

# 揭秘“家谱”新商机 四川谱典文化创富项目交流洽谈会召开

张璐

因为一个朝阳的行业、一群积极拼搏的人、一个共同弘扬家谱文化的愿望，吸引一群参会者走在一起。中华民族姓氏文化源远流长，每一个姓氏都是一个传奇。家谱是家庭、家族的传家宝，既是联系整个家族血缘关系的纽带，也是凝聚宗亲共识、增强团结的力量源泉。

由众多家谱衍生出的实名制有序家谱数据库，将拓展出前景无比广阔的市场。9月28日，“汇聚文商精英·共享财富盛宴”四川谱典文化创富项目交流洽谈会在成都市锦江区三圣花乡景区刘家花园二号会议厅召开。本次盛会由四川谱典网络科技有限公司主办，湖南百姓通谱网络科技有限公司指导。

## 弘扬传统家国文化 打造西南商业文化品牌

据悉，四川谱典网络科技有限公司系运用“同心圆核心技术”帮助各姓氏把家谱修到互联网上并打造实名制有序家谱数据库的网络科技公司百姓通谱网省级代理平台服务商，具有独立法人代表资格，注册资金三千万。

家和万事兴，修身齐家治国“谱”天下。谱典公司以家谱为突破口，弘扬传统家国文化，致力于打造“互联网+”时代的“家文化”经济体系，从事中华民族家文化衍生产品的开发与推广。目前，通过“互联网+家文化+电子商务+村通物流”的独特模式，主要开展百姓通谱网、百姓通商网、百姓通村网、家文化商学院等系列平台的四川地区的整体运营与代理推广业务，积极促进片区内经济、文化的发展融合。



湖南百姓通谱网络科技有限公司总经理周书红介绍百姓通谱体系

四川自古地大物博，名人辈出，有深厚的文化底蕴，但同时存在文化的传承不力、创新不多的问题。时至今日，文化产业的规模和系统还未形成影响力。在国家经济宏观调控的大背景下，投资、出口已经不足以支撑市场的需求，而文化创业产业的发展却是前景光明，如何将文化与实体经济结合，是当下四川企业及投资者迫切的需要思考的问题。

面对这样的背景，在文化兴国战略的指引下，百姓通谱体系恰逢其时，以四川为核心带动整个大西南的文化产业，成为百姓通谱网与四川谱典的长远目标。为此，四川谱典文化创富项目交流洽谈会拟引导四川传统企业通过

互联网平台找到文化契合点，寻找新的突破；为有投资创业意向的个人开辟互联网文化创富新途径；加强四川各行业间的资源整合，推动区域经济的不断提升发展，打造新时代下西南商业文化品牌。

## 揭秘“家谱”新商机 欢聚一堂期待合作双赢

会上，四川谱典顾问授牌仪式隆重举行。四川谱典公司聘请四川省发改委原副主任刘榕为高级顾问，聘请同志合成企业家联盟董事长陈军材为战略顾问。



百姓通谱网市场总监刘昊讲解“百姓通谱网”互联网生态圈及招商模式



四川谱典相关负责人与平台服务商举行签约仪式



会议现场

百姓通谱网是互联网家谱领域的领先者，开创出数字化家谱新时代。为了让大家对百姓通谱事业体系有一个较全面的认识，百姓通谱网总部湖南百姓通谱网络科技有限公司总经理周书红整体介绍了百姓通谱体系。

互联网家谱将形成庞大的市场与产业链条。寻找项目，相互合作，实现双赢互惠，参会者在此次欢聚一堂，都是为了寻找一份事业而来。就此，百姓通谱网市场总监刘昊讲解了“百姓通谱网”互联网生态圈及招商模式，阐述了作为百姓通谱事业体系的平台服务商所能得到的政策和总部给予大家的各种支持与财富新机遇。

错过“互联网+”，错过的不是一个机会，而

是一个时代。本次会议以最良好的加盟政策，力求让更多的文化界、商界精英都能加入到百姓通谱大家庭中，一起创造伟大的互联网家谱事业。四川谱典相关负责人与平台服务商合作客户举行了签约仪式。本着以诚相待、互利互惠、共同发展的原则，百姓通谱网与平台服务商期待能够合作成功，实现双赢。

四川谱典相关负责人表示，举办此次会议，就是为了在四川摇旗呐喊，在弘扬家谱传统文化的旗帜引领下，让更多的有识之士把握新时代下的“家谱”新商机，实现共同创富的目的；同时，彼此精诚合作，让分享“家谱”文化与财富变得更加简单，更加轻松愉快。

# 接待游客 37.1 万人次 实现旅游总收入上亿元 兴文石海景区、夔王山景区“十一”黄金周人气爆棚

叶理菁 本报记者 何沙洲

刚刚过去的“十一”黄金周期间，四川兴文县石海景区、夔王山景区迎来了客流高峰，宾馆饭店农家乐生意火爆。7天里，全县共接待游客 37.1 万人次，实现旅游总收入上亿元。

黄金周期间，兴文县石海景区、夔王山景区、石菊古地等景点人气爆棚，各种活动精彩纷呈。游客们或三五好友结伴而行，或家庭组团自驾前往。

“我们选择到兴文石海，感觉这儿的地质地貌不一样，山是比较的壮观，还有导游沿途给我们介绍的夔苗文化、悬棺，这是很古老的一个民族文化，一直就想过来看看的，感觉很不错。”正在石海游玩的张先生说。



停满自驾车的石海景区

宜叙高速通车后，为兴文县激活了宜宾、自贡、内江、乐山等周边城市客源市场，使得

兴文县旅游客源市场更加多元化。国庆节假日期间，兴文石海和夔王山两大景区接待游

客比例大致为：成都 17%、重庆 11.3%、宜宾 21.3%、泸州 13.8%、自贡、乐山、内江等其他城市 18.6%、省外游客 17.7%、国外游客 0.3%。

“我是今天早上过来的，以前是从新闻里面看到了这里风光特别的好，今天现场目睹了，确实是人间天堂，到处都是很好的景色，当地人也非常的热情，所以我来到这里非常的开心。”来自自贡的游客李女士高兴地说。

据统计，国庆期间，兴文全县实现接待游客 37.1 万人次，实现旅游总收入 10773.90 万元，分别同比增长 45.21% 和 32.14%。其中，石海景区接待游客人数 8.7 万人次，实现门票收入 1130 万元，分别同比增长 13% 和 14%。夔王山景区接待游客总人数 3.08 万人，实现门票收入 83.9 万元，分别同比增长 52% 和 64%。

# 喜德：“火把美酒”香

喜德县委宣传部 龙明云

## “自主经营、自负盈亏”

四川凉山喜德火把液公司隶属于绵阳丰谷酒业，2006年5月，与绵阳丰谷酒业实现“强强联手”，引进罐装生产线、扩大厂区、扩大生产规模、引进地方人才，产值一次比一次突破、创造了一个又一个奇迹。2016年，绵阳丰谷酒业有限公司将生产权、经营权全部交由喜德火把液公司，让地方“自主经营、自负盈亏”。

面对机遇和挑战，喜德火把液公司总经理陈红说：“我们按照总部战略方针实行的经营模式，坚持贯彻企业新常态、新思路发展方向，开展浓香向清香型酿酒工艺的科技创新，开展以消费市场需求为导向的包装设计、开源节流，降成增效求发展。”

通过自主经营半年以来，火把液还是保持了良好的发展态势，实现了新突破。2016年上半年，实现含税销售收入 147.5 万元，大曲酒平均产率 34.07%，大曲酒产量 46.27 吨，小曲酒平均产率 47.67%，小曲酒产量 46.62 吨，苦荞酒平均产率 33.77%，苦荞酒产量 2.7 吨，串香平均回收率为 98.57%。装成品酒 9689 瓶，52 度双瓶 9689 瓶。同时，公司无一起安全事故和质量事故。

品质过硬的喜德火把液，过去曾获得过“部优”、“省优”等 6 个奖项，是凉山州委政府的“公务接待用酒”。2009 年荣获“四川名牌”和“四川省著名商标”称号。卓越的品质，曾让火把液豪气十足！

## “辉煌属于过去，成绩属于未来”

——开发新产品。在这样理念的指引下，2016 年上半年火把液成功开发设计凉山好汉、大表哥、九麻酒三款新产品，并对现有民族特色产品“阿惹姐”进行换代升级，另一款中高端产品小曲酒“清香”正在着手开发，预计下半年 7-8 月投入生产。为更好、更快地推广

新产品融入市场，为吸引更多消费者，公司还针对以上产品采取扫二维码中金条活动。火把液公司副总经理将朝勇说：“此次新产品的开发是自火把液公司成立以来从未涉足过的新领域，预计市场前景较为可观。”

——建销售团队。为更好地巩固市场，公司于今年初成立了州内、州外两个火把液销售办事处，广招销售业务人才，多招外围定制产品经销商。同时，组建终端铺货陈列小分队，针对凉山州各县市大小商超及餐饮铺面进行撒网式铺货陈列、张贴“全民扫金条”活动宣传画，精耕细作，绝不漏掉一家。同时成立火把液市场调查突击队，针对市场铺货宣传情况进行跟踪调查。目前，西昌市内上千家、冕宁县城上 100 家、喜德县内已成功铺货店面达 79 家，散酒铺货数量达 11 家。

——品牌推广。通过寻找专业网站公司制作火把液官方网站，将企业文化、民族特色、产品信息等代表企业核心价值观内容全面展现在消费者眼前，从而提高火把液知名度及美誉度。同时，在西昌市长安路两边安置火把液灯箱广告，在凉山州主要县市显眼处建立火把液户外大牌广告，并通过凉山日报、四川经济日报等报刊进行火把液品牌软文大篇幅报道。还利用冕宁县、樟木乡一年一度樱桃节展开专场购酒赠酒促销宣传活动。让喜德县新县歌 MTV 的拍摄在火把液公司内取景、产品特写等。经过上半年多样化、多渠道的宣传推广，火把液品牌有效拓展了市场，扩大了影响面，让更多的消费者从“我消

费、我做主”的层面，更多、更好地接受了火把液这支具有悠久历史的民族品牌。

## 抓“两降”“两去”

火把液公司 2016 年“自主经营，自负盈亏”以来，主要围绕“两降（降产能、降成本）”、“两去（去库存、去短板）”开展工作。

——降产能。因大曲酒库存产量严重饱和，且生产成本较高，公司在年初对一车间窖池进行改造生产小曲酒，二车间在现有窖池生产完成后于 6 月底完全停产，只保留 10 多口质量较好窖池加入曲药养护保窖，报停 1 吨锅炉的使用。

——去库存。利用现有基酒库存开发新产品，广招外围专销产品经销商。经过对库存基酒进行勾调尝评，开发大曲酒、老白干两种不同价位的散酒，同时进行库存原度酒进行对外销售。并在公司行政后勤内组建散酒销售宣传队伍，针对喜德县境内开展乡镇宣传销售，鼓励公司内部员工进行多渠道销售。并将公司库存滞销产品给以优惠政策，对公司内部有需要购酒的员工进行处理，既为员工带来优惠购酒福利，也消化了公司库存。

——降成本。狠抓开源节流，节能降耗，降低成本工作，加大各部门各环节细节的严格把控，禁止长明灯、长流水，杜绝“跑、冒、滴、漏”现象发生。按照修旧利废、减少采买、货比三家、费用严审原则，从小事做起。2016 年开始，停止不必要的劳保用品发放，公司各项公文发放一律通过 OA 系统下发，减少纸张浪费。

——去短板。针对目前销售市场低迷状况，积极活跃销售市场，开发小曲酒全国招商，定制外围专销产品，以尽快投入市场，拓展销售渠道。注重技术技能培训，培养员工团队协作、吃苦耐劳精神。

## 抓职能 转作风

“转变工作作风、严肃工作纪律、提升工作实效。”火把液公司根据修订的内部管理制度、文件及操作工艺，针对性地进行突击检查，及时将检查中的优秀问题进行通报处理或表彰。并对制度执行中“立竿见影”的奖惩让多数职工有了更深的思维意识认知恪尽职守、勤勉务实、遵规守纪在岗位操作中必须坚持从严、从谨、以制执行的职业典范。

同时，按照 2016 年公司内部培训计划，对公司各部门进行各项指标提升的加强培训，行政职能岗位以一岗多能进行复合型技能的培训，以各部门人员缺勤滞留的连锁工作。每周不定期到各部门、各车间就职工安全生产、家庭生活中存在的事情进行交流，及时将职工合理的诉求进行汇报，内部能够给予解决的经过班子会议决定后立即进行回复，需要与外单位进行协调的也在最短的时效内给予回复。并严格实施成本及工艺流程计量管理工作，完成了 HACCP、CQC 两大体系的复审。严格保持质量体系与食品安全体系的有效性。

陈红说：“目前，我们就是要打好州内、州外两张牌。”州内，巩固好现有市场，进一步做细做实精耕细作，继续围绕凉山州各县市开展铺货陈列工作。利用凉山州火把节、彝族年两大节庆节点，加大火把液新产品凉山好汉、大表哥、九麻酒、清香、阿惹姐升级版等产品的推广入市及宣传力度，通过新产品的宣传带动火把液其他产品销售。州外，继续到云南、成都、雅安等地积极招商，提升火把液销量。同时，继续调整营销策略，开发适合大众消费的中低档产品，满足主流消费群体需求。并与当地相关部门积极互动，加强团购酒的销售。

# 成都首家 股份制 LED 照明公司成立 聚商节能发展驶入快车道

日前，成都首家股份制 LED 照明公司“四川聚商节能科技股份有限公司”（以下简称“聚商节能”）在成都成立。聚商节能在 LED 绿色照明领域的发展驶入快车道。

新设立的四川聚商节能科技股份有限公司，是由原成都聚商节能科技股份有限公司经股改组建。聚商节能将以研发、制造和销售产业链一体化模式，全面助力公司实现 LED 照明产业化、市场化的新突破。这是聚商节能努力实现由制造业企业向制造服务型企业和创新型转型的重大战略调整。

董事长、总经理伏小平表示，节能环保市场未来将面临巨大的挑战，要获得竞争优势，必须保持技术领先优势。聚商节能股份公司的成立，为聚商搭建了 LED 照明市场化的产业发展平台，对进一步推进节能环保技术服务类产业和拓展海外节能环保市场提供了研发上的技术实力保障、制造与销售的夯实力度。

董秘汪愚在股东会上说：未来，聚商节能将以市场化为导向，构建市场化的体制机制，建立市场化的风控合规体系，成为四川 LED 照明重点企业，在战略新兴上，传统支柱行业转型升级的优质聚商提供多样化增值支持，并根据经营环境和发展实际，以金融视野、产融结合和资本运作为手段，通过增信和投资等金融工具，多方统筹金融资源，为聚商经济转型升级提供积极有效的金融服务。

公司董事、总设计师蒋琪认为：目前，聚商节能已经加快发展 LED 照明产业提升到新聚商改革创新、转型升级的战略高度，特别将成都聚商提档升级为四川聚商进行体制、机制改革创新的一块试验田和特区，在企业创新、技术创新、营销模式变革等方面先行先试，用新思维、新创造来发展全新的新能源领域的 LED 绿色照明事业。

经过近五年来的发展积累，聚商节能已掌握了国内领先的 360 度全方位照明 LED 蜡烛灯以及 LED 路灯低光衰、长照明的系统集成与匹配、整灯控制系统、驱动系统、散热系统四大关键技术，旗下多款产品已投入市场或示范运营，客户满意度非常高。

截至目前，聚商节能在 LED 室内外灯具中，产品种类达到 60 多项，核心专利 13 项，在四川地区乃至西部地区 LED 行业的市场占有率节节攀升。在此基础上，伏总表示：“聚商节能将以智慧城市为契机，以智慧路灯为目标，重点研发一大小两款高端路灯产品，持续提升现有产品，实现产品开发新突破，为新聚商大规模进入 LED 照明消费市场提供强有力的技术保障。同时，在未来 5 年，将持续投入大量资金用于 LED 照明产能建设和新产品与技术研发，走出以 LED 产业为基础，以节能环保技术服务推进企业产能升级。”

金秋十月是一个新的起点，聚商节能试图通过颠覆传统营销模式，积极运用互联网思维和新媒体传播手段，与领先的互联网公司、国内大经销商集团、节能环保服务公司等进行多种形式的合作，抢占国内市场，进军海外市场（尤其中东 32 个国家），建立符合时代需求的聚商节能营销服务新模式。（蒋雅）