

中国必须打造本民族的品牌

——访品牌策划师许瑞鑫

■ 本报记者 彭慧
实习记者 郭艳 蔡传芳

“中国 500 强企业的运作模式固然值得大家学习,但它们并不适合所有的企业。任何一个企业都要建立自己的核心价值观,这个价值观包括三个层面的内容。首要的就是战略层面。战略是一个企业的方针、目标和定位,它显示的是企业的方向,作为企业决策、布局的依据,具有火车头的作用,能够举纲而万目张;在战略层面的基础上衍生第二个层面,即资源层面,包括内部资源、外部资源、环境资源等。”品牌策划师许瑞鑫分析当下我国的企业中,很大一部分企业没有将企业所拥有的这些资源有效整合。“第三是运营层面,它是企业里各项管理的总称,是将企业战略方针付诸实施的管理工作。在这工作中,企业领导要不吝嗇,全方位向员工宣传和讲解你的战略,若是大家不了解战略,就只能一味的推崇经验主义,停滞在经验层面,那么企业也将走到危险边缘。”“以上三个层面做好了,就能使企业的‘三力’发生作用,这三个‘力’就是‘竞争力’、‘响应力’和‘品牌力’。在‘三力’的推波助澜下,自然而然品牌就建立起来了。拿起品牌做旗帜,发展到哪里就在哪里插上你的品牌旗帜,那么企业的版图就随之而建立了。”“三力”是许瑞鑫根据长期在市场经济运行中实践总结出来的宝贵经验。

从国企经理华丽转身为资深品牌策划师

许瑞鑫学的是纺织学,江西九江人,今年 54 岁。谈起纺织行业知识、品牌理念和企业管理经验滔滔不绝,信手拈来。他先后在企业里做采购、市场营销、企业管理的具体工作,从 1994 年起,在江西一家外贸工矿纺织品进出口公司担任了 6 年经理。后来由于国企改制转型,他成为一名下岗职工。于是,2000 年他南下广州谋求发展,成为典型的“南漂一族”。从纺织面料分析工作岗位开始做起,结合自己在纺织服装及贸易企业工作多年



的经验,一步一步积累了一套管理方面的知识,现为广东多家企业管理和品牌发展出谋划策。

“从决策可行性规划角度来看,中国企业大多数缺乏战略层面意识、资源层面整合、营运层面的精准定位考虑。没有战略高度,就不能纲举目张,企业核心竞争力是什么? 决策人一定要知道。所谓品牌就是品质和品位的对接,看一个品牌发展首先要分析其品牌的含金量。”许瑞鑫对当代的中国企业管理实战形成了自己的看法和观点,认为当代的管理模式很多方面是不符合中国国情的。

根据市场现状和需求,许瑞鑫用 4 年时间精心搜集准备资料,花半年时间写作,2004 年,《现代服装企业管理手册》应运而生。2005 年,许瑞鑫担任兴邦市场策划有限公司的策划总监,对广州新塘辅料市场进行系统策划。对“羊城晚报财富沙龙”组织活动进行策划,策划方略为邀请广州知名企业家、企业管理人士等探讨“如何改变经济发展模式走品牌之路”,坚持品牌运作要进行实践和理论的深入研究。2006 年阿依莲服装有限公司看到他出版的书后,认为他的专业理

念和意识很独特,邀请他担任采购部经理。在任期间为公司的面料检验、技术流程程序改造作了提升改进。2012 年担任丝绸之路有限公司和迪克迪奥有限公司的总顾问,指导企业管理发展战略方向。他提出“品质铸就品牌,合作共赢市场”,并运用到广州福兴服饰有限公司、HOS 品牌亨世拉链走民族拉链品牌发展之路,使该公司由年销售额 300 万上升到年销售额 7000 万。

品牌是企业的战旗

“品牌是企业的战旗,插到哪里,企业就有了一块新的版图。”许瑞鑫认为,在激烈的市场竞争中,企业要获得长远发展,必须拥有自己的品牌。

许瑞鑫认为,打造品牌,必须整合企业的各项资源,在使品牌生命力延伸并且不变质的前提下,传承中华民族文化,完成振兴中华的伟大使命。越是民族的,越是世界的。中国的产品必须有别于别的品牌的明确的定位。纯民族的东西并不能适应市场经济的需求,必须把中华民族文化和西方元素结合起来,才能打造中国品牌,走向世界。但也要把

韶钢松山董事长闪辞 宝钢重组搁置亏逾 3 亿

■ 晓晴

在经过了 2013 年的艰难扭亏之后,韶钢松山今年一季度却再度报出巨亏。4 月 16 日,公司发布一季度业绩预告称,预计亏损约 30000 万元-32000 万元。

“今年一季度,国内宏观经济整体疲软,投资数据创近期新低。加上‘两会’前政治预期不明朗,贸易商心态悲观谨慎。加之整体资金链都较为紧张,导致春节后复工进度低于预期,钢价环比连续下滑,下降了超过 200 元/吨。”当天,韶钢松山有内部人士告诉记者。

不过,韶钢松山当天发布的一则公司董事长意外辞职的消息引来了市场对于公司是否会进行重组的猜测。

当天,韶钢松山发布公司董事长辞职的公告称,2014 年 4 月 11 日,公司董事长余子权因工作原因,向董事会递交了辞去公司董事、董事长职务的辞呈。但是,在正常情况

下,余子权的任期要到 2015 年 5 月 22 日才到期。

“辞职主要是个人原因。明年一月,我就要到点退休了。因此,本人有意早些做出安排,让接班人先上来,好让公司管理层顺利过渡。实际上,我是一步一步在退出。最多的时候,我曾经身任三职,包括韶钢铁党委书记、上市公司董事长和总经理三个职务。我先是退出了总经理的职务,这次退出上市公司管理之后,还保留了韶钢铁党委书记一职。”当天,余子权在电话中对记者表示。

对此,上述公司内部人士也确认,余子权辞职是其本人自愿提出来的。从公司当天发布的董事会公告来看,新任董事长王三武早在 1988 年即加入韶钢。2013 年 12 月至今兼任韶钢铁总经理、党委委员。

值得一提的是,公司股票刚于 3 月 24 日撤销退市风险警示,恢复正常交易,公司股票简称由“*ST 韶钢”变更为“韶钢松山”。2011 年和 2012 年两年,公司连续两年出现

巨额亏损,全年分别亏损 11.38 亿元和 19.52 亿元。2013 年,公司严控费用支出,钢材销售成本降幅大于钢材价格降幅,全年得以扭亏为盈,实现归属于母公司净利润 1.01 亿元。

“截至目前,公司生产经营情况正常,但是,由于行业指数连续下跌,经营形势比预期的要差一点。”对此,上述公司内部人士表示,“钢铁行业已步入严重产能过剩,行业整体低迷将在较长一段时间内难以改变。因此,抓管理、降成本是整个行业的主要趋向之一,公司会尽最大努力做好生产经营。”

对此,有市场人士认为,公司退出钢铁行业,进行资产重组是韶钢松山最好的选择。因此,在宝钢入主韶钢松山之后,市场便对此充满了期待。如今,一晃几年时间已经过去,重组却迟迟仍未见动静。

上述公司内部人士告诉记者,截至目前,宝钢集团主要是从资金和技术层面对公司进行扶持。

“宝钢重组韶钢目的是为了

握好设计比例,以设计理念、产业文化为主导,不能盲目崇洋。适应市场经济,把企业资源和政策等宏观经济与微观经济合理对接。

在市场竞争日益激烈的今天,信息技术已成为企业赖以提升竞争力的重要手段。有人认为我国服装企业现代化管理主要存在几个问题,即信息化的应用普及率非常低,生产管理方式一直比较落后,多靠经验来管理着自己的企业;服装行业对潮流和时尚过度推崇,使得产品款式多变、价格多变、库存风险非常大。现在,在服装企业的信息化中,技术已经不是最大的问题,对于供应商和服装企业来说,人才问题是双方难以逾越的障碍。许多软件系统供应商懂技术,懂程序开发,但却缺少服装行业背景,对服装的生产、销售知之不多,对服装企业管理有深刻认识的人才更是缺乏。

对此,许瑞鑫也提出了自己的见解。他认为,我国现在的服装业面临这样一个瓶颈:过于关注流行趋势,主要参考意大利、英国、法国,中国本土文化的东西较少。近年来,中国服装业又受到韩国服装的冲击。面临这样一个现状,中国必须打造属于自己本民族的品牌,传承民族文化。

一个可以信赖的供应商应具备开发、顾问、客服、市场、质检等支持团队。作为信息化系统供应商,则应先从有意识、有一定管理水平企业入手,在意识、人才对等的条件下,信息化才可更快地得以实施,并影响和带动其他条件稍差的企业。

许瑞鑫侃侃而谈:“现在的企业不要过度限制行业和专业,要不拘一格降人才。经验的东西是无字天书。经营一个企业,75%的管理是通用的,25%靠专业知识,需要用专业人才做专业事。人才是活宝,因此不要把人才判刑。品德是应用的根本,知识是支点。品德道上行,责任验真身,知识奉献到,绩效利益本。”

“我的思想在人性灵魂的圣堂里行走,我的生命在人性精神的食粮里高歌。”许瑞鑫在他的博客里多次提到炎黄子孙要有“爱我中华”的情操。许瑞鑫说,我们要为坚守中华民族整体文化的“根”而奋斗,奉献自己的正能量,实现伟大的中国梦。

铁工业结构调整,优化区域布局,发挥大集团的带动作用,提高集中度的要求。”该人士称,“自 2011 年宝钢集团对公司实施重组开始起,宝钢集团从资金、原材料供应、技术研发和产品开发等多个方面给公司提供了较强的支持。”

2012 年,宝钢集团向韶钢铁以现金增资 9 亿多元;2013 年 6 月,公司向韶钢铁以每股 2 元价格定向增发 7.5 亿股股份,扣除发行手续费后,公司实际收取资金 14.94 亿元,用于偿还对后者的债务。

“截至目前,公司的特钢已进入宝钢的供应体系,现为宝钢特钢提供优质的钢坯资源。公司正按集团的发展规划,将韶钢建设成为宝钢特钢的韶关基地。”上述公司内部人士称,“公司的特钢产品已广泛应用于汽车、工程机械、无缝钢管、通用机械等领域。”

另据韶钢松山 2013 年年报披露,报告期内,公司总投资达 16.49 亿元的优质棒材生产线改建工程已于年内试生产。



小钱带来大产业实现税收增长,运营商不愿支付高额的 IPv6 投入因为看不清回报”,这是当前急需厘清的问题。

——“什么样的举措能推动下一代互联网?”

段晓东的一个很大困惑是,要让用户能实实在在地进场使用 IPv6,这就要让其使用和体验进一步简单化,“我们在测试时,出现很多问题,很多浏览器都不一样。如此,体验不好,普通该用户自然不能接受。”

这正是下一代互联网应该克服的问题:互通。博承鹏认为,这需要凝聚各方资源,比如在示范城市的创建工作中充分调动相关社会资源,联合推进。在国家战略、地方政府与运营商的共同支持与引导下,通过科技创新商业模式创新方式完成各自的目标,实现价值。

“我们主要是三个建议:其一,从国家层

中国移动研究院网络所所长段晓东说,移动通信发展 LTE(俗称“4G”技术已经更先进的 VoLTE(基于 4G 的语音业务)技术,“对地址的需求量可达十几亿个,必须嫁接 IPv6”。

——“为什么我们还没能大力推动 IPv6?”

赵慧玲直入主题,直指中国在 IPv6 推进过程中还存在三大主要问题:一个是网络设备改造成本巨大,需要至少超过两百亿的投资规模;二是终端对 IPv6 的支持能力还需大幅提高;三是业务驱动力不足,如果把没有 IPv6 的应用资源网络全改成 IPv6,会造成网络资源的浪费。

“其实技术的障碍已经基本都解决了,现在主要是商业模式的障碍。”中国联通集团 IPv6 首席专家博承鹏说,对于发展下一代互联网的宏观战略各界基本都没有质疑,“真正的问题是,大家关心抓住这一新兴产业能给本地带来多少实惠,能带来多少实实在在的税收。”

博承鹏进一步解释说,各方都处于这样一种“观望、疑惑”的状态,“比如,地方政府不知 IPv6 给本地产业带来什么,运营商虽然大力支持但不愿多花钱,地方政府期望花

下一代互联网,他们怎么看?

中国通信“三巨头”论道 IPv6

■ 罗争光 王朝

“让每一粒沙子都拥有一个 IP 地址”,可是全球的 IP 地址早已不够用了,怎么办?答案是尽快向 IPv6 迁移。4 月 17 日开幕的“2014 全球 IPv6 下一代互联网高峰论坛”上,中国的通信“三巨头”坦露了他们的思考。

——“为什么我们需要发展 IPv6?”

“很简单,有了 IP 地址,才能保证互联网的可持续发展。”中国电信云计算中心主任赵慧玲如是说,“下一代互联网是宽带中国战略的重要基础,是保证宽带服务可持续发展的一个基石。”

“逐渐停止 IPv4,全面部署 IPv6,开始使用 21 世纪的互联网。”这是全球互联网之父 Vint Cerf 的呼吁,也正是全球下一代互联网发展的趋势。

2011 年春节期间,国际互联网地址分配组织宣告 IPv4 地址池地址告罄,IPv4 走到尽头,世界互联网逐渐进入 IPv6 时代。

根据赵慧玲所在研究机构的统计数据,目前 IPv6 在全球的覆盖率已经达到 18.4%,有超过 217 个国家和地区组织了申请 IPv6 地址,已分配近 13 万块,其中 26.8%的地址块已通告使用。

老总话道

功夫在诗外

■ 文 / 刘鹏凯 画 / 何兵



1、一次去香港,顺道到广州看望一位同行吴总,吴总接待我的茶道让我大开眼界。



2、吴总先用开水将茶壶烫上三遍,边烫边说:“泡茶在于水、茶叶和壶,但首先还是壶,它必须是素烧陶器的,还必须一壶一泡,这样的茶才完美。”吴总不是在沏茶,分明是在打造他的品牌哩!



3、接下来,吴总打开茶叶罐,用竹勺舀了一勺茶叶,放下,停顿片刻,又拿起一个竹漏斗放到茶壶口上,再重新舀一勺茶叶倒入壶中。真是计量精确,一点也没有洒落在外。



4、“往壶里面装茶叶一般以壶容量的三分之一为准。”吴总边说边将沸水倒入壶中,再把壶里的水倒进茶船,之后再把沸水倒入壶中,一套一套的。



5、盖好壶盖,他又用开水不断冲洗茶壶。“这茶壶烫水也很考究。”吴总的神情好像在开产品分析会:“一般茶壶浸水三分之二为佳,小茶杯也要同时放入茶船内,让壶体烫熟。”



6、我端起牛眼睛大的小茶碗:“香,好香的茶呀!”真是难得的享受啊!功夫在诗外,两个朋友,一份真诚,今天这泡茶冲出来,真是有滋有味,打嘴也不丢人啊!

(作者刘鹏凯系江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长)