

凝聚女川商力量共谋发展 21位女川商获表彰

“玉美·2019 魅力女川商时尚盛典”成功举行

■ 本报记者 何沙洲

9月20日,为进一步塑造女川商企业家精神,树立女川商发展榜样,传播女川商时代魅力,由四川省经济合作局、四川省工商业联合会、四川省妇女联合会、四川省社会科学院、四川省民营经济和中小企业发展领导小组办公室、四川日报报业集团等省级单位指导,四川日报报业集团川商杂志社主办,中国中清科华集团(香港)、成都雄川实业集团有限公司联合主办的“玉美·2019 魅力女川商时尚盛典”在成都麓山大礼堂成功举办。

全国工商联副主席、四川省政协副主席、四川省工商联主席陈放,四川日报报业集团党委副书记、总编辑陈岚出席盛典并致辞。四川省决策咨询委员会副主任、四川省社会科学院党委书记、教授李后强,四川省工商联副主席陈建,四川省经济合作局二级巡视员张树华,四川日报报业集团副总编辑廖彦,第九届四川省工商联副主席钱卫东,四川省妇女联合会联络部部长冯婧,四川省工商联宣教处处长张晓蓉,四川省民营办干部张林泉出席盛典。川商杂志社总编辑、川商传媒总经理王镇,浙江酒重天酒业有限公司·黄帝内经酒品牌创始人奕茹,捷豹路虎中国、奇瑞捷豹路虎联合市场销售、服务机构区域销售与市场副总裁刘逸群,新中合作交流协会会长、著名导演冀秦,承礼学院 CEO、首席礼仪讲师皇甫骏也和来自全国各地的女川商、知名川商代表、专家学者等 500 余人参加了本次盛会。

凝聚女川商力量 共谋发展

据了解,“玉美·2019 魅力女川商时尚盛典”,以“Together”为主题,旨在立体展现女川商的精彩故事、时代魅力和精神风采,为新时代女川商提供高层次、高水准的展示、交流、传播平台,凝聚女川商力量,共谋发展。“魅力女川商时尚盛典”已成功举办九届,已成为四川财经界广受赞誉的大型品牌活动。

陈放指出,四川 GDP 首次在半年报中突破 2 万亿元大关,同比增长 7.9%,增速比全国平均水平高 1.6 个百分点。民营经济实现增加值 11610.7 亿元,增速 8.0%,继续领先全省 GDP 增速 0.1 个百分点;占全省 GDP 比重高达 56.6%,继续占据四川省经济的半壁江山,“这些优异成绩的取得与包括女川商在内的全省民营企业家的艰辛努力分不开。进一步加强民营经济健康发展,事关四川省经济发展大局。当前,民营经济已成为加快新旧动能转换、实现经济高质量发展的重要引擎。广大民营企业要以习近平总书记民营企业座谈会上的重要讲话精神为指引,准确把握民营经济发展的时代脉搏,坚定发展信心,抢抓四川发展机遇。”

“女川商是商界进发的柔韧力,是新时代巾帼奋进者!女川商是四川经济社会发展与改革创新的中坚力量!是女川商用智慧和双手撑起了天下川商的‘半边天’。”陈岚在致辞中表示,川报集团旗下川商杂志社创办 11 年来,一直致力于弘扬川商精神、提升川商形象,塑造川商品牌,为川商崛起鼓与呼。由其主办的“魅力女川商时尚盛典”,今年已经是第十届,已成为四川财经界广受赞誉的大型品牌活动,为女川商搭建起广泛交流合作、立



● 2019 魅力女川商时尚盛典

体传播的优质平台,先后向全国重磅宣传报道了数百名优秀女川商典型,她们均获得了社会各界的广泛好评。“魅力女川商”这一 IP,从无到有,如今已形成较高的影响力和美誉度。这在全国女川商群体中产生了巨大的榜样力量,并在经济社会中产生良好反响。”

“未来,我们将一如既往的关心和支持女川商发展。同时,联合社会各界力量,加大对年轻一代女川商创客的扶持力度。”据了解,盛典现场还隆重举行“女川商创客营”启动仪式,并为首批导师代表颁发聘书。“我们希望通过这一行动,建立一对一或一对多的项目扶持及创业导师指导关系,从而达到互助、合作、共赢的发展模式。”陈岚说。

用心助力川商发展 勇担使命

浙江酒重天酒业有限公司·黄帝内经酒品牌创始人、黄帝内经品牌营销总裁,80 后连续创业先锋奕茹表示,黄帝内经酒是玉美集团旗下子公司浙江酒重天酒业有限公司全新研制的超高端战略产品,黄帝内经品牌定位为高品质多种香型立体服务全中国,倡导酒行业用匠心酿好酒,引领健康的酒品消费观念,满足消费者多样化的品质需求和品味追求。“作为此次活动冠名方,我们希望能与诸位魅力女川商一起传递中国精神、中国力量和中国价值。我们相信,黄帝内经品牌‘实业+文化’双轮驱动、全产业链的发展方式,一定能为川酒市场的整体发展带来更强大的推动力,能在这个充满希望活力,又具挑战性的新时代,同魅力女川商一道承担起我们的使命和责任。”

捷豹路虎中国、奇瑞捷豹路虎联合市场销售、服务机构区域销售与市场副总裁刘逸群表示,川蜀地区自古就涌现出了很多杰出女性,不论是外表还是内在,天府之国的女性都非常优秀,“而我们捷豹路虎西区也将通过‘LadyFirst—捷豹路虎女士尊享计划’,联合我们的授权经销商网络持续不断地为四川蜀地女性消费者带来关爱备至的尊享服务体验,真正呈现绅士的英伦服务,让我们的女性车主及家人尽享捷豹和路虎品牌带来的贴心服务保障和丰富多彩的用车生活。”

约束与节制是文明体现 诗礼传家

盛典现场,承礼学院 CEO、首席礼仪讲师

皇甫骏也,分享了《从礼数探究中外精英阶层的差别》。他说:“为什么强调诗礼传家?诗是人自然性之魂,礼是人的社会性之魄。诗与礼,都是安身立命的根本。真正的礼教是有层次的,社会金字塔的塔尖上往往‘繁文缛节’到顶端,这样的约束与节制是文明的一种体现。”

21位魅力女川商获殊荣 荣膺大奖

“玉美·2019 魅力女川商时尚盛典”上,同期举行了颁奖典礼,21 位女川商获表彰。

浩旺集团董事长车晓玲,四川新创意实业有限责任公司董事长卢小华,四川美大康佳乐药业有限公司副总经理李冰,兰花草国际家居总经理吴俊傑,摘得“2019 魅力女川商年度人物”桂冠。

依米康科技集团股份有限公司总经理张苑,四川三联聚源有限责任公司董事长邹平,宝生集团有限公司董事长周川蓉,成都南堂餐饮管理有限公司总经理孙燕,四川伍衍生物科技有限公司总经理袁友汐,言几又集团总裁 & 联合创始人刘嘉,四川好彩头实业股份有限公司董事长何敏,凉山康利农业开发有限公司董事长杨静,四川福美绿建科技有限公司董事长戴燕娟,尚层正礼文化传播(成都)有限公司董事长陈丽等十位企业家,荣获“2019 十大魅力女川商”殊荣。

四川水滋源生物科技有限公司总经理何佳仪,梦今圆网络科技有限公司创始人、董事长李江平,蕉唐泰式海鲜火锅店总经理陆云,四川新辰体育文化有限公司董事长、创始人李新双,成都鸿利亮彩科技有限公司董事长陈文芳,成都博斐集团董事长毛冬英,燕亚婵焯卡医疗美容集团董事长廖宁霞等企业家荣获“2019 魅力女川商风尚奖”。

记者了解到,她们或在大健康领域,成为集营销管理、新药研发和药品生产于一体的现代制药企业;或专注医美,致力于服务万千爱美人士;或聚焦文旅教育新风口,引领产业创新发展,是文旅和教育产业代表;或引领消费升级,通过标准引领,创新推动,把握消费升级趋势,促进企业不断稳步健康发展;或在科技领域,用创新来练好内功,驱动企业发展,在市场竞争中占据优势;或坚守实业,聚焦主业,脚踏实地,在经营模式创新方面多作探索,努力带领企业开拓进取,致力于成为行



● 陈放主席致辞



● 21位女川商获表彰



● 启动“女川商创客营”并公布首批导师名单

业标杆;或在乡村振兴的道路上,做大做强特色农业品牌,带动更多贫困群众致富,持续促进农民增收、农村发展。

“女川商创客营”启动 抱团帮扶

在“玉美·2019 魅力女川商时尚盛典”上,筹备已久的“女川商创客营”正式启动。为了助力四川女创客发展壮大,推动整个四川经济的积极发展,在 2019 魅力女川商时尚盛典上隆重启动了“女川商创客营”并公布了首批导师名单。

“女川商创客营”将在历届魅力女川商中选取对四川乃至全国有影响力的 20 余位杰出女川商及知名川商、学者,聘任其担任“创客营导师”。

此外,“女川商创客营”还将在全国范围内征集 100 余位女川商创客,建立一对一或一对多的项目扶持及创业导师指导关系,从而达到互助、合作、共赢的发展模式。主办方表示,将欢迎全国女川商创客报名参与“女川商创客营”。

时尚舞台凸显魅力风采 释放自我

“玉美·2019 魅力女川商时尚盛典”可谓星光闪耀,多位著名嘉宾包括影视明星导演、歌手、主持人出席了盛典。同时,微电影《时光》进行了首映,《时光》里,她们诉写了惊艳,展现了优雅的力量,从不同角度呈现了更多精彩和不一样的女川商,亮出了女川商特有的魅力名片。

盛典上,女川商们还身着高定品牌【Rainbow Girl】,用时尚定义了职场,充分展现了女企业家内外兼修、刚柔并济的气质,引领了精英女性生活美学。作为国内首家设计师驻店的女士时尚西服定制品牌,【Rainbow Girl】目前已预订 2020 年意大利米兰时装周席位,将中国的时尚名片带到国际大舞台。

“魅力女川商时尚盛典”是魅力女川商们彰显自我,凸显女性魅力的时尚舞台。活动现场,魅力女川商们身着高级定制的锦缎旗袍,展示了她们所特有的东方女性之美。据了解,作为成都一家集服饰设计,私人定制,团体定制为一体的高端服饰文化企业,锦缎服饰曾获国际超模大赛中国区总决赛指定服饰单位,中国丝路电商模特大赛最佳合作伙伴等多项殊荣。

伊川农商银行获评河南省慈善会系统优秀爱心企业

■ 本报记者 罗红耀

在第四个“中华慈善日”,河南省慈善会系统先进典型宣传活动荣誉榜揭晓,伊川农商银行荣获全省慈善会系统优秀爱心企业称号。

长期以来,伊川农商银行不忘初心、牢记使命,坚持经济效益和社会效益“两轮驱动”,在服务好“三农”、小微企业发展的同时,积极投身社会公益和爱心慈善事业。通过为省、市、县捐赠精准扶贫资金、捐建普惠金融公园、捐建希望小学、捐赠农机设备等多种形式,积极回馈社会,开展慈善公益活动,得到社会各界好评。



● 张近东探访 Eataly

加码国际化战略 张近东考察意大利高端消费体验店

作为全场景融合布局的智慧零售企业,2019 年以来,苏宁在海外供应链建设方面动作频频。3 月份与 ITA 在中意两国领导人见证下签署战略合作协议,重点引进意大利中小企业品牌进入中国市场;7 月份 ITA 主席卡罗·费罗蒂抵达苏宁总部深化双方合作;7 月份宣布收购家乐福中国……眼下,苏宁在线下场景的布局上似乎又有了新的目标。

北京时间 9 月 16 日至 18 日,张近东现身欧洲,在海阿查球场观看了国米新赛季的首场欧冠比赛。据悉,张近东此次欧洲之行,其目的远不止在足球和体育,而是为了进一步深化推进苏宁的国际化业务。近日,有媒体发现张近东现身意大利高端食品创意概念店 Eataly。

据业内人士分析,张近东此行探访 Eataly 可能有两方面用意:一是考察商超零售新模式,二是拓展直接合作的可能性。

今年以来,苏宁接连收购万达百货和家乐福中国,其全场景布局、全品类拓展再进一步,然而,收购以后如何对传统商超店面进行升级优化备受关注,张近东此行或正是为了考察国外商超新模式,并结合苏宁的实际情况进行引进、融合和创新。

同时,也不排除直接和 Eataly 合作的可能。

Eataly 是集市场、超市、美食和学习于一体的大型场景消费体验店,致力于成为都市居民打造慢节奏的生活方式。而苏宁目前在国内试水的新零售业态——生活方式体验店“Hygge”在理念和调性上与 Eataly 非常一致,结合苏宁在场景、供应链方面的绝对优势,如果双方能够合作,苏宁将是 Eataly 非常理想的合作伙伴。而对苏宁来讲,这将是对其高端生活方式体验场景的进一步补强,也是对国内高端消费体验市场的补充,满足消费需求。

据知情人士透露,实际上,Eataly 已经与苏宁国际团队进行了多轮沟通。

2016 年以来,苏宁以国美为切入点,持续与意大利以及整个欧洲市场的诸多知名品牌建立了合作关系,许多高品质、强体验的欧洲产品和服务得以通过苏宁线上线下的平台进入中国消费市场,满足国内消费者多样化、品质化的消费需求。

2017 年,苏宁通过加盟中意商会(CICC),与多家意大利知名企业建立了直接合作,通过海外直采,在食品、酒类、个护等类目方面引进了一系列意大利品牌。当年 4 月开业运营的徐州苏宁广场,为本地消费者首次引入了诸如 Emporio Armani、VERSUS、Furla、Love Moschino 等一系列知名国际品牌,在开业当天便吸引了超过 50 万消费者。

2019 年苏宁计划在国内市场引进 150 个意大利品牌,还将在未来三年落地超过 150 家苏宁国际线下体验门店,发挥苏宁线上线下融合发展的智慧零售模式和资源优势,打造意大利品牌在中国市场的线上+线下体验平台,帮助更多意大利中小品牌进入中国市场。(中新网)

茅台之窗

“飞天茅台”号卫星飞天了!

■ 李勋

9月19日下午2时42分,中国酒泉卫星发射中心,一声轰鸣刺破戈壁的宁静。随着长征十一号固体运载火箭喷着火从发射台缓缓升起,标志着茅台集团冠名的“飞天茅台”号卫星正式发射成功。茅台集团党委副书记王焱带队观礼,共同见证了茅台再一次“飞天”的历史时刻。

据了解,本次发射的“珠海一号”遥感卫星星座 03 组卫星以“一箭五星”的方式发射升空,包括 4 颗高光谱卫星和 1 颗视频卫星,发射入轨后,卫星将运行在 500km 太阳同步轨道。珠海欧比特宇航科技股份有限公司将其中编号为“OHS-3B”的高光谱卫星,赠予茅台集团冠名并命名为“飞天茅台”。

“飞天”不但是航天人的梦想,也是茅台人的梦想。早在 2003 年 10 月,我国第一枚载人飞船“神舟五号”在酒泉成功发射,把我国第一位飞天航天员杨利伟送入太空的同时,



● 发射现场



● 茅台集团党委副书记王焱(中)带队赴现场观礼

也把贵州茅台酒的酒曲、高粱和小麦一同送入了太空。

当茅台携手欧比特,开启了茅台“飞天”的新纪元。此次“飞天茅台”号卫星不仅发射成功,且亮点频频。

据悉,“珠海一号”遥感卫星星座高光谱卫星是国内空间分辨率最高、幅宽最大的高光谱卫星,首次实现了多颗高光谱卫星多轨组网运

行,更有效满足用户高频次持续监测的需求,进一步推进中国商业航天高光谱应用。

此次 03 组卫星升空后,“珠海一号”遥感微纳卫星星座将完成 12 星组网,其中高光谱卫星将实现 8 星组网,可实现 2 天半覆盖全球,1 天特定区域重访,每年的数据采集总量约为 7PB,覆盖面积 2,188,000 万平方千米,覆盖全球 182 次,大幅提高对地观测能力。

腾讯的合作带给康宝莱中国的不仅仅是技术能力的升级,也是一次深刻的变革。它将使我们的业务实现线下与线上的全深度融合,赋予企业数字驱动能力,提升运营效率。”康宝莱中国区总裁郭木表示。

“我很高兴腾讯能与聚焦营养及体重管理领域的全球化企业康宝莱建立战略合作关系。在‘产业互联网’战略实施和数字经济发展的背景下,腾讯希望成为各行各业的数字化助手,

助力数字中国建设。”腾讯副总裁道峰指出。

目前,数字化转型已经成为康宝莱在华业务发展的重要战略,将赋能康宝莱营销人员更精确地服务顾客。“以客户价值为核心”是康宝莱数字化转型的核心及基础。康宝莱将利用腾讯的生态系统以及最前沿的技术,让客户通过更多渠道触达我们的产品,改善客户体验,提升客户忠诚度,通过更好的客户洞察来赋能营销人员,最终让广大消费者享受到更加优质的

康宝莱与腾讯建立战略合作 开启业务数字化转型

营养品公司康宝莱 19 日宣布与腾讯公司就数字化转型建立战略合作关系,全面开启公司在中国业务的数字化转型。转型后,康宝莱中国将成为一家打通线上线下全价值链流通渠道,以用户需求为核心驱动的企业。

根据双方达成的协议,腾讯公司将成为康宝莱数字化转型的技术战略合作伙伴。双方将在为期三年的时间里共同为康宝莱的营销人员开发线上个人商店,以及客户关系管理系统

(CRM)平台。腾讯将全面负责从系统调研、需求分析、方案设计、系统设计、程序开发到系统上线的技术开发工作。通过双方的合作,腾讯公司的先进技术,其社交生态圈以及它助推各行各业实现数字化升级的丰富经验也将为康宝莱的业务提供强大助力。

“我们正处在一个面临‘智’变的时代。数字化对人们生活和企业发展影响已经达到前所未有的高度。此次与中国互联网领军企业

服务。根据数字化转型的计划,康宝莱预计将在今年第四季度推出线上个人商店工具。

当前,“互联网+”已经渗透到生活的各个角落,而由“互联网+”催生的数字经济蕴藏着推动经济发展的巨大动能。数字化转型已经成为了许多行业重要的发展方向。展望未来,随着数字化转型战略的深入实施,康宝莱将继续深耕中国市场,秉承对中国市场的长期承诺,为广大中国消费者持续提供以科学为依据、可信赖的营养产品和优质诚信服务,并利用自身积累的全球经营经验和专业优势,努力创造更多社会价值,为“健康中国”战略的落地实施贡献自己的一份力量。(中新网)