

“温州模式”是不是衰落了?“温州模式”是不是过时了?“温州模式”到底能走多远?在温州市委十一届五次全体(扩大)会议上,温州市委书记陈一新坚定而理直气壮地给出了答案——

“温州模式”没有过时!

谭德

12月24日,温州市委十一届五次全体(扩大)会议上,温州市委书记陈一新代表市委作了《坚持和发展“温州模式”再创体制机制新优势》的报告(以下简称报告),阐述了“温州模式”四大核心内涵:本质是民本经济、精髓是市场经济、基石是实体经济、政府治理是有限有为有效。并强调要对“温州模式”自信,正确把握温州全面深化改革的前进方向。会上,陈一新郑重宣誓:“温州模式”没有过时!“温州模式”仍具活力!“温州模式”将再放光彩!

温州模式是中国改革开放两大经济模式之一,是最富有中国乡土特色的社会主义发展模式。“温州模式的实质就是温州人敢为天下先、敢吃天下苦、敢闯天下难的创业精神的体现。”曾担任过温州市委书记的董朝才这样评价“温州模式”。

国际金融危机后,温州金融风波显现,跳楼、跑路潮等负面消息成为浮在温州经济天空上的阴霾。似乎温州的经济发展遇到改革开放以来的最大困难。面对不休的争论,陈一新作的报告铿锵有力,陈一新的回答坚定而响亮。他在阐述“温州模式”的核心内涵时认为,“温州模式”的核心内涵是:

“温州模式”的本质在民本经济。改革开放

以来,温州人民是温州经济发展的主体力量,全民创业成为温州经济发展的鲜明特征,民营企业成为最活跃的市场主体,民营经济成为国民经济的重要支柱,民间资本在经济社会发展中发挥着突出作用。民办、民营、民有、民享的经济体系是民本经济的重要内涵。温州成为中国民营经济的发祥地,成为全国民营经济最发达的地区。可以说,立足民力,依靠民资、发展民营、注重民富、实现民享,是“温州模式”的本质特征。

“温州模式”的精髓是市场经济。改革开放以来,温州人民积极推进市场化改革,充分发挥市场“无形之手”的作用。大力发展商品市场,推动商品和要素自由流动,形成了以消费品市场为基础、专业批发市场为骨干、生产资料和生产要素市场为支撑的市场体系,有力地促进了资源优化配置和区域经济发展。正是温州率先发展市场经济,使人们看到了市场的力量,看到了充满活力、富有效率的市场机制,看到了市场在资源配置中的决定性作用。可以说,市场化改革造就了温州的活力,市场经济成为“温州模式”的精髓。“温州模式”揭示了计划经济向市场经济过渡的制度变迁规律,为中国特色社会主义市场经济制度的建立与发展创造了一个鲜活的示范样本。

“温州模式”的基石是实体经济。改革开放

以来,温州人民是温州经济发展的主体力量,全民创业成为温州经济发展的鲜明特征,民营企业成为最活跃的市场主体,民营经济成为国民经济的重要支柱,民间资本在经济社会发展中发挥着突出作用。民办、民营、民有、民享的经济体系是民本经济的重要内涵。温州成为中国民营经济的发祥地,成为全国民营经济最发达的地区。可以说,立足民力,依靠民资、发展民营、注重民富、实现民享,是“温州模式”的本质特征。

“温州模式”的政府治理是有限有为有效。有限有为有效的政府治理是“温州模式”形成的重要条件,也是“温州模式”的题中之义。改革开放初期,当个体私营经济萌芽的时刻,政府采取不压制、不扼杀的态度,放手让老百姓创业。可以说,善于把握“有所为有所不为”的时、度、效,努力当好有限有为有效政府,不扮演“全能者”角色,这是“温州模式”的要义。

陈一新认为,“温州模式”的本质,完全符合中央《决定》强调“两个毫不动摇”的要求;“温州模式”的精髓,完全符合中央《决定》坚持社会主义市场经济改革方向的要求;“温州模式”的基石,完全符合党的十八大报告“推进实体经济发展”的要求;“温州模式”的政府治理,完全符合中央《决定》处理好政府和市场的关系的要求。

“温州模式”有没有过时?温州民营经济

也提出了3个30%的企业战略规划,我们相信此次合作将实现双方的战略共赢。”

电商行业资深专家罗浩元表示,厨房电器第一品牌老板电器与京东的深入合作,老板电器一定能通过京东平台快速发展的机会,实现更大的销售的增长。京东商城家电板块1100亿元的战略目标,是所有家电企业都应重视的。目前家电传统渠道增长乏力,电商渠道是家电快速增长的不二渠道。

闫小兵强调,老板和京东不但是最早合作的企业,也是合作最好的企业,我们的很多第一都是老板电器创造的,如每一年创造新的销售纪录,再如今年的6.18和双11,京

怎么走?在外界普遍“唱衰”温州的重要时期,温州的企业还有没有信心?记者在温州也对诸多问题进行了了解。

宝格利服饰有限公司副总经理何炎灿认为,“温州模式”发扬光大必须深化改革,改革的路子要走得稳、走得远,又必须始终遵循报告要求的八项基本方针,在基本方针下,做好“6个领域改革”,重点抓好40个改革重点,只有这样温州才能在关键环节改革上取得实质性突破。

温州市经信委主任林亦俊称:报告首次系统阐述“温州模式”的内涵。

森马集团董事长邱光认为,温州市委、市政府在这个时候提出坚持和发展“温州模式”,是对过去温州改革的肯定与认可,也是对现阶段存在的问题的一种正视,是对企业家的一种鼓舞。作为温州培育起来的本土民营企业,主要是要做到“两个坚持”和“两个创新”。“两个坚持”就是坚持立足主业,坚持市场导向;“两个创新”就是要创新企业的商业模式,创新消费者体验感受,要把传统的生产型企业变成服务型企业。

日泰集团董事长金哲新说:“温州模式”发扬光大,必须与时俱进、顺势而为,在发展中不断完善。”

温州知名企业陈龙秋则断言:“温州模式”不会毁灭!

东固然取得了很好的业绩,但是老板电器在里边的表现更是优异,不管是销售量,还是销售的,都拿到了京东的第一。

此次,京东与老板电器达成战略合作,正是京东总体战略规划的一次实施。作为国内电子商务的领导者,京东在产品展示、用户口碑传播、精准营销等方面的优势,将助推老板电器推广大吸力油烟机。

罗浩元先生强调,家电大品牌与京东平台的合作将成为趋势。电商渠道未来很有可能成为家电消费的主要渠道,家电企业应尽早布局电商领域的战略合作,找准在电商时代的位置。

(中国经济网)

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产

海南快克药业总经销

邯郸十项新举措 促现代农业发展

本报讯(记者 杨会民)近日,河北省邯郸市出台加快推进农业产业化经营十条意见,在加速土地承包经营权流转、整合财政支农资金、创新农业融资方式等方面推出改革举措,完善农村基本经营制度,到2015年力争使全市农业产业化经营率超过66.8%,探索构建新型农业经营体系。

邯郸市是全国重要的商品粮生产基地和粮食生产核心区、全国5个整建制推进高产创建试点市之一,2012年在全省率先建成“吨粮市”,具有良好的农业发展基础。如何建立以工促农、以城带乡、工农互惠、城乡一体的新型工农城乡关系,推动农业农村工作实现新突破?邯郸市将重点瞄准了农业产业化经营。该市委书记高宏志说:“贯彻三中全会精神,用全新的改革理念,全面提高农业产业化经营水平,是突破当前制约农业农村发展瓶颈,实现农业增效、农民增收、农村发展的重要途径。”

邯郸市此次推出的农业产业化经营新举措,从土地和资金破题,通过推进农村土地流转和人员流动、建设新型农村社区、加大科技创新力度、建设农业融资平台、强化产品营销等措施,推进现代农业示范园区建设,打造领军龙头企业。该市长回建介绍,目标是立足邯郸农业发展的阶段性特征,以“土地流转提高效益、人员流动提高素质”为主攻方向,以提升土地集约化、农民组织化程度为重点,强龙头、抓园区、建基地、带农户,在邯郸探索一条现代农业发展之路。

推进现代农业示范区建设,市级层面,按照规划引领、产业支撑、项目推动的思路,重点打造邯郸国家农业科技园区,以农产品深加工、生物产业、高效种养业和现代农业服务业为主导产业,发挥其示范引领作用,提升农业产业化经营质量水平;县级层面,各县(市、区)都侧重发展一个主导产业,在全市形成粮食、棉花、蔬菜、肉类、禽蛋、干果等6大产业集群,每个县到2015年建成一个销售收入超20亿元园区,全市力争建成5个以上超50亿元园区。围绕粮油精深加工、畜牧养殖加工、果蔬种植加工,打造农业产业化龙头企业,扶持100家龙头企业,力争到2015年,全市年销售收入超亿元企业从目前的93家增加到150家,其中超5亿元企业30家、超10亿元企业15家。

按照依法、自愿、有偿的原则,鼓励农户进行土地流转,培育壮大规模经营主体。市财政每年安排专项资金奖励,对当年与农户签订流转协议,且流转年限在10年以上、程序规范、手续完备、流转面积在1000亩以上的规模经营主体,粮食、棉花种植分别按每亩100元、80元标准给予一次性奖励,各县(市、区)按1:1比例配套。到2015年,力争全市农村土地流转面积超过220万亩,流转率超过25%,流转面积1000亩以上的规模经营主体超过150家。

按照“渠道不乱、用途不变、县级为主、统筹整合、规划先行、突出重点”的原则,整合中央、省、市三级共75项涉农资金,建立以规划确定项目、以项目筹集资金、以资金整合保证规划实施的机制,通过股权投资、贴息、补助等形式,重点扶持农业产业化组织扩大生产规模、进行技术创新、从事新产品研发、推广转化科技成果,每个县(市、区)至少发展壮大1至2个支柱产业,形成龙头带动、聚集发展效应,培育壮大县域产业。

实施“金财通”农业产业化企业融资办法,发挥财政资金杠杆作用,县(市、区)政府出资不低于500万元,市财政按1:1配套,向合作银行存入专项资金,合作银行以不低于专项资金8倍的额度安排贷款规模,帮助农业产业化企业申请获得1年期以内、500万元以下流动资金贷款,扶持潜力较大的企业加速发展。

老板电器与京东合作 电商或成家电销售主渠道

12月23日,京东与老板电器在京发布“大吸力·大趋势·大未来”战略合作,宣布双方结为战略合作伙伴,进行全面深入的合作。京东将基于自己的资源和平台优势,与老板电器进行更加深入的全方位品牌合作,同时大力推广大吸力油烟机。

老板电器董事副总裁赵继宏表示:“我们老板电器2014年将加强与京东平台的深入合作,老板电器在京东平台的销售目标要实

现业绩翻番。”

京东副总裁闫小兵表示:“在未来三年,京东家电确立了五大发展战略,实现到2016年京东家电的销售额达到1100亿的战略目标。这一战略目标的实现,需要更多像老板电器这样的行业领导品牌的支持和信赖。而今后我们也将继续利用自身平台和大数据的挖掘优势,为老板电器线上销售提供更好的营销解决方案。同时,老板电器在未来三

营销经典

把爆款产品推给年轻人

——本来生活褚橙营销记

从2012年开始,生鲜电商逐渐成为电商领域的新热点。去年策划“褚橙进京”的生鲜电商本来生活网今年仍然在进行它的褚橙“爆款”营销。本来生活网的副总唐宋也分享了他在2013年的褚橙营销经验。

肖明超

随着现代农业的发展,越来越多的商界大佬进入到农业领域,被誉为“昔日烟王”的传奇企业家褚时健也选择在75岁时投身农业,种起了冰糖橙,凭借着全新的农业运作模式、优良的品质和褚时健的影响力,褚橙开始引爆全国市场。

2013年,本来生活网成功借助了一场年轻人的营销,利用互联网,把褚橙推向一高峰,同时也让本来生活网借助褚橙这个产品迅速提升了影响力。其中,有哪些值得很多农业品牌值得参考的地方呢?

品牌要卖一种精神

2012年褚橙与本来生活开始合作,授权在本来生活网北京电商平台销售褚橙。2012年10月27日,经济观察报发表了一篇《褚橙进京》的报道,写了85岁褚时健汗衫上的泥点、嫁接电商、新农业模式……本来生活迅速跟进,做了一个转发,引发财经话题,接下来行业、企业界的大佬等都对这一条微博进行了转发,最后由王石微博转发点燃了事件,这条微博是“衡量一个人的成功标志,不是看他登上顶峰的高度,而是看他跌到低谷的反弹力”。

总结2012褚橙进京、褚老的精神的内容传播,其核心路径是传统媒体——微博,主要的人群是60后、创业者、企业家,因为他们对于褚时健的经历感同身受的经历,尤其是像王石这些人有一些心心相印以及寻找安全感的因素都在里面。

启示:一个产品或者品牌要迅速的流行,必须有深厚的可以激发人们共鸣的精神和故事。

用爆款产品支撑品牌提升

唐宋提到,2013年,褚橙给了本来生活更大的授权和更重的任务,在北京、上海、广州都开了仓库,2013年核心目标是需要80后的人群参与进来,但是,通过调查和数据分析,本来生活发现80后对于褚橙事件不

是很熟悉,即便是听过都觉得“事情离我很近”。

在研究基础上,本来生活得出了2013年的营销思路,为了引发80后成为传播和消费的主题,在企业礼品的基础上推动个人礼品的概念;其次就是突出本来生活的身份和名称,因为本来生活是褚橙的一家经销商,希望大家记住褚橙的时候,同时记住本来生活网站,最后利用社会化媒体作为传播的主渠道,由财经媒体向生活方式类媒体延展,进行更大众化的传播。传播的核心就是传承老一辈的这种自强不息的精神传承到年轻人身上,采用的传播路径就是从传统媒体到微博然后再到自媒体,主力人群就是80后。

启示:从电商的品牌营销的角度,本来生活是选择了一个有爆点的产品,也就是电商比较常说的“爆款”产品,通过一个爆款产品的炒作同时提升电商平台的影响力。

寻找意见领袖,产生圈子效应

唐宋说,本来生活2013年给褚橙定的褚橙,褚时健种的冰糖橙,广告语“人生总有起落,精神终可传承”,这句话在网上传播非常广泛,下面是用一些数字描述褚老的行为:85年跌宕人生,75岁再次创业,耕耘十载,接出24000万累累硕果,以非常量的橙子进行视觉上的反差,并把包装作为核心传播的素材。

在预售阶段,本来生活在北京电台里面打了第一波广告,做了一个视频,找了十位80后各行各业在自己领域里面有影响力或者有杰出成就的人,拍了一段视频,他们处在事业的转型,他们在人生中遭遇了一定的挫折,他们是如何面对自己事业的转型,在遭遇挫折的时候如何解决的?这十个人物是我们认为是平民英雄,我们认为褚老的精神符合我们的精神,最后一位嘉宾是2008年奥运会领舞的演员,她非常坚强,她发明了手舞,非常坚强、非常厉害,例如,还为80后的代表蒋方舟拍摄了视频,当天浏览量达到18.5亿,这10个人每个人背后都有自己的粉丝,在他的粉丝群里面获得一个很好的传播。



同时,还找到很多意见领袖来传播褚橙的理念,例如,讲到80后绕不开韩寒,而本来生活邀请韩寒来传播,他也很乐意,我们希望褚时健的故事通过韩寒这个讲述者再次传递给80后的年轻人。然后韩寒给褚老写了一句话,“我欣赏所有跌倒后能爬起来的人,尤其是那些被人身后推倒而非自己跌倒的哪些人”。在媒体上他就褚老的东西接受了媒体的采访,并在网络上获得了很好的传播。

蒋方舟当时正好出了一本新书,本来生活在网上做了特别的推送,买了一箱褚橙送一本蒋方舟的书,利用出版社的微博,当时获得了一千多转发,蒋方舟找了身边一百多个朋友,把特别款赠送给他们,这一百个朋友也会在微博进行传播,这个就是圈子的效应。

启示:要影响你要影响的目标人群,你就要找到目标人群中的意见领袖和偶像,让他们来讲品牌或者产品的故事,以此来取得群体和粉丝的认可。

个性化包装×内容: 有逼格者赢天下

再说说包装,褚橙的包装是非常重要的一个策划,也是唐宋认为非常重要的成功的一个关键点,包装上面有一些非常年轻化的语言,把本来生活原创以及微博上征集的活动征集的一些语言做在了包装上,很多用户可以根据自己的喜好或者根据自己的审美来选择这样的包装,比如说,“谢谢你让我站着把钱挣了”,有一些企业的负责人买回来

送给欠他钱的合作伙;在比如结合王菲李亚鹏离婚热点事件设计的“我很好,你也保重”的包装,有很多女孩子买了之后送给前任男友。还有一些是“即便你很努力,但是你的成功主要靠天赋”,“就算你很有钱,我还是觉得你很帅”。

同时,给韩寒设计了单独的包装,韩寒的“一个APP的slogan是:“在复杂的世界里一个就够了”,本来生活就把这个做成一个包装款,一个五公斤的包装里面只有一个褚橙送给韩寒,他当时就惊呆了,还发了微博,这个微博也获得了很大的传播,包括韩寒的老爸也转发了这个微博。

唐宋调侃道,很多人说得屌丝者得天下,但是,站在他们的角度则是“有逼格者赢天下”,例如,柯蓝吃褚橙发出了微博,刘涛跟我们褚橙也有合作,六六,即是写《蜗居》的作家,也参与褚橙的互动,这些人都是微博上比较知名度的大V人物,除此之外,本来生活还做了一些活动的营销,比如跟太美集团做的二代企业家的论坛活动,主题就叫传承,做了一次植入。

此外,本来生活还跟联想合作,柳传志说他可以将自己的名字放在褚老背后,非常高兴,所以本来生活就做了一个产品组合叫“褚橙柳桃”,然后潘石屹觉得能够跟在褚老和柳传志背后很荣幸,所以本来生活就做了“潘苹果”。

启示:在褚橙的案例中,个性化的包装本身就是一种内容的营销方式。对于农业品牌而言,很多产品都没有差异性,在产品缺乏差异性的基础上,需要考虑是不是有与品牌相关的个性化的内容和话题的创造。