

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 076 期 总第 11044 期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元 2024 年 3 月 26 日 星期二 甲辰年 二月十七

强化政企沟通 构建人才优势 ——民营经济发展现场会传递新信号

■ 陈炜伟 魏一骏

促进民营经济发展相关政策备受瞩目。近日,国家发展改革委在浙江温州召开促进民营经济发展壮大现场会,释放出健全完善与民营企业常态化沟通交流机制、构建新的人才优势等政策新信号。

去年以来,国家发展改革委先后在江苏无锡、福建晋江召开促进民营经济发展壮大现场会,今年还计划在有代表性的地区召开系列现场会。

国家发展改革委副主任赵辰昕说,要将现场会作为与民营企业常态化沟通交流机制的重要组成部分,推动有关部门、地方、广大民营企业、民营经济人士等共同研判形势、研究政策,不断强化跨部门跨区域的政企联动。

赵辰昕还介绍,要发挥好各级发展改革系统横向协调、纵向联动功能,加快建设好民营经济发展综合服务平台,引导各地区持续健全完善与民营企业常态化沟通交流机制,稳妥精准推动解决本地民营企业反映的问题诉求。

随着一系列政策举措落地实施,民营经济发展总体呈现稳中向好基本态势。今年 1 至 2 月,民间投资同比增长 0.4%,增速由负转正;制造业民间投资增长 11.6%,增速高于全部制造业投资 2.2 个百分点;基础设施民间投资增长 7.9%,增速高于全部基础设施投资 1.6 个百分点。

温州是我国民营经济发展的标志性地区之一。2023 年,温州规上工业增加值同比增长 9.9%。

“民营经济在转型突围中依然充满韧劲和活力,民营企业在苦练内功中依然坚持创新合作,民营企业企业家精神在传承发展中依然绽放激情和信心。”温州市委书记张振丰说,温州将加快发展新质生产力,全力打造民营企业的兴盛地、营商环境的新高地。

面向未来,民营企业续写创新史的基础在于不断构建新的人才优势。

着眼“人”这一关键要素,国家发展改革委在会上发布了家政服务提升行动、民营企业员工职业技能提升行动、新时代民营经济人士培育赋能计划等 3 个专项行动。

其中,民营企业员工职业技能提升行动,依托公共实训基地,对接产业发展需求和企业生产需要,推动场地、设备、师资、课程等资源共享,每年力争培训民营企业员工 100 万人次。

国家发展改革委副秘书长袁达说,要打通培训与就业、技能与薪酬之间的转化通道,加快塑造劳动者队伍总量势能、结构红利和素质资本的叠加优势,育“工”成“匠”、变“蓝领”为“金领”,进一步为民营企业高质量发展提供有力人才支撑。

新时代民营经济人士培育赋能计划,将通过系统培训、结对辅导、正向激励等有效举措,引导企业家健全和完善现代管理制度,着力提升企业家素质。

国家发展改革委民营经济发展局局长魏东介绍,赋能计划以民企实际需求为导向,制定培训方案和课程体系,提升新一代民营企业企业家国情认知能力,促进民营经济人士高素质成长。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转账到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621 企业家日报社

责编:邓梅 版式:黄健 新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com



品牌复兴元年 茅恒冲刺酱酒高端市场 ——专访贵州茅恒集团董事长张馨月



■ 赵敏

白酒江湖风起云涌,酱香四溢,茅恒品牌迎来翻篇时刻。3月22日,第110届全国糖酒会如火如荼之际,贵州茅恒集团董事长张馨月女士接受了本报专访,与我们分享茅恒的发展战略、品牌价值和带给经销商的财富机遇。

2024 年是茅恒品牌复兴的元年。张馨月透露,茅恒将全面启动市场,顺应酱酒消费转型升级趋势,致力打造成为酱酒高端品牌新代表。茅恒品牌复兴,不仅是传统工艺与文化的传承,更是对市场脉动的敏锐捕捉和创新回应。

品牌价值再发现: “茅”之血脉与长期主义

白酒行业的成长性与中国经济的发展息息相关。张馨月认为,尽管行业会经历周期性波动,但坚守高品质、长期主义精神和社会价值创造仍是行业未来的核心。茅恒正是基于这样的理念,致力于酱酒产业的发展、传统文化的弘扬和品牌价值的提升。

贵州茅恒酒庄坐落于中国酱香白酒的核心产区,是这片土地上的璀璨明珠。2021 年 6 月,贵州雨田集团全资收购了这家拥有百年历史的酒庄,为其注入了新的活力。

雨田集团对茅恒酒庄的赋能发展,传递出贵州酱酒升级发展的新趋势与新讯号。在



接手茅恒后,张馨月带领团队对品牌进行了全新的定位和塑造。在张馨月的引领下,茅恒品牌焕发出新的光彩,以“德以正心、诚以正行”为经营理念,弘扬“茅”之血脉,坚守“恒”之匠心,为贵州酱酒产业带来新的生机。张馨月强调,茅恒提出“以稀有,敬挚友”的品牌主张,以美为媒,以美为愿,让更多人通过茅恒酒相逢相知、互信互敬,共享幸福时刻和美好生活。

用时间酿造好酒,用时间养成品牌。“茅恒”二字,寓意着“弘扬茅之技艺,坚守恒之匠心”。茅恒始终坚持长期主义,秉持“三不”原则——不急、不怕、不后悔,贵在有恒,有恒力、有恒心。这是茅恒秉持的核心精神,是对时间的敬畏,更是对酱酒的热爱。

紧跟市场需求,以新需求和供给为出发点,茅恒带动上下游全产业链各个行业的技术创新和绿色发展。在加快培育新质生产力上,茅恒始终锐意进取、善作善为。

茅恒积极引入新技术和新模式,推动产业链上下游的协同。以茅恒酒瓶的设计理念为例,就是在传承之上强调创新。茅恒酒瓶设计融合了传统与现代元素,既传承了“茅型瓶”的经典造型,又在细节上进行了创新,展现出茅恒酒的文化底蕴和独特魅力。张馨月透露,在品质方面,茅恒同样注重传承与创新,将传统酿酒工艺与现代科技相结合,不断提升酒的品质和口感。

可持续发展战略: 构建品牌复兴矩阵

2024 年,品牌复兴元年,张馨月带领茅恒迈向新的征程。茅恒将全面构建品牌复兴矩阵,围绕“品牌战略、产品战略、营销战略、商业模式、渠道战略、组织战略、管理要素、资源配置”八项内容开启茅恒酒从 0 到 1 的复兴之路。

张馨月透露,在产品打造上,茅恒致力于做产自茅台镇核心产区的高标准酱酒,其主导产品“恒 15”以古朴与雅致并存、幽雅与绵柔共生的设计理念,展现出大曲酱香型白酒的典型风格。

在渠道布局上,茅恒将通过现有企业资源为渠道建设启动原点,强化以团购为导向的渠道建设目标,逐步开拓圈层团购型终端。

在商业模式上,茅恒将构建依托以企业家人脉为前提的商业布局,作为茅恒从 0-1 的商业体系架构。打通“厂-商-消费者”一体化建设路径,实现资源性终端布局。

在组织建设上,茅恒将构建以客户服务为核心的组织架构,打造茅恒铁三角模型——经销商管家,为推进客户开拓市场和各级客户提供有力支持。

在品牌推广上,茅恒将积极拥抱行业论坛、会议、展会等多元化平台,同时加大新媒体投放力度,构建 360 度无死角的品牌推广体系。

“茅恒品牌的复兴之路是一个长期而持续

的过程,需要厂商共同努力和消费者支持。”张馨月表示,同时茅恒也将积极履行社会责任,推动酱酒产业的绿色发展和可持续发展。

打造酱酒高端品牌: 为经销商带来财富新机遇

打造酱酒高端品牌新代表,茅恒将为经销商带来全新的财富机遇。张馨月豪迈宣布,茅恒将建立多维组织,为渠道开拓注入无限活力,紧跟行业潮流,培养创新人才,构建人才梯队,满足各类客户需求。为经销商打造坚实的组织后盾和市场保障,更邀请全球顶级和君咨询公司作为全天候战略合作伙伴,为茅恒品牌建设和市场拓展提供强大支持。

茅恒将进行品牌蓄能全方位推广。茅恒将持续加大品牌推广力度,形成行业+新媒体+高端媒体推广矩阵。这将帮助经销商更好地开拓市场,提高品牌知名度和美誉度。

与此同时,茅恒将提供独家授权为客户提供保障。茅恒将联合商家帮助客户拓展团购 B 端,构建渠道护城河。茅恒将保持商家的良性库存,配套创新的动销模式,辅助茅恒商家的动销回转。这将为经销商提供更加稳定的销售渠道和市场保障。

客户需求,是茅恒的核心驱动力。张馨月透露,茅恒将投入多维度资源助力客户发展。通过高于同行业的市场投入策略,提升品牌形象,满足市场需求,优化供应链,助力客户开拓市场。为经销商提供全面的市场支持和资源保障,共谋发展大计。

消费者培育,茅恒无微不至。协助商家在品牌文化宣传、产品工艺讲解、产品品鉴会议、社群圈粉等方面提供优质服务。提升消费者对茅恒品牌的认知度和好感度,为经销商创造更多销售机会,共赢未来。

激励机制,激发经销商无限潜能。茅恒推出上市会议、大小品鉴会、精品游、人员支持、年度奖励机制等多重激励,实现厂商共赢。点燃经销商的热情和创造力,为茅恒发展注入新活力,共创财富。

2024 年,茅恒直面来自白酒江湖的挑战与机遇。张馨月坦言,“尽管品牌复兴之路充满了挑战和困难,但茅恒有信心和决心在新的历史时期焕发新的活力,为消费者带来更美好的品饮体验和享受。”茅恒期待与更多的合作伙伴携手共进,积极拥抱市场变革和行业挑战,共同见证茅恒品牌的辉煌发展历程。

19个项目集中签约背后的德企信心

■ 刘海

尽管此前已多次到访宁夏回族自治区银川市,德国大荷兰人公司中国区销售经理菲利普·普朗依然对这座西北内陆城市“非常感兴趣,充满好奇和期待”。

今年 2 月,宁夏外事办与德国驻华大使馆共同主办中国(宁夏)·德国友好合作周系列活动。41 家德国知名企业和 300 余家宁夏区内企业共签订合作项目 19 个,签约金额 1.57 亿元,涉及养老服务、装备制造、教育文化等领域。大荷兰人公司便是其中之一。

19 个合作项目西部“落子”的背后,是德国企业对于中国市场的信心。

“我们已经与宁夏一些农业公司建立了良好的合作基础,希望能进一步密切关系,加强合作。”菲利普说,“当然,除了这些‘老朋友’,还想结交‘新伙伴’,和更多中国农业企业开展合作。”

菲利普介绍,10 多年来,公司已在宁夏开展了多项家畜、家禽大规模项目的合作。近



2月21日,德国企业代表在到访宁夏期间品鉴贺兰山东麓葡萄酒。刘海/摄

日,公司还与宁夏晓鸣农牧股份有限公司签订了家禽养殖技术合作协议。

大荷兰人公司是全球最大的畜禽养殖设备供应商之一。扎根中国 30 年,公司客户、供应商遍布中国,还在广州、成都等地设立了销售分支机构。

“中国持续扩大开放的政策让我们对中国市场充满信心。未来我们会进一步深化与中国各地的合作,推动乡村振兴和农业可持续发展。”菲利普说。

像大荷兰人公司这样看好中国市场前景的德国企业还有很多。中国消费市场规模庞大、供应链基础设

施先进、创新能力日益强大……中国市场的巨大潜力和优异表现吸引德国企业纷至沓来,长期以来与中国多地良好的合作基础让中德合作“双向奔赴”。

以宁夏为例,2022 年至 2023 年连续 2 年对德国进出口额增幅超过 55%。宁夏的生物医药制品、锂电池、活性炭、大型铸件等产品畅销德国,德国的机电设备、光学仪器、化学制剂等在宁夏广泛应用。

“我们认为宁夏是一个非常开放的、和德国良好合作基础的省区,对养老产业十分重视并有前瞻性布局,为此我们对其发展非常有信心。”德国雷娜范养老集团投资拓展部部长张鑫介绍,作为从事医养结合养老服务的德国领军机构,集团进驻中国 8 年时间已成功运营 24 个养老机构项目。

“雷娜范养老机构落地宁夏只是第一步,我们希望把德国一些专业的养老标准和适老化改造理念融入到中德合作项目中,同时陆续将医疗服务、双元制教育等德国优质产品引入其中。”张鑫说。

中国德国商会与德国农业协会代表团去年曾到访宁夏,在农业领域取得丰硕成果。今年,商会将进一步扩展合作领域,重点聚焦可持续发展绿色科技。

“宁夏有太阳能、风能、水电和氢能等绿色能源,而德国企业对此需求很大。中国绿色产业的许多领域为中德合作提供了机遇。”中国德国商会董事会成员苏珊娜·拉德马赫说,德国在太阳能、风能和生物质等可再生能源的开发利用方面有着丰富的经验,这些资源可以帮助中国实现能源结构多样化发展,提高能源安全,减少碳足迹。

中国德国商会今年 1 月发布的 2023/2024 年度德企商业信心调查报告显示,超过九成受访德企表示将继续扎根中国市场,超过半数的受访德企计划未来两年内增加对华投资。

“在华德国企业非常看好中国未来 5 年的经济增长,这表明他们充分相信中国市场的潜力。”苏珊娜表示。

[下转 P2]