

茅台之窗

文化因互鉴而精彩 卓玛才让一行赴英国考察



吴珉

卓玛才让与英国政府反腐败机构官员交流座谈

当地时间 8 月 27 日上午,茅台集团公司党委委员、纪委书记,贵州省监委驻茅台集团监察专员卓玛才让率考察团一行会见英国政府反腐败机构官员约翰·赫顿勋爵,就中英反腐败相关工作现状、经验进行沟通交流。

约翰·赫顿就茅台集团考察团一行提出的问题进行回答。作为英国《反贿赂法案》参与制定人之一,他首先阐述了《反贿赂法案》的制定准则。他认为对于反腐败、反贿赂,处罚是一方面,更重要的是预防。在英国,首先会通过培训提高人们对腐败、贿赂的重视,并加强在反腐败、反贿赂中的参与度;英国各公司都会将反腐败、反贿赂与企业管理相融合,避免公司因此造成的重大处罚以及带来的名誉损害。

卓玛才让感谢约翰·赫顿勋爵对英国反腐败、反贿赂相关经验和法规的介绍,并向其

介绍了茅台酒的历史以及发展近况。

卓玛才让表示,中国坚持反腐败、反贿赂无禁区、全覆盖、零容忍,一体推进“不敢腐、不能腐、不想腐”。不敢腐重在以刮骨疗毒、壮士断腕的决心坚决惩处腐败;不能腐重在全域化、立体化、常态化的制约和监督,健全体制机制,从制度上保证“权力在阳光下运行”,实现公开公正透明,避免腐败分子“钻空子”;不想腐重在立德铸魂、补钙壮骨、化风成俗的教育引导,从根本上提升每一名干部员工综合素质。

约翰·赫顿介绍了英国政治经济环境现状以及未来的展望。他表示,很多中国投资者在英国投资,希望英中商贸往来逐步深入,走向成功。

卓玛才让提出,茅台酒作为中国知名的民族品牌,已走向世界,希望英方多关注、多支持茅台酒在英国的市场发展。

卓玛才让拜访英国葡萄酒与烈酒贸易协会

当地时间 8 月 27 日下午,卓玛才让率考



察团一行会见英国葡萄酒与烈酒贸易协会(WSTA)欧盟和国际事务总监西蒙·斯坦纳德(Simon Stannard)以及英国葡萄酒和烈酒协会(WSTA)对外贸易总监罗伯·埃弗里(Rob Ivory)。

西蒙·斯坦纳德介绍道,英国作为葡萄酒、烈酒全球第二进口商以及全球第一出口商,协会拥有近 300 名会员,包括红酒、烈酒进口商、生产商以及供应链上其他成员。主要为红酒、烈酒行业的成长发展提供环境支持,协助企业解除贸易壁垒,解决在贸易过程中所遇到的问题等。

为进口英国的葡萄酒、烈酒提供市场营销咨询,在贸易中进行法律问题支持。

罗伯·埃弗里就中国烈酒如何打开英国市场,精准定位目标消费者、宣传策略等提出建议。

卓玛才让就英国同行分享的如何促进行业发展的经验与做法致以谢意。他表示,茅台集团在海外以“文化茅台”为引领,深耕市场,已做了大量工作,其品牌的国际影响力不断提升,希望英国葡萄酒和烈酒协会与茅台集

团寻找合适的契机“牵手”合作。

拜访中,卓玛才让还发出邀请,欢迎英国朋友多去茅台走访,增加交流,增进友谊,促进合作。

茅台考察团拜会中国驻英国大使馆公参

当地时间 8 月 28 日上午,卓玛才让率考察团一行拜会我国驻英国大使馆经济商务公参包玲。

包玲对卓玛才让及茅台考察团一行抵英表示欢迎,并指出,此次茅台主动“走出来”,体现了茅台作为中国知名民族品牌宣扬中国酒文化的责任担当。

包玲认为,茅台酒作为中国家喻户晓的白酒品牌,始终坚持以质量为核心,品牌美誉度逐步提升。茅台酒已是国家地理标志产品,在欧洲,国家地理标志保护是高品质产品的象征。

包玲表示,英国有成熟的酒吧文化,但白酒在英国的市场占有率还有很大的提升空间,希望茅台一如既往地重视英国市场,加强宣传力度,传播中国酒文化。

卓玛才让介绍道,茅台酒产区在国家地理标志上有 15.03 平方公里,对原材料、生产环境要求严苛。

同时,茅台作为国家级非物质文化遗产,在工艺、品质均有严格要求,在责任担当上也是积极作为,勇担重担。

作为中国知名民族品牌,茅台积极响应国家号召,努力开拓海外市场,以“文化茅台”为引领,多次在海外开展深层次合作交流,品牌影响力在世界范围内不断扩大。

卓玛才让表示,“文化茅台”是建立在茅台品质和品牌的基础之上,以“文化”为先导,作为品牌价值进入全球知名榜单前列,并努力打造具有全球竞争力的世界级企业。未来,在英国市场上,希望茅台的发展能得到更多的关心与支持。



快手商家号升级发布:沉淀私域流量打造商业“百宝箱”

徐媛

8 月 28 日,快手在北京召开了“商业新万象·2019 快手商家号升级”发布会,宣布对商家号产品功能和服务体系进行全方位升级。快手商家号是一个为有商业需求的用户定制的商业“百宝箱”,可以帮助商家持续沉淀高价值私域流量,带来高效商业转化。

商家号的全新升级发布,标志着快手商业在原有的广告型业务基础上,进一步朝着生态型业务加速前进。在快手商业再加速、营销收入目标上调的大背景下,快手商业的生态结构变得更加健康多元,整体环境也朝着更加健康有序的趋势发展。

“快手商家号是一个为有商业需求的用户提供的商业‘百宝箱’,”快手商业生态负责人徐晗曦介绍,商家号将为在快手有商业需求的人持续沉淀高价值私域流量,并且实现高效转化。快手商家号可以赋能商家,形成“有内容+有粉丝+有生意”的生态正循环。

作为一个“国民级”短视频流量平台,快手上天然存在商业需求。尼尔森调研数据显示,快手平台上每天与商业需求相关的评论量超过 200 万,通过快手带来直接交易的商业用户比例高达 48%,平均每个视频带来的收益超过 1000 元。商家号能够为广大的中小商家建立长效营销阵地,通过内容获取持续稳定的私域流量,从而获得忠诚粉丝和长效变现。

在不到半年的时间里,商家号快速进化,商业生态繁荣初现。徐晗曦透露,目前,快手商家号用户数超过 60 万,每日新增用户数超过 1 万,每日新增商家作品超过 50 万,日均直播场次超过 20 万。

作为商家的商业百宝箱,快手商家号覆盖生意的全链路。商家号操作简单,链接快手生态中多样的商业工具,聚集平台海量资源,助力商家快速成长。在内容生产、营销支持、交易转化三大营销关键节点为商家提供营销服务。在内容生产阶段,@聚合功能可以激励消费者生产 UGC 内容,并在商家主页聚合,这种天然的视频版“买家秀”可以加强消费者的信任感。快手课堂商家成长体系等专业辅导也可以提升消费者参与内容制作的积极性,助力商家建立私域流量,加速账号成长。在营销环节,快手商家号为商家们送上两款“大礼包”,除了丰富的流量扶持和专属“粉丝头条”优惠,商家号的创作者也可以优先尝试买家群聊功能。在交易环节,快手小店、本地 POI 等功能的加入也将使本地交易链路更加顺畅。

伴随着功能、服务、权益的不断完善,商业生态也将迎来三大升级。徐晗曦表示,全新升级的商家号将重点发力品牌、电商和本地三大核心方向,覆盖六大重点行业:包括本地餐饮、景区酒店、网服、零售、服饰、美妆。此外,地点一键导航、商家电话一键拨打、推广工具一键直达等功能新功能,也将成为商家营销的“神秘武器”。

为了激发商家号的势能,快手商家号也将进行全方位的生态升维。在运营侧,商家号将打造多个爆款 IP,通过流量、事件、服务等全方位支持,扶持一批有潜力的商家。从身边的一家“超级网红店”到远近闻名的一条“筷味江湖”美食街,再到一座快手“商”城,商家号“由点到面”实现生态升维。在服务侧,快手商家号将通过打造商家认证体系,开放流量和产品功能,提供培训和专家运营指导,帮助商家更快地渡过账号冷启动期,开启生意之路。

在快手平台上,商家也是生产者和创作者。在活动现场,快手商家号也公开了自己的“小目标”,并发布了“本地合作人招募计划”。在未来一年,商家号将覆盖超过 100 座城市的服务商,并通过高达 6 亿的服务商激励金,共同开启商业新万象。与此同时,商家号也将冲刺百万 DAU,实现亿级优质商业内容生产,新增 100 万商家用户。

随着商家号生态势能的火力全开,一个繁荣的商业生态正在走来。全新升级的商家号通过有内容、有粉丝、有生意的正循环,帮助商家在快手生态中找到最匹配的营销方式,构建一个更加有序健康的商业环境。快手商业也将凭借不断完善商业生态和加速度,实现更大的突破。



惠州石油:精准推广引流客户

钟小雄

“尊敬的顾客,中石化润安加油站经过防渗改造亮化装修后,于 8 月 28 日复营,欢迎您到油站加油消费。”8 月 28 日,广东惠州石油对改造复营的润安油站在微信朋友圈、手机信息等方式推送油站复营信息,进一步引流客户。

今年以来,惠州石油防渗改造任务重、压力大,大批量的改造以及平均每座站的停业时间达到 25 天,一定程度制约了扩销增量。公司加大对复营油站的营销宣传,大力引流客户,取得了一定成效。

惠州石油借助互联网,通过大数据分析,综合考虑年龄、性别、喜好等方面因素,对加油站周边 3 公里以内的车主分批次,在微信朋友圈的广告上推送营销信息。在改造前把周边系统内油站营销推送给车主,及时引导顾客到系统内油站加油、消费。复营前将复营油站的营销政策推送给车主,及时引流顾客。同时,结合油非互动,将洗车券、便利店抵扣券以及加高标号减额券一并推送。收到信息的车主查看信息后,可直接领取电子优惠券,就可以导航到就近的油站加油。

大数据精准营销突破了地理界线和个人关系网的限制,将营销的效果发挥到了最大。此外,惠州石油也把油站提供的便捷支付、汽服、专项营销活动等信息告知客户,使得在推送营销信息的同时,进一步提升品牌形象。

《挑战峰值·科创季》首档全民创投栏目新闻发布会盛大举行

本报记者 彭慧

8 月 18 日,由纳佰川资本主办,纳佰川传媒承办的 2019 大型创投真人秀《挑战峰值·科创季》栏目新闻发布会在深圳盛大举行。本栏目所有项目由纳佰川资本经过四个多月的努力,从 13000 多个项目中甄选出 24 个优质科技类项目,涵盖大数据、人工智能、云计算等领域,最终通过创投真人秀《挑战峰值·科创季》栏目的形式,进行创业大比拼及项目曝光,栏目旨在科创板开板背景下挖掘早期科创项目,并助推深圳双创产业发展。

本次发布会旨在围绕以“新资本环境下,如何共赢未来”进行深入的探讨。会上纳佰川资本董事长崔兰兰女士表示:希望把这个栏



目打造的更具影响力,并希望有更多的早期优秀项目加入到栏目中,有更多的投资人及机构关注该栏目。

《挑战峰值·科创季》栏目主要通过两方面来帮助项目成长。第一,通过股权工具,360 度地帮助项目整合资源,增加企业的软实力。

八月,劲牌“阳光”正好!

胡健

8 月 26 日,第二届劲牌“阳光班”夏令营活动正式启动,来自全国 29 个省市 68 所学校的 226 名师生,开启为期 5 天,充满精彩和乐趣的夏令营之旅。开幕式当天,劲牌公司董事长、总裁吴少勋与来访师生亲切合影。

夏令营开幕式上,劲牌公司公益慈善基金会理事长董艳致欢迎辞,代表公司对到访师生表示热烈欢迎,同时简介了公司发展史和技术创新工作,并以众多古今仁人志士的事迹鼓励学子,努力学习知识,用知识改变自己的命运,以优异的成绩回报父母和社会,并



以国家兴亡为己任,成为国家的栋梁之材。陕西西普集高级中学张辉老师代表来访师生向劲牌赠送书法题字“大爱无疆 善德永存”。

当日上午,来访师生参观了劲牌展馆、劲牌酒厂和劲牌研究院。下午,劲牌公司特邀教

师教育学院院长、教育部国家级培训专家田恒平教授,为阳光班教师讲授“班主任技能提升”课程;特邀全国道德模范董明,为学子们开展“心态扭转人生,知识改变命运”专题讲座。

接下来,活动将继续引领学子,通过实地参观毛铺酒厂三分厂,亲身感知“科技是第一生产力”;还将游览武汉大学、华中科技大学、省博物馆等景点,以拓宽视野,增强“知识改变命运,也改变世界”的信念。

2004 年,劲牌公司在黄冈中学开办首个“劲牌阳光班”,帮助“特困、特优”的初中应届毕业生完成高中学业。15 年来,劲牌阳光助学累计投入超 2 亿元,资助学生 2 万余名。

邹元杰:从国际企业高管到成功的创业者 不改初心

在从事管道保温外护工程的各大企业里,不论是对相关技术的持续创新力度还是市场占有率有程度,邹元杰和他的上海赛洛林工程材料科技有限公司(以下简称:赛洛林)都当之无愧地走在了行业前头。从担任美国凯耐第斯工艺系统公司中国区的领导人,到成为中国工程材料行业创业型科技公司的带头人,邹元杰已经在业界摸爬滚打二十余年,练就了高超的技术研发本领和敏锐的市场洞察力,曾先后荣获“引领保温节能行业发展十大杰出贡献人物”、“中国优秀创新企业家”荣誉称号。

邹元杰的这份初心始于遥远的学生时代。1988 年,他考入同济大学给水排水工程专业,就此与管道工程及工程材料结下了不解之缘。值得关注的是,同济大学是中国最早的国立大学之一,同时也是国家“双一流”、“211 工程”、“985 工程”建设的全国重点大学。如今,经过 112 年的发展,同济大学已经成为一所特色鲜明、在海内外有较大影响力的综合

性、研究型、国际化大学,综合实力位居国内高校前列。在这所声誉卓著的名校里,邹元杰完成了早期的专业知识积累。

毕业后,邹元杰曾在中国武夷实业股份有限公司、美国福陆丹尼尔工程公司、澳大利亚宝维士联盛工程公司、美国凯耐第斯工艺系统公司担任重要职务,在多个重大项目的支持、管理和施工一线,他积累了最先进的工程技术和经验及广阔的中外项目工程材料应用视野,同时也对管道保温外护工程的技术需求痛点及解决方案进行了深入探索。2010 年,时任美国凯耐第斯工艺系统公司中国区总经理的邹元杰,在自己的事业发展上进行了重新抉择。他放下外人眼里拥有远大发展前景的高职位,转而担任成立不久的上海赛洛林工程材料科技有限公司的董事长、总经理。这意味着,邹元杰从高层管理者转型成为一名创业者。

转型后的邹元杰急流勇进,针对管道保温外护工程应用需求,带领团队研究开发了

多项新型保温材料,极大促进了业界的产品革新。由他作为独立发明人的帽型封盖、保温型三通及阀门金属外壳、弯头金属外壳、直通管道外壳、虾米管弯头金属外壳等 6 项技术,已经获得了国家发明专利和实用新型专利,目前应用在赛洛林的壳乐斯·彩壳成套系列保温外护产品中,并在医药、化工、食品、电子科技、半导体、轻工业、石化、暖通空调、光伏、冷库、商业地产、民用建筑等各大领域的管道保温外护工程中大放异彩。其中,更不乏英特尔、德州仪器、腾讯、百度、中国移动、中国联通等国际知名高科技企业。赛洛林的产品在业界有口皆碑,整洁、美观、不积尘、可擦洗、全封闭、安装容易、维护便捷、抗腐蚀、抗老化、抗紫外线等是最鲜明的应用体验。

邹元杰的保温工程材料技术发明是在工厂一线应用实践论证基础优势上的创造。例如发明专利“帽型封盖”,在不同的管道系统安装应用场合,克服了传统安装工艺中存在

的缺陷,创新性地提供了一种结构简单、方便安装、易于开圆形孔洞、可以在施工现场根据实际需要进大小调整的帽型封盖,不仅极大提高了施工效率,而且减少了材料浪费,节能环保,创造了良好的经济效益和社会效益。他的其他[A5]专利技术,也成为增强赛洛林科技竞争力的重要技术保障。

迄今,赛洛林公司的壳乐斯·彩壳、保热棉等产品已经获得了来自全国各地各行业客户的青睐。2018 年,赛洛林凭借其在管道保温外护行业内形成的示范效应,获得全国品牌质量认证监督管理中心颁发的“中国保温节能行业优秀创新企业”荣誉称号。据悉,至 2018 年,赛洛林的营业收入已连续六年每年同比增长百分比持续超过两位数,持续多年位列国内保温外护材料行业领军地位。近十年来,邹元杰初心不改,不懈追求,始终致力于中国管道保温外护领域的深入变革,带领团队走在实现飞跃式成长的道路上。(李岩)