



纺织行业老总赴德意取经

■ 雷平川

为深入了解最前沿的国际技术用纺织品趋势、调研国际纺织品市场走势、学习欧洲先进纺织服装品牌企业的商业模式、布局规划、运作方式以及国外企业在企业管理、产品开发、时尚设计等方面的做法与经验,6月10-18日,国家纺织产品开发基地秘书处组织成员企业(简称基地企业)远赴德意两国,开展了为期9天的“纺织产品开发中心企业家德意创新考察”之旅。本次活动吸引了北京楚星、福建龙峰、广东德美、湖南华升集团、绍兴艾罗肯特、山东天雁、无锡恒诺、浙江嘉名等14家基地企业的17位老总参加。

在德意期间,考察团观摩了世界范围内规模最大、影响最大的产业用纺织品专业展览会——德国 *Techtextil* (国际技术用纺织品和非织造布展览会);走访了德国最大的户外服饰零售集团 *Globetrotter*、德国特吕茨勒公司 *Trützschler*、吉尔玛 *Gilmar* 集团、品高 *Pinko* 集团总部、羊绒品牌马罗 *Malo* 集团、意大利面料及服装巨头——米罗利奥 *Miroglio* 集团总部及其印染工厂等6家欧洲著名纺织服装品牌;听取了安博思咨询有限公司意大利总部的零售和供应链专家 *Stefano Bosio* 关于欧洲时尚产业的分享;此外还到南山集团米兰分公司进行了参观交流。

Techtextil 强大的创新技术展示;*Globetrotter* 独特的销售模式和新鲜的购物体验服务;特吕茨勒,一个传承四代的家族企业,从销售一到售后出色的服务;品高 *Pinko* 的时尚策略和创意科技理念;吉尔玛 *Gilmar* 集团倡导的休闲时尚生活方式;马罗 *Malo* 集团,一家意大利羊绒品牌中的顶级品牌,独特和完美的编织和印染工艺、令人充满惊喜的设计;米罗利奥 *Miroglio* 集团的品牌运作模式;南山集团的意大利分公司贴近欧洲市场、与意大利设计团队共同合作开发的模式以及安博思对欧洲时尚产业的深度剖析等等。考察团此次欧洲行,内容可谓紧凑和丰富。

亲身参与此活动的各位老总收获良多、感触颇深。“感慨我们中国纺织服装企业,规模不比欧美的小,但真正做到品牌的,很少。对比而言中国企业比较急功近利,关注销售数据;而这些企业更注重定位,确定理念,而后再运作品牌,对品牌发展是有培育计划的。虽然我们有差距,但我们有信心,围绕行业平台,我们整合资源、分工协作、做强自己。”无锡恒田印染有限公司顾忠伟总经理谈及体会时说。

达利丝绸(浙江)有限公司林平董事长则认为:“这些品牌都相当重视设计和品质管理,这是他们的优势。但我们必须要坚持制造业,并保持它的先进性,这个非常重要。”

浙江中纺控股集团有限公司总经理姚卫中说,通过这个考察,他更明白自己要做什么和不做什么。广东德美精细化工股份有限公司化纤事业部总经理陈秋有谈到,企业发展到一定阶段后,品牌发展是必然的,这次看到的欧洲时尚品牌,学到了很多。

贵州茅台再次荣登胡润最具价值中国品牌排行榜

7月22日,胡润研究院发布了2013最具价值中国品牌排行榜,贵州茅台以580亿元的品牌价值,位列国有品牌第9位和总排名第12位。同时,贵州茅台以高出行业第二名一倍的品牌价值继续稳坐中国酒类行业冠军宝座。

近年来,茅台始终坚持文化引领战略,不断丰富品牌文化内涵,不断提升品牌美誉度和顾客忠诚度,以高度的责任感、使命感着力打造最具国际影响力的酒业品牌。作为中国酒业第一品牌,茅台人一直在为一个民族品牌的国际化不断探索和努力着。胡润榜单的出炉,更加坚定了国人对民族品牌的自信。

胡润品牌榜是国内唯一将一个将消费者对品牌的看法列入考量范围,并将其量化为价值进行统计的品牌价值榜,其品牌价值综合评估包含两个方面:一是公司市值,二是品牌美誉度。2013胡润品牌榜共有200个最具价值中国品牌上榜,其中民营品牌数量最多,达到98个;国有品牌其次,有94个;另有8个外资控股的中国品牌上榜。

胡润百富董事长兼首席调研员胡润表示:“公司的有形资产只是公司的小部分价值,公司的大部分价值来自无形资产。”连续8年发布的胡润品牌榜上,金融、房地产、酒类和食品饮料行业诞生了近50%最具价值的中国品牌。其中,来自金融行业仍然最多,有33个;其次是房地产行业,有26个;酒类行业超过烟草和信息服务行业排名第三,有19个。(张云鹏)

设立在全球的五大研发中心,平均每半天就向市场推出一款全新设计的产品,被业界称为“创新机器”。

好孩子:用爱与创新拓展市场

■ 帅鹏坤 林晓灵

7月17日,全球最大的全品类母婴用品供应、服务商、零售商好孩子,在当日开幕的世界最大孕婴童展——第13届CBME孕婴童展、CBME童装展上宣布第5800项专利诞生,并隆重推出“双向伞把车”超级伞把车等系列新品。新颖的创意、别致的设计、卓越的品质令现场观众耳目一新,在展会上引起了巨大轰动。

这些年来,好孩子的创新举措层出不穷,给市场和消费者带来的惊喜不断。

一辆小童车拥有11项专利

在“好孩子集团第5800项专利诞生暨全球首发双向伞把车”发布会上,好孩子集团董事局主席宋郑还,与好孩子(中国)商贸董事长富晶秋女士、好孩子集团执行总裁兼好孩子(中国)商贸CEO高以成,携全球五大研发中心总经理一同为全球首辆双向伞把车揭幕。

这款超级伞把车最大的亮点在于通过拉动推杆上的拉手,实现小童车的双向换向,让车里的小宝宝既可以观察千变万化的车外世界,还可以与父母面对面地交流,享受父母慈爱的目光和轻声细语的呵护,而这一切,只需要拉动拉手,再轻轻一推推杆就可以实现。

看似简单的一个功能,却是世界性的行业难题。好孩子通过其设立在美国波士顿、荷兰乌特勒支、日本东京、中国香港及中国昆山的五大研发中心联合研发,仅用三个月时间就攻克了这个难关。

小小的一辆伞把车,拥有11项专利,凝



聚了好孩子全球研发专家的智慧,实现了行业质的突破。

创新颠覆行业发展格局

“我们不仅是做产品,更是在做服务。”这是好孩子经常强调的一个理念,也正是在这个理念的指导下,好孩子才24年来一直保持着旺盛的创新活力。

随着超级伞把车的研发成功,第5800项专利在好孩子诞生;全球五大研发中心让好孩子的产品始终引领着世界母婴行业的发展。为了保证产品品质和提供最安全可靠的产品,好孩子投入巨资建设了具有世界一流水平,中国行业内规模最大、设施最齐全、最先进的国家级中心实验室,主要设备都采用世界顶级的产品。在这个包括机械

物理实验室、汽车安全座椅撞击实验室、化学实验室、毒理研究实验室等在内的中心实验室里,每一款产品上看得见、摸得到的材料、部件都要经过极为苛刻的检验,以确保万无一失。好孩子检测的某些主要指标甚至比国家标准高4倍,比素以严苛著称的欧洲标准还高2倍。因此,好孩子的中心实验室也是国内唯一获得美国CPSC(美国消费品安全委员会)认可,获CNAS(中国合格评定国家认可委员会)认证的实验室,还是SCS(瑞士通用公证行)、TuV(德国技术监督协会)官方实验室。

好孩子积极参与全球儿童产业标准研究和制订,先后成为美国、欧洲、日本制定产品标准的协会委员,中国玩具标准化委员会副秘书长单位。截止2012年12月31日,好

孩子累计参与78项美国标准修订、1项欧洲标准修订和1项日本标准的起草和制定;累计主导和参与本行业国家标准制订或修订57项,占本行业国标的90%以上,无私地将自己研究的成果与全球同行分享。

秉承服务理念,依靠不断创新,好孩子通过自己的努力和开展国际化合作,连续7年荣登世界童车销售冠军宝座,在中国、北美和欧洲市场上,每出售2.9辆童车,就有一辆是好孩子,其全品类母婴产品,在全球78个国家和地区受到消费者的认可和欢迎。

从制造商向服务商转型

除了在产品上创新,好孩子也在渠道与售后方面大敢开拓,不断突破。近日,好孩子集团宣布与京东达成战略合作协议,同时宣布在线下将联手耐克、阿迪达斯等儿童运动服装品牌打造婴童用品集合店。该集团董事局主席宋郑还表示,好孩子正从制造商向服务商转型,并将借此加速全球婴童行业整合。

好孩子作为全球最大的儿童座椅制造巨头,目前出口仍占其销售额的很大比重,而国内上百亿元的婴儿车市场潜力让包括好孩子在内的儿童座椅制造商眼馋不已。为此,其近年来大力开拓销售渠道。宋郑还透露,电商销售目前已占集团10%的销售额,今年还将翻倍。

好孩子宣布联合全球四大儿童运动服装品牌耐克、阿迪达斯、彪马和斯凯奇打造婴童集合店,上述品牌的童装产品将入驻好孩子旗下门店,实现婴童购物一站式。事实上在此之前,已有多家母婴用品如婴儿面纸、玩具等产品制造商,选择贴牌货直接进入驻等方式与好孩子渠道网络进行合作。

南海企业家助阵清华研究生创新创业

■ 戴欢婷

广东浩迪创新科技有限公司董事长陈声荣,一直在寻找低电压通信的可靠技术“良方”。得益于担任清华研究生毛潇创业导师的参赛项目——低电压电网网络拓扑分析与差分式技术,他成功为企业寻找出一项国内外首创的技术。

日前,南海与清华大学首次合办的研究生创新创业大赛“收官”,清华大学26名研究生组成10个创业团队,携带创业项目现场PK,浩迪创新科技、联邦家私等多名企业家应邀作为创业导师,督导创业团队的科研项目“作战”。

企业家担任创业导师

南海与清华大学合作开展的研究生创新创业大赛是南海—清华研究生创新创业训练营活动的一个重要环节。本次活动是清华大学首次与地方携手,引入企业家作为创业导师来培养和提高研究生创新创业能力的新尝试,同时也是南海结合区内产业方向和企业的具体需求,丰富“柔性引智”内涵,突破传统产学研模式的一项创新工作。

“优良的创业环境、强劲的发展后劲、企业转型升级的求贤若渴。”清华大学研究生工作部部长张小平表示,产业基础和人才环境让清华大学选择南海作为创新创业的“用武之地”。2012年,南海与清华大学签订合作协议,共建研究生科研实践基地,连续两年成功引入94名清华博士到南海参加科研实践,社会效益和经济效益明显。

为了拓宽合作领域,充分挖掘清华的人才、科技资源。今年4月,清华大学遴选出150多名具有创业热情的研究生,通过商业计划书和答辩展示的评审环节,评出10个团队齐聚南海决赛,并首次引入南海企业家作为创业导师,让创新创业项目与市场接轨。南海则结合区内产业方向和需求,邀有科研需求、与高校合作意向的企业家作为导师与创业团队进行对接。

助科研成果南海孵化

彩色氧化锆陶瓷瓷体项目、人类基因私人保健服务项目……决赛当日,多个创新创业参赛项目被企业相中。“有好的科研项目,不一定为企业所用。”被广东联邦家私集团相中的“3D之家”项目,负责人清华大学博士王晓惠激动地说,正因为有企业家导师助阵,科研项目才能更“接地气”。

“本次创新创业大赛,让企业直接参与到清华科研团队最前沿技术项目。”陈声荣坦言,面临转型升级的南海,正需要大量的科技人才,这个创业大赛正是一座有助于南海民企与高校对接的“桥梁”,加速着高校科研成果在南海孵化。

与传统的产学研模式不同的是,对于研究生参赛项目,导师可以选择配股向外融资,直接投资合办企业,或者招聘团队成员、收购项目,推动企业突破科研项目,开拓产学研新领域、新渠道、新方式,加速高校科研成果在南海孵化,助力南海再出发。

知名企业企业家聚首襄阳纵论创新攻略

■ 朱安璋 徐玲玲 刘晓杰

近日,由《中国企业家》杂志社主办,中国商界年度盛会——2013(第十三届)中国企业“未来之星”年会在襄阳隆重举行,300多名来自全国各行业的企业家,分别参加了10场论坛,并发表主题演讲。

仁者见仁侃跨界

做软件的雷军开始做硬件卖手机,乐视网进军电视产业,阿里巴巴创新玩起了金融……这是一个流行跨界的年代。跨界是否一定就好,跨界的度在哪里?“跨界创新”芝麻开门论坛上,复星集团副董事长、CEO梁信军、苏宁云商集团副董事长孙为民、信中利集团董事长汪潮涌、北京搜狗科技发展有限公司CEO王小川、三通企业(集团)有限公司董事长艾欣等人,就跨界问题展开精彩讨论。

汪潮涌表示,我们似乎看到很多企业在跨界,但他们并没有跨到很离谱的地步,他们的跨界更多只是顺势而为,利用他们过去的优势来做多元化经营。比如说马云进入物流和金融服务领域,是因为阿里巴巴在电商方面,做了非常大的一个用户群,有了衍生服务的基础。雷军推出小米手机,主要也因为他过去在互联网的领域里,积累了大量的经验,有推广、设计、技术方面的储备。

曼罗兰袁治能:创新永不止步

■ 喻小喽

7月24日,由中国印刷及设备器材工业协会、香港印刷业商会、台湾地区印刷暨器材材料工业同业公会、澳门印刷业商会联合主办的中华印制大奖成功迎来了第四届盛事,今年更增设了“杰出贡献企业家和行业创新企业家”两大奖项。凭借创新管理理念和出色的领导能力,曼罗兰大中华区董事长袁治能先生被授予了首届“行业创新企业家”的称号。

袁治能先生出生在德国,拥有工商管理硕士学位。自2009年11月担任曼罗兰大中华董事长以来,袁治能先生一直贯彻曼罗兰以“成为客户最出色的商业合作伙伴”为明确目标,不遗余力地推动曼罗兰在大中华地区的持续发展,并带领曼罗兰大中华全体员工,全力以赴,以全面高效的PRINTVALUE印刷价值解决方案和TOP全面绩效管理,帮助客户以可持续的盈利能力获得最佳的投资回报,创造最大的利润。在其任职期间,曼罗兰大中华取得了飞跃的发展——

2010年,作为PraxisDialog实践专题的创办者,一方面,曼罗兰强调通过增值印刷和差异化策略提升企业核心竞争力,它的核心理念是“服务更快,效率更高,质量更好,应用更广”。另一方面,曼罗兰提倡“越环保,越赢利”。绿色环保概念组成的新



●曼罗兰大中华区董事长袁治能

色彩模式,将为广大印刷厂商带来赢利。

2011年,曼罗兰在Print China 2011展览会上旗开得胜,平张、轮转、印刷材料、工程及零部件全线报捷,销售订单再创新高。并进一步巩固了其在高端包装印刷市场的领导地位,实现了中国联线冷烫印刷市场上零的突破。

2012年,历时9个月,袁治能先生走遍中国大江南北共8大城市,包括:淄博、合肥、深圳、淮安、常熟、郑州、珠海和北京。作为包装印刷领域的领导者,对行业进行深入的研究和开发,以及广泛搜集客

户对市场需求的反馈信息,特别提出针对包装印刷行业的典型解决方案。

2013年,China Print展会上曼罗兰采用其强有力的口号“我们就是印刷”闪亮登场。

目前,曼罗兰(中国)有限公司在北京、上海、成都、广州、深圳、香港和台北设有分公司,为大中华不同地区的客户提供快捷、方便和周全的服务。袁治能表示:“未来,曼罗兰将继续以卓越的品质和一流的服务为中国印刷业的美好未来贡献力量。”