

作为国内木梳品类的龙头企业,谭木匠一直致力于发掘民间创意,并将其融入到木梳产品的设计中。可以说,谭木匠的产品迭代史,就是一部民间手工智慧的发掘史,因为他们相信,最伟大的创意不是在公司 的方案里,而是在民间的一刻一划中。

谭木匠“征集令” 将“作品变产品”

如何把一 个生活小物件做到极致? 谭木匠给出的答案是——持续创新。

2015 年 5 月,谭木匠控股集团在官网平台上推出木梳产品设计征集活动,面向全球征集好设计,好创意。活动开展半年来,谭木匠已收到来自海内外的原创作品近 600 件。

音乐和手工有异曲同工的地方。如果说“中国好声音”是给草根音乐人提供了一个实现梦想的舞台,那么谭木匠推出的“产品设计全球征集活动”则试图打造手工领域的人才优选平台,为独立设计师提供“作品变产品”的进击机会。

这是国内传统手工企业第一次向民间大规模开展创意征集,并将民间智慧纳入公司决策中。从小的角度来说,这是一家公司的一次转型,从整个行业的角度来说,这是对 整个中国传统手工业商业模式的一次升级和改革。

梳子的自我修养

“淡扫蛾眉朝画师,同心华髻结青丝”。从 古至今,梳子既是生活中的必需品,更是缠绵隽永的标志,唯一能卷起三千烦恼丝的器物,其中有许多能够挖掘的故事和品牌价值。

谭木匠是唯一一家把小小木梳做成了品牌的企业。

其中的关键就是多年来谭木匠对原创设计的追求——用对艺术品的态度对待一把梳子。

早在 2000 年,谭木匠便与四川美术学院进行了深度合作,其合作成果对品牌成长带来了很大的帮助,也产生了很多在设计界广受好评的作品。此后,谭木匠还与国内有影响力的专业杂志、设计公司保持长期合作,甚至与德国、日本、我国台湾和香港等国际知名设计团队建立合作伙伴关系,在产品中融入具有国际范的设计理念。

时间一往无前,谭木匠追求原创设计的脚步却愈发坚定。

2015 年 9 月 20 日,谭木匠与南京艺术学校签订战略性框架合作协议,双方将在产品研发、品牌形象塑造及宣传推广等方面展



开全方位合作。

“专业院校学生的设计也许实用性稍差,但创意性更强”,在谭木匠行政总监谭力子看来,与南京艺术学院的合作不仅为在校学生搭建了一条“产学研”的渠道,也为品牌形成了源源不断的创意储备。

“从现在就要开始打磨三五年后推出市场的产品”,据谭力子介绍,谭木匠还将与南京艺术学院一起探索木梳产品未来的走向,抢占引领市场潮流的先机。

除了整合专业学院与设计机构的资源,谭木匠更把眼光放到了民间,于是有了“产品设计全球征集活动”。据谭力子介绍,此次活动并非短期的营销行为,而是将作为一个连贯性的常态活动一直开展下去,每个月都会评选出三件价值一万元的创意奖,每年评选出三件价值十万元的年度创意大奖。

这是一个去中心化的时代,每一个人都是一个小时代,再小的个体也需要自己的品牌,也都能找到属于自己的舞台,显然,谭木匠此举就是为每一位工艺设计爱好者提供展示才能和价值的平台。

手艺人的造星平台

开源,指的是那些源码可以被公众使用的软件,最有名的开源平台就是谷歌的安卓系统,全世界的人都可以用安卓系统,不管是编程初学者还是高级黑客。

从某种意义上来看,谭木匠的民间召集令也是在打造一个手工艺的开源平台。“在征集过程中,我们有意弱化绘图能力,而是把评选的重点聚焦在作品的创意和设计感上”,谭力子说,这是一个为所有设计爱好者而生的平台,只要是热爱生活,对艺术设计有追求的人都可以通过这个平台表达自己,展示自己。

独立设计师杨媛媛平时喜欢摆弄一些木头和树脂的东西,一直在想怎么结合起来做点好玩的小产品,看到谭木匠的征集活动后,就冒出了将树脂、木头结合做成梳子的想法。杨媛媛试着把这样的想法设计成作品,结果获得了第三期的最佳创意奖。

像杨媛媛这样的年轻设计师就是谭木匠想要寻找的手艺人,据谭力子介绍,在征集活动中涌现出的特别优秀的设计师,谭木匠将会与他们进行更加深入的合作,为他们提供更大的舞台。

国家发改委副主任张勇到河南华英集团考察调研

■ 本报驻河南首席记者 李代广

9 月 22 日下午,国家发改委副主任张勇在河南省副省长王铁、信阳市市长乔新江等领导的陪同下来到河南华英集团参观调研。

张勇副主任一行先后参观了华英孵化五场地和华英加工六厂,详细了解了华英鸭的孵化、屠宰加工过程,听取了华英集团董事长曹家富关于公司发展情况的汇报。

在随后的座谈会上,张勇副主任对华英集团在保证食品安全和带动农民致富方面的做法十分赞赏,对华英 20 多年来的发展成就给予了高度评价。他说,早就听说了在信阳老区成长起来的华英集团,作为曾经担任过的国家第一任食安办主任,他一向对中国企业的食品安全工作比较关注,华英能以食品安全为核心,成为国内最大的鸭产品出口企业,

征集令的意义不仅仅止于此。

有一种言论认为“中国没有孕育原创设计的土壤”。谭木匠是这次的征集或许能够改变这样的土壤,因为它找到了将原创设计商业化的路径。

“对于获奖作品,我们会提供工厂打样,一件作品小批量 300 件,提供给门店做尝试性销售,收集市场反应,效果好的话,进行批量生产”,谭力子这样描述获奖作品的走向。

谭木匠尝试把以前凭经验判断进行设计转变为样本试验,这样既能收集第一手的市场反馈,也能挖掘本身就是稀缺资源的设计师,为产品开发提供源源不断的活水。

随着活动的持续开展,谭木匠更是将成为一个设计师造星平台,为整个中国工艺制造业提供优秀人才。

做全球的一把梳子

据了解,谭木匠的目标消费群体大多集中在 20 岁到 35 岁之间的年龄阶段,因此,保持品牌的年轻化至关重要。

事实上,无论是与南京艺术学院等专业院校的深度合作,还是向全球征集设计创意,都是谭木匠拥抱年轻人,不断挖掘年轻群体市场特点的初衷与尝试。通过这两方面的动作,谭木匠可以在大量年轻设计师的创意储备中,准确把握年轻消费群体对于木梳的产品诉求,在推向市场的产品开发中注入更多年轻时尚的元素,拉近品牌与 80、90 后的距离。

谁能赢得年轻人,谁就会赢得未来。因此,一把拥有花样年华的梳子,当然更有竞争力。从长远来看,谭木匠已经制订了打造全球性品牌的发展战略,那么就势必需要设计出更多符合年轻消费者口味的好产品走向国门。

“做全球的一把梳子”,既是谭木匠的雄心,也是中国传统手工业从业者的梦想,因此,征集活动被赋予了更大的意义——寻找“中国好梳子”。谭木匠相信,民族的才是世界的,一把能经受市场检验的“中国好梳子”,必然可以“梳”遍全球。(新华网)

这个成就了不得,为改变中国食品在国际上的形象带了好头,对这样企业的发展需求,国家发改委委会在职责范围内给予扶持和培养。

潢川县委书记赵亮、县长兰恩民、常务副县长刘璇、副县长李浩等相关领导参加了考察调研活动。



图为国家发改委副主任张勇(右二)在河南省副省长王铁(右一)陪同下听取华英集团董事长曹家富(左二)工作汇报。

润万家启动了便利店计划,“总部的规划是,未来只在核心重要地段保持原有的大卖场,原则上不再扩大大卖场业态,而是加快发展深入社区的便利店或超市。”李颢说。

未来,e 万家将利用实体店深入各大社区的优势,货物自提柜也将出现在华润万家超市门店内。

目前,所有跨境购商品均从自贸区保税区分发货。同时,其采用开放的第三方物流配送,在华润万家物流部门的统一监管下,可配送至全国。

“我们是零售商,不论是线上还是线下渠道,核心宗旨都是向消费者提供价廉物美的商品,同时提供便利的购物体验。”李颢说,“因此,物流是服务的核心,而商品是销售的核心。”

与其他传统零售商的平台模式不同的是,华润万家 e 万家坚持全商品自营模式,包括跨境频道,即所有商品皆自采自售,不接受跨境海外代购商进驻。

李颢介绍,以某纸尿裤(采购价 100 元/包)为例,传统外贸进口模式在批发代理与关税环节上会产生相应费用,最终价格也会是最高(186 元);海外代购模式在价格上虽然相对折中(160 元),但在采购成本和直邮运费上也将产生对应的费用;而跨境电商模式直采模式可以免除批发零售以及代理环节,成本大大降低(130 元),这也意味着顾客将以最低

许昌烟机与昆明烟厂和红河烟厂开展技术交流

近日,许昌烟机公司副总经理王向东带领公司技术分中心、营销中心有关人员分别到昆明卷烟厂和红河卷烟厂开展技术交流。

在昆明卷烟厂,王向东介绍了超细支滤棒发射机和 YF37 装盘机的研发生产情况,感谢昆明卷烟厂再次为许昌烟机提供新产、实验平台。昆明卷烟厂副厂长杨勇等领导参加了技术交流会,对许昌烟机为昆明卷烟厂长期提供的技术装备支撑和设备保障表示感谢。昆明卷烟厂表示,将一如既往地支持许昌烟机的发展。

在红河卷烟厂,厂长许永明厂长、副厂长李斌副厂长等相关领导参加了技术交流会。许永明介绍了红河卷烟厂下一步易地技改情况,他表示,云南中烟、红河卷烟厂与许昌烟机合作历史悠久,希望在红河卷烟厂的技改中,许昌烟机有更多的新技术和设备参与进来,红河卷烟厂全力支持国产烟机的发展。

随后,许昌烟机公司技术分中心工程师分别介绍了 KDF3 滤棒成型机组修理方案和红河卷烟厂技改项目 YF611 条烟输送系统整体布局方案。双方就方案进行了深入交流探讨,方案得到了红河卷烟厂领导和专家的认可。

王向东就许昌烟机公司易地技改整体搬迁情况及产品发展方向作了整体介绍。对红河卷烟厂长期以来给予许昌烟机的大力支持表示真诚感谢。王向东表示,许昌烟机将全面按照国家局和中烟机械集团公司的产品分工,不断提高公司技术研发水平、生产制造水平和综合服务水平,努力打造具有国际一流水平的滤棒成型、辅联、物流类设备,为烟草行业提供有力的装备支撑和技术保障。

(卢文杰)

阿特斯董事长瞿晓铎:“一带一路”是光伏业的新机遇

2015 第五届能源高层对话于 9 月 22 日在钓鱼台国宾馆举行。来自政府、企业、高等院校、科研机构等方面的代表齐聚一堂,共同为我国能源行业发展前景建言献策。阿特斯董事长瞿晓铎参加论坛并接受新华社记者专访。他表示,“一带一路”对于光伏行业十分重要,到 2025 年,约有超过一半的光伏新增装机机会在“一带一路”沿线国家。

瞿晓铎介绍称,阿特斯在行业中是最早提出“光伏智造 2025”概念的,致力于让千家万户能够最有效、最便宜的使用到清洁能源。在下游太阳能电站业务方面,阿特斯是同行业中最早进入下游电站业务的企业,在海外进行太阳能电站建设和投资方面,目前已并网约 1.4GW 的太阳能电站,为中国光伏企业“走出去”实现国际化趟出了一条路子。

瞿晓铎表示,相关研究显示,到 2025 年,约有超过一半的光伏新增装机机会在“一带一路”沿线国家,所以“一带一路”对于光伏行业而言是很重要的,“一带一路”沿线国家通常相对缺电,在这些国家发展光伏的目的不光是为了减排,而是为了满足电力的缺口。特别是随着光伏的技术进步,成本和安装建设的简便性已经大幅度提高,使得光伏在很多国家很容易进入平价上网,有充分竞争力。(李由)

廉的价格获得相应的产品。

但直接采购的不利局面也很明显,相比传统零售旗下的平台型跨境购频道,如步步高、天虹商场等,华润 e 万家跨境购商品品类明显较少,上新也较慢。对此,李颢表示,将尽快借用华润集团的香港进口贸易资源来丰富线上产品,这在体系庞大的华润集团内,或将需要相当一段时间。

“但我们会在产品类别上尽量与其他平台有所区别”,李颢说,“比如,食品、保健品将是我们未来重要的差异化优势。”

据深圳第三方跨境购配送服务商保宏电子商务有限公司高级操作主管杨立明向 21 世纪经济报道记者介绍,目前,所有跨境电商销售产品中,最受欢迎的是母婴纸尿裤、奶粉,以及日化用品,食品和保健品正在快速增长中。

李颢认为,进口保健品和食品将在中国迎来广阔市场,老年化趋势、年轻人快速生活节奏、宅生活方式,都会驱动保健品和食品加速增长。

“华润万在国内拥有庞大的消费群体,等于拥有了炙手可热的大数据库,对消费者的食品与日用需求了解,我们将尽快申请进口生鲜食品进口资质,未来在进口海鲜、牛肉等全球优质食品方面,争取能走在同行前列。”李颢说。(王志灵)

走基层 送温暖

茅台保健酒业党委、工会开展基层慰问活动



● 党委书记谭定鸿向包装车间主任李安彬了解生产状况

9 月 15 日,贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司党委书记、副总经理谭定鸿,工会主席、纪委书记、副总经理周正喜,党委办公室、工会办公室工作人员一行来到茅台二厂包装车间,对基层员工进行慰问并送上慰问物品。

在生产综合管理部主任张显明及包装车间主任李安彬的陪同下,谭定鸿书记走进了包装车间,询问包装工人们在工作期间的饮

食、工作困难、心理状态等情况。谭定鸿书记还向李安彬了解了包装车间的工作状况、茅台保健酒业公司产品在市场的销售等情况。看到包装工人们热火朝天的劳动场面,谭书记对基层员工的辛劳付出给予了肯定,对他们对公司发展做出的贡献给予了认可。并表示希望他们能立足于自身工作岗位,提高业务技能,成为包装一线上的能工巧匠。提出将在不久后举行劳动技能竞赛,给基层员工一个展现自我的平台。

随后,慰问组一行来到了车间食堂,察看了食堂的安全卫生状况,询问食堂员工的工作情况,对他们工作的辛苦给予了肯定。并嘱咐他们要再接再厉、一如既往地做好食堂工作,做出可口的饭菜,让大家能吃得放心、干得用力。

此次慰问活动让基层员工感受到了疲惫中一缕温暖,让枯燥繁杂化成凛凛豪情,成为企业前进不可或缺的正能量。(罗江琴)

业务。继 7 月开业自贸区内跨境购实体店“ewj shop”后,9 月 2 日,华润万家电商部与实体零售店华润万家深盐店联合,首推跨境体验区“ewj zone”,实现与传统实体零售的有机融合。

据李颢介绍,“ewj zone”主要是通过华润万家深入社区的大卖场内,设立跨境商品专区的形式,为顾客提供“家门口的自贸区”。这意味着,“ewj zone”与“ewj shop”一样,在社区辐射范围内的顾客,不用长途跋涉,便可享受优质平价的跨境进口商品。在跨境商品的选购上,既保持了现场购物和网上体验两种购物方法,同时也准备了大量的一般贸易进口商品,方便顾客可以现场买单带走。

李颢说,“设想一下,如果我们大卖场内的人流通过现场‘ewj zone’进口商品展示,扫描进入我们的线上平台,直接操作购物,体验成功就实现客户引流。”

同时,通过口碑传播的模式,实体店体验区让顾客真正感受到比去香港和一般电商网站更便宜且有品质保证的体验。“事实上,在我们开出的试点店铺里,体验区还可以增加一般进口货品在大卖场内的销售额。”李颢说。

目前,华润万家有全国有超 4000 家店铺,6 月份华润万家电商平台“e 万家”正式上线。华润万家的互联网化转型还处于起步阶段,旗下“ewj shop”和“ewj zone”目前只在深

构建第二张网

与许多其他传统零售企业一样,华润万家的最佳生意模式突破点瞄准跨境电子商务