

企业家日报 中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊

东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 270 期 总第 9941 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2020 年 11 月 22 日 星期日 庚子年 十月初八

质量为基
江苏以精品激发内生
动力

■ 朱梦笛 方方

为了放大标杆企业的示范引领效应,在全省企业中营造“比学赶超”的质量管理氛围,推动江苏高质量发展走在前列,11月16日,江苏召开首批“江苏精品”发布会和全省质量奖企业座谈会,正式发布首批通过“江苏精品”认证的50家企业共56个产品(服务),涉及农业相关企业6家、制造业相关企业42家、服务业相关企业2家,基本涵盖江苏省一二三产业的龙头企业和拳头产品,企业们现场交流并分享了先进的质量管理和品牌建设经验。

从“中国制造”到“中国智造”,技术创新虽是关键因素,质量提升却是基础前提。“质量是企业生命线,企业是质量的第一责任人。建设质量强省,需要充分激活企业这个质量供给的‘细胞’。”省质量发展委员会副主任兼办公室主任、省市场监管局局长朱勤虎认为,企业质量主体责任是否落实,关键要看企业质量管理水平如何。发达国家大量的发展实践证明,加强质量管理是实现质量升级的必然途径。

围绕全省优势产业、龙头企业和主导产品,省市场监管局联合发改、工信、财政等7部门出台《关于打造“江苏精品”品牌推动高质量发展的意见》,制定了《“江苏精品”认证管理办法》,组建了“江苏精品”国家认证联盟。”朱勤虎介绍说,“江苏精品”认证是新形势下参照国际惯例、运用市场机制推进品牌战略的一项开拓性工作,其主要目的就是以标准为引领、以认证为手段,通过对符合高标准、高品质要求的产品和服务进行第三方认证,推动形成一批自主创新、品质高端、服务优质、信誉过硬、市场公认的“江苏精品”品牌群体。

“我们以打造‘江苏精品’为契机,抓好产品内外在质量的管控提升,构建零部件一系统一整机‘用不毁’平台,从产品质量源头预防、过程质量保证、质量管理创新等入手,全力加速质量向国际先进水平逼近。”作为首批“江苏精品”认证获证企业之一,徐州重型机械有限公司副总单增海对此感受颇深。

“江苏质量总体水平不断提升,去年在国务院质量工作考核中位居全国第一方阵,公共服务质量监测名列全国之首。但是,我们也要清醒地看到,对照高质量发展要求,我省质量品牌竞争力还不够强,突出表现在有‘高原’无‘高峰’。”朱勤虎指出,从2019年世界品牌500强榜单看,江苏省仅有2家,分列415和427位;从中国品牌500强榜单看,江苏省有13个品牌上榜;从胡润品牌价值排行榜看,仅3家入围百强。在前三届中国质量奖评选中,虽然江苏省获得提名奖数量在全国名列前茅,但获得正奖仅1家,少于上海、广东和山东,这和江苏省作为制造业大省、经济大省的地位还不相称。

“我们要进一步加大质量品牌培育力度,创新质量品牌工作机制,完善质量品牌评价体系,加快培育更多顶天立地的知名品牌。”朱勤虎指出,重点要做好抓激励、抓培育、抓保护、抓宣传。比如在品牌培育过程中,要优先提供优质标准、计量、认证认可和检验检测“一站式”服务;在进出口通关过程中,要为质量奖企业开辟“绿色通道”等。

广告

茅台酒 东方雅韵 珍惜之酿
400-834-9998
地址:贵州省仁怀市茅台镇
贵州茅台酒厂集团技术开发公司

双汇熟食
SHUANGHUI DELI
三重卤·更入味
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com

广告

企业家日报微信公众平台
二维码
中国企业家网
二维码

鞋服品牌发力线上渠道 数字经济体量有望突破百万亿元

● P3

实体便利店疫后探新路 多家品牌开始了社群运营



● 实体便利店企业要成长必须谋求新的发展思路。资料图片

■ 赵述评 赵驰

便利店们正尝试新的玩法。近日,记者走访了解到,多家品牌便利店开始了社群运营。其中,7-11、好邻居等品牌便利店在门店里开始推广社群服务,吸引消费者加入微信社群。除此之外,便利蜂自有品牌蜂质选的线上商城已经覆盖拼多多、淘宝、微信商城等平台。可以看到的是,在疫情常态化下,消费习惯发生改变的同时,实体便利店企业也在谋求新的发展思路。

频频触网

据北京商报报道,疫情防控常态化下,人们消费习惯发生改变的同时,实体便利店企业在谋求新的发展思路。近日,北京商报记者了解到,便利蜂自有品牌蜂质选的线上商城已经覆盖拼多多、淘宝、微信商城等平台。与此同时,蜂质选每个月都会开展多场直播活动,尝试用新模式触达更多用户。

事实上,对于有互联网基因的便利蜂来说,试水直播、网店似乎也算常规操作。不过,记者了解到,除了便利蜂,北京其他传统便利店品牌也都在今年有新的尝试动作。比如7-11便利店在门店里开始推广社群服务,吸引消费者加入微信社群,会定期发布商品优惠信息,

并通过发红包抽奖等形式进行互动。

另外,据好邻居相关负责人透露,为了促进销售,好邻居在疫情期间就已经有部分社区店进行了社区团购的运营尝试,针对门店3公里覆盖范围内的用户,提供生鲜等商品的线上预订线下取货服务,既为顾客提供了新的服务选择,又能更好地控制生鲜损耗。好邻居相关负责人表示,未来也会继续探索社区团购等新形式。

根据中国连锁经营协会发布的《2020年中国便利店发展报告》(以下简称《报告》)显示,2019年中国便利店实现销售额2556亿元,行业规模保持快速增长,但增速放缓。网络零售渠道和移动支付普及度高,已经成为市场主流趋势,大部分便利店企业仍处于数字化转型初级阶段,积极开展智能物流、智能视频监控、无人店等数字化试点项目。

尤其是在疫情期间,便利店企业加大数字化技术应用提高管理效率,有效减少员工顾客接触,保证门店正常运营。便利店企业与线上平台开展合作,通过线上业务扩大销售渠道,提升消费者购物便利性和消费安全性。

拓宽销售场景

可以看到的是,在疫情过后,随着消费者消费习惯的转变,线上的便利店企业们主动

推出社区团购、线上直播等业务,无疑能提供更多便利,弥补一部分流失的客流,同时挖掘到更多潜在用户。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏认为,开展社群运营和线上运营对于便利店能起到更加积极的作用。一方面,它能够满足一部分便利店消费者的线上订单需求,拓宽了渠道、增加销售。另一方面,便利店开展线上运营和社群运营最大的意义和价值在于掌握了消费数据,便利店可以以此为平台,通过线上运营、社群运营的方式,进一步来扩充商品的品类,以及提供更多的服务。

据便利蜂披露的数据显示,在“蜂质选”网上商城用户最活跃的10个省市自治区中,尽管便利蜂在黑龙江、山西、湖北等地还没有开店,但这些地区的用户也挤进了销售前十。可以看到的是,自有品牌触网可以让便利蜂更早触达更多外地潜在用户,提高知名度,同时还能借助蜂质选打头阵,为进入新地区提供用户基础。

在文志宏看来,线上运营能够让面积有限的便利店拓展更多的SKU。“因为我们知道便利店本身受到面积的影响,能够承载的商品是有限的,但以数字化作为基础,通过线上运营和社群运营,可以让便利店承载更多的商品和服务。”文志宏表示,便利店做线上运营需要相

应的系统作为支持,以一个能够线上线下融合的数字化体系来支持其社团运营。此外,便利店做社团运营可以更大扩充商品经营的品类,那么便利店就需要更多的供应链支持。

数字化必由之路

疫情刺激传统企业加速谋变。追溯体系、即时配送、自主结算系统等也在疫情中得到验证,对于企业来说,过去以及现在正在积累的数字化技术经验都将成为接下来能否抵御风险、突破竞争的关键。

值得注意的是,在疫情过后,各大品牌超市正在围绕社区逐渐转向小型化。同时,美团、阿里、拼多多、滴滴等互联网巨头相继加入社区团购涌向社区。而作为以社区服务的便利店而言,生存空间是否会遭受进一步挤压?

对此,文志宏认为,便利店的核心需求还是在于便利这两个字。超市小型化和电商社区团购对于便利店有一定的影响,但并不是特别大,因为各自业态的定位不一样,功能也不一样。超市小型化和社区团购在便利价值与便利店相比还是有些不一样。

“超市小型化意味着门店分布会更密集、更多,在一定程度上又强化了便利的功能。而社区团购所满足的消费者需求与便利店也有一定的差别。所以在我看来,这两种情况对于便利店的业绩会有一些影响,但是目前来看影响还不是那么大,关键在于它们替代不了便利店的核心价值。”文志宏说。

《报告》指出,数字化将是便利店提升管理水平与营运效率的必由之路。一方面,便利店将打造集购买和会员管理等功能于一体的App和小程序,完善线上线下数据采集,通过更加精准的市场营销投放,以较低成本提升消费者市场渗透率、钱包份额和忠诚消费者数量。

与此同时,便利店门店的订货、排班、产品价钱改动等运营环节交由自动化系统完成,基于大数据分析实现差异化店铺布局,实现千店千面。此外,通过数据分析精准挖掘市场需求,能不断更新迭代产品、包装和服务,形成线上线下一体化供应链能力,提升配送效率。

茅台集团囊获 2020年贵州省“创新型”成果大赛多项大奖

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

贵州省质量协会2020年年会暨第四届贵州省“创新型”成果大赛近日在安顺市顺利召开,茅台集团多个QC课题囊获大奖。

茅台酒股份公司获“2020年贵州省推进全面质量管理优秀企业”;技术中心“菁华QC小组”获本次“创新型”成果大赛一等奖;制酒十三车间“酱艺QC小组”、制酒十车间“七巧板QC小组”获本次“创新型”成果大赛二等奖;习酒公司“阳光之星QC小组”、制曲五车间“向日葵QC小组”获本次“创新型”成果大赛三等奖;企业管理处沈必方获“2020年贵州省质量管理活动卓越领导者”;企业管理处



陈扬小艺、李洪群、罗祎祎获“2020年贵州省质量管理活动优秀推进者”;勾贮车间张贵红、包装车间周淑、制曲四车间李志芳、制曲一车间陈锐获“2020年度贵州省质量管理活动先进个人”。

据了解,长期以来,茅台集团坚持“视质量为生命”的价值导向,以提升产品、服务质量、降低成本、提高效益为目标,大力开展各类群众性质量管理活动,取得了卓越成效,实实在在不断提升和扩大了茅台集团的品牌效应。

本次“创新型”成果大赛,茅台集团公司各参赛小组代表沉着冷静、充满自信,在全国的QC舞台上充分展示了茅台质量管理人的风采和文化。

广告

東裕茗茶 陕西 | 心 | 茶
東 | 漢中山毫
CHINESE GREEN TEA
『东裕汉中仙毫』获第31届巴拿马国际博览会金奖
陕西东裕生物科技股份有限公司
招商热线:029-87809659

广告

劍南紅
电话: 028-83388900
四川劍南紅酒业有限公司
地址: 成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼

劍南紅
52°