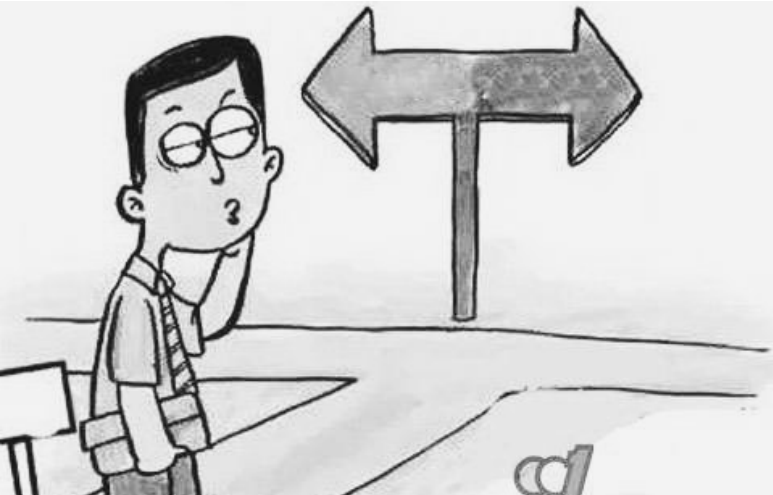


品牌战略成企业构筑市场竞争力关键

■ 本报记者 钱颜



“品牌是销售的保证”。在中国贸促会商法中心日前召开的企业品牌维护与发展战略研讨会上,中国广告主协会品牌顾问、北京嘉格国际文化传播有限公司总经理秦宏表示,时至今日,很多企业仍然还是只重视卖产品,而不重视建立自有品牌。而且,有的企业也不太善于推广已有品牌。其实,用已存在的品牌推广产品,费用比用新品牌降低

40%至80%。利用好品牌,可降低发展新产品的风险。企业要想可持续发展,一定要打好品牌仗。品牌战略已成为企业构筑市场竞争力的关键,是一个企业存在与发展的灵魂。秦宏认为,好的品牌由主要功效、包装、质量、风格、品牌名、售后服务、保证、信誉、安装、核心等要素组成。企业在做品牌战略策划时应先从以下三点着手:一是

在市场方面,研究产业趋势、竞争动态,完成市场划分。二是在消费者方面,做好区隔定义,调查行为需求、品牌认知。三是在产品服务方面,分析现状,定义核心业务。之后制定传播计划,采取广告、促销、公关、网络互动行销、直效行销、媒介等方式进行推广。

找好定位,发挥优势,也是企业打开市场的关键。秦宏介绍了5种品牌定位方式。一是根据产品特点定位。如宝马汽车宣传驾驶性能,沃尔沃汽车则强调安全、经久耐用。二是根据用途定位。如营养快线的广告语是“早上喝一瓶,精神一上午”,王老吉是“怕上火,喝王老吉。”三是从使用者角度定位。万宝路的“牛仔”形象深入人心。四是从产品类别方向定位,如植物洗发水、非油炸方便面等。五是根据目标市场定位,如定位年轻人群、中等收入人群、精英人群等。

此外,秦宏还强调,企业一定要有长远眼光,不能短视。尤其是有能力的大企业,应发挥行业领先优势,扩大与竞争者的差距。如百度看到外卖市场红火,就开拓外卖市

场,与自身全国最大搜索引擎的定位不符。而 Google 则利用自身优势开发人工智能,稳固科技巨头的地位。

品牌战略在何种情况下应进行调整呢? 秦宏认为,企业应对企业业务边界、企业能力、文化、核心目标人群诉求、市场上竞争态势进行定期分析和评估,如果其中一项发生改变,就要调整品牌战略。

“宝马汽车利用品牌宣传勇夺美国市场的案例非常值得中国企业借鉴。”秦宏介绍说,1974年,为了拓展美国市场,宝马汽车公司投入巨资,在美国收购建立销售渠道,并同时投放大量的广告。但刚进入市场时,并不被看好。几乎所有消费者对宝马汽车均无好感,他们嘲笑宝马汽车的外形笨拙,有损雅观,却没有注意到宝马汽车优异的驾驶性能和精心的内部设计。面对这种情况,宝马公司决定把目标市场定位于二战后新一代人身上,对产品重新定位,将性能是否优异宣传为豪华轿车的新标准,此举在市场上迅速获得好评。此后,质优价廉的日本汽车开始进军美国市场,宝马汽

车的销量一度受到冲击。而宝马公司迅速找到新的卖点——自我实现的“驾驶乐趣”,重获消费者的青睐。

如果说宝马汽车的案例是华丽变身,那么出身于山东省临沂市临沭县的金正大化肥,则是麻雀变凤凰。“成立于1998年的金正大公司在无原料资源、无生产优势、物流上先天不足的情况下,选择了差异化品牌战略方式。当时市场上充斥着低价低质肥料,而金正大公司选择将发展方向从低技术含量的传统复合肥料,转向高技术含量的新型肥料,并开发了企业的专利产品。通过改变产品品类名称、塑造卡通形象、改变产品包装等多种方式,金正大令农民熟悉了企业的王牌产品智膜肥。同时,企业观念升级,从‘肥料供应商’‘化肥销售者’到真正的‘肥业科技先导者’‘科学施肥专家’‘农民用肥顾问’。此外,我们提高了服务质量,弥补了市场上农副产物无相应售前、售后服务的缺口。”秦宏表示,优秀的企业品牌战略既能彰显企业文化,也能满足目标客户需求,帮助企业扩大市场,快速盈利。

◆ 市场前沿

中国大数据产业区域集聚格局逐步形成

本报讯 中国电子信息产业发展研究院近日在重庆举行的首届中国国际智能产业博览会上发布了《中国大数据发展指数报告(2018年)》。报告称,中国大数据产业区域集聚格局逐步形成,发达省市正引领中国大数据应用发展。

报告称,中国大数据发展逐步形成了以8个国家大数据综合试验区为引领,京津冀区域、长三角地区、珠三角地区、中西部地区四个集聚区域发展的格局,引领中国大数据产业发展的态势逐步显现。其中,国家大数据综合试验区所在区域的大数据发展总指数在中国大数据发展总指数占比达42%。

分区域角度看,中国东部地区大数据发展水平最高,是大数据发展前沿地带,西部地区紧随其后,而中部地区和东北地区大数据发展相对滞后。由于各地区发展基础和起步时间不同,各省市大数据发展水平存在明显差异。排名首位的广东省,指数为74.51,排名末尾的西藏,指数仅为7.32。

报告强调,中国数据资源开放共享尚未形成区域型联动发展态势,区域化发展格局尚未形成。此外,数据资源的开放共享与地区产业基础关联性不高,而与区域大数据发展政策、数据开放政策以及相关政策落实情况密切相关。

中国智能制造呈“四核带动”格局

本报讯 近日发布的《中国智能化发展指数报告(2018年)》称,中国2017年智能制造呈“四核带动”格局,江苏、广东、浙江和山东智能制造指数占总指数比重19%,成为中国智能制造发展领头羊。

报告指出,由于政策环境、经济基础、应用特点等不同,中国各省市智能化发展呈明显梯级分布特征。中国智能化发展指数基本符合从东部沿海向西部内陆逐渐降低趋势,在此基础上形成京津冀区域、长三角地区、珠三角地区、西部地区四个集聚发展区。

中国电子信息产业发展研究院院长卢山称,中国智能化产业基础发展水平存在一定“非均衡”特征,区域差距明显。东部发达省市因制造业产业基础良好及智能产业发展迅速,智能化产业基础远优于其他地区,中部地区制造业综合能力普遍较强,而西部地区则着力探索智能产业发展。

对于业界关注机器人是否会导致产业工人失业问题,卢山表示,通过调查发现,机器人不仅没有导致大批工人失业,反而造成结构性就业紧缺。

报告预测,随着中国传统工业不断转型升级,新一代信息通信技术服务应用需求将加速释放,各地将加快工业互联网布局,加快建设智能车间、智能工厂,推动中国智能制造全面深入发展。

(本报综合报道)

◆ 企业动态

中国援乌海关铁路集装箱检测设备启用

本报讯 中国援助乌兹别克斯坦海关铁路集装箱检测设备启用(交接)仪式日前在乌首都塔什干市丘摩尔塞火车站举行。中国驻乌兹别克斯坦大使姜岩、乌国家海关委员会第一副主席阿里波夫、海关各部门等出席活动。

中国驻乌兹别克斯坦大使姜岩指出,这批海关铁路集装箱检测设备由中国政府出资、中国企业制造和安装,体现了中国政府和人民对乌兹别克斯坦政府与人民的无私帮助和支持。中方愿与乌方共同努力,在“一带一路”倡议下实现互利共赢、共同发展。

乌国家海关委员会第一副主席阿里波夫高度评价中方提供的现代化铁路集装箱检测设备并表示,这批设备将极大提升乌海关工作效率,提高货物通关速度。

(李遥远)

吉利主攻欧洲东南亚市场

本报讯 港媒称,浙江吉利去年收购宝腾汽车,关于收购后的发展,吉利汽车总裁安聪慧表示,公司十分重视东南亚市场,会在本土化等领域继续进行合作。

吉利行政总裁桂生悦指出,宝腾与吉利上市公司已建立紧密关系,相信在合适情况下会有适当安排,或在管理合约及技术方面有合作空间。

对于海外布局,桂生悦认为,中美贸易战不会改变国际化策略,在东南亚及欧洲的拓展均不受影响,目前未有、亦不打算进军美国市场,故增加关税并无影响。他指出,未来会将领克(吉利旗下合营品牌)汽车向全球销售,而吉利在比利时的车厂亦将于明年投产;宝腾则会专注东南亚发展。

(参考)

中国天楹牵手世界环保巨头近在咫尺

本报讯 中国天楹收购欧洲环保巨头 Urbaser 的方案公告以来,赢得市场高度关注,日前,中国天楹收购 Urbaser 的重大资产重组申请已获中国证监会受理,按照近期证监会加快重组审核速度的表态,预计此次重组将于两三个月内完成审核,中国天楹牵手世界环保巨头已近在咫尺。

虽然此次重组正在进行中,但中国天楹收购 Urbaser 的战略协同效应已开始凸显。8月22日,中国天楹发布公告称,其已完成越南河内垃圾焚烧发电项目的正式签约。据悉,越南河内项目的日处理量为4000吨/天,垃圾处置费高达21美元/吨,特许经营期长达49年,售电价格为10.05美分/千瓦时,其中4000吨/日超大处理规模属于全球罕见。考虑到项目特许经营期长达49年,该项目将会对上市公司未来长期业绩形成重大支撑作用。

(来源:证券市场周刊)

中化集团:在一带一路上播撒合作共赢良种

■ 黄鑫



干旱少雨的巴基斯坦对小麦品种要求苛刻。但是,今年白沙瓦瑞吉村却有一片小麦长势喜人。农民弗里杜拉告诉中国专家,从去年开始,他在自家地里试种了来自中国的杂交小麦,产量接近翻倍,收入也因此增加不少,“以后如果长期种植杂交小麦,家里生活条件会更好,我的孩子也可以上学了”。

弗里杜拉提到的中国杂交小麦来自于中化集团下属中国种子集团有限公司。良种合作正是中化集团践行“一带一路”倡议的一项重要内容,不仅在巴基斯坦,而且还在孟加拉、乌兹别克斯坦等国家开展了杂交小麦的示范推广,并得到了当地政府和相关单位的高度认可,打造出中国现代农业高技术成果走出去的又一张新名片。

攻克世界难题

作为世界第一大口粮作物,小麦既是保障我国粮食安全的重要基础,也是“一带一路”沿线国家最主要的口粮作物之一。但是,“一带一路”沿线国家小麦生产水平普遍较低,提升潜力巨大。而杂交小麦是提高小麦产量的重要途径。

“杂交小麦是一个世界性难题,一直是国际种业竞争的焦点。”中种杂交小麦种业(北京)有限公司总经理陈兆波说。

2011年,中化集团下属中种公司和北京市农林科学院共同投资设立中种杂交小麦种业(北京)有限公司(以下简称中种杂交小麦公司),致力于加快杂交小麦优良品种的选育和推广,成功实现杂交小

麦产业化,使得中国成为全球二系杂交小麦研发的核心基地。

巴基斯坦是我国的友好邻邦,也是“一带一路”的相关国家。小麦是巴基斯坦第一大粮食作物,但其单产水平较低,迫切需要引进国外先进小麦育种技术。为此,中巴政府将杂交小麦列为政府间科技合作协议范畴。2012年以来,中种杂交小麦公司、北京杂交小麦工程技术研究中心与巴基斯坦最大的种业公司佳德农业公司、白沙瓦农业大学合作,在巴基斯坦开展了二系杂交小麦合作试验示范工作。2013年,巴基斯坦政府专门来函要求加强中国杂交小麦在巴基斯坦推广应用。2014年世界种子大会期间,中种杂交小麦公司与巴基斯坦佳德农业公司签订了为期10年

坚守社会责任 坚定文化自信

——中央及行业媒体采访团走基层活动走进华夏眼科

卡等“一带一路”沿线国家开展慈善光明行,为国际光明事业贡献力量。2014年9月,华夏眼科光明行医疗队全体成员在斯里兰卡受到国家领导人的亲切接见。随后于当年11月,中方将斯里兰卡赠送的国礼——10枚眼角膜,转赠集团本部厦门大学附属厦门眼科中心,这份珍贵的“国礼”最终让12名角膜病患者顺利完成角膜移植手术,重见光明。

华夏眼科集团董事长苏庆灿在致辞中表示:“我们这些年来一切以病人为中心,把患者当家人,真正做到‘诚信守法,爱岗敬业’。让更多人健康,是我们不变的初心。”

2003年8月,经厦门市政府批准,厦门眼科中心面向国内外公开进行改制招标,苏庆灿积极参与投标,最终成功入主厦门眼科中心。鉴于国内外巨大的医疗服务差距,苏庆灿决定从自家做起,进行医疗

改制。他成为厦门公立医院改制中“第一个吃螃蟹的人”。他坚信,中国的医疗改制也可以做得很好。社会办医可以以竞争促服务,用最好的医生和设备,成为公立医院的有效补充。把医生的诊室改小来扩大候诊区、设立福建省首家医院客服中心、实行24小时热线咨询,进行病人满意度调查、把服务由院内延伸到院外……这些都是为了确立“一切以病人为中心”的办院宗旨,改制后的厦门眼科中心逐步成为国家三甲医院、厦门大学附属医院。

华夏眼科医院集团副总裁张吴志介绍说,华夏眼科通过不断完善规范化、标准化临床培训管理,提高临床医务人员的诊疗业务水平。利用特设的“临床技能培训中心”教学平台,进行显微手术技能培训。培训中心使用与人眼结构相似的猪眼为假体,可以满足学员对眼前段

和后段包括角膜眼表手术技术、白内障手术技术、玻切手术在内的眼科显微手术训练需求,让年轻医师积累更多的实际操作经验。同时,针对边远山区的诊疗条件不足,他们专门安排眼科专家送业务下乡,在山区当地进行诊疗服务和培训。特别是独创的“中国眼科医院明日之星计划”,覆盖了全国19个省市,已安排52名医师学员进入培训基地,并完成了专业学习。截至目前,这52名学员累计完成总手术量超过2万只眼睛。

华夏眼科医院集团副总裁、厦门大学附属厦门眼科中心执行院长李雪峰称,“公益基金”、“一带一路”沿线国家公益实践“医疗精准扶贫防治盲”三个层面向与会嘉宾详细介绍了华夏眼科在履行社会责任、践行慈善公益的发展情况。

与会媒体一致认为,华夏眼科在苏庆灿和其专家团队的共同

努力下,用匠心打造医疗质量,用恒心提升医疗服务,用爱心感动诸多患者,在慈善公益道路上走得更加坚定、更加自信。未来,一定会成为百姓信赖的“百年老院”“百年名院”。

本次采访活动是为落实中宣部、中国记协部署的“开展绿色发展、绿色生活大型主题采访报道活动”而实施的具体行动,通过实地考察调研和深入采访,充分展示了十八大以来党中央在治国理政新理念的引领下,在绿色发展、民生建设、科技创新、文化传承、品牌创新方面取得的辉煌成就,挖掘、发现各行各业的榜样和标杆,推动中国民族品牌做大做强。中国行业报协会以“走基层”系列活动为契机,着力提升正确引导舆论、回应社会关切、服务百姓生活的能力,更好地担负起时代赋予的职责。

(行梅)