联遗失

注销公告

成都辉浩商贸有限公司（注册号 510132000054579）决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●高新区鑫华鑫门窗经营部个体工商户营业执照正副本注册号 510109600257053 遗失作废

●成都龙迈亚文化交流咨询有限公司 营业执照正副本（注册号：510105000035817）、组织机构代码证正副本（代码：669654807）、税务登记证正副本（税号：510105669654807）遗失作废。

注销公告

成都金波商贸有限公司（注册号 510104000109449）经股东会决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●什邡市方亭悠品汇服饰店，税务登记证副本，川税什字 511121197507147205O1 号，发证机关为：四川省什邡市国家税务局，四川省什邡市地方税务局。此证遗失作废，特此声明

注销公告

四川四方红展览展示有限公司（注册号：510106000412362）经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

成都瑞梵文化传播有限公司（注册号：510105000055546）经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●于忠彪，高廖乐购买保利公园 198-紫荆花语 6-2-2203，收据号：0285686 金额：107587 元，遗失作废。

注销公告

四川四方红展览展示有限公司（注册号：510106000412362）经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都汇优农业有限公司营业执照正副本统一社会信用代码 91510100MA61TR270R 遗失作废

●成都实禾坊商务信息咨询有限公司发票专用章（编号：5101009392838）遗失作废

●中国水利水电第一工程局驻成都经济联络处登记证正副本（登记证号：510100900015485）；组织机构代码证副本（代码：66756483-2）不慎遗失，声明作废。

●锦江区永创广告设计制作工作室个体工商户营业执照副本注册号 510104600181213 遗失作废

●四川力仁建筑工程有限公司任亚东 二级建造师注册证书（证书编号：00916528，注册专业：建筑、公路）遗失作废