

走进新时代 中国品牌当自强

第十二届中国品牌节 8 月 8 日成都盛大开幕

■ 本报记者 袁红兵

8月8日,由品牌联盟主办,以“定力与奋进”为主题的通威·2018(第十二届)中国品牌节在成都中国西部国际博览城隆重开幕。

第九、十届全国人大常委会副委员长、中国关心下一代工作委员会主任顾秀莲,澳大利亚第26任总理、美国亚洲协会政策研究院院长陆克文,中国品牌之父、中国品牌节组委会主席艾丰,国际质量科学院院士、国务院参事郎志正,成都市委副书记、市长罗隆基,成都市人民政府副市长范毅,成都市政协副主席、四川天府新区成都党工委书记杨林兴,成都市人民政府秘书长周先毅,四川省企业联合会、企业家协会会长邹广严,中国国际能源集团控股有限公司党委书记、董事局主席吴国迪,十一届全国政协常委、全国人大代表、通威集团董事局主席刘汉元,启迪控股董事长、清华大学MBA校友会会长王济武,依文企业集团董事长、正和岛副董事长夏华,著名大数据专家、电子科技大学大数据中心主任周涛等政府领导、国际前政要、品牌专家、知名企业家、著名学者及主流媒体等近两千人出席开幕式。

顾秀莲在开幕式致辞中表示,成都承担着发挥新经济牵引的作用,并肩负着实施面向未来产业发展战略的重要责任,期待看到成都品牌未来的快速发展与“品质成都”的定位享誉世界。成都天府新区作为“一带一路”建设和长江经济带发展的重要节点,要突出公园城市的特点,考虑生态价值努力打造新的增长极,建设内陆开放经济高地。

罗强代表中共成都市委、成都市人民政府和成都市1600万人民对出席本届品牌节的嘉宾表示热烈的欢迎,对长期以来对成都发展给予的关心支持帮助表示衷心的感谢和崇高的敬意。

罗强表示,成都正切实做强做优成都主干功能,进一步强化品牌发展定力,深入实施品牌战略,加快打造品牌产品、品牌企业、企业产业、品牌经济和品牌城市,不断增加优质供给,推动经济社会实现高质量发展。

国字宋河代表豫酒参加第二届中国高端酒展览会

■ 本报记者 李代广

8月8日上午,第二届中国高端酒展览会于济南国际会展中心盛大开幕,全国百家知名酒企齐聚济南,宋河酒业代表豫酒品牌,携国字宋河、宋河粮液等系列产品,受邀参与本次展会。

连续两年在济南举办的中酒展汇聚了大量的酒类高端品牌、千万商机,历来被称为国内高端酒类产品的“集中营”,国字宋河作为高端豫酒的经典代表,已连续两年代表河南参加中酒展,与业内大咖交流大品牌战略的同时,更是以优异品质、厚重文化礼遇全国客商。

在宋河酒业展厅,刚刚在六月份进行包装、品质全面升级的新国字宋河很快引起了广大客商的注意,“虽然产品名称还是国字宋河,但新升级的国字九号、国字六号、国字三号三款产品在包装上更加简约大气,符合现代人简约不简单的审美。

作为中原地区浓香型白酒的典型代表,国字宋河不仅具备了稀缺浓香的价值,同时也是两届浓香型白酒国家标准的制定者之一。

在今年年初办泸州2018年中国国际酒业博览会上,宋河粮液46度“锦鲤添福”,凭借优异的品质斩获“青酌奖”年度新品大奖。

本次参展济南酒展,中国副食品流通协会会长何继红更是为宋河粮液品质再次点赞,认为这才是来自中原的中国名酒所具备的。

贵州省科技厅将为院士工作站提供全方位服务

贵州省科技厅副厅长林浩说,陈坚院士在茅台集团设立工作站,是中国最好的酿酒大学和中国最强的酿酒企业强强联合,标志着茅台集团与江南大学的战略合作迈向深入。茅台集团以“陈坚院士工作站”建设为契机,充分发挥院士工作站在高端人才引领和技术研发方面的优势,为茅台集团人才培养、企业管理、技术创新等提供强有力的支持。“陈坚院士工作站”的建立体现了企业在创新发展中的主体地位,是落实国家创新驱动发展战略的具体体现,必将有力的提升茅台集团的科技创新能力。省科技厅也将为院士工作站开展科技创新发挥作用创造良好条件,提供全方位的服务。



在“成都造”品牌发布仪式环节,成都电视台主持人赵亮对成都造活动进行推荐。据悉,成都造品牌评选活动将会推出大家公认的成都本地造的品牌,其中包含成都造中华老字号、成都造中国驰名商标、成都造地理标志商标、成都造创新创造发展品牌四大类别,最终推荐出消费者心目中的最具价值品牌商品。

刘汉元作为企业家代表在开幕式上致辞,他回顾了通威的发展之路,并深刻阐释了他对于品牌与社会责任的理解,同时还将通威对于新能源领域的规划向在场嘉宾进行了介绍。在开幕式上,他向陆克文赠送了新能源礼品——通威高效单晶双面PERC太阳能电池片。

陆克文为刘汉元授予了“2018(第十二届)中国品牌节最具社会责任企业领袖”牌匾。

艾丰作为“定力与奋进”的主旨演讲。他从“定力”与“奋进”的角度,探索新时代中国品牌将如何保持战略定力,提升中国自主品牌抵御外部冲击的能力,尤其是自中美贸易战打响之日起,中国如何应对才是中国智慧的体现作了阐述。他认为,特朗普发起的中

美贸易战为中国经济开出了问卷,给出了好多的必答题,让中国必须好好思考一下,认识清醒一点。同时,他也认为,中美贸易战证明了中国已经能够对美国形成一定的挑战,他希望中国的企业家们能够在激励的实战中不断提升。

陆克文就《中国品牌引领全球智慧》做分享。他表示,30年前他曾来成都,30年的变化让他感到震惊。中国政府提出了全球治理的中国智慧与中国方案需要有更多走出去的中国品牌进行支撑。成都市政府应该鼓励外国人到中国来创业,因为中国的创业环境良好。而企业在品牌建设方面,他建议,品牌创新、品牌质量、品牌价值、品牌竞争力应该相互依托,才得以构建一流品牌服务。相信本届品牌节的召开将成为四川和成都一次绝佳的向世界展示自己巨大潜力的机会。

关于中国品牌的坚守与创新,夏华分享了25年的品牌坚守与创新。她提到,对于在座很多中国品牌的创始者可能这25年每个人经受了所有零售的过程,从一个品牌的创建,从中国百货业兴起到MALL的兴起,再到互联网新零售,每一个时代都面临冲击,今天活下来的很多品牌都值得我们敬意,这也是

“安全行为规范”入脑入心

为使“安全行为规范”真正入脑、入心,川煤集团广能公司绿水洞煤矿通过广播、网站、宣传展板等载体和职工班前会学习时间,向职工灌输“安全行为规范”,使之充分理解规范的意义并化为遵守规范的自觉行动,促进矿井安全生产。图为8月6日该矿即将下井的职工学习“安全行为规范”细则。

贺全明 黄华明 摄报道

用爱心来接力 为建设者加油

全国农村留守儿童关爱保护“百场宣讲进工地”走进中建一局五公司

8月3日,以“用爱心来接力、为建设者加油”为主题的全国农村留守儿童关爱保护“百场宣讲进工地”(四川分场)宣讲活动,在中建一局五公司成都天投国际二期项目举行。该活动由农村留守儿童部际联席会议办公室、中华人民共和国民政部、中国建筑集团有限公司主办,四川省农村留守儿童联席会议办公室、四川省民政厅、中建一局(集团)有限公司承办,成都天府新区永安公益事业发展中心全力配合执行。

四川省民政厅社会事务处处长康金河,社会事务处调研员杨平,成都天投地产开发有限公司党总支专职副书记雷世文,中建一局五公司工会副主席、女工委主任耿秀彦,基础设施分公司党总支副书记冉琛,基础设施分公司副总经理、第二十五大高级项目总监王贵林等出席活动。

据悉,本次活动以建筑工地为主阵地、以外出务工人员为主要对象,由永安公益全力配合执行,把农村留守儿童相关政策和关

爱技能送进建筑工地、送到外出务工人员身边,切实维护农村留守儿童基本权益,使农村留守儿童得到更好的关爱保护。

康金河在致辞中表示,开展此次活动目的就是希望广大在外务工人员为加强家庭经济建设的同时,也要切实履行对孩子的监护义务,亲情和关爱不因外出而隔断,不因距离而减弱。希望社会各界、公司企业以及爱心人士,共同关心关注留守儿童的健康成长,切实维护工友们的合法权益,认真落实国家相关福利政策,为我们的留守儿童父母创造更加良好的工作环境,一起为促进我国儿童福利事业健康发展共同努力。

耿秀彦在致辞中表示,中建一局作为世界最大投资建设集团——中国建筑旗下最具国际竞争力的核心子企业,勇于肩负社会责任,中建一局五公司率先倡导建起了“候鸟之家”。目前,活动的总行程遍布全国,数千公里,惠及到了数万贫困留守儿童和家庭。四川省是我国的劳动力输出大省,有众多的留守

每一年中国品牌节有这么中国品牌来参加缘由。

吴国迪在演讲中提到,“国能在过去作为一个传统能源企业,如何能够提供更多的价值?我们认为不仅要要有科技、有技术、有品牌。在品牌后面最核心的就是创新能力。拥有了新的技术、新的商业模式,用了智能的手段,为所有的客户提供了价值,才能成为优秀的企业。”

活动现场,顾秀莲、陆克文、罗强、艾丰、刘汉元、吴国迪、王济武及中国品牌节组委会秘书长、品牌联盟董事长、品牌联盟商学院院长王永作为启动嘉宾共同出席了启动仪式。

夏华、王济武、吴国迪、周涛就《中国智慧与创新之路》《经济崛起理应科技为先》《智慧科技正在如何改变城市的现在与未来》《大数据伦理挑战》等话题进行了分享。

当前,发展新经济、培育新动能已成为世界各国竞相抢抓的热点,更是关注的焦点,呈现出迅猛发展的态势。成都以聚焦发展新经济、培育新动能为目标,重点发展“六大形态”,加快构建“七大应用场景”,加快建成最适宜新经济发育成长的新型城市。

本届品牌节首进成都,将充分发挥资源优势,发扬品牌精神,聚集各方之力,广纳百家之言,助力成都提升品牌核心竞争力及影响力,助推成都企业创新发展,帮助成都市政府加快实施成都发展新经济、培养新动能目标,为品质成都建设带来新亮点。

在以《定力与奋进:中国制造与中国品牌》为主题的高峰对话环节,王永邀请完达山乳业股份有限公司董事长、总经理王景海,华谊嘉信集团董事长黄小川,御家汇董事长戴跃锋,通威集团副总裁、通威新能源董事长胡荣柱,PALA旅行创始人、白日梦旅行平台创始人兼CEO孙博就成都品牌发展进行探讨。

据悉,中国品牌节自2007年成立至今已成功举办十一届,被誉为中国品牌界的奥运会,先后在北京、青岛、贵阳、大连等城市举办,目前已成为中国品牌活动领域颇具影响力的宣传展示中国自主品牌形象的综合传播平台,同时也是中国品牌间互相交流、学习、促进、提升的资源合作平台。

羚锐制药走访慰问新县人武部和武警官兵

“八一”建军节期间,羚锐制药副总经理余鹏等一行先后来到新县武警中队、河南省新县人民武装部,代表羚锐集团向广大官兵致以节日的问候和美好祝福,并送上慰问金和羚锐粽子兄弟香菇酱、柠檬姜茶等羚锐大健康产品。

余鹏对新县武警中队、人武部在支持羚锐企业发展、维护新县社会和谐稳定中做出的贡献表示感谢,今后羚锐将以“军企共建”“军民共建”等形式增强羚锐与官兵的鱼水关系,同时做好拥军优属工作,为推进平安新县、和谐新县、魅力新县建设作出更大的贡献。

作为成长在大别山革命老区、鄂豫皖苏区首府、全国著名的“将军县”——河南省新县的一家医药健康品生产销售企业,长期以来,羚锐制药注重爱国拥军优属工作,把“双拥”工作列入企业工作计划,建立了拥军组织机构和工作制度,配备了本单位的国防教育制度和教育设施,使爱国拥军成为公司员工的自觉行动;公司积极参与,支持国防和军队建设事业,促进了军地和军民的和谐团结;同时积极组织,促使军民共建活动丰富多彩;爱国拥军,促进国防后备力量建设;对保持地方的稳定,起到了较好的促进作用。2011年羚锐制药曾被河南省“双拥”工作领导小组授予“河南省十佳爱国拥军企业”称号。

(汤兴文/图)



卓凌鞋业打响“银网战役”第一枪

8月1日10点41分,上海虹桥到北京南的G122高铁列车极速而行。作为“卓凌冠名宣传专车”,G122车内的海报、头枕巾展演着卓凌品牌及产品的风采,意味着浙江卓凌鞋业有限公司健步鞋营销“银网战役”正式打响。

据悉,“银网战役”是卓凌鞋业利用高铁推广、电商新零售、专卖店营销构建卓凌健步鞋销售网络的重大举措;是以优质产品开拓市场,以优质服务赢得客户为支点的营销活动,志在探索“新一代老年健步鞋”创新发展之路。

卓凌鞋业始创1996年,现主打老年健步鞋。为此,卓凌鞋业不仅在健步鞋的品质与技术上舍得重金投入,在品牌推广、渠道优化、终端布局等方面也下足了功夫。之前,卓凌鞋业携手金马影帝陈建斌重磅推出“新一代卓凌老年健步鞋”,以匠心品质与创新研发了系列功能性老年健步鞋,为其“银网战役”做好了攻坚准备。

8月2日,彩旗飘飘、锣鼓声声。卓凌“新一代老年健步鞋”电商启动,工厂店、浙江店、河南店、山东店、河北店等国内超市共50多家专卖店同步开业,并以崭新的形象亮相大江南北、神州大地,在中国又编织了一张牢不可破的营销“银网”。

据温岭市鞋革业商会会长、浙江卓凌鞋业有限公司董事长盛建勇称:“卓凌健步鞋追求时尚、舒柔缓震,力求造福广大老年人,卓凌编织销售银网的目的也是为方便老年人就近购买新一代健步鞋。”

据鞋业专家称,卓凌“银网”的编织,将重塑中国老年鞋市场新格局。

(谭儒)



▶▶▶ [上接 P1]

从“经验酿造”走向“智慧酿造”“科学酿造”

茅台为充分汲取专家智慧,提高供给水平,推动企业高质量长远发展,去年提出了建立“茅台智库”的战略构想,“陈坚院士工作站”就是智库的重点布局之一。茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳说,“这是茅台和江南大学超过半个世纪的友谊结晶,是校企合作的历史延续,也是双方立足新时代新形势,深化合作的最新成果。”李保芳认为,双方合作一定是“强强联手、优势契合、互利多赢”,开创一个不同于以往的全新格局,将有助于提升茅台微生物研究工作的精度、高度和广度,有助于丰富陈坚院士团队的研究经验,有助于引领酱香酒行业发展实现质的提升。

“茅台要结合企业需求,发挥专家优势,着力提升企业创新能力。”李保芳强调,要深刻领会和把握“创新驱动发展”的核心要义,针对当前急需解决的问题,以求真务实的态度,深入研究探讨、分析论证,实施一批具有重大意义和关键作用的项目,切实解决生产工艺难题,形成有力技术支撑。要把工作站作为人才实训基地,积极参与工作站的研究工作,通过项目参与、专家培训、对外交流等方式虚心请学求教,学习和掌握陈坚院士团队的专业理论和实践经验。要有针对性地制定项目计划,统筹安排科研、工艺团队参与,确保科研经验和项目成果在茅台落地生根、开花结果,逐步构建具备领先优势的自主创新人才团队。项目推进过程中,要探索科学有效的方法路径,循序渐进、持之以恒,不断总结和提炼阶段性成果,完善茅台酿造科研体系,

厚植和丰富“茅台理论”。

“茅台要优化工作机制,深化合作成果,全面激发智库更大活力。”李保芳认为,“陈坚院士工作站”是茅台智库建设的“试点”和“前站”。其运行情况,将为茅台积累有益经验,提供有效借鉴。一定要建好、用好。定位要高,要有前瞻性、预见性,既要立足自身,更要着眼行业。要紧盯茅台未来和行业发展,科学合理布局,明确主攻方向,精准发力,多打胜仗,提供借鉴。管理要活,要结合茅台发展实际,学习借鉴、消化吸收,把好的经验学过来,围绕激发专家团队的工作积极性、创造性,研究形成一套全面、科学、规范的运行机制,确保科研工作有序有效进行。要根据院士工作站的性质,在资金、项目、配套管理等方面,探索建立灵活、高效、管用的工作机制,为专家团队服好务。

“茅台要发挥茅台优势,助推行业发展,开创酱香白酒新时代。”李保芳说,工作站的成立,茅台再次迈出了重要一步。对行业来讲,要从两方面努力,发挥更大作用。要发挥“引擎”作用,形成创新动力,助推行业整体提升。既要致力于茅台工艺环境的研究,也要关注和探讨破解行业发展的关键共性问题,把研究成果推广应用 to 业界兄弟企业,推动白酒行业整体提质增效。要发挥“示范”效应,打造创新标杆,引领行业发展新局面。要通过深入细致的研究,着力推动传统产业与现代科技无缝对接、有机融合,引领酱香型白酒从“经验酿造”走向“智慧酿造”“科学酿造”。要以深入浅出的科学语言,把传承千年的酿造技法“翻译”出来,传播给广大专家和消费者,共同打造吸引力更强、市场更广、受众更多的“酱香品牌”。(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)