

品牌价值从 2015 年 233 亿元上升为 2016 年 310 亿元

红豆位居“中国 500 最具价值品牌”榜第 91 位

■ 红轩

6月22日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的“世界品牌大会”在京举行,会上公布了2016年(第十三届)《中国500强最具价值品牌》排行榜,“红豆”品牌继续表现强劲,跃居“品牌500强”第91位。

红豆集团创建于1957年,发展于上世纪80年代,产品从最初的针织内衣发展到纺织服装、轮胎橡胶、生物制药、地产四大领域,目前拥有13家子公司,成为集科研开发、生产制造、全球贸易于一体的大型企业集团。在柬埔寨西哈努克省投资建立的西哈努克港经济特区被誉为“一带一路”上的样板工程,多次获中柬两国领导人“点赞”。2015年,红豆集团逆势上扬,实现销售额503亿,足以证明其旺盛的活力和卓越的品牌价值。

“一个品牌关键的有两大含量:一个是技术含量,一个是文化含量。品牌的一半是技术,一半是文化”全国工商联副主席、红豆集团总裁周海江如是说。红豆集团是中国较早认识到品牌作用并成功创建、发展品牌的企业。红豆集团除了不断精进技术,用工匠精神铸就产品质量,还持之以恒地为红豆品牌注入文化基因,从2001年开始传播红豆七夕节,通过七夕这一平台弘扬中国传统文化,将传统文化与企业文化完美融合。随着红豆七夕节被大众接受和喜爱,红豆品牌的文化含量也越来越高。也正是由于红豆对品牌的重视,红豆商标于1997年就被国家工商总局评为中国驰名商标,2010年红豆还成为国家商标战略实施示范单位。多年来,“红豆”品牌先后获中国服装行业最高成就大奖、“CCTV中国年度品牌”等荣誉称号。服装



销量多年雄踞中国服装行业第一;红豆品牌强度及价值均领先2014年中国品牌价值榜。

2016年,红豆集团提出“三自六化”理念,“三自”即自主创新、自主品牌、自主资本,“六化”指智能化、绿色化、服务化、高端化、国际化、证券化。其中重点指出要以创新驱动产品的革新和品牌的发展,将更有利于抢占国内市场甚至国际市场。而“智慧”红豆的建设,再次增加了“红豆”品牌价值提升空间。智能穿戴、魔法试衣镜、智能试衣间、电子标签技术、企业手机一卡通……红豆把互联网的新技术积极运用到产品的研发、生产、销售各个环节。重视先进技术的利用,创新商业模式,红豆的品牌价值也得到不断提升。打造高质量产品及服务、建立跨国公司、

建设国际园区……红豆集团在“世界品牌”梦的基础上走得踏踏实实。无论是“经济搭台,文化唱戏”,还是“文化搭台,经济唱戏”,红豆集团同时玩转技术和文化,让二者成为红豆品牌的两条腿,互相补充,协调前行。

除了财务、消费者行为、品牌强度等因素外,世界品牌实验室在“中国500最具价值品牌”的评选中,还将可持续发展纳入其核心价值观,而不仅仅将其当作次要问题来处理。多年来,红豆集团在履行社会责任方面一直是业界翘楚。从企业草创的1957年到现在,红豆集团始终坚持回馈社会,以“共同富裕,产业报国”为使命,一直将社会责任牢记心中。红豆集团的掌舵人,从周耀庭到周海江,都是典型的慈善家,他们带领集团通过多种形式,积极参与光彩事业和社会公

益事业,对外捐款捐物已累计超3亿元。此外,红豆集团还致力于环境的改善和百姓健康的维护。在工业园区,通过调整产业布局、改进技术等方式实现绿色生产;在柬埔寨工业园区引进绿色企业,建造污水处理厂保护当地生态环境。值得一提的是,红豆集团从1997年开始进军红豆杉产业,推进“绿色化”,致力打造绿色经济,从红豆杉规模化种植、盆栽及苗木外销、紫杉醇提炼到红豆杉中药开发、红豆杉系列保健品,构建出一个完整的健康大产业链,为生态环境的改善和居民身体的健康作出了特殊贡献。

红豆集团作为民族企业的骄傲,它代表的不仅仅是产品和技术,更重要的是一种企业文化,这也是红豆品牌长青的原因所在。红豆集团还坚持用自身之力融入社会发展,不断追求与股东、员工、客户、供方、合作伙伴、政府以及和环境、社会一起实现“八方共赢”。将红豆的情文化、感恩文化传播到企业以外更广阔的天地里。正是因为勇担社会责任,积极投身社会慈善公益事业和光彩感恩事业,红豆成为全国首家通过企业社会责任认证的企业,此次,再次入选“中国最具价值品牌”百强,红豆集团可谓实至名归。

据了解,世界品牌实验室由1999年诺贝尔经济学奖得主、“欧元之父”、美国哥伦比亚大学教授罗伯特·蒙代尔担任主席,其专家和顾问来自美国哈佛大学、耶鲁大学、麻省理工学院、斯坦福大学、牛津大学、剑桥大学等世界顶级学府,其研究成果已经成为许多企业无形资产评估的重要依据。此次排行榜将在CCTV、新华社、中新社、《经济日报》、世界经理人网站以及新浪网、新华网等500家主流媒体发布。

太钢拓展产融结合新道路

■ 黄传宝

6月12日下午,新钢联公司的财务人员史新龙在太钢集团财务公司办理一笔信贷业务。经过确认签字,他被告知,明天上午就会拿到放款。

太钢集团面对钢铁行业产能过剩,创新思路,拓展金融供应链,形成了较为“可靠”金融生态圈,走出了一条以融助产的新路子。

史新龙说:“以前这是想也不敢想的事情,现在通过太钢财务公司解决了我们的燃眉之急,他们放款很快,而且成本低,能解决我们短期资金周转的需求,对我们的企业发展非常有帮助。”

新钢联公司与太钢有着多年的合作关系,面对钢铁行业下行压力,太钢创新思路,主动与客户抱团取暖,刚才史新龙办理的业务就是太钢为解决上下游企业融资困境,个性化定制的一项业务。

太钢财务公司工作人员刘树人说:“这项业务通过集团核心企业与供应商的紧密业务关系进行风险控制,省掉很多流程,具有效率高、速度快、风险小的特点,对我们的企业和供应链伙伴而言,实现了共赢。”

我帮你解决短期资金困难,你帮我销售产品拓展市场,这种抱团取暖、共克时艰的方法,得到了诸多与太钢有紧密业务联系的供应商的叫好。

太钢财务公司经理郭涌告诉记者:财务公司与实体经济距离最近,不但代表企业集团,同时又扮演着金融机构的角色。是企业集团以融助产的最佳平台,具有产融结合的天然使命。随着供给侧结构性改革的不断深入,未来,企业财务公司一定是从服务集团内部的模式向服务产业链上下游拓展,努力打造集团产业链金融生态圈,为企业服务的同时为全省的金融生态建设助力。

太钢财务公司成立于2013年1月,是集团资金集中管理中心、集团金融服务中心。先后建立了“人民币池”、“外币池”及“票据池”,实现了集团成员单位的人民币、外币、票据资金的全部归集,为成员单位提供结算、信贷、票据、外汇等方面的金融服务,并积极开展有价证券投资及金融同业业务。成立仅三年,财务公司业务拓展迅速,在基础业务资格之外又获批了买方信贷、有价证券投资、债券承销、即期结售汇、跨境人民币双向资金池、跨境外币集中运营管理等本外币业务资格;申请加入了中国人民银行电子商业汇票系统(ECDS),成为银行间拆借市场、外汇市场、债券市场会员。其中,太钢是山西省首家获得以财务公司为主办企业的跨境人民币、跨境外币业务资格的跨国企业集团,该项业务的开展实现了集团境内外资金集中运作,拓展了境外融资的新渠道,有利于集团公司整体资金管理能力的提高。

其实,太钢财务公司只是太钢创新性地利用金融工具,助力企业发展的一个缩影。面对钢铁行业产能过剩的压力,太钢在调整结构、转型发展的过程中,从战略高度发挥金融资源配置的作用,分别设立了财务公司、投资公司、融资租赁公司、商业保理等公司,这些金融板块在盘活存量、融通资金、加速流转、提高收益等方面发挥了很大作用,为太钢推动供给侧改革、转型升级、提质增效提供了有效的金融支持。据了解,目前,太钢集团的资产负债率不到70%,在钢铁、煤炭等行业中处于较低水平。

国酒之窗

共谋创造茅台5100矿泉水美好明天

走出酒的天地,谋求创新发展。按照茅台集团改革部署,茅台控股企业西藏5100矿泉水有限公司的改革步伐也在稳步迈进。6月22日,该公司的两个参股企业茅台集团和西藏水资源有限公司座谈,双方就下一步5100矿泉水市场定位、运作、未来规划与拓展方向等问题进行磋商,共谋酒外天地的美好未来。

会议在茅台集团本部举行,茅台集团公司党委书记、总经理李保芳,总会计师杨建军,茅台酒股份公司副总经理王崇琳,西藏水资源有限公司执行董事、行政总裁付琳,茅台5100矿泉水公司总经理刘晨参加会议。

会议对茅台5100矿泉水公司目前的运作机制、产品效益及近期市场策划等情况进行总结分析,并就5100矿泉水未来的市场走向、规划、拓展与未来发展前景等问题进行磋商。

李保芳在发言中表示对5100矿泉水公司未来的发展充满信心。他说,5100矿泉水水源优质,茅台和西藏水资源公司要进一步共谋协作,利用优质资源,把它打造成为中国高端饮用水的优质品牌。

他认为,要发展就必须做足各项功课,必须在充分调研的基础上做好市场调查,做准市场定位,做足市场规划,拟定各个阶段的目标,从而确定好整个市场未来的发展方向。

李保芳希望,茅台和西藏水资源公司一起努力,加强沟通与协作,彼此支持和帮助,在5100矿泉水的营销方式上下深功夫,建立健康良好的销售模式,稳打稳、实打实创造更加良好的效益,共同谋求5100矿泉水的美好未来。

亲切的座谈也是一次良好的交流和沟通。付琳在发言中对茅台集团的信任和合作表示感谢。他表示,回去后一定会认真梳理好此次座谈的相关意见建议,学习借鉴茅台集团完善的营销理念和体系,做好5100矿泉水的市场调查,制定出全面的市场规划方案,把市场拓展作为5100公司近期发展的第一要务,努力创造茅台5100矿泉水公司的美好明天。

茅台集团公司总经理助理汪智明、相关职能部门负责人参加了会议。(华文)

绿水洞煤矿看警醒小故事保安全

6月20日,川煤集团广能公司绿水洞煤矿向各基层职工下发了广能公司编印的《警醒》安全小故事,旨在提高职工安全意识,学习安全经验。

《警醒》收录了广能公司各矿井单位近年发生的事故案例,包括运输、顶板、机电、防治水、一通三防及采煤、掘进等事故类型,采用言简意赅的语言讲述了一个个事故发生的经过,分析了事故原因,并配上生动的漫画,图文并茂,可读性强,使广大职工从中受到深刻启发。(贺全明 黄华明)

巨源食品:诚信赢市场 质量铸品牌

河北省承德巨源食品有限公司坐落在燕山主峰雾灵山脚下的河北省兴隆县。兴隆县是全国最大的山楂主产区,位于京、津、承、唐四市之间,具有生产优质山楂制品的有利条件。公司成立于2002年10月,主要生产蜜饯食品、坚果、山楂制品和休闲食品等,近日,我们采访到了该公司总经理潘强,他介绍了企业的发展情况。

潘强说,在市场经济快速发展,企业间竞争日趋激烈的今天,质量对于企业的重要性日益凸显。我公司始终把抓产品质量工作放在首位,所有的产品,质量由“检验”到“预防”,由“堵”到“疏”,再到生产的“全面质量管理”,在生产过程中的精细化要求与质量水平要求越来越高。我们紧密结合实际,制定了符合自身发展实际的整改措施。通过对质量跟踪管理,随时随机抽查产品质量,以提高产品入库合格率。通过电话、传真、实地走访等多种方式,对现有供应商重新梳理,核实更新相关信息,对供方单位进行评定,筛选优质供应商,进行星级评定,淘汰不符合规定的供应商。真正做到了从小事做起,从细节抓起,夯实产品质量。

在现代企业标准化程度增强、差异逐渐消失、附加价值较小的情况下,企业惟



有通过加入服务要素寻求更大差异化,才能创造更多附加值。服务是赢得顾客的有效手段,为此,我们通过服务满意度调查、加强终端服务管理,完善服务规范,并通过建立标准化的服务流程,进行客户资料整理,提供个性化的服务等实施“精细化”的人性服务。这种“精细化”的人性服务使顾客感觉到“尊重、优越、独享、贴身、个性化”的品牌文化,从而潜移默化地提升品牌的忠诚度。

质量是企业立足之本,创新是企业经

久不衰、历久弥新的动力,企业发展离不开员工的辛勤工作和默默奉献,质量管理已经融入员工内心深处,融入一针一线之中。企业将创新融入工作的全过程,紧贴市场需求,开发出多种特色产品,增强了公司产品的市场竞争力。

服务“精细化”,创新“市场化”。这是我公司质量管理的最大亮点,也是公司坚持始终如一的发展理念。坚持服务贵在细致,创新不能脱离市场需求,质量只有开始,没有结束。(明月)

新能源汽车产业园遍地开花 大有跑马圈地之势

■ 刘伟辰

新能源汽车项目近期集中上马,大有跑马圈地之势。

据不完全统计,仅仅在5月,各地新建、扩建新能源汽车产业园的消息就有近十条。加上此前已经陆续释放的新能源汽车产业园开建信息,2015年至今,全国各地有意建设或在建的新能源汽车项目,可计算多达30个,投资总额已超过1000亿元。这些新能源汽车建设项目大多以“新能源汽车产业园”的形式存在,并且呈现遍地开花之势。

广东省电动车商会与顺德、英德两地达成合作共识,并签署了《共建广东首个新能源电动车产业园框架协议》。在5月21日召开的广东省电动车商会年会暨新能源汽车产业交流会上,有18家电动车企业现场签署了入园投资意向书。在此之前的5月17日,江西省赣州经济技术开发区被江西省工信委授予“江西省新能源汽车动力电池产业基地”称号。5月8日,贵州贵安与五龙集团牵手,并举行了新能源汽车生态产业园签约仪式……相关案例不胜枚举。

根据国家统计局数据,今年4月,新能源汽车生产4.7万辆,同比增长高达135%。1-4月汽车投资2979亿元,增幅为17%,其中民营汽车投资2334亿元,增幅为23%,占



汽车投资的78%。

相关人士表示,这些新建的新能源汽车产业园区,或为地方政府瞄准新能源汽车产业热潮,拉动当地经济的重点投资项目;或为部分进入工信部“黄牌”警示名单的企业进行自救的行为。与之相配套的动力电池项目也开始纷纷投资新建项目,竞争格局愈发激烈。相关人士表示,根据以往的经验,当产业快速发展的时候,企业会把主要精力放在

产能扩张上,反而会忽略了基础技术的积累和突破,并不是一件好事。

2015年至今,全国各地有意建设或在建的新能源汽车项目,可计算多达30个,投资总额已超过1000亿元。这些新能源汽车建设项目大多以“新能源汽车产业园”的形式存在,并且呈现遍地开花之势。

中国电动汽车百人会理事长陈清泰直言,“即便我们在市场规模上超过了国外,但

在技术层面却并没有发力。”陈清泰将其形容为“萝卜快了不洗泥”。由于新能源产业过热,在原有的相关企业快速扩张甚至打通上下游的同时,也吸引了大量新进入这一产业领域的企业。鱼龙混杂、技术基础薄弱、人才团队匮乏、行业经验不足、产业链整合能力差等问题不可避免。

以动力电池产业为例,尽管产业的迅速扩张让相关企业实现了快速成长并盈利,但由于技术实力薄弱,赶进度占市场补贴的投机行为客观上加剧了安全事故的爆发。

在新能源汽车投资热潮的背后,可能带来的产能过剩问题同样值得关注。有业内人士分析,2016年成规模的动力电池企业总产能合计约为61GWh,考虑到产能释放过程,若以产能释放因子0.6计算,2016年动力电池市场的有效产能可达37GWh,按照预测市场需求30GWh计算,则有7GWh的过剩。而这种算法还未考虑大量中小规模的锂电池企业以及从其他行业进入的企业所投资和增加的产能,动力电池市场局部过剩的隐患已经存在。

有统计显示:各地正在建设的30多个新能源汽车项目,其产能加起来已经高达300万辆,远远超过国家规划的至2020年新能源汽车生产能力达到200万辆的要求。若算上早几年已经上马的项目及正在酝酿中的项目,未来几年我国新能源汽车产能过剩情况在所难免。