

汉堡王启用全新品牌标识 首家视觉升级形象店亮相上海

5月18日,伴随着全新设计的品牌标识正式亮相,汉堡王中国首家视觉升级形象店——上海静安寺店“焕新”开业。

创立于1954年的全球知名快餐品牌汉堡王自2005年进军中国大陆市场以来,原有视觉设计已经伴随中国消费者走过了16个年头。本着崇尚自然,回归简单与真实的愿景,品牌决定启用更加扁平化与直接的视觉语言,放弃旧版标识中鲜艳的色彩和炫酷的设计。据汉堡王(中国)投资有限公司首席执行官朱富强介绍,新标识的设计灵感来自于汉堡王当家产品——皇堡,两片金黄的面包包裹着品牌名,像极了一只量多料足的汉堡,以此展现出美味、丰富、有趣、自信的品牌特点。

在静安寺店内,消费者已经能够领略到整套汉堡王全新品牌形象,包括新的品牌标识、食品包装、餐厅衍生品、菜单设计、员工工作服等等,还能体验到全新升级的“智能取餐柜”。

16年前,位于愚园路路上的上海静安寺店成为汉堡王进驻中国大陆市场的首家门店。此后,汉堡王在中国大地上持续发展至如今1300余家的规模。朱富强表示,汉堡王在中国启用全新形象标识,无疑是品牌的一件大事。这不仅会给广大消费者带来全新的体验,更彰显出汉堡王将加大在中国的投资力度、努力为消费者提供优质健康餐饮服务的决心和信心。(曹子琛)

嘉年华集团旗下 7个邮轮品牌宣布复航

当地时间5月17日,全球最大邮轮公司嘉年华集团宣布,旗下AIDA邮轮、歌诗达邮轮、公主邮轮等七个邮轮品牌,拟于今年夏季在欧洲和加勒比海地区的港口复航。同时,嘉年华邮轮公司还希望7月能有三艘邮轮在美国迈阿密和加尔维斯顿复航。

据了解,德国AIDA邮轮旗下船只AIDAprera于今年3月20日在加那利群岛启动运营,航季持续到7月,另有两艘邮轮将于5月底分别在德国和希腊展开航行。而自7月开始,AIDA邮轮还将于德国推出更多新航线。

总部位于意大利的歌诗达邮轮于今年5月1日恢复首艘邮轮运营,其后第二、三艘邮轮分别在5月16日和6月26日复航。7月初,歌诗达邮轮还将推出新船Costa Firenze,并派出Costa Smeralda展开国际航线,途经意大利、法国和西班牙。

公主邮轮旗下两艘邮轮则计划分别于7月和8月在英国复航。此外,P&O邮轮、Seabourn、Cunard和荷美邮轮都将陆续在7-8月间复航,途经国家和地区包括希腊、意大利、英国等。

据悉,目前嘉年华集团已有16艘邮轮披露复航消息,占整体船队的约20%。(郑艺佳)

五年力争产销60万辆 一汽奔腾发布全新品牌战略



张懿

“作为自主品牌,奔腾能够取得现在的成就十分难得。”发布会后,一位来自吉林的奔腾X80车主对记者表示。而记者身边的一位经销商在看到活动现场的两款概念车时也接连称赞:“概念车真漂亮,不知何时能够量产。”

“到2023年实现品牌战略转型,产销30万辆;2024年到2025年为战略成长期,实现快速增长,产销60万辆,并通过抢抓机会市场,向经营规模百万辆挑战。”一汽奔腾汽车有限公司总经理、党委副书记隋忠剑激动地说道。

近日,“向美好生活奔腾——一汽奔腾十五周年全新品牌战略发布”活动在长春举行。

活动中,隋忠剑还一同发布了新奔腾品牌目标、精神、定位、目标用户、架构,分享未来产品布局,以及全新品牌LOGO、全新造型设计语言、三台五悦、研发布局、渠道布局等,为用户带来“不一样的奔腾”,开启“中国奔腾、进取不止”的新篇章。

此外,为了进一步强化“以用户体验为中心”理念,以及践行“一切为了客户,一切服务于客户,一切谦敬于客户”的理念的落地,一汽奔腾推出“六大权益货架”,实现“人-车-生活”全场景覆盖;重磅推出“518服务权益”,致力于打造用车安心、买车放心、修车省心、养车贴心的全新服务体验。

同时,一汽奔腾汽车有限公司与淮海新能源、一汽股权、深商集团、长发集团正式签约合作,与华为、T3出行等伙伴构建“绿色智

能联盟”,与华夏银行、中国大地财产保险股份有限公司等合作伙伴构建“生态共创联盟”,以突破式创新开启代高质量、快速发展新征程。

回顾过往,自2018年新奔腾品牌战略焕新以来,一汽奔腾在一汽集团的谋划和支持下,先后经历三次重大改革调整,实现了向轻资产、创新创业型公司转型。而今年是一汽奔腾品牌诞生十五周年之年,也是一汽奔腾“十四五”开局之年,更是立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局的关键之年。

作为一汽集团“龙腾计划”的重要组成部分,一汽奔腾发布全新产品战略,决心以“树立民族汽车工业品牌”为使命,立志“打造世界一流企业”,以及一汽集团“一切为了客户,一切服务于客户,一切谦敬于客户”理念落

地,努力走出一条新时代主流乘用车自主品牌高质量、快速发展的新型道路,争取2025年进入自主品牌第一阵营。

根据规划,“十四五”期间,一汽奔腾将加速完成主流市场产品布局,形成轿车、SUV、MPV产品的全覆盖。新能源产品,E01面向To C市场,NAT面向To B市场。传统能源产品,今年完成SUV、轿车等6款产品布局;2023年至2025年,以每年两款以上的全新车型的推出速度,完成8款传统能源产品,以及5款新能源产品的布局,将覆盖A00到B级的总规模达到1600万辆的主流乘用车市场。

值得一提的是,不论是销量目标的达成,亦或是新产品的全面布局,都离不开研发的强力支撑。一汽奔腾通过建立奔腾慕尼黑前瞻造型工作室和奔腾上海造型工作室,在人才聚集地区布局智能网联院、新能源院,实施市场化运营,招聘全球精英人才,搭建核心人才队伍,形成“两国四地”研发布局,实现掌握关键核心技术。

聚焦一汽奔腾的大本营——长春,记者实地走访了一汽轿车奔腾开发院、质量保证中心材料技术实验室等地,深入了解奔腾工程师们的专注与精细。“(一汽奔腾)在材料技术领域始终围绕‘轻量化’、‘数字化’、‘精益化’以及‘绿色化’这‘四化’开展前沿工作。”实验室工程师对记者表示,一汽奔腾材料技术的研究开始于2013年,经过8年的积累与沉淀目前已经构建了完整的材料质量管控体系。据悉,材料技术实验室通过了国家CNAS实验室认可,目前拥有实验室30个,设备258台套,总投资5000余万元。

阿里力争三年助力打造100个县域生态农产品品牌

孟梅 易弋力

5月17日,“希望的热土——2021阿里巴巴乡村致富大会”在甘肃兰州举行。阿里巴巴脱贫基金升级为乡村振兴基金,并公布行动方案“热土计划”。

这三年来,阿里巴巴在脱贫攻坚的实践当中积累了哪些探索和实践?未来乡村致富的路该怎么走?阿里巴巴如何利用自己的数字化和科技优势,全力参与到乡村振兴的伟大历史进程当中?

据封面新闻消息,阿里巴巴乡村振兴基金主席、阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇,阿里巴巴脱贫基金副主席、蚂蚁集团董事长兼CEO井贤栋,阿里公益事业群总裁胡晓明,分别分享了自己的看法。

★张勇:全力做好“促产业、育人才、赋科技”助力乡村致富

在张勇看来,“热土计划”可以概括为“促



产业“培人才”“赋科技”三个方向。

“促产业是要授人以渔。贫困县脱贫后,要追求可持续发展,就要大力促进核心产业的发展”,张勇表示。为此,阿里巴巴希望发挥生态力量、技术力量,根据各地条件,对接产业规划,帮助产业链重整,用好数字基础设施优势,帮助欠发达地区更好对接市场,推动品牌化、提升附加值。“我们做公益,绝对不是阿里巴巴的十几万员工做公益,而是通过阿里巴巴链接广大的消费者和商家,一起来做公益。”他说。

育人才是要为新农村培养新农人。张勇非常看好数字经济条件下三百六十行中孕育的机会,“一定还会有更多机会诞生在数字经济的大壤土壤中”,要将过去敲锣打鼓送出去的大学生,敲锣打鼓地迎回来建设家乡。

赋科技就是让科技力量扎根乡村。在张勇的观察中,当田间地头已出现那么多直播播间,无论聚焦农业生产的“最先一公里”,还是助力智慧乡村建设,科技力量可以大有作为,也需要有所作为。

★井贤栋:三年助力打造100个县域生态农产品品牌

井贤栋宣布了蚂蚁集团数字化助农目标。一是生态助农,包括每年种植1亿棵树,10年种植10亿棵树,参与农村生态保护;每年新增就业60万人次,增收1.2亿元,服务农村就业;3年助力打造100个县域生态农产品品牌,助推农业产业。

二是科技助农,具体包括今年普惠金融

服务1000个涉农县区,3年实现1800个涉农县区全覆盖;今年借助遥感技术为100万种粮大户提供普惠贷款服务;3年蚂蚁链助力300个县域地标产品溯源及提升品牌度和数字化能力,助推农业品牌。

★胡晓明:去年销售农产品3037亿元

在此次大会上,胡晓明汇报了三年来阿里巴巴助力乡村振兴的成绩单:2020年,阿里巴巴平台县域商品销售额达1.2万亿元,农产品销售额为3037亿元。

他表示,这三年阿里巴巴一直围绕教育、健康、女性、生态、电商五大方向开展工作,发挥在技术能力和商业模式创新上的优势,用互联网生态协同和数字化技术帮助农村脱贫致富。

“我们的目标是要帮助乡村搭建真正线上线下一体化的产业发展的新通道,有这样的新通道、新通路,父老乡亲们才会有更扎实的发展基础。”胡晓明表示。

企业家自述(长篇连载之四十二)

王建明:动力大王的传奇故事



应求企业自我之实,就要睁大眼睛看世界,还要伸长耳朵听世界。对他人之长,我们要像海绵一样去吸收。吸收回来以后玉柴的事情怎么办?要想自己的路,出自己的办法。有这么一说值得回味:适用性比先进性更值钱。什么是最好的?最适用的就是最好的,而不是最先进的就是最好的。在理念上,在管理经验上,这个原则也是适用的。1994年设备系统的“强零”工程获得成功,就是一个例证。外来的经验和办法,经过咀嚼和消化,具备了玉柴的适用性,它可能不是最先进,但适合玉柴的厂情。

今天选谈的第三个理念是人为本。公司在纽约上市前,美国的别尔斯顿投资银行、克伦威尔律师事务所在撰写招股说明书时,要我们叙述自己的管理哲学,我给他们回答了9个字叫“人为本、争第一、零起点”。“人为本”的政策由两部分构成,一个部分是我们的人本方针,就是“尊重、爱护、发挥、发展”的用人方针和“为每一个岗位的发展提供机会,为每一个阶层的攀登创造条件”的育人方针。用人方针和育人方针是我们公司的人本方针。还有一部分叫人本保障,也是两条,就是干部的十字要求



和干部六项基本功。大家可以回顾一下,这些年我们对人一是侧重如何用好育好,二是侧重于责任的公正分配。最终是为了对人的潜能产生最大限度的挖掘和调动。制定干部的“民主、开明、顽强、竭诚、约束”十字方针的宗旨是给“人为本”提供一种作风的保障。至于六项基本功讲的既是工作方法,又是对责任实行公正分配的原则,什么意思?就是说,一件事情砸了锅,出了问题,要对它作分析,要追究责任、总结教训,那么,你自己要先过好六个关卡的检查,要先自查六项应该做到的基本事项你是不是都做到了,你是不是都尽责了,你如果都做到、都尽责,你可以去指责别人,而不指责你自己。如果这六条你过不了,你就要或者先指责自己,或者至少既指责别人也指责你自己。六项基本功提出至今已5年,5年之间尚未发现哪个干部面对一项失误能够完全过好六个关卡的自检,然后声称自己没有责任的。

以上是对构成玉柴“人为本”理念的两个人本方针和两个人本保障的阐述。六项基本功的内涵极为丰富,我相信随着玉柴事业的不断扩大,这个内涵必将进一步丰富。对今年的几

个事情要套用六项基本功反复检查,不能轻易放手。一个是3、4月间的质量滑坡;一个是刚才点到的质量整改与新产品研制方面的屡屡踩空;再有就是最近出现的产量减少质量反而下降,通不过陈业来的这个“鬼门关”。陈业来这个部门是一个非常非常特殊的部门,通得过是大功,通不过就是大过。11月的质量监督检查不如10月份,这个事情莫世彬和唐振芳要作尖锐反思,理念学习要以此做重点案例,要分析清楚这个11月份不如10月份的原因。有一些话题到元旦讲话再说,今天毕竟是理念学习的宣讲,讲得不妥请大家指正。

解剖要尖锐 评价要恰当 原则要把握 切口要选准 ——在1995年干部考核工作总结会上的讲话

今天刘碧清的报告,风格是尖锐的、泼辣的、开诚布公的。用什么样的话、什么样的言语、什么样的风格来做1995年的干部考核报



告是商量过的。干部的考评也好,干部的建设工作也好,我认为解剖要尖锐,评价要恰当,原则要把握,切口要选准。

解剖是针对弱点,为克服弱点,为的是把工作做好。解剖不直截了当,说话兜圈子,那就浪费时间,费力气,效果差,收效慢。干部考核的讲评应当分台上讲述和善后工作两部分。对于台上讲述部分可以尖锐、泼辣、开诚布公。在这个报告之后,在善后工作方面之以批评求实、辩证待人、辩证待事,那么1995年的干部考评工作就堪称完善了。今后竞争越来越激烈,时间越来越宝贵。这就越来越需要能够竭诚相处,说话的时候是无所顾忌的,是针对事情的,是开诚布公的,是实事求是的,是言简意明的。

其次是评价要恰当。比如,听到这么一种说法,公司主要领导在外面筹款,筹款回来以后,存在有用钱不当和浪费的情况,意见大体如此,但“说法”是一个人去找钱,一帮人乱花钱,一批人私吞钱。这样讲就使人不敢苟同了。上述意见恰当的含义是:玉柴通过先人一步地改革,利用各种途径筹集发展资金。而在使用

这些资金的过程中,有失误,有浪费,甚至可能存在中饱私囊、贪污盗窃的犯罪行为,这样讲可能比较恰当,比较符合实际。公司现在正在进行对低效投资和无效投资的整改,在检讨原因,在反思总结。像刚才那种说法“一帮人”是多少?“一批人”又是多少?这样讲不恰当,玉柴的事实不是这样。玉柴11年来所取得的巨大成就离不开自己越来越成熟、越来越顽强、越来越优秀的骨干队伍,这是基本事实。我想这样的评价,大多数职工是能够接受的。

第三是原则要把握。公司三令五申强调下级不准奖励上级,这个原则不要去违反。你违反了,可能一次,两次我们抓不住,但你不要得意。下级奖励上级,这是个什么东西?除了百分之百贿赂,没有别的含义。陈旧透顶,庸俗透顶,腐朽透顶。要买官,那就请你离开玉柴到外面去搞。你在玉柴搞,终有被抓的时候,那时你就会感到得不偿失。还有一个,就是社会上所说的“有权不用,过期作废”。掌握了一个部门职能的权力,就变成太上皇,所有分配都要过一手,鸡蛋过手要轻二两,鸡蛋自重才一两,叫做利欲熏心,贪婪至极。但是,人一贪婪就难免开始暴露。例如,鼻子出气保证比原来的粗;说话声音保证比原来大;看人本来是平视,贪婪会使他像得了脖子病一样只会仰天看,结果当然是遭到淘汰和抛弃。

要选准的切口就是突破口。不管你是总经理,还是工段长,面对的都是矛盾一大片,问题一大堆,一定不要忘记基本方法,就是选准能够牵动整个局面变化的突破口。最近有不善于突出工作重点的典型事例,我看这些当事人的上级领导有责任,至少有指点不到、帮教不够的责任。大家要认识事物的这一共性:总是可以牵一发而动全身,要牛走路总是要牵其鼻而不是推其身。(此文系本报整理,待续)