

品牌兴市 从“德阳制造”迈向“德阳创造”

■ 邱洁

由四川省政府评定的第三届四川质量奖获奖名单于日前揭晓,德阳市两家企业榜上有名,其中,四川广汉三星铝业有限公司荣获四川质量奖,特变电工(德阳)电缆股份有限公司荣获全省质量管理先进企业。

荣誉背后,是德阳市走品牌兴市之路的坚定步伐。近年来,德阳市高度重视产品质量,各级质监部门以四川名牌、市政府质量奖、知名品牌示范区为抓手,不断加大品牌培育力度,全市涌现出了一批产品质量、生产规模、市场份额处于全国和全省领先地位的品牌企业和产品,初步形成了以东电牌发电机组、东汽牌汽轮机、二重牌大型铸锻件为代表的重大技术装备及机械电器制造行业;以宏达股份云顶牌磷酸一铵、蟒牌磷酸氢钙等为代表的化工农资行业;以剑南春集团、蓝剑集团、什邡烟厂等骨干企业为代表的食品行业;以琪达、德福等为代表的轻纺、医药行业;以三星铝业、德阳电缆、爱通牌射频电缆等为代表的建材、电信、冶金行业;以三星堆博物馆为代表的服务行业。同时,以开展市政府质量奖评定为契机,引导企业引入卓越绩效管理,提升企业内部质量管理水平,鼓励企业积极争创四川质量奖和中国质量奖,推动德阳制造向德阳创造转变,把德阳品牌打造成四川乃至中国品牌。

梯次创建 从无牌到名牌

“产品质量是宏观经济运行质量的基础和支撑,要加快转变经济发展方式,提高产品质量,就要以品牌建设为核心,使其向优势产品、优势企业、优势产业聚集,实现经济发展水平的整体提升和城市核心竞争力的增强。”市质监部门相关负责人表示,总的来看,德阳市的品牌发展过程,就是“无牌—有牌—创牌—名牌”的梯次创建过程。

品牌建设是一项长期任务、系统工程,必须要有科学的规划。在制定规划过程中,德阳市重点把握好三项原则。一是突出“品牌产品—品牌企业—品牌产业—品牌经济”发展思路,采取分类指导、梯次推进方式。根据名牌产品的评价体系、具体要求,对辖区内规模企业、主导产品进行全面对比分析,按照梯次创建思路,研究制定品牌培育发展的具体方案,分级别、分层次建立品牌培育库,形成储备一批、争创一批、培育一批“三个一批”的发展格局。二是坚持宽领域、广覆盖,依托产业发展特色和优势,突出重点行业、重点企业和重点产品,大力培育“名、优、特、新”品牌;大力扶持具有自主知识产权和核心技术、能支撑和带动全市经济发展的龙头企业,打造具有自主知识产权和综合竞



●在三星铝业,每一道工序,都有专业质检员进行检测。

争力的知名品牌。三是坚持企业是品牌创建的主体,积极引导广大企业强化品牌意识,变“要我创牌”为“我要创牌”,努力寻找适合自主品牌发展的定位和模式,打造具有较高影响力和知名度的国内、国际品牌。

在这样的思路下,各级各相关部门把握发展规律,结合实际,制定了中、长期品牌培育、建设规划。在工业品牌创建上抓“高新”,鼓励引导企业加大科研投入力度,培育更多具有自主知识产权的名牌产品;在农业品牌创建上抓特色,把“有机、地标”作为最大的特色品牌,注重“标准化生产、产业化经营、品牌化营销”的发展模式;在服务行业品牌创建上抓品质,培育一批国家级、省级服务标准化试点单位和省级服务名牌,提升服务业集聚区、特色街区以及旅游业的品位和档次。

同时,结合政府质量奖和知名品牌示范区抓品牌建

设。一方面以争创政府质量奖为契机,加强品牌培育力度。从2012年开始,开展了市政府质量奖评定工作,根据评定办法要求,纳入政府质量奖评定范围的企业必须实施卓越绩效管理模式,有广泛的社会知名度和影响力,在市内同行业处于领先地位,取得显著质量、经济和社会效益的生产型和服务型企业等。另一方面,以国家质检总局开展“全国知名品牌创建示范区”建设为契机,抓品牌示范工作。2014年,德阳高新技术产业园区“全国装备电缆及电气配套产业知名品牌创建示范区”获批,该市以此为契机,围绕增强品牌效益助推经济发展、增强产业集聚力、延伸产业链、提升配套能力和产品整体质量水平,将品牌创建积极融入经济社会发展,指导园区制定品牌建设计划,落实专人对一批科技含量高、规模大、有发展潜力和市场前景好的企业和产品进行跟踪培育,帮扶企业不断提高质量管理

水平,开展5S现场管理培训,组建电气商会,效果良好。据统计,2014年,德阳市新确认十一届四川名牌产品24个,四川服务名牌企业2家,目前,全市四川名牌产品总数达到147个,其中服务名牌企业4家,名牌总数位居全省第二。

品牌战略 推动企业转型升级

车间里,银白色的铝合金条显得格外耀眼。“我们的铝材料都采用无铬化工艺。”三星铝业相关负责人介绍道,铬是重金属,对环境污染、人体影响较大,采用这项工艺,主要是有利于环保,同时也确保产品质量更加稳定。

据了解,为了保证质量,该企业分别加强了软硬件环境投入和建设。硬件上,所有设备全部为国际国内最先进;软件上,采取质量、环境、职业健康安全三重体系进行管理。记者注意到,在每一道工序前,都有一名质检员对产品质量进行检测。“除了专业的质检员,我们所有的员工都是兼职质检员,严格把好每一道工序质量关。”该负责人说,品牌战略是企业实现快速发展的必由之路,而产品的质量是企业决胜市场的关键因素。2014年,该企业投入超过100万进行检测中心扩建与设备更新,同时检测中心承担大量的国家、行业标准起草、修订的验证工作,占领行业技术制高点,引领了铝加工技术的发展方向。

有同样发展理念的还有特变电工。多年来,该公司坚持“质量为天”的经营理念,抓好产品设计、原材料供应两个源头质量管控,坚持产前策划、质量问题“三不放过”。2014年,实现了重点订单质量“零缺陷”交付。

三星铝业、特变电工的实践证明,走品牌道路可以促进企业转型升级,可以帮助企业抢抓市场。为了抓好品牌培育,德阳市质监部门重点抓好质量管理、科技创新、品牌宣传三个方面工作。

争创名牌产品,要以上乘的产品质量作保证,要求企业必须把产品质量视为生命,不断加强产品质量检测体系建设,抓好产品的规范化和标准化生产,积极开展行业认证和产品质量认证,靠产品实力征服市场。

品牌的基础是质量,质量优秀的关键是产品的技术含量。德阳市坚持把技术创新作为品牌战略的核心,推进传统产业改造升级,加快产品更新换代,让企业的产品始终处于产业链的高端,处于市场的前沿。

在品牌宣传推介方面,精心研究策划,树立清晰、稳定、长久的品牌形象,推动品牌的延伸扩张。

茶马古道走出“成都品牌”

■ 刘艳涛 张艳玲

成都人爱茶,天府之国茶馆多、茶客多,被誉为“泡在茶缸里的城市”。但你可能不知道,成都产茶制茶历史悠久,品质上乘,康熙、乾隆两帝都曾御赐墨宝而留下佳话。如今,在成都平原逐渐形成了聚合度极高的茶业基地和茶业工业园区,成都茶产业已经在各大名茶“厮杀”之际悄然壮大。置身四川千亿川茶产业战略布局,站在农业品牌化和“互联网+”的风口,成都茶香能否飘进更广大的消费者心里、飘向更广阔的消费市场,已经成为成都茶产业提质升级的关键。

茶与城相生,产与村相融,占领品牌打造上风口

位于成都平原西南边陲的蒲江县成佳镇是一个因茶而焕发光彩的美丽小镇,2万余亩茶园随着山丘起伏向远方延伸,茶海之中配套齐全的新村更显得宁静安逸。记者从正在采茶的茶农那里得知,每棵茶树一年四季可采摘40多次,3月到10月都是采茶期。2014年,成佳镇农民人均纯收入达1.3万余元。镇内新建的西部茶都商贸市场内交易繁忙,工业园区中茶企林立,以绿昌茗、嘉竹、蜀涛等省级龙头企业为首的数十家茶企每年在此创造出数亿元的地区生产总值。

与成佳镇相距不到百里的邛崃市夹关镇是成都另一颗闪亮茶星。四面环山,林木苍翠,白沫江横穿集镇中心,不仅风光旖旎,而且还是成都茶叶的生产加工中心,培育出了以文君、花秋为代表的国家级重点龙头企业和驰名商标,茶业综合产值达10亿元。

如今,成都已经形成了一个种植面积超过40万亩、鲜叶产值近7亿元、茶叶加工能力达4万余吨的兴农富农产业,产品远销日本、韩国等地。

然而,成都茶产业强劲发展的同时,提质升级的压力也越来越大。在成都171家茶叶企业中,产值上亿的仅7家。面对茶企多而不强,品牌多而不大的格局,成都市副市长谢瑞武说,在生产上,成都茶叶基地面积和加工能力都已接近天花板,未来的机会在于从粗放型向集约型发展方式转变,而品牌化是转方式的重要抓手。

2014年,四川省1号文件拉开川茶重振大旗,成都位列其重点打造的“中国名茶核心区”内。今年初,成都市市长唐良智在《政府工作报告》中指出,成都将打造更多农业“天府品牌”,让“天府粮”、“成都味”走进千家万户,走向世界。“在省市两级农业品牌战略中,成都茶业俨然站在了品牌打造和产业升级的上风口。”成都市农委主任许兴国表示。

贯“两化”,攀“两网”,天府茶业稳步转型

2005年,蒲江在全国率先探索出茶园托管和统防统治模式。同心村最早尝试,村支书王君贤告诉记者,在托管模式下,茶农直接将茶园委托给合作社成立的托管公司管理,公司按茶企的要求实施标准化管理;“统防统



治”则是以“三优两免一补一返”(即优惠提供农资、优先收购、优价收购、免费技术培训、免费病虫害防治、标准化茶园管理补助、年返返利)的激励措施,使茶企与茶农建立起合作共赢的利益联结机制。目前,成都全市茶叶专业合作社已达81家,带动茶叶基地超过20万亩。

风起云涌的“互联网+”早已渗入成都茶产业,为其带来新的机遇。在蒲江县茶叶产地市场西部茶都中控室,从各大茶园、茶企生产车间、收茶点、农资店传回来的即时画面在LED屏上一一显现,各项土壤、温度等数据也被及时传回。蒲江县县长刘军表示,农业物联网技术将为茶业从生产、加工到流通的全产业链升级带来新突破。

在电商领域,成都茶企也早有实践。绿昌茗公司在淘宝天猫开设品牌店,3年时间便实现了年销售额从不足10万元到100万元的跨越。公司电商负责人王院生告诉记者,今年初,公司已经组建起专门的电商团队,与四川农大合作研发针对电商的新产品。中国茶叶流通协会副会长王庆认为,一些茶企探索的线下品牌专卖模式,需要大量人力物力投入,而电商使低成本的有效市场拓展成为可能。

生产经营模式的创新、互联网技术和思维的运用,进一步夯实了成都茶产业基础;多功能的挖掘、产业链条的延展,更是开阔了成都茶产业的思路。在有“万担茶乡”美誉的邛崃市,全长15公里的“邛茶走廊”已经建了大半。邛崃市副市长李建告诉记者,作为邛崃灾后产业重建的重要载体之一,“邛茶走廊”以打造现代化标准化茶园为主体,同时将在沿线呈现一批风格各异、特色鲜明的精品茶庄,推动三产融合发展。

大整合,细定位,品牌建设路径渐渐清晰

近年来,“蒲江雀舌”品牌的探索为成都茶品牌建设提供了很好的经验和启发。2008年,“蒲江雀舌”成为国

家地理标志保护产品,之后又注册为地理标志证明商标。蒲江县政府办主任余家洪说,“蒲江雀舌”作为区域公用品牌,由专门成立的蒲江雀舌茶叶协会管理使用,并对授权使用此品牌的农产品进行品质把控。授权企业可以在区域品牌之下,结合自身特点打造企业品牌,反过来又促进区域品牌的发展。

“培育区域公用品牌模式已经得到成都各大茶叶主产区主管部门重视。”许兴国介绍说,3月18日,在蒲江、邛崃两地举行的第五届中国采茶节上,“邛崃黑茶”被正式授牌为国家地理标志保护产品。都江堰市也已经启动了“青城茶叶”国家农产品地理标志登记认证申报工作。

虽然都以区域公用品牌培育为突破口,但品牌定位却完全不同。“近年来,绿茶消费比例连续下降,而以普洱为代表的黑茶、以金骏眉为代表的红茶开始受到市场青睐。”花秋茶业公司副总经理余鹰认为,邛崃处于茶马古道川藏一线的第一站,正是当年藏茶发酵的起点,与黑茶具有极深的渊源,具有很好的茶品牌打造的文化基础。

在邛崃夹关镇黑茶广场的石柱上,“邛崃——中国黑茶之源”几个大字格外醒目,表明了邛崃黑茶基于茶马古道历史的形象定位。“如何将这一品牌形象传播出去是关键。”邛崃市农发局局长陈汉云表示,区域公共品牌与地域形象互为背书,然而在全国2800多个县域单元中,邛崃并没有太高的知名度,如何让消费者特别是川外的消费者认识“邛崃黑茶”还有很长的路要走。

县域资源有限,能否从市级层面整合茶叶品牌,以快速形成市场影响力呢?举全省之力打造的云南普洱茶便是成功的范例。许兴国透露,在市级层面,农业品牌建设早已开始谋划,经过一年多的基础调研工作,目前已经筛选出了一批有产业基础、有市场潜力的优势产业,将重点进行品牌整合,产业基础较好的茶产业也在其中。

攀枝花 不断加大品牌建设力度

■ 钟坤君

今年,攀枝花市大力实施品牌战略,出台品牌发展规划,建立“红名单”、“黑名单”等制度。并设立攀枝花市政府质量奖,在资金、评比等方面给予新创品牌政策倾斜,在两年一届的质量发展大会上,表彰新创品牌并给予每家10万元至30万元的品牌奖励。

据了解,攀枝花市通过成立“质量提升”、“标准建设”、“计量惠民”等党员突击队,带着政策、专家、技术走基层,指导完善质量体系、标准体系,创建四川名牌、品牌示范区、农业标准化示范区。目前,已成功创建中国名牌产品、中国出口免验产品、中国驰名商标各1个,国家级、省级农业标准化示范区各4个,国家地理标志保护产品6个,四川名牌36个,四川省著名商标17件。同时,积极应用“川货全国行”等活动,创新使用电商等平台,采取条码溯源等办法,引导企业面向应用、面向市场,积极扩大“攀枝花创造”的品牌效应。

乐山树立彝绣品牌 展现民俗文化

■ 雷黎明

为加快推动乐山市彝绣产业发展,5月11日,该市召开发展彝绣产业促进妇女居家灵活就业领导小组会议,总结前一阶段全市彝绣产业发展工作,安排部署下一阶段工作。乐山市委副书记、市长、市发展彝绣产业促进妇女居家灵活就业领导小组组长张彤,副市长徐建群出席会议。市委常委、市总工会主席方为加主持会议。

张彤要求,相关部门、区县要进一步创新思路,强化举措,把发展彝绣产业与小凉山综合扶贫开发相结合,将其作为产业扶贫的重要内容,解决彝区群众就业增收问题;与妇女居家灵活就业相结合,帮助妇女创新创业,把彝绣从自产自销的用品打造为民族特色旅游商品;与建设国际旅游目的地相结合,以乐山丰富的旅游资源优势为支撑,通过彝绣展现乐山深厚的民俗文化;与“乐山造”产品打造相结合,树立彝绣品牌,扶持彝绣龙头企业,带动彝绣产业发展。

张彤强调,发展彝绣产业,要在策划、研发上求突破,把彝绣产业纳入“十三五”规划,进一步整合资源,研发出具有时代感、经得起市场检验的产品;要在文旅融合上求突破,将其与旅游产品相结合,突出民族特色;要在品牌营销上求突破,树立彝绣知名品牌,推动彝绣产品进景区、上网络、走出去;要在人才培养上求突破,加大骨干人才队伍培养力度,大力培养彝绣带头人;要在发展机制上求突破,在党政主导、龙头企业带动、专合组织培育、重点基地打造、绣娘培养上形成有力支撑,加大对彝绣产业的扶持力度,加快推动彝绣产业发展。

据悉,近年来,乐山市彝绣产业发展取得了初步成效。全市累计培训各级绣娘3000余人,420名骨干绣娘与专业公司签订刺绣订单;拍摄了《小凉山彝绣》专题宣传片,举办了“母亲艺术·彝族独秀”乐山市妇女手工作品展,开发设计的彝绣产品在首届旅博会上得到肯定,在亚太旅游协会2015年会上受到中外嘉宾好评。