

以品质赢得竞争 靠品牌行销全球

蒙牛“闯进”世界杯赛场

宋晓侠

蒙牛集团与国际足联日前联合宣布,蒙牛成为2018年俄罗斯世界杯全球官方赞助商。这既是国际足联在全球赞助高级别首次合作的乳品品牌,也是中国食品饮料行业中成为世界杯全球赞助商的第一个品牌。世界杯选择中国蒙牛,这背后是对蒙牛产品品质的

高度认可,是蒙牛以高品质角逐全球市场的新坐标。借助世界杯舞台,蒙牛将让自身的品质得到世界更多消费者的认同。同时,也将进一步提升和丰富整个中国乳业在世界舞台的形象内涵,对海外消费者来说,他们不仅可以了解“中国品牌”,而且还能体验“中国品质”。

◀ 与世界级公司比肩 ▶

这清晰地传递了这样的信息:蒙牛的产品品质,已经和世界级公司站在了同一水平线上。

这背后,源于蒙牛在整条产业链的各个环节都以最严最高的标准对标。在源头建设方面,除控股现代牧业、富源牧业,掌握优质奶源外,蒙牛还围绕“培

养奶源人才,助力管理提升”目标,开办了“蒙牛牧场主大学”。各类专家走进牧场,走进牛栏,为牧场主讲解养牛知识,耐心答疑解惑。

在生产与研发方面,蒙牛与IBM、SAP等国际知名IT企业合作,建设了数字化全流程质量管理体系,在中国乳企中首次

实现了SAP(企业管理软件)与LIMS(实验室信息管理系统)两大系统的协同。

与此同时,通过对每天产生的40万条检测数据进行科学分析,蒙牛实现了“全国一张网”的食品安全质量实时监控预警。

此外,蒙牛还联合合作伙伴在美国、丹麦、法国布局了3大研发中心,积极开展高水平、高层次的国际协作研发。截至2016年底,蒙牛已拥有创新专利850多项,其中45项获得国家奖励。

连续10余年牵手NBA、博鳌等国际平台,连续14年用高品质的产品为中国航天提供营养支持。

就在刚过去的2017年,蒙牛成为唯一入选“金砖国家领导人厦门会晤指定产品”的乳品品牌。可以说,这些沉甸甸的“金名片”已经成为蒙牛高品质的最好证明。

2017年,农业部、发改委、工信部、商务部、食药监总局五部委联合发布了全国奶业的五年发展规划,首次明确了中国乳业发展的战略定位,乳业已经上升至“国家战略产业”的新高度。蒙牛集团相关负责人表示,在这一背景下,蒙牛将始终坚持将品质放到首位,以更优质的产品服务国民健康,为“打造有国际竞争力的乳业产业,培育出具有世界知名度的乳业品牌”而奋勇向前。

◀ “工匠精神”融入每一杯牛奶 ▶

奶粉、奶酪等各类产品,拥有了让消费者放心的品质。

目前,蒙牛已经成为中国航天事业战略合作伙伴、NBA中国官方市场合作

伙伴、博鳌亚洲论坛唯一指定乳品供应商、上海迪士尼度假区官方乳品合作伙伴、北京环球度假区官方乳品及冰淇淋独家供应商。尤其值得一提的是,蒙牛

◀ 让全球消费者见证品质 ▶

首家获得此认证的乳品企业。在销售区域上,蒙牛产品已经远销蒙古、新加坡、缅甸、柬埔寨等国外市场和香港、中国澳门地区,涵盖常温奶、低温奶、冰品三大业态,并深受海外消费者喜爱,海外销售连续三年年均增长突破30%。

在香港地区,优益C已成为第二大乳酸菌饮料品牌;在缅甸,蒙牛冰品快速打入10个主要城市,销售量增长速度迅猛。在整个东南亚市场,纯甄在没有任何推销投入的情况下获得消费者青睐,实现了近3倍的增长。

去年10月,意大利经济发展部正式公布了5G预商用实验网的中标结果,中兴通讯将与意大利第一大移动运营商WindTre、意大利领先有线运营商Open Fiber合作,在拉奎拉和普拉托两个城市,建设欧洲第一个5G预商用网络。

中兴通讯副总裁、TDD和5G产品总经理柏燕民表示:“作为全球领先的综合通信解决方案提供商,中兴通讯将通过本次合作助力意大利建设5G预商用网络,同时加快其他国家和地区的5G商用进程,推动5G产业链成熟。”

成立5G创新中心

中兴通讯之所以能顺利中标欧洲第一张5G预商用网络建设,得益于其在Pre5G上已经取得的领先优势。

据了解,中兴通讯在自研芯片、阵列天线工艺、高效率功放管GaN(对抗式网络)等新技术上有深厚的积累,并取得了丰富的实践经验。不仅如此,中兴还打造了一支全球化的5G标准团队,成员分布在7个国家的17个城市,针对5G标准的技术提案已有3500多篇,对全球5G标准研究贡献诸多。

按照规划,从现阶段到2018年二季度,中兴通讯与意大利运营商伙伴的主要任务是建设5G创新实验室,在实验室里完成对5G独立组网、非独立组网和设备的测试。2018年下半年到2019年上半年,双方将在两个城市完成5G非独立组网下的外场测试,并与现有的FDD网络连接,形成5G预商用网络。2019年下半年,项目将进入独立组网阶段,完成相关的测试与验证,并最终在2020年推出商用5G网络。

为了更好地推动项目建设,中兴通讯已在意大利成立了5G创新中心,涵盖了从核心网、承载、接入到终端、垂直应用、综合解决方案等5G的整个产业链。

除了在意大利的项目外,中兴通讯还与法国电信运营商Orange公司达成协议,双方将对5G诸多核心技术进行联合测试和评估,包括2018年下半年在欧洲进行多站点的5G独立组网网络架构测试、5G核心网先进功能验证、端到端的5G网络切片性能和应用测试等。

参建欧洲第一个5G预商用网络

中兴要当全球5G先锋

本报记者 董丝雨

中兴通讯CTO(首席技术官)徐慧俊先生说:“和Orange集团在5G方面展开如此重要的合作,是中兴证明其在5G独立组网架构领域实力的重要机遇。”

而在西班牙,中兴通讯与Telefonica集团合作,在马德里的未来网络实验室完成了5G承载第一期测试。这是双方长期合作探索5G商用道路的重要成果之一,也意味着双方已经走在5G产业链发展的前沿。

打造中兴5G生态圈

相比4G时代,5G技术将带来三大核心变化:增强带宽、大规模通信和低时延。

技术的变化将带来应用场景的变化,比如借助5G的低时延和超高可靠的网络,可以实现操控十几公里外,甚至更远距离的无人机。

因此,5G的建设已经不仅仅是一个通信行业的事情,更多的是为各行各业提供创新的生态环境。“5G是行业创新和行业发展的使能者,包括智能电网、智能停车、智能抄表、无人驾驶等行业应用都将成为5G的新业务增长点。”柏燕民说。

目前,中兴通讯已经与包括虚拟现实、人工智能、远程操控、无人机等垂直行业内的相关企业展开深度合作,力图成为推进5G商用的主要力量。而在与欧洲各国的5G合作中,中兴通讯也积极与当地高校和企业合作,支持本地远程医疗、教育、智慧家庭、智慧城市和增强现实等5G应用研究,以此推动行业应用革新,发挥出5G真正的价值。

只建立优质的网络基础还无法实现生态圈的建设,5G产业的发展离不开终端的推进。去年2月,在巴塞罗那召开的世界移动通信大会上,中兴通讯联合中国移动、美国高通共同宣布启动基于5G新风口标准的IoT测试,这是业界首个基于5G标准和未来商用终端芯片的测试。

据介绍,目前中兴通讯在5G端到端方面,不仅方案能够满足业界第一批商用客户的需求,同时在商用实践上也处于领先的位置。

“中兴通讯在5G领域里将不再是单纯的设备制造商角色,还肩负着打造行业生态系统的责任。未来,中兴通讯将借助‘5G先锋’的领先者优势,加快5G商用进程,聚焦运营商市场,继续保持高强度研发投入,并保持对新技术的持续跟踪和新模式的不断探索。”柏燕民说。

在消费品行业,检验品质的一个重要标准是能否得到亿万级市场的认同。

作为全球乳业十强,到2016年,蒙牛在全国建立了37个生产基地,在新西兰有1个海外基地,年产900万吨。其每年在中国市场,就产生了120亿包产品和10亿人次的购买量。

在海外市场,2016年,蒙牛出口产品加工基地通过了国家出口内销产品有关“同线同标同质”要求的审核,成为国内



图①:2017年12月20日,蒙牛集团与国际足联在北京国家会议中心联合宣布,蒙牛正式成为2018年世界杯全球官方赞助商。
图②:蒙牛集团规模化、现代化牧场。

红星美凯龙成中国家居零售行业A+H第一股

用匠心与创新打造世界品牌

吴明

2018年1月17日,红星美凯龙家居集团股份有限公司(下称“红星美凯龙”)在上海证券交易所敲锣上市,宣布正式登陆A股。早在2015年6月,红星美凯龙就成功登陆H股。此番登陆A股,使红星美凯龙成为中国家居零售行业A+H第一股。

敲锣仪式上的“尊师礼”

17日当天,红星美凯龙还别出心裁地邀请一位“重量级嘉宾”来到现场,他就是被誉为中国工匠鼻祖的“鲁班”。敲锣仪式开始后,红星美凯龙董事长车建新向“鲁班”行礼,随后“鲁班”施以回礼。

敲锣的道具也设置得别出心裁,并非常规的锣槌,而是取自中国古代土木建筑固定接合器“鲁班锁”中的一根鲁班榫。“鲁班”从鲁班锁中将鲁班榫抽出,递给车建新,后者用这把寓意匠心与创新精神的鲁班榫,敲响了红星美凯龙A股上市的锣鼓声。

当被问及为何邀请“鲁班”走进上交所共同见证这一重要时刻,车建新动情地说,红星美凯龙从创立至今,鲁班和鲁班

精神对其影响非常深远,鲁班也是他本人最崇拜的人。希望借助上市契机,用这种方式来提倡匠心与创新精神。

车建新提到,我国正处于一个大有可为的历史机遇期,此背景下提倡匠心与创新文化,对于振兴实体经济具有非同寻常的意义。他表示,未来红星美凯龙将秉承鲁班精益求精及创新的匠心精神继续前行。

引领家居消费升级

随着居民可支配收入的增长和消费结构的升级,中国家居消费市场呈现出“高能耗、高污染、低水平”的趋势。根据最新披露的《2017中国家居消费者洞察报告》显示,一线城市家居消费占比达到47%,主力人群呈现出学历高、收入高、年轻化的特征。相应地,他们对于家居品质的要求也逐步提高,消费决策因素从过去单纯对价格因素的考虑,逐渐发展到对品牌、质量、信誉、服务、购物环境以及节能环保等综合因素的考虑。

红星美凯龙根据市场环境和消费习惯的变化,不断调整优化商场和商品结

构。从最初的第一代商场到目前的第九代“红星美凯龙家居艺术设计博览中心”,红星美凯龙引领家居消费从单纯的“买家居”过渡到“逛家居”“赏家居”时代,通过欣赏家居艺术、家居文化,提升消费者自身的生活品位。

此外,红星美凯龙举办“鲁班设计尖货节”,甄选全球家居设计尖货,发布“美颜、良材、精工、科技、格调”五大设计尖货标准。而另一品牌活动“爱家日”则从家庭关系角度解读家的意义,引导认识家的本质,助力消费者构建健康、幸福的家庭关系。

打造世界商业品牌

红星美凯龙披露的数据显示,截至2017年6月30日,红星美凯龙共经营214家商场,覆盖全国150个城市,商场总经营面积1330万平方米,是中国经营面积最大、商场数目最多、地理覆盖面积最广的家居装饰及家具商场运营商。2014年至2017年上半年,红星美凯龙的营收分别为83.32亿元、91.79亿元、94.36亿元、50.71亿元;净利润分别为35.07亿元、33.42亿元、

36.73亿元、21.56亿元,经营性现金流分别为32.78亿元、33.88亿元、39.84亿元、25.16亿元。在A股3000余家上市公司里,红星美凯龙稳居前100名。

而另一份数据表明,家居消费市场未来仍有强劲的发展动力。2011年至2016年,中国家居装饰及家具零售市场的零售额由1.51万亿元增长至2.60万亿元,年复合增长率为11.5%,未来五年的年复合增长率预计在11.1%左右。据统计,2016年中国家居产品的人均支出仅为441美元。相较而言,发达国家的人均支出远远超过中国,如2016年,美国的全国人均支出达1101美元,而英国达880美元。在此背景下,红星美凯龙的先发优势非常明显,而A+H股上市后获得资本的强劲增持,必将推动红星美凯龙进入发展快车道。

车建新认为,站在时代语境中的中国商业品牌,同样也在向世界展现着蜕变和进化。未来,红星美凯龙将继续秉持匠心、创新、品质、品位的发展理念,以提升中国人的居家品位为己任,为更多中国家庭创造品质、幸福的居家生活的同时,向着“打造中华民族的世界商业品牌”的目标稳步迈进。

南昌高新区

『四年倍增』跻身全国四十强

本报电(张诗超)日前,科技部火炬中心公布了2017年最新统计结果,南昌高新区在全国157家国家级高新区中,综合排名位居第四十位。同时,南昌高新区2017年主营业务收入预计突破2000亿元,在江西省率先进入“2”字头时代,顺利完成“四年倍增”计划。

据了解,火炬计划统计主要涵盖产业发展、研发平台、创新体系等指标。当前,南昌高新区正全力发展航空、电子信息、生物医药等战略性新兴产业,其产值占到园区主营业务收入的78.2%。其中,移动智能终端产业突飞猛进,新增华勤通讯、闻泰科技等研发制造基地8个,打造全国产能“三分天下有其一”的格局;LED产业依托全球第三条、国内唯一一条完全自主知识产权的硅衬底技术,新引进了中晟半导体、中微半导体MOCVD核心设备项目,成为全国为数不多的LED自主研发产业链的开发区。

南昌高新区科技创新体系也正在加快建设。2017年全区R&D(研究与开发)投入占地区生产总值比重提升至2.7%,高新技术企业数量、国家级研发机构数、万人拥有本科学历以上人数、国家级孵化器数等主要科技创新指标均创历年新高,这几项均排名全国高新区20多位。