

淄博功力：制砖企业“点亮”文化产业

老厂区将着力打造的中国现代兵器文化创意园,将建成山东抗日战争纪念馆、山东人民兵工历史展览馆

5月28日,中央电视台《抗战兵工》摄制组到北方功力公司所在地山机集团东厂,为大型纪录片《抗战兵工》收集相关资料和素材。摄制组对现保留较为完好的苏式办公楼、苏式车间工房、缴获的日生产设备、人防工程等表现出浓厚兴趣。

“这片老厂区将是北方功力公司着力打造的现代兵器文化创意园,不久将建成山东抗日战争纪念馆、山东人民兵工历史展览馆,成为一处山东省青少年爱国主义教育基地。”淄博功力机械制造公司董事长高玲说。

投资文化产业是淄博功力创新发展的又一次成功转型。2014年,淄博功力机械制造公司与山东特种兵器工业集团联手,合资建成山东北方功力机器科技公司,公司利用其资金优势将山机集团老厂房、人防工程等山

东兵工总厂旧址保存修复,再现当年老山机人兵器生产火热的抗战盛景。

“跨界涉足文化产业不是一时冲动,而是我们看到了文化产业中所蕴藏的巨大机遇。”高玲说。早在2009年,淄博功力就在文化产业“试水”上迈出重要一步,投入巨资拍摄大型历史文化纪录片,其中拍摄的一部反映砖瓦文化历史与工艺发展纪录片《砖瓦的文明》,在中央电视台播出后,在业内产生巨大影响,获得了“中国国际纪录片节最佳人文历史类纪录片提名奖”、“中国砖瓦工业协会首项文化贡献奖”等奖项。

淄博功力作为专注于生产制砖机器的企业,其产品满意度和销量领跑于国内同行,功力砖机还进入农业部、财政部、联合国开发计划署、全球环境基金组织共同实施的节能砖与绿色建筑转化项目。在进入新的居住健康

时代,逝去的砖瓦情怀又被重新唤起。关注砖瓦文明,传播砖瓦文化成为行业升级的重要动力。

淄博功力把砖瓦文化与现代企业融合发展作为文化产业主攻方向。建起国内第一家砖瓦文化展览馆,将各种各样不同年代、不同国度的砖瓦征集起来陈列在馆内。走进展馆,一部砖瓦发展史清晰展现。近年来,为拍摄纪录片,公司还专门成立纪录片制作团队,拍摄《砖瓦的文明》历时16个月,足迹遍布国内外,影像光碟正式出版后向社会发行了5000多套。走进欧洲拍摄两集现代砖瓦纪录片《走进绿色的砖世界》,首次以纪录片的形式把欧美节能、环保的先进建筑理念传递到国内。遍访新老厂区,抢救式拍摄史料性纪录片《铁路·淄博机械工业百年史话》,再现了淄博机械发展脉络和艰辛历程。该片荣获山

东省电视文艺牡丹奖一等奖第一名、山东省精品工程奖、淄博市对外传播奖。“拍摄过程也是学习过程,通过三部纪录片的成功拍摄,我们充分认识到文化的重要性。淄博功力受益于行业,就要为行业做贡献,为传播文化做贡献。”参与撰稿、拍摄的淄博功力总经理兼山东北方功力机器科技公司总经理张玉军说。

据悉,淄博功力的创作团队又在组织拍摄九集大型纪录片《淄瓷》、《蒲松龄》、《五音》、《烽火玫瑰》等纪录片的撰稿已经完成,近期也将陆续拍摄。“实现制造业与文化产业的融合,一方面提高制造业的含金量,另一方面也是考量企业转型创新能力。”高玲说。

淄博功力,一个新的文化产业高地正在淄博崛起。

(闫盛霆 魏廷宝)

鲜易供应链荣获“中国仓储服务金牌企业”荣誉称号

■ 本报驻河南首席记者 李代广

6月29日至30日,由中国仓储协会、岳阳市人民政府联合主办的“第十届中国仓储业大会(2015CAWS年会)”在湖南省岳阳市隆重召开。

会议同期发布了《2015年中国仓储业蓝皮书》,并为获得“中国星级仓库”和“中国仓储服务金牌企业”称号的企业授牌。

河南鲜易供应链股份有限公司等15家企业被授予“中国仓储服务金牌企业”的荣誉称号。

本次大会以“互联网思维引导仓储业转型升级”为主题,国家商务部、发改委及省市商务主管部门领导、相关专家学者、国内规模以上仓储物流企业负责人等近600余人齐聚一堂,共同探讨经济发展新常态下仓储业面临的机遇与挑战、物流业与互联网融合发展的潜力与对策等内容。

大会共设置“公共仓储互联网平台建设”、“大宗物资电商仓储O2O”、“网络零售配送中心规划与运营”、“仓储业投融资渠道与策略”4个专题论坛,相关专家与企业代表通过主题突出的个人演讲、各抒己见的互动答疑,围绕相关议题展开了激烈的交流碰撞。

“中国仓储服务金牌企业”是国内仓储物流行业的最高奖项,由中国仓储协会及中国仓储服务质量评鉴工作委员会,依据国家标准《仓储服务质量要求》(GB/T21071-2007)、《中国仓储服务质量评鉴办法》等相关标准要求,对照细化与量化指标,经过服务客户评价打分、初审及现场评审、设施条件、员工素质、服务功能、管理水平等相关指标均达到要求后方给予授牌。

获此殊荣,是广大客户对鲜易供应链软硬件设施和服务管理水平的一个肯定,鲜易供应链将以此为契机,不断提高服务质量,优化运作管理水平,为客户提供更为专业的优质服务。

鲜易供应链是鲜易控股子公司,公司作为中国温控供应链标杆性企业之一,依托网络化温控仓储及冷链运输配送系统两大基石,以物联网技术、供应链金融为核心服务手段,围绕供应链优化,开展国内外贸易、流通加工、温控仓储、展示交易、干线运输、城市配送、终端连锁、网络营销等业务,引领整合产业资源,帮助客户实现商流、物流、信息流及资金流同步,打造统一、安全、高效、协同的温控供应链系统。

近年来,鲜易供应链自创立以来先后获得“中国供应链管理示范企业”、“中国食品物流示范企业”、“中国冷链管理示范企业”、“中物联常务理事单位”、“中物联冷链委理事长单位”、“河南物流行业诚信企业”、“河南物流最具社会责任奖”、“AAAA级物流企业”等资质荣誉,是“河南省温控供应链工程研究中心”承建单位。

当今世界经济正在步入全球化互联网供应链整合时代,有效的整合、吸纳全球资源,以全球供应链资源应对并服务于全球供应链需求,是鲜易供应链坚持不懈的追求。

鲜易供应链通过品牌战略、供应链战略、区域联动战略,以“互联网技术、物联网技术、现代工程装备技术、现代物流技术深挖供应链各环节价值链需求,以发现价值、创造价值、分享价值,实现企业价值、社会价值和生态价值的同步提升为己任。鲜易供应链不仅是在做企业,而是在构建一个开放共享、创新创业、共生共赢的智慧鲜易供应链生态圈,更是在践行鲜易供应链“超越冷链、领鲜生活”的时代使命。

营销经典

辣妈帮:粘住5400万辣妈

一袭黑色小洋装的孙俪从金赞手中接过“最受欢迎辣妈奖”,成为辣妈帮的首位形象代言人。在外界看来,这可能是稀松平常的明星商业活动,而在辣妈帮CEO金赞的眼中,是一位用户的认可和支持。

今年初,辣妈帮启动明星代言计划,在帮内进行“头号明星辣妈”调查,孙俪以72%的得票率领先。孙俪正当红,邀约代言的品牌商很多。金赞在向孙俪发代言邀请时,心里没有底。然而孙俪爽快地答应了,而且从发出邀请到双方签约不到两个月。

“我是辣妈帮的忠实用户,等等(孙俪大儿子)6个月的时候医生建议加辅食,但等等不太爱吃辅食,所以我上辣妈帮最先加的就是吃辅食的帮派,想上去看看怎么让宝宝吃辅食。”在签约仪式上,孙俪透露自己是辣妈帮的首批用户。



辣妈帮是国内最大的垂直母婴类移动社区,2012年5月上线,截至2015年3月,拥有5400万用户,日活跃量达到420万。目前在线注册用户、日均活跃用户、月留存量方面超过60%。

辣妈帮从满足已婚女性需求出发,以孕期伴侣、辣妈帮、辣妈商城三个产品为基础,涵盖女性“备孕-孕期-分娩-育儿”4个重要时期。用户可以通过手机在孕期伴侣里获得孕期、新生儿养护知识及专家指导,与妈妈群交流经验。

2014年9月,辣妈帮推出商城,仅3个月月单成交总额就突破了5000万,客单价300元,用户重复购买率高达72%。相关研究报告显示,由于2014年初“单独二胎政策”的实施,预计2015年国内新生儿将增加100-200万,母婴行业市场规模将突破2万亿。母婴平台一直是互联网的大热门,在移动互联网时代,进入这个行业的竞争者也活跃无比。

在竞争激烈、产品同质化严重的母婴垂直市场,辣妈帮凭什么脱颖而出?理工男金赞说“口碑传播”。

在产品分区和子社区主题设置上,金赞做了很多调查和尝试。最初希望借助幼儿园、

医院等群体集中的地方确定社区分类,以此吸引家长和产妇加入。然而在前期测试过程中,金赞发现按位置分类虽然相对细化和精准,但范围太大,难以形成有规模和高质量的讨论。

“妈妈们相互黏性很高,但关注度可能很窄,所以我们把范围扩大,从孕期、地理位置、兴趣爱好等几个维度来划分子社区,这样一来内容上容易产生更多的交互。”金赞介绍。

用户第一次注册辣妈帮岁要选择孕期阶段:“已有宝宝”、“准妈妈”或者是“备孕中”。完成这一步后,用户可以选择加入不同的子社区,这些不同的“帮”按照话题内容、孕期阶段以及用户地点进行了详细的区分。

构建用户壁垒

(何丽银)

红豆集团红豆杉荣登2015中国最具投资价值公司百强

6月18日,“2015中国最具投资价值公司100强”正式发布,上榜企业是中国经济最具活力和创新力的希望之星,榜单由经济界专家和财经界人士共同评出。红豆集团旗下企业红豆杉生物科技股份有限公司(简称红豆杉,代码为430383)因业绩稳定成长,发展潜力巨大,获得市场好评,入选“2015中国最具投资价值公司100强”。

据悉,2014年1月,红豆杉股份成功挂牌新三板,挂牌当天早盘成交额达1250万元,排名第三;2014年11月,因抗癌和“APEC蓝”概念兼备,红豆杉做市首日大涨三成,成为新三板上市企业的一匹黑马。

2015年,中国股指节节攀升,创业板、新三板亦屡创新高,股市进入长期牛市得到广泛认可。那么在中国这个目前全世界增长最

快的经济体中,最具投资价值的潜在企业在哪里呢?他们又应该具备哪些优良特质?这是从国家到投资机构到个人投资者,大家无不在努力寻找的。“2015中国最具投资价值公司100强”榜单回答了投资者最关心的问题。

红豆杉是我国国家一级保护珍稀树种,也是世界万物中唯一可以提炼紫杉醇的树种,属常绿乔木,树形优美,果实鲜艳,被专家称为健康树、长寿树。红豆杉股份从1997年开始培植南方红豆杉,一直注重技术研发,以技术创新引领企业发展,其“红豆杉快繁技术与产业化”被列为“国家星火计划项目”。“红豆杉的人工栽培”和“红豆杉全株提取”技术双双获得国家发明专利。现已培育红豆杉3500多万株,拥有全国90%五年龄以上

的红豆杉,已经建成全国最大的实生苗培育基地。

公司注册商标为“红豆”,并在多年的发展中始终坚持“建设生态文明,呵护人类健康”为使命,开发了红豆杉盆景、水培产品、绿化树、保健品、中药产品以及紫杉醇等抗肿瘤药物的庞大生态健康产业链。2014年1月,红豆杉成功挂牌新三板,挂牌当天早盘成交额达1250万元,排名第一;2014年11月,因抗癌和“APEC蓝”概念兼备,红豆杉做市首日大涨三成。杰出的净化、药用功效还让红豆杉牌红豆杉先后走进了中南海、上海世博会中国馆、深圳大运会等,被誉为“改善城市环境的新树种”。2011年公司被评为“国家重点龙头企业”;2013年获得“首届全国践行生态文明优秀企业”称号。

(红宣)

[上接 P1] >>>

林城贵阳见证“贵州大曲”归来

早在上世纪70-80年代,贵州大曲就是贵州地区极富盛名的民酒品牌,也是老百姓买得起、喝得起的大众名酒。可以说在贵州地区它有很强的品牌记忆和消费基础。进入到上世纪90年代,中国经济形态转变。随着市场经济的发展,高端酒市场消费需求日益旺盛,再加上高端酒对企业利润的重要贡献,让企业不得不调整战略,积极发展高端酒,在产能有限的情况下,优先保证飞天、五星茅台的生产。正是出于这样的市场需求和企业战略的调整,1999年茅

台酒厂为了整体战略和产能调整,忍痛割爱,暂停生产贵州大曲。当下,为顺应酒业新常态的变化,在今年的春交会期间,贵州茅台出台新的战略部署:未来的茅台酱香系列酒将是一个以贵州牌为统领,以“一曲三茅四将”为构架,围绕高端茅台酒,形成一个跨越中端、中高端的完整产品体系。这种新的产品战略设计,让酱香酒全面覆盖了高、中、低各价位带,特别是贵州大曲的焕装上市,对推动酱酒的大众化消费有积极的作用,这也是中端酱酒将进入黄

金发展期的前夜。第五贵州大曲品牌定位和三大优势,坚持正宗、卓越的品质同时,以更加亲和力的价格和服务,引领品质酱香走进百姓人家。其三大优势一是年代名酒强势回归,贵州大曲源于上世纪60年代的红粮窖酒,改名为1976年,兴于八九十年代,是六七十年代茅台酒厂除了茅台酒之外,生产的唯一产品,备受赞誉,具有广泛的群众基础。如今重回江湖,不仅勾起了资深酒客的怀旧记忆,也契合了当下人们的怀旧情怀。二是品质制胜,贵州茅台酒

股份有限公司,集中了茅台酒厂的核心优势资源,从原料进厂到产品出厂,整个生产过程建立起严格的质量和食品安全监控体系,具有不可比拟的技术优势,确保了贵州大曲的完美品质。三是精细营销,贵州茅台酱香酒营销有限公司作为负责茅台酒系列酒运营的公司,是茅台深化改革的成果。作为贵州牌“一曲三茅四将”战略的关键部分,贵州大曲精密规划、精彩亮相、精细运作,必将爆发出惊人的市场能量。



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

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销