

“梦之蓝”登顶“国家品牌计划”

■ 张逸尘

11月8日,2017年央视广告招标大会隆重公布了“2017年国家品牌计划合作伙伴”,洋河梦之蓝与华为、万达、京东、格力、茅台等行业领导品牌荣耀成为央视“2017年国家品牌计划合作伙伴”。

据悉,“国家品牌计划”是央视对过去广告招标模式的颠覆性创新,除配置《新闻联播》《焦点访谈》等王牌栏目广告资源外,还将为入选企业专门定制“中央电视台国家品牌计划 TOP 合作伙伴行业领跑者宣传片”和企业品牌故事,在央视各频道高频次播出。

在全国众多顶尖品牌的竞争下,梦之蓝能够脱颖而出,代表白酒行业入选“国家品牌计划”,显示出梦之蓝已具有很高的品牌价值,其高端品牌形象既是中国白酒的名片,也是国家品牌的代表。

梦之蓝的国家定位

对于此次央视推出的“国家品牌计划”,央视广告经营管理中心主任任学安表示,国家电视台就是要为国家干点事情。“国家品牌计划”既是对央视广告经营定位理念的 innovation,也是产品结构、销售方式、服务体系 innovation,像华为、洋河、京东这些创新驱动型企业,也是央视所看重的。目的就是国家媒体平台要为国家培育品牌,培育能够代表



国家参与全球经济竞争、参与世界文化交流的品牌。

据了解,此次“国家品牌计划”遴选,央视有着近乎苛刻的标准:一是企业所属行业是国家支柱性或民生广泛需要的行业;二是企业及其产品具有高尚品质,能够支撑起国家品牌形象,居于行业领先地位;三是企业有打造顶级品牌的梦想和胸怀,能够在市场营销方面投入足够的努力和资源;四是企业

需在中国境内生产和销售,并有获得中国消费者最广泛认同的品牌诉求。

近10年来,苏酒集团(洋河股份)在品牌传播上注重大平台和大事件,除了企业经营理念与央视价值观的契合外,洋河绵柔型白酒的开创、健康型白酒微分子的推出……企业的每一步都在引领着行业前行的方向和潮流;其旗下高端产品梦之蓝的品牌定位、品牌形象和品牌诉求,无不与“国家品牌

计划”高度吻合,由此,梦之蓝入选“国家品牌计划”实至名归。

梦之蓝的国家形象

国家品牌自然代表着国家形象。近年来,在一些国家级的重大事件中,不时出现梦之蓝的身影:在9月份刚刚结束的G20杭州峰会上,梦之蓝成为峰会指定用酒;在里约奥运会上,梦之蓝携手腾讯为中国奥运健儿鼓劲加油;2015年梦之蓝携手CCTV直播“9·3抗战胜利70周年大阅兵”;在2009年APEC新加坡峰会上,梦之蓝成为“中国之夜”指定用酒……

憧憬着“中国梦”的梦之蓝,除了代表中国和行业品牌出现在重大场合外,其履行社会责任、践行公益慈善的品牌诉求,也与国家提出的“精准扶贫”战略形成共鸣;参与央视《寻找最美乡村医生》大型公益活动,梦之蓝公益基金支持《中国梦想秀》,倾力与央视《梦想星搭档》公益项目合作,在全国范围内开展“梦之蓝捐助助学行动”……

“领先领头领一行,报国报民报一方”,是当今苏酒集团(洋河股份)的企业精神。对企业来说,如何进一步锻造更加适应时代需求、行业需用、企业需要的文化,对此,苏酒集团(洋河股份)董事局主席张雨柏表示,公益始终是企业的一种态度与责任。而在大众眼里,梦之蓝不仅代表着时尚、品位、高端,更是与公益、梦想、责任联系在一起。

涟水商务局切实抓好安全生产 把创建“中华诗词之乡”作为思想文化工作重要内容抓好

■ 陈裕 朱清华 刘金领

江苏涟水商务局针对初冬的新形势、新情况、新特点,一着不让抓好安全生产,为“三外”工作保驾护航,为市民生活增强安全保障。

一是强化宣传。采取开大会、挂横幅、贴标语以及新媒体等宣传方法,营造浓烈的安全生产氛围,形成逢会必讲安全,日常必抓安全,事事必管安全的格局。二是强化责任。

要求各生产经营单位明确职责,勇于担当,把安全放在心上,责任扛在肩上,措施落在行动上。三是强化监管。最近加大检查频次,深入外资外贸企业、各加油站、农贸市场以及再生资源回收网点,通过深排细查,共排查出安全隐患12处,现场下达整改通知书,限期整改到位。

又讯 江苏涟水县创建“中华诗词之乡”活动开展以来,县商务局高度重视,明确专人负责,把创建活动作为宣传思想文化工作

的重要内容来抓。

一是成立领导小组。发展会员32人,并填表申报,建档立卡。二是开展诗教活动。每人发给一本县老年大学诗教老师徐安基编撰的《诗词写作与鉴赏》,邀请专家授课,让会员了解诗词知识,掌握创作方法。采取自学与辅导相结合的方法,有声有色开展诗教活动,提高会员的创作水平。要求所有会员结合时事政治和工作实际,每周创作一首合律诗词,颂扬新时代,讴歌真善美,赞美新涟水。三

是多出精品,助力创建中华诗词之乡。在县诗协开展纪念涟水保卫战70周年、长征胜利80周年、歌颂百岁老人以及《涟水日报》“颂诗词之乡,咏涟水风物”诗词征集活动中,该局报送100多首诗词应征,其中被《涟水日报》选用52首、《机关职工诗词选》入编32首、《涟水中老年诗萃》采用33首、《涟漪小雅》刊登2首。在11月4日中华诗词协会对涟水创建“中华诗词之乡”验收过程中,专家们对涟水商务局送展的作品予以褒扬。

刚果(金)布桑加水电站项目举行开工仪式

11月6日,由中国中铁、中国电建和刚果(金)企业集团合资的布桑加水电站项目正式开工,中国驻刚果(金)大使馆、中铁资源集团、中电建海投集团、华刚矿业公司、中刚水电公司和中刚建设公司等相关单位领导出席仪式并共同为项目奠基。中铁八局海外分公司主要领导、片区分管领导和科卢韦齐项目部员工出席了开工仪式。

布桑加水电站位于刚果(金)卢阿拉巴省境内,为刚果河支流卢阿拉巴河规划梯级电站的第四级,总装机容量240兆瓦(单机容量60兆瓦),年平均发电量13.20亿度。布桑加水电站项目是《关于刚果民主共和国矿业开发和基础设施建设的合作协议》项下矿业项目的配套项目,该项目的顺利实施为华刚矿业的用电需求提供了有力的保障,同时降低了中国企业集团的海外投资风险,增强了融资还款能力,对华刚矿业的健康发展和“一揽子”项目的持续经营具有重要意义。

中铁八局是该项目上中国中铁系统的主要施工单位,也是第一家进场施工的单位,目前已完成了29公里进场道路和部分



场内道路施工。通过该项目的开工建设,充分展现了八局良好的企业形象,提高了在刚果(金)既有资源的利用效率,创造了可

观的经济效益,为企业进一步开拓刚果(金)乃至整个非洲市场奠定了坚实基础。(王建驰)

红豆感恩季 “质”胜双十一 红豆网销双十一销售额连续 8 年稳健增长

■ 红轩

11月11日,双十一如期而至。在江苏红豆集团的网销中心,双十一仅仅过去一小时,红豆居家网销销售额就达到2500万元,比去年同时间段增加1000多万元。红豆男装网销销售额也在1个小时内达1900多万元,多个爆款售罄。上午9点红豆网销销售额已突破1亿,同比增长60%。

在兴奋和狂欢中,第八个双11在11日24时落下帷幕,天猫的成交额再一次突破历史纪录。24时,深圳双11中心大屏幕的数字停留在1207亿元,这个数字令现场的工作人员同时鼓掌欢呼。

在兴奋和激动中,红豆网销第七个双十一再一次突破历史纪录,红豆居家、红豆男装、红豆童装等网销纷纷刷新销售额,同比增长28.84%。

在场的工作人员相互击掌庆祝,记者现场见证了这一激动人心的时刻。11月11日原来是“光棍节”。但这个特殊有趣的日子被电商“霸占”了,把它改造成了购物狂欢节。然而,在这场狂欢中,我们也看到了很多电商

的“滑铁卢”,销售额像过山车一样大起大落,在价格战的近身搏斗中,不但赔本赚吆喝,而且销售额节节败退。

这里面的原因很多,但业内专家告诉记者,关键原因只有一个,一些商家只重视价格,不注重品质,甚至以次充好、虚假打折等方式欺骗消费者。价格低不能品质低,消费者不会重复购买品质低劣的商品,哪怕价格再低。而红豆网销之所以能实现双十一销售额连连稳健增长,关键是红豆注重品质,人家在竞争价格谁更低,红豆却竞争品质谁最高。

红豆居家网销负责人任越告诉记者一组数据,红豆居家网销2011年加入双十一大战,销售额年年保持稳健增长,今年双十一红豆居家销售额8030万元,再次刷新历史销售纪录。

越来越多的消费者通过双十一成为红豆居家的粉丝,许多消费者每年双十一都购买红豆居家里衣。任越说,消费者的信任是红豆居家双十一销售额稳健增长的根基,赢得消费者信任不是靠价格战,而是品质。2014年双十一内衣曾掀起价格肉搏战,当时红豆

居家果断退出这场价格搏杀,因为我们坚信,价格不是市场竞争的核心要素,品质过硬才能所向披靡,赢得消费者信任。

不可否认双十一已然成了一个节日,可这个节日似乎缺少点什么。红豆男装网销负责人宋瑞敏说,“双11”购物节的主题是消费,消费不只是经济层面的东西,在全民“剁手”,电商数钱这番热闹喧嚣的背后,还应该要有消费文化。我的意思是,双十一应该成为商家对消费者的“感恩节”。

怎样感恩消费者?我认为不仅仅是价格,更重要的是品质。你的价格很低,服务业很好,但产品品质不行,消费者照样不买账。宋瑞敏说,红豆男装网销不打价格战,只打品质战。红豆男装网销2009年就参加第一届双十一,双十一销售额年年增长的事实,也证明了红豆男装以质取胜的良好成绩。

“今年双十一,红豆网销在去年高速增长的基础上,再创佳绩,再破纪录。”红豆集团总裁周海江告诉记者,红豆电子商务能够实现高速增长,得益于红豆多年来积淀的品牌和人才优势,消费者网购越来越理性,单纯的

十堰部件厂创新载体 推动班组建设

■ 辛亚红

劳动竞赛是企业生产经营活动最常见的劳动组织形式,它既是工会参与企业生产经营工作,促进企业经济发展的一种传统载体,又是班组调动和发挥广大员工积极性和创造性的重要手段。近几年来,东风德纳车桥有限公司十堰部件厂通过创新载体推进班组建设取得的初步成效。

深入基层调研,找准问题点,摸准班建工作的脉搏。为了全面了解企业班组建设的真实情况,摸清班建工作存在的问题点并找出对策,他们深入各车间、生产工序调研走访,与车间主任、工长和班组长进行面对面地沟通,通过调研,不仅摸清了班建工作存在的问题,对基层班组长的期望和需求也有了更深入的了解。针对班组管理现状,他们根据东风有限班组建设“五大五小”基本要求,修订了适合工厂基层班组日常管理的评价细则,在全厂班组中启动了班组“五提升、三评比、双达标”竞赛活动。即开展“学习、改善、安全、效率、管理”五个方面竞赛,每季度进行先锋班组评价验收,每年开展评选“优秀班组”、“优秀班组长”、“明星员工”活动,通过开展“五提升”、“三评比”活动,努力实现班组建设、班组长综合素质双达标。

坚持“四个一”推进模式,防止竞赛活动流于形式。一是每周一个专题。从规范基础管理台账入手,统一规范班组“五大内容、五小活动”记录本,做到一本在手,工作情况了然于胸。进一步明确班组长每天工作内容,从基础规范班组管理。二是每月一次督导。每月锁定两到三个班组进行重点督导,查找问题、互帮互促、制订方策,促进竞赛活动全覆盖。三是每季一次验收制度。每个季度,厂工会牵头对申报班组进行评价验收,对达标班组结果上墙公布;对未达标的班组,下达问题进行分析并制定整改措施,促进班组自主整改完善。四是每年一展评制度。到年度末,工会牵头组织先锋班组评选、优秀班组及优秀班组长评选。

注重搭建“四个提升”平台,持续提升班组长综合水平。一是制定班组长年度培训计划,新工具、新方法实践应用培训。每年度组织开展班组长综合技能竞赛,通过理论和实际作业观察等竞赛,促进班组长学习专业理论知识,提升业务技能。根据班组长发展需求,开展团队拓展、团队潜能开发训练。二是让优秀班组长参与班组竞赛评价细则、规则修订,在实践中提升综合思考能力。三是开展班组长无领导讨论小组学习、头脑风暴、经验分享。开展联盟共建,邀请东风商用车公司兄弟单位班组管理专家授课,先期导入班组民主管理理念和工作方法。工厂每个季度、半年开展一次工作总结交流,同时开展班组共建结对活动,为班组寻标、靠标搭建平台。四是对季度达标班组利用班组目视管理板上墙,在党群工作例会上通报。

禹州公路局 重拳整治道路扬尘

今年以来,按照上级大气污染防治工作有关精神,河南省禹州市公路管理局高度重视,重拳出击,持续保持所辖干线公路扬尘治理工作高压态势,有效改善了道路沿线通行环境。

一是负责的所有在建工程消除可能一切因工程推进造成的大气污染不良现象;二是所有工地堆土达到全部覆盖,及时更新破损的覆盖防尘网;三是道路保洁工作以机扫为主,人工为辅,增加道路保洁和洒水频率,经常保持地面湿润无扬尘;四是加强路政管理人员巡查,及时发现和制止车辆抛洒遗漏、私开道口、私设堆场、乱倒垃圾等现象;五是加大督查力度,对大气污染防治不力的单位下发整改通知,监督问题及时整改。(张国峰 李高磊)

价格战已经不是吸引消费者的唯一策略,服装网销已经进入品牌竞争的转型升级期,品质是网销的最大竞争力,而这正是红豆的优势所在。

业内专家告诉记者,周海江所说的品质是网销的最大竞争力,背后包含了企业综合实力。诚信经营、工匠精神、研发设计、创新能力等综合实力强,才能确保产品品质不断提升。他表示,企业要生存发展、做大做强,政策环境很重要,体制机制很重要,个人才智、机遇、拼搏很重要,但最重要的是消费者的支持。打折促销是一种感恩方式,但你显然不能虚标原价,不能以次充好,更不能兜售假冒伪劣产品,总之不能把“感恩”变成“忽悠”,要坚信消费者的智商远远高于你。当文化内化为商业道德,外化为企业行动,这不仅是消费者之幸,而且是企业之幸,更是市场经济之幸。红豆网销在这方面又走在行业前列。