一个阶层的声音

国内外公开发行(原《厂长经理日报》) 国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85
网址:WWW.JLRB.NET.CN 邮箱:CJB490@SINA.COM

经理日報

THE MANAGER'S DAILY

2011年11月25日 星期五
辛卯年 十一月初一
第310期 总第7082期
今日8版

新闻热线:(028) 87369123
传真:(028)87346406
电子邮箱:cjb490@sina.com
责编:方文煜 版式:黄健 校对:梅健秋

中国乳企 初迈"雏步"出"国门"

光明选择"海外奶源+本土营销"的市场策略,能否成功?能否夺回跨国乳企抢占的奶粉高端市场?整个行业都在观察!

[详见A2版《主题策划》]

贾庆林视察玉柴集团 勉励攻克更多核心技术

◎中共中央政治局常委、全国政协主席贾庆林近日在广西调研。这是11月19日,贾庆林在玉柴集团考察时与工人和技术人员亲切交谈。 新华社记者 马占成/摄

□ 宋永赓 温正华

北国已近隆冬,南桂才起秋意。11月17日至21日,中共中央政治局常委、全国政协主席贾庆林来到广西壮族自治区开展调研。19日,在自治区党委书记郭声琨、自治区主席马飚等领导的陪同下,带着深切的关怀来到玉柴,详细了解玉柴自主创新发展情况,对玉柴60年发展所取得的成就表示赞赏,并就企业发展和技术创新做出重要指示,勉励玉柴攻克更多的核心技术,打造世界一流发动机生产企业。

近年,贾庆林主席数次来广西调研,每次所闻所见,都是日新月异。特别是中央出台《关于进一步促进广西经济社会发展的若干意见》,批准了《广西北部湾经济区发展规划》后,这种发展变化尤为明显。

11月16日,广西玉柴机器集团获得国家发改委授予的"国家工程实验室"牌匾。在其所在行业,这是唯一一家。这份荣誉,实至名归。玉柴现有31个全资子公司,共有六大业务板块,分别为发动机、能源化工、工程机械、专用汽车、零部件、物流汽贸。其中,发动机板块是全球单一工厂最大、也是全球型谱最多、品种最多的工厂。从欧Ⅰ开始到欧Ⅱ、欧Ⅲ、欧Ⅳ、欧Ⅴ、欧Ⅵ,全国第一台发动机都是这里研发出来的。而且从欧Ⅲ开始,玉柴的每一次排放升级都比国家规定的要提前3至5年,在2008年北京奥运会的时候,这个民族品牌完全把康明斯和沃尔沃拦在了国外。

19日,贾庆林主席深入细致地考察了玉柴的重机加工车间、装试车间和试验中心。这份认真,不是缘于玉柴的那块牌匾,不是缘于贾主席专业出身的兴趣,更多,是缘于对当前国际经济发展趋势的战略性思考。

前不久,贾庆林主席出访欧洲。在德国,他参观了宝马公司、奔驰公司、西门子公司,实地考察了德国发展制造业的情况。奔驰公司研发中心做的一项破坏性试验深深触动了贾主席。一辆试验车以每小时100公里的速度向前正面冲撞,前脸撞坏了,但是座位上的两个模拟人都被气囊保护得很好,车门还可以打开。不仅如此,发动机撞扁了,但是没有起火。

"这就是奔驰的核心技术。正是因为拥有别人难以逾越的技术壁垒,2008年以来的严峻经济形势,对奔驰的发展几乎没多少影响。你们一定要进一步把我国的发动机搞上去。要借鉴国外的技术,向先进水平学习,不仅在国内做到第一,而且,在世界上也要做到一流。"在和玉柴集团的技术研发团队交流时,贾庆林主席向他们生动地讲述了当时的场景,并对玉柴集团寄予殷切希望。

(下转A2版)

营销论坛 | Yingxiao Luntan

营销要多走"小路"

□ 刘菲

对于走路问题,早在两千年前《孙子兵法》就有了深入研究,提出了"以迂为直"谋略。意思是说军队如走大路,势必会引起敌人间谍的注意,暴露其军队踪迹,对军队行动产生不利影响。走小路,可能会多花费一些时间,给军队行动带来不便,但能减少敌人间谍的注意。对此,高明的将军对走路路线选择十分慎重,针对战场变化来选择。

相反的是,很多企业都喜欢走"大路",热衷于搞"大特价","有买有送","购物抽奖"等,营销同质化严重趋同,不利于企业长远发展。用军人的话说,打仗牺牲了太多人,结果只取得了小胜利。要想避免这一问题,只有营销特色化、差异化,多走"小路",做到"人无我有",掌握市场营销主动权。

再者,由于"小路"错综复杂,我们搞过的别人不一定搞得来,别人搞过的我们也不一定做得来,这样一来,就会在市场形成"群星灿烂"局面。

因此,营销不仅要多走"小路",而且要善走"小路",发挥走"小路"优势,避免营销同质化,增加营销效果。最为关键的是,营销要善于"花小钱办大事",甚至"不战而屈人之兵",一是把营销与新闻结合起来。营销广告是大多数人最为讨厌,难以吸引人。而新闻报道是人人爱读,而且是无偿的,如何在营销活动挖掘一定新闻价值,做成"免费广告",值得我们思考探索。二是把营销与文艺结合起来,文艺是大众喜闻乐见的形式,通过故事、歌曲、戏剧、美术、书法等形式来从事营销活动,避免营销商业化,提升精神文明建设层次。三是把营销与网络结合起来。随着网络不断发展,网民数量呈增长趋势,成为人们生活重要组成部分,要利用网络论坛开展营销活动,成为继报纸、广播、电视之后又一个营销渠道。以上所述"小路",关键是要结合自身人才实际,发挥人才优势,才能达到"出其不意"的营销效果。

一线报告 | Yixian Baogao

"败家子"嬗变"竹鼠王"

□ 张耀成 本报记者 彭慧

初冬的湘西苗乡,天气格外晴空朗照。11月20日,记者走进湖南省花垣县长乐乡跃马村竹鼠养殖场,顿感"百畜兴旺"。数百只竹鼠5个一群,4个一帮,在啃着竹子。养殖场主人彭顺兵介绍,场里现存栏种鼠有500多只,年出栏商品鼠可达2000多只,实现利润40余万元。上门求购的、来向他学习技术的人都夸他是"竹鼠王"。

初出茅庐,巨资"打水漂"

彭顺兵对"竹鼠王"这个别称多少还是有点欣慰。"当初我趁夜深人静的时候开着车子把死竹鼠一袋一袋地悄悄埋在村外的荒土里。老婆骂我'败家子',别人说我鼠目寸光,面临失败真有点不好意思。"47岁的彭顺兵给记者透露了一个令人心酸的秘密。

跃马村位于花垣县东南,自古就有"地不平坦尽岩壳,天不下雨难开锅"的传言。彭顺兵是村里一名共产党员,在发家致富的道路上早就步入了小康行列,他利用本地石灰石多的优势,创办了精石灰厂,每年收入不下10万元。但作为一名党员,他希望更多的人富起来。于是,2008年5月,彭顺兵投入6万余元,从永州市双牌县引进230多对竹鼠,可种鼠购回没多久,胃肠炎、感冒、口腔炎等毛病接踵而至。尽管他又投入4万余元,买好料、修好圈、购好药,可竹鼠仍在一天天减少,不到3个月,只剩下20多只。

◎"竹鼠王"彭顺兵(左二)在与前来取经的外地农民交谈养殖技术。

持之以恒,技术挽危局

"我坚信一定能找到竹鼠死亡的原因,只因那时还没有找到饲养竹鼠的规律而已。"几天冷静的思考后,彭顺兵开始系统学习竹鼠养殖知识。书上学、网上查、电视观,请专家、学解剖、做试验。其间,他先后到永顺、保靖、重庆等30多处地方学习借鉴竹鼠饲养经验,行程1万多公里。5个月之后,他瘦得像"皮包骨",但他终于发现了竹鼠的一些生活习性和特殊脾气,并通过多次解剖、试验,找到了竹鼠死亡的真正病因,掌握了治疗竹鼠疾病的良方。通过秘方施救,仅存的10多只竹鼠一直存活了下来,成了他竹鼠养殖起死回生的火种。

"孟母"三迁,"鼠目"现春光

"人们都知道,孟母为儿子成才'三迁',可我为了竹鼠也有过'三迁'。"彭顺兵用两年多的时间与竹鼠打交道,搞清了环境与竹鼠的关系。第一次,在别人家里饲养,因地方潮湿、狭窄、不卫生,他重新租了宽敞的地方。第二次,地方虽宽了,但人声嘈杂,不符合竹鼠喜静的特点,因而死亡很多。第三次,他与村支部书记向家华合作,投入30多万元,索性把饲养基地建在村外一处安静的山坡上。建设时,他们考虑了安静、卫生、保温、隔离等诸多竹鼠饲养因素,加之已掌握竹鼠疾病预防和治疗的良方。

(下转A2版)

本期导读 | 大营销
REVIEW | MARKETING

经 营企业 | ENTERPRISE

A2
中国人海外"卖车记"

A3
重造营销链条
五常大米学做奢侈品

理 通商道 | COMMERCIAL

A3
新浪拟建微博营销评估体系

A4
电脑下乡月底"刹车"
三省一市渠道待整

财 智人生 | LIFE

A4
试水新渠道
快递业首次结盟便利店

B1
跨界营销谁喜谁忧
平民品牌"联姻"奢侈品牌

富 在市场 | MARKET

B2
汤臣倍健:要把握营销最后一厘米

B3
罗莱家纺"缝制"新标签

商场另类营销悄然走红

还在打"折扣战"么?这样的促销对实体商场而言,恐怕已经落伍了。记者日前发现,随着商场间的竞争越发激烈,"另类营销"已经成为上海商场间的新默契,更好的购物体验、更好的购物环境,成为另类营销的主题。

"第一个小时停车10元,第二个小时停车免费,这样的收费方式还第一次看到。"周末去日月光中心购物的韩小姐觉得商场停车收费方式很有意思。不过,如何通过停车费这一杠杆拉动消费,成为众商家比拼的重点。有的商家提出消费满额减免停车费的方式;有的鼓励消费者登记成为商场会员,然后用消费得到的会员积分兑换停车时间;最新的则是日月光中心的"第二小时免费"规则,目的是拉长消费者在商场内的停留时间。"算下来一个小时停车费才5元钱,这在打浦桥地区很便宜,商家也没有强迫消费者买什么,感觉很好",韩小姐对此这样评价。

提供无线上网也是不少商家的营销法宝。近日,浦东最大的开放式多功能商业中心金桥国际,成为全市第一座实现WiFi全覆盖的商业广场,整个广场共设置16个WiFi热点,消费者在商业广场的任何一个角落,都能使用10M的免费无线宽带。记者带了一台笔记本电脑来到商业广场,发现广场方面特意设置了棚伞、桌椅方便消费者上网冲浪。

(解放日报)