

2 热点透析 Hot Dialysis

房超:产业兴企 特色蔬菜唱大戏

■ 陈宝谦 本报记者 宗毅

提起房超，在安徽蚌埠企业界可谓是个风云人物。今年45岁的房超，从部队回到家乡蚌埠后，没有甘于现状，通过20多年的艰苦打拼，他凭借自己敏锐的洞察力，在军旅生涯中历练出的处事果敢作风和超强思维辨识能力，先后办起了安徽天平司法鉴定所、安徽龙晨肥业有限公司、安徽龙晨商贸有限公司、安徽龙晨置业有限公司、安徽龙晨农业科技有限公司等多家经济实体，经过20多年的努力奋斗，房超把一个名不见经传的企业，发展成集生产、销售、商贸经营、地产于一体的固定资产

成都大学生：学经商春熙路办“校花”大赛

7月12日,两名大学生经过四个多月的筹备,推出“校花”大赛暑期活动亮相春熙路。

据了解,举办大赛的两个大学生是西南财天府学院大二学生蹇维和吴佳兴,此次“校花”大赛的发起人,谈到为什么举办“校花”大赛,蹇维说:“在时下不少人心中,校花似乎总是和‘网络红人’、‘搏出位’、‘炒作’等联系在一起。举办此次“校花”大赛是为重续‘校花’传统,让‘校花’回归归性、正能量,为‘校花’正名。”

蹇维称,其实最主要的目的还是为了锻炼自己的能力。“看着刚毕业的学长学姐为工作奔波,我们很担忧。经常在想,是不是该锻炼自己的能力,积累点经验。毕业时即使找不到工作,我们还有点经验支撑自主创业。”

一边要兼顾学业,一边要做活动,仅活动策划方案就花了1个多月时间制作。为了拉到赞助,蹇维和吴佳兴给数百家公司打电话,“推销”活动方案。无数次碰壁之后,最终打动了上海的一家公司,拉到了第一笔赞助。

虽然赞助的经费不多,但两人却干劲十足,为暑期的第一场活动积极准备。

活动前,蹇维和吴佳兴一夜没合眼。“很紧张,毕竟第一次举办活动,没有任何经验,怕出问题。”吴佳兴说,他们发动自己的同学,找来了9个“校花”级的女生,想通过在春熙路游走的方式为活动造势。

但是,当一群人浩浩荡荡走进春熙路,

却被春熙路街道办的工作人员叫停了。对此,蹇维和吴佳兴并没灰心,“活动将继续,我们即将开始接受报名。把这次校花大赛主题定为‘遇见身边最美的你’,争取做成川内规模最大、最具影响力的校园文化盛事。”吴佳兴看上去丝毫没受到活动被叫停的影响。他告诉记者,此次活动将把寻找内外兼修、品貌双全的新时代大学生“校花”作为大赛一以贯之的宗旨和目标。市民也对大学生搞这样的社会活动表示支持,还积极安慰他们:“小伙子,没得事,好好把活动办好,多锻炼自己的能力,选出真正的校花,赢得大众的认可这才是你们的本事。”

“就是嘛,这个是你门不了解规定,没事,好好弄,把比赛办成功。”有市民在了解情况后纷纷为两名大学生打气。

据国内某媒体调查显示,有七成在校学生选择在暑期选择参与社会实践。“在校大学生创业、参加暑期实践活动,反映出了90后在校大学生对即将到来的工作压力(编者注:“就业压力”)的担忧。除了家教、兼职、实习、社团等传统的线下社会实践项目,90后大学生借助互联网手段,比如运营自己的公众平台、开网店等线上实践形式让社会实践变得多元化。”四川大学锦江学院招生就业中心一老师对记者说,这些同学想通过多种实践提高综合素质,以应对逐年增长的就业压力。在不影响学业的情况下,目前,高校也鼓励并支持学生在暑期进行创业等实践活动。

(本报记者 喻永国)

国际农业科技有限公司合作,在安徽省怀远县河留镇罗新庄村,建立了国家级“供港万亩蔬菜试验田”。该项目总投资8000万元,一期流转土地2000亩,特邀总管1名,专业技术人员5人,职工200余人。公司选用优质蔬菜品种(广州菜心、芥兰),施用美国高端无公害有机绿色KOMU复合肥,配置新式旋耕机、播种机、全自动加喷系统;使用生物农药、灭蚊灯等物理杀虫技术;蔬菜产品实行净菜加工、分等包装、贮运保鲜一体化。实现加工、运输、销售全程冷藏保鲜;是安徽省最大的一家供我国港、澳及新加坡蔬菜产销型企业。基地每亩每年年产蔬菜5茬、每茬亩产

1000公斤,年产值3亿,利润1.75亿。主要业务涵盖蔬菜种植、科技研发、渠道开发、加工贸易、物流配送等。公司自2013年成立以来,备受省、市各级政府部门领导的关心和扶持。中共安徽省委书记张宝顺、省委秘书长唐承沛、蚌埠市委书记周春雨等领导都到基地参观考察,给予了很高的评价;蚌埠市江苏商会众名企、蚌埠市淮上区人大等到龙晨农业蔬菜基地参观指导。该项目的实施,一方面满足南方市场,实现“北菜南下”的战略;另一方面也满足内地人们食用绿色蔬菜的需求,把农民从土地中解脱出来,解决农民就业问题,实现公司和农民的双赢。



郑智广州火爆签售 浦发银行“世界杯纯金纪念”

世界杯赛场上热度已达顶峰,球场上世界杯纪念品市场也是一派火爆。7月5日上午,广州就迎来一场球场外的“世界杯收藏盛事”——亚洲足球先生、现任广州恒大球队队长的足球名将郑智坐镇广州恒大中心签售浦发银行独家发行的“2014年巴西FIFA世界杯纯金纪念”,一时间球迷蜂拥而至,在亲睹足球偶像的同时,更把握千载难逢的收藏机会,将这枚稀缺亮眼的“世界杯纯金纪念”收入怀中。

据悉,7月5日的签售会现场潮水般涌来的观众不仅有世界杯球迷、恒大球迷、郑智球迷,更有无数收藏爱好者。为了能够“抢”到有郑智签名的世界杯纯金纪念,甚至不惜彻夜排队,全家总动员。郑智刚一亮相签售会,现场就被瞬间引爆,球迷激动之情溢于言表,现场所售世界杯纯金纪念短时间即被抢购一空。

在签售会上,郑智还近距离与粉丝们进行了一场关于2014巴西FIFA世界杯的现场互动讨论,在轻松愉悦的气氛中,郑智幽默的谈吐博得现场观众阵阵掌声与欢笑,让球迷们除了郑智在球场上英姿飒爽的一面,又见识了他机智风趣的一面。

据了解,这场签售会自开始筹办起,就已引发足球圈和世界杯纪念收藏圈的高度关注。这枚在浦发银行各网点发行以来就一直供不应求的世界杯纯金纪念,以其创新的形制与精湛的工艺,早已成为世界杯纪念品市场当之无愧的翘楚,收藏价值不可小觑。世界杯即将结束,这枚纯金纪念销售也已渐近尾声,由此引发了更为火爆的“抢收”风潮。在广州签售会后,郑智还将前往上海赴第二场签售会,上海球迷正在翘首以待。(新全红)

河北省曝光十二起食药违法典型案例

本报讯(记者 杨会民)7月9日,河北省食品药品监督管理局召开新闻发布会,通报今年第二季度食品药品案件查处情况。二季度,全省查处食药违法违规案件数量比一季度增加1.5倍,表明监管部门惩处食药领域违法违规行为的力度在不断加大。河北省食药监局还公开发布了12起食药违法违规典型案例。

衡水经济开发区良盛粮油有限公司涉嫌生产销售假劣食用油,被查获待售食用油600余桶,包装2000余件,涉案金额1000余万元。同时,该公司还使用工业用氢氧化钠清洗空油桶。

犯罪嫌疑人董卫锋指使其巨鹿县格牧尔肉类加工厂工人生产掺有猪肉的羊肉制品,并向周边地区销售伪劣羊肉。监管人员已查扣其巨鹿生产场所伪劣羊肉18802.6公斤,在其石家庄双鸽市场租赁冷库中查获格牧尔牌伪劣羊肉制品7575公斤。

邯郸市监管部门端掉6个制假酒窝窝点,缴获成品假酒2000余件,查获大量假冒品牌名酒商标标识,以湖北房县人韩涛为首的犯罪团伙被彻底摧毁。

邢台市监管部门在该县会宁三丰超市发现“三无”粉条。经检验,粉条铝含量为879mg/kg。经查,张某某自2012年以来销售涉嫌不合格粉条达5万余公斤。

沧州市孙英余对屠宰前的生猪注射硫酸沙丁胺醇等药物后,继而指使工人吴言路、张宗伟、孙红富给生猪注水。监管部门现场查获硫酸沙丁胺醇片16瓶、硫酸阿托品注射液40盒、盐酸消旋山莨菪碱注射液58盒、盐酸肾上腺素注射液25盒以及注水后屠宰的生猪66头。

唐山市华佗万达广场药店销售的青海三宝胶囊、黄金平糖素源根胶囊、唐逸夫得康一源牌芪参胶囊、植物降压乐明菊胶囊、维蜂盐藻胶丸等存在套用产品批号、产品标签不符合规定等问题。

暂居在保定市的湖北籍人员毛某某等人,利用其在北京、保定的两家医药公司,非法经营非法渠道购进的药品,案件涉及北京、河北等多个省市,查扣拜糖平、甲钴胺等多种回药制品。在公安部统一部署下,京冀两地同时开展抓捕行动,毛某某等涉案人员被抓获。

安国市祁瑞中药材有限责任公司利用山东嘉泰中药饮片有限公司的资质、包装标签、检验报告书,外购中药饮片自行包装销售。

安国市对保健食品市场涉嫌经营非药品冒充药品和假冒产品的13家经营商户、26个品种进行了依法查处。共立案7起,并依法取缔了该市场。

秦皇岛市相关部门于6月20日对辖区内医疗美容机构进行突击检查,查扣无中文标识肉毒素44瓶、超过保质期限化妆品43盒、未经批准和检验的进口化妆品67瓶。并对11起违法违规行为进行立案查处。

执法人员对邢台市贾某涉嫌非法添加化学药品成分的21个疑似假药品种送省药品检验研究院检验,共检出5个品种的产品非法添加了化学药品,食药监局依据非药品冒充药品按假药论处的有关规定,依法认定为经营假药案。

邯郸市曲周县韩某在未取得《医疗机构执业许可证》、《医疗机构制剂许可证》的情况下,未经批准,私自配制药品销售,涉嫌无证生产销售假药。

[上接 P1]

王永:中国自主品牌群体崛起的推动者

记者:自主创新是企业提高竞争力,提升知名度,打造品牌的核心,企业只有树立自主创新的理念,建立以创新为核心的品牌战略,才能在激烈的市场竞争中把握先机,赢得主动。

王永:是的。世界各国经济发展历程证明,没有企业的创新能力,就没有产业的创新能力,也就没有国家的创新能力,企业是我国发展自主品牌的首要载体,要想实现自主品牌的突破性发展,企业担负着举足轻重的作用。自主创新是发展品牌经济的基础和动力。比如小米手机之所以在外国品牌横行天下,国内手机品牌集体不温不火,还被许多人看不好的形势下杀出一条血路依靠的就是创新。微信将红遍天的微博打得节节败退依靠的也是创新。在这个瞬息万变的时代,可以说以创新兴,以保守亡。

记者:品牌是企业自主创新的延伸,既是企业自主创新能力的体现,又是自主创新成果的载体,据联合国工业计划署统计,世界上各类名牌商品共约8.5万种,其中发达国家的新型工业化经济拥有90%以上的品牌所有权,处于绝对垄断地位,而我国拥有的国际知名品牌寥寥无几,您认为这是什么原因造成的?

王永:这有历史原因也有企业自身原因。中国企业的品牌意识觉醒不过是改革开放30多年的时间,而国外则已经走过百年历史,中国品牌落后世界是有着先天不足的。对于企业自身而言,品牌意识差,缺乏创新也是一个不容忽视的原因,直到今天还有很多企业对品牌的认识还停留在初步阶段。另外,也与企业家的眼界和心态有关,小富即安、急于求成等都是品牌不能做大做强的原因。当然,对于国民经济重要支柱的国有企业来说,进一步推动政企分开,让企业深度融入市场也是提升自身竞争力的重要途径。不过,我们也要看到近几年来中国越来越多的自主品牌开始在世界舞台上崭露头角了。

记者:我发现国内企业在品牌建设时常常是急功近利、掘苗助长。我认为急功近利、掘苗助长是培育不出真正的品牌。您怎么看?

王永:您说得很对。品牌建设是一个系

统工程,是时间的函数,不可能一蹴而就,集腋成裘,聚沙成塔,实现优秀的质量、诚信的坚守、先进的管理、科学的工艺都需要时间。人们对物美价廉商品和服务的认识是反复比对的过程,老字号企业能冠以“老”字,都经历过几十年乃至数百年时间的洗礼。急功近利、掘苗助长培育不出真正的品牌。

因此,做品牌一定要“三心”:有决心、有信心、有耐心。其中“耐心”就是告诫企业家不能求快。品牌发展是有一定规律的,只有经过一定时间的磨练才能达到腾飞的临界点,而一点突破这个临界点,快速发展的时代就会来临。比如,麦当劳、微软、丰田等品牌无一不如此。

记者:品牌的基础是质量,性价比优秀的企业就是市场上的天之骄子。美国、日本、德国等众多国家的实践表明,重视质量的国家是品牌最多的国家,重视质量的企业,一定是创建品牌最多的企业,这是品牌创建的共同特点和普遍规律。

王永:质量是品牌的生命。没有标准化就没有品牌诞生的基础,品牌的形成,从生产到流通是无数个技术标准、服务标准、管理标准持之以恒的贯彻落实。如此才能使每一份优秀、每一次成功被记录、被积累、被复制,这充分说明品牌工作必须从标准化等基础工作抓起。

尽管,今天的产品更新换代速度日益加快,产品质量依然是消费者最为关心的。拿手机来说就是一个非常明显的例子。国人并非不支持国产手机,只不过手机返修率比国外品牌的确要高得多,让消费者真有一种“想说爱你不容易”的矛盾心情。

品牌是支撑企业的灵魂

记者:品牌是企业的重要资产之一,是企业软实力的体现。您作为品牌中国秘书长,您怎么理解品牌以及品牌对企业的意义?

王永:我认为品牌不仅仅是传统意义上的商标、图形或者包装这些表面元素,品牌的实质应该是其体现出来的价值、文化和个性,是满足消费者某种情感需求的综合表现。不仅仅企业需要品牌,广义而言小到个人,大到城市与国家,凡是需要拉近关系、扩

大影响的都离不开品牌建设。在这个品牌竞争的时代,我相信,没有品牌的企业是难以存活的,品牌是支撑企业的灵魂,做好品牌,企业才有未来可言。

记者:品牌可以说是企业核心竞争力的集中体现,没有品牌,企业就没有灵魂;没有品牌,企业就失去生命力,企业如何打造品牌?

王永:做品牌首先是定位,定位就是将自身与竞争对手区分开来,在消费者的心智中牢牢占据一席之地,并将其进一步放大,形成一个新的品类市场。其次就是要专注,不要急于求成,不要刚有一点成就就急于涉足不同的领域,否则会冲淡消费者对品牌的认知度。比如雅戈尔在服装领域成功之后,开始涉足房地产,结果导致亏损这样的例子比比皆是。再次就是要注重宣传,尤其是要学会利用新媒体、自媒体构建自己的宣传渠道。

记者:在目前经济形势下,国外很多大企业和大品牌已经开始转型。在我国,绝大多数品牌的建设才不过三十年,但是在新一轮的国际竞争中,在我国产业转型升级的大背景下,企业如何进行品牌转型,谋求更大发展?

王永:品牌转型要有大局观,紧跟时代发展潮流,比如最近海尔忍痛大幅裁员就是看到了家用电器发展的趋势。另外,企业家要有“壮士断腕”的魄力,必须认识到转型必然伴随阵痛这一规律,敢于淘汰落后的产品,适时精简机构,有舍才有得。最后,企业家还要有“时不我待”的紧迫感。产业转型升级是时代发展的趋势,抢先一步则能在未来的产业布局中占尽先机,晚一步则会处处受到限制。因此,品牌转型的前提是企业家思想和意识的转型。

记者:中国已经成为全球最大的消费市场,市场对品牌的需求从来没有像现在这么强烈,这充分说明了中国自主品牌的机会还有很多。但是国人对自主品牌没有信心。中国品牌建设最大的劣势是国民对自己的品牌不信任,这是根深蒂固的,觉得中国品牌一没档次,二没品位。企业如何建立卓越的品牌信誉,赢得消费者的信任?

王永:我觉得很大程度上是国人崇洋媚

外的虚荣心所导致的,一切以洋品牌马首是瞻。而部分商家也起到了推波助澜的作用,各种“假洋鬼子”层出不穷就是一个证明。为此,我认为自主品牌一定要在宣传上下功夫,逐步建立起自己的知名度。当然,前提是产品质量,信誉必须过关。在产品设计上,更要走出自己的路线,不抄袭不山寨国外同类品牌。最后,需要从国家层面大力支持,率先使用国产品牌,逐步培养国人对国产品牌的自豪感。

记者:这个时代是“服务品牌时代”,企业该如何转变服务意识,实现“服务制胜”?

王永:做品牌其实就是做服务。海尔真诚到永远就是做好的体现。今天,随着电子商务时代的来历,服务的重要性就更加明显。比如,最近提倡的“七天无理由退货”也是在用服务来实现维系品牌与消费者的黏度。实现“服务制胜”其实就是要从卖产品向卖服务方向转变,是重在培养消费者的忠诚度与信任度。因此,企业要构建完整专业的服务团队,注重企业信誉,处理好与消费者之间的关系。

记者:中国企业在世界500强里面占的席位已经很多了,但是品牌的影响力并没有太多提升,这是什么原因?

王永:我觉得500强应该改名叫500大,纵观历年来的500强,排在前几名的大部分都是国有品牌。国有品牌因为其特殊的地位,利润高,体积大,面向的市场主要是国内市场,因此导致中国企业虽然名列500强,但影响力却不高的。如果500强中国民营企业的比重进一步增加,这才能让中国品牌在世界上的影响力不断提升。

记者:企业如何提升自主品牌竞争实力,推动品牌群体崛起,让中国品牌赢得更多尊敬?

王永:品牌竞争实力提升首先要学会做品牌,如何做品牌刚才已经说过。也就是从品牌定位,专注度以及做好宣传等几个方面着手。除此之外,企业家要有家国情怀,也就是要有“达则兼济天下”的胸怀,把品牌形象与国家形象密切联系起来,用品牌实力来增强国家实力,我认为这才是“品牌,让中国更受尊敬”的本质所在。