

8 市场营销 Marketing

现场达成多省市的合作意向,预计成交金额逾千万元 副省长关注国际农博会上的得益自热米饭



四川省副省长甘霖(中)亲临得益绿色产品展场

■ 本报记者 何沙洲

日前,在北京·全国农业展览馆(新馆)隆重举行的2014第五届中国国际现代农业博览会暨优质农产品交易会上,来自全国各地的特色优质农副产品汇聚,品牌荟萃:中农发、京粮集团、杨凌示范区、北大荒营销公司、广西农垦集团等众多大腕强势亮相。“川货全国行·北京站”活动的启动仪式在本届农博会开幕当天同时举



行,四川得益绿色食品集团作为农业产业化国家级重点龙头企业受四川省商务厅、成都市商务局“川货全国行·北京站”活动之邀参加本次展会,与其他应邀参会的知名川企,展示展销四川各类特色优质农副产品及加工产品。作为农博会的老朋友,得益绿色展示的新一代自热式方便米饭、自热式玉米饭产品,吸引了大量宾客驻足观看与交流,现场达成了河北、山东、山西、黑龙江、辽宁等华北、东北区域多省

市的合作意向,预计成交金额逾千万元。

此次博览会以“科技驱动 规模经营 市场导向 产业创新”为主题,突出优质农产品展示交易。在“川货全国行·北京站”活动的启动仪式上,四川省副省长甘霖表示:四川省政府今年共筹划8站“川货全国行”活动,鼓励川企拓展国内外市场,提高川货市场占有率,北京是作为该活动的在川省外的首站。在本届博览会上,面积达2800平米的“四川馆”区上,展示了多达千余种

探寻锡柴奥威11升机热销的奥秘

今年以来,锡柴奥威6DM发动机销量持续走高,1-4月份销量突破15000台,同比增长超过90%,接近半数地区销量实现翻倍,甘宁青、江苏、山东等地区销量同比增幅更是超过200%,11L机呈现遍地开花的喜人市场形势。

“销量的增长并非偶然,这是前期一系列推广工作所取得的成效。”锡柴多个地区的办事处经理给出了一个统一的答案。据悉,今年以来销售公司按照年初制定的年度市场推介策略,通过与厂家驻外机构、经销商三方联合,邀请6DM机的大用户、竞品用户和区域解放经销商等,在多个地区开展了6DM系列产品推介会。其中,与解放公司的驻外机构在河南、山西、陕西等地区进行了J6P车型配6DM机的推广;与青汽公司的驻外机构在安徽和江西进行了新大威、天V车型配6DM机的推广,使许多潜在用户认识、了解、认同并最终选择了锡柴6DM发动机,有些甚至迫不及待地现场订车。在安徽天汇推介会上,用户现场订购5辆配装6DM的解放420PS汽车;在甘肃兰州推介会上,现场订购了5辆配装6DM的解放420PS汽车……

“结合推介会的开展,我们通过定期回访和持续不断的宣传,一方面形成了一批忠实用户,另一方面也吸引了许多新用户。”据锡柴驻新疆分公司经理王剑介绍,新疆石河子某公路运输有限公司多年来一直是锡柴解放车的忠实用户,锡柴解放车保有量达到380余辆,其中许多车都创出了“百万公里无大修”的奇迹,使锡柴奥威品牌在当地形成了良好的口碑,于是许多原先使用竞品发动机的用户开始“蠢蠢欲动”。自去年7月份在新疆地区开展6DM推介会以来,这些用户陆续与锡柴销售人员接触,在了解了锡柴6DM发动机可靠、省油、动力强劲、维修便利等特点后,逐渐认可了锡柴品牌,频频下单。今年,某个在新疆短途运输排名第一的运输公司就一次性下了100台奥威6DM配解放车的大订单,第一批30台已交付使用,用户使用后还表示出进一步放开购买的意向。

“之所以选择奥威6DM发动机,是因为它让用户实实在在地体会到了物超所值。”锡柴驻甘宁青地区分公司经理张海峰说,“西北地区多是坡地,上坡考验的是发动机的动力性,下坡考验的是发动机的安全性,这就构成了当地用户选择6DM发动机的理由。”在动力性方面,6DM发动机最大扭矩达1900N·m,低速扭矩大,起步、加速性能好,重载上坡使用档位比同类车型高1-2挡,加速性比竞品提升30%,能实现多拉快跑;在安全性方面,6DM发动机拥有自主知识产权的发动机制动装置,低速制动效率比竞品大30%,能够保障用户安全挣钱。更让用户惊喜的是,6DM发动机非常省油,正常行驶百公里油耗能节省2-3升,于是许多开小车的用户也宁愿“奢侈”一把,购入6DM11L高端动力,跑得多了,不仅回了本,还赚了“盆满钵满”。据张经理介绍说,在甘肃白银地区周围的几个县已经形成了一定规模的6DM发动机“运输圈”,用户纷纷从6DM发动机上看到了发财致富的希望。

(许兴梓)

田野餐桌 打造安全农场直供第一品牌

内蒙古田野餐桌现代农业有限责任公司成立于2009年3月,位于赤峰市元宝山区美丽河现代农业科技园。主营绿色原生蔬菜、有机杂粮、有机葡萄、有机天然肉类、各种礼盒等农副产品,全力打造从田野到餐桌,从种植到采摘,运输到销售全程可控性、透明化的新型农业销售体系。2012年公司投资兴建了信息化平台、电子商务、远程监控系统、建立了完善的食物质量可追溯体系。

公司在生产经营上实施ACM品牌运营模式。田野餐桌公司针对传统农业流通模式中存在的产销不对等、供求关系复杂、中间环节过多、层层加价、新鲜安全没有保障,导致农民无法实现持续增收,消费者的食品安全无保障等实际问题,率先提出了发展现代农业,确保食品安全的关键是实施“区域化全产业链运营管理”,即实施ACM品牌产销直通全新现代农业流通运营模式,实现产运销无缝对接,减少中间

环节,使得生产网与销售网有机结合,从田野到餐桌,延伸产业、带动就业、确保食材安全。通过全面打造整个农业全产业链,有效实现农宅对接、农企对接、农校对接、农超对接、农餐对接、连锁直营、电子商务等,减少流通环节,降低流通成本,建立起生产到消费的有效衔接、安全便捷的农副产品直销模式,努力打造田野餐桌安全农场直供第一品牌。

(高艳庆 杜铁军)

玉柴发动机产业链1~4月销售收入同比增长超过10%

5月15日,在玉柴集团2014年表彰大会,玉柴集团董事局主席晏平介绍,今年以来,玉柴紧抓机遇,开启二次创业,启动企业转型升级战略,实现良好开局。

今年1~4月份,玉柴集团各主要经营指标实现持续增长,累计实现汇总收入同比增长1.38%。其中,发动机产业链实现发动机销量同比增长5.56%,销售收入同比增长10.78%;石油化工产业链实现销售收入28.89亿元。玉柴股份的发动机产销量

在同行业中继续保持领先地位,市场占有率进一步提升,1~4月份发动机销量同比增长超过11%,销售额同比增长近15%。

晏平说,今年在严峻的行业环境背景下,玉柴在市委市政府的大力支持下,开启了以转型升级为核心的二次创业。玉柴的二次创业将以玉柴产业新城的建设为契机和平台,通过整合集团资源把玉柴产业新城打造成为国家新型装备制造业(内燃机)产业基地,形成高端装备制造业的产

业布局,力争在3~5年内形成1000亿元以上(含集团本部)的年产值规模。玉柴将从两条产品链、多个产业群的六大产业板块格局调整为“发动机”和“石油化工”两条产业链、“金融”和“物流”两大服务平台的新格局,通过重新定位集团发展模式,集中优势力量和资源,优化结构,推动企业转型升级。

(宋永庚)

洋河荣登“中国工业企业品牌竞争力百强榜” 成为江苏省唯一入选白酒企业

育工作成果,建立评价发布平台,为政府相关部门给予企业政策扶持提供采信依据,是中国工业企业品牌培育工作最具权威和影响力的评价之一。

近年来,随着全球一体化进程的加快,“品牌经济”日益引领行业潮流,同质化的白酒行业正逐步跨越产品的初级竞争,迎来品牌竞争时代。作为中国老八大名酒企业,洋河股份(苏酒集团)多年来一直坚持传承与创新并重,从过去的经验生产发展到现在由先进科技、现代管理与传统工艺相结合的科学酿酒上来,并对品牌的核心价值不断进行提炼和诉求,造就了中国绵柔型白酒的领袖品牌。

一入选的白酒企业。

据悉,“中国工业企业品牌竞争力评价活动”是2013年国家工业和信息化部推进的重点品牌培育工作之一,旨在验证品牌培

放飞事业梦想 绽放无悔青春

近日,新疆第一窖古城酒业有限公司(以下简称“古城酒业”)综合办被“昌吉州青年文明号活动组委会”评定为2014年度“青年文明号”集体。

古城酒业综合办是一个乐于奉献,充满活力的团队,是一个优秀的青年集体。综合办现有干部员工22人,其中党员有9人,大专以上学历10人,团员7人,35岁以下青年11人,平均年龄在31岁。他们承担着统筹协调、上传下达、旅游服务、组织策划、实施公司大型活动、后勤管理等一系列纷繁复杂的事务。在多年的企业管理和综合发展过程中充分发挥岗位技能,为顺利完成公司下达的各项目标任务做出了突出贡献。在争创“青年文明号”活动中,这支团队始终以创建服务性企业入手,率先带领全厂职工更新思想,转变观念,通过各种丰富多彩、寓教于乐的学教活动提高员工的整体素质和业务水平,大力开展争创青年文明号活动,努力塑造一流的公司形象、铸造一流的企业品牌、创造一流的经营业绩、打造一流的员工队伍,激励各部门全体员工在各自的工作岗位上,积极履行职责,实现价值。

综合办还是公司党工团的集中管理部门,承担着各项活动的策划组织实施。改制16年来,公司党工团为关注、关心并影响职工的健康成长和企业品牌影响力的扩大,先后组织举办了七届新疆储酒文化节、编辑出版了《古城酒香六百年》、《杯酒人生——古城人成长的故事》、《对酒当歌》等书、成立“古城文学社”“古城书画院”,创办内部刊物《古城文学》及《古城风采报》、《百年古城》等。举办“新疆第一窖杯”征歌、征字大赛,组织开展“新疆人喝古城,为奥运喝彩”万人签名迎奥运大型公益活动,赞助中国女子民间登山队攀登“珠穆朗玛”峰,先后组织青年职工开展各种意义的沙漠野炼拓展等丰富多彩,寓教于乐的文化娱乐活动。通过这一系列活动的开展,不仅坚定了古城酒业青年热爱企业,扎根企业,为企业发展贡献自己青春力量的决心和信念,激发全体员工实现自我价值,热爱工作的激情和干劲,同时为展示企业员工风采和精神风貌增添了新的活力。

综合办这支勇于争先,敢于超越的团队将成为古城酒业的排头兵,以不断超越的创新精神默默务实的耕耘,让青春的热血秉承600年酿酒精华,承载“酿造美酒,奉献社会,造福员工,贡献地方,百年古城,流芳百年”的神圣使命,以更加自信,更加饱满的热情勇于争先,求真务实,不断迈向古城酒业灿烂辉煌的明天。

(苏丽)

尤其是随着互联网时代的到来,洋河股份(苏酒集团)更是成为行业第一个“吃螃蟹的人”。在治企理念上,企业主动从传统思维转向互联网思维,“洋河020”、“洋河1号”的成功运营,以及洋河官方旗舰店先后在天猫和京东的开设,推动了酒类互联网时代销售模式的快速升级。

另外,洋河股份(苏酒集团)在快速发展的同时,还积极履行社会责任,注重提升品牌内涵,从牵手央视《最美乡村医生》到大型公益节目《梦想星搭档》,企业一直通过践行责任来传递梦想,让洋河这个老字号品牌继续发扬光大,也让洋河这个品牌与时俱进且深入人心。

(张紫尘)



不少也是这些公共账号的铁杆粉丝,线上推广更快更有针对性,也更能满足企业和消

费者的需求。

(白兰 李臣 王娟)