

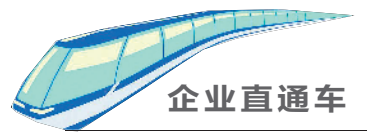


品牌之路,无锡中小企业该如何走?

□本报记者 东流

“行业内的大型企业、龙头企业都有自主品牌,我们中小企业该怎样打响自己的品牌?”“我们企业前些年创出了品牌,但如今感到后劲乏力,这个问题应如何解决?”前不久,由远东控股、江南电缆等本市电缆行业巨头发起的一次高峰论坛,首次将该行业品牌建设作为主要议题之一,而其中特别关注的是该行业中小企业的品牌建设现状。

其实,近年来,在锡城电动车、建筑机械、纺织服装等传统制造业领域,对于中小企业怎样构建各具特色的品牌之路,已推出不少新思路新举措,并取得一定成效。近日,记者走访锡城相关部门负责人、行业专家以及成功创建品牌的中小企业老总,分享中小企业品牌培育的做法与经验。



企业直通车

德资超高压离心泵项目在宜开建

宜兴市智能装备制造产业再添一员“猛将”。近日,由德国 AMP 集团投资的安普多森超高压多级离心泵项目,在该市经济开发区举行开工仪式。该项目预计 2020 年中期竣工投产,届时将形成年产 2 万台超高压离心泵的生产规模。

该项目总投资 3000 万美元,将按照德国工业 4.0 标准,引进德国、日本、美国、意大利等国家的先进加工生产设备。项目投产后,产品将主要销往亚太地区市场。(张小杰)

恒田为 1399 名四川贫困生买校服

日前,位于锡山区东北塘街道的无锡恒田纺织品有限公司,向四川省家玛慈善基金会捐款 8.3 万元,用于索玛花支教项目——为四川省凉山州、甘孜州贫困山区部分小学生购买校服。

据悉,在四川省偏远的贫困山区,部分小学生没有穿过新校服。此事被恒田纺织品负责人了解后,决定捐款为凉山州美姑县拉木阿觉乡小学、马都村小学、爱婴岛爱心小学,甘孜州九龙县八窝龙乡小学共 1399 名小学生购买校服。目前,这些学校的小学生均陆续领到崭新的校服。(东流)

以知识产权做支撑打造“品牌强市”

品牌是企业的灵魂,是国家竞争力的综合体现,也是反映一个城市制造业水准的闪亮名片。江南大学商学院院长滕乐法教授认为,无锡是国内制造业重镇,许多产业从无到有、从弱到强,从简单的原料加工、贴牌生产到打造真正的自主品牌,越来越多的品牌正奋力迈向全球价值链中高端。以江阴市为例,截至今年 7 月,该市拥有中国驰名商标 56 件,获得的省(部)级名牌更是不计其数,工业品牌数量在全省乃至全国县(市、区)中名列前茅。

品牌建设离不开自主知识产权做支撑。无锡市市场监督管理局(市知识产权局)提供的数据显示,去年,全市专利授权量超过 3.5 万件,同比增长 21%;获得第 20 届中国专利奖 11 项,其中金奖 1 项、银奖 2 项、优秀奖 8 项;商标新申请超过 4.1 万件,有效注册商标总数超过 13.7 万件。此外,去年我市 1165 件专利入选省高质量发明专利,其中入围省百件优质发明专利 17 件。11 家单位的专利分别获得第 20 届中国专利奖,获奖总数位居全省第三。“全市正在扎实推进知识产权运营服务体系三年行动计划,加快专利创造由量向质的转变,助力由知识产权示范城市向知识产权强市迈进。”无锡市市场监督管理局(市知识产权局)相关负责人告诉记者。

据了解,近年来,我市依据产业布局和企业规模,不断加大对高知名度商标、品牌培育力度,建立驰名商标、省名牌培育资源库,瞄准目标企业,实施重点扶持,选择知名度高、竞争力强的优势企业商标、品牌,作为驰名商标、省名牌重点培育对象,实行一对一跟踪服务,发展壮大品牌影响力,把无锡建设成为真正的“品牌强市”。而其中最主要的目的,就是通过品牌兴企,通过科学培育品牌,不断增加优质供给,助力锡城制造业实现高质量发展。

品牌兴企,中小企业不能缺位

然而,从目前品牌培育的情况看,我市在品牌建设中扛大梁的,则主要是诸如红豆集团、长电科技、远东控股、华西村集团等一批大型企业和龙头企业,面广量大的中小企业中拥有中国驰名商标、省(部)级名牌的比例并不高。“品牌的重要性不言而喻,一些中小企业却不看重,甚至仍在走贴牌的老路。”中国高空机械与吊篮产业联盟理事长吴仁山颇觉惋惜。目前,全市中小企业拥有“中国驰名商标”和省(部)级名牌的数量,尚不及青岛、宁波、苏州等城市。

“一些中小企业虽然规模不大,但产品科技含量并不低,如果因为思想上不重视行动上不努力,就很容易与创建自主品牌失之交臂。”滕乐法认为。无锡以制造业见长,在不少领域拥有领先的技术优势。截至去年底,无锡企业参与制定和修订的行业标准和国家标准已达 1748 项,理应涌现更多的自主品牌。“无锡已列入全国 46 个地级知识产权试点示范城市之一,这是确保所有企业未来可持续发展的价值优势。”在他看来,在品牌兴企中,中小企业绝对不能缺位,应该千方百计形成自己的品牌优势。

无锡市市场监督管理局(市知识产权局)相关负责人介绍,为坚定实施产业强市的主导战略,进一步提升区域经济核心竞争力,推动“无锡产品”向“无锡品牌”转变,2017 年,我市有关部门与江南大学商学院共建“无锡品牌研究中心”,并在去年发布了“无锡市区域商标品牌发展指数”。该中心一项重要工作,就是引导锡城中小企业加快品牌培育、加强品牌保护。迄今,该中心邀请远东控股、利安达集团、华东重机等一批成功创建“中国驰名商标”的民企“现身说法”,努力为中小企业做好引领和示范作用。况且,在国家实施品牌战略和加快推进经济转型的大背景下,政府职能定位也正在由单一监管向“监管、引导、服务”的三位一体模式转变,其根本目的也就是为了充分调动越来越多的中小企业加入培育自主品牌的行列。

培育品牌应在产品质量上发力

采访中,不少专家和企业家均表示,中小企业要成功做出自主品牌,不仅要从思想上真正重视并付诸行动,而且必须统筹谋划科学实施。“企业进行品牌培育,就是企业提高履行承诺的能力和增强竞争优势,并且需在被顾客感知和信任的过程中不断提升品牌价值。”无锡市市场监督管理局(市知识产权局)相关负责人表示。

“都说‘酒香不怕巷子深’,我们作为建筑机械生产企业,设备安全是首位,产品质量是关键,只有产品的质量做好了,企业才能越走越远。”沈阳建筑大学博士生导师、江苏申锡机械有限公司总经理吴杰表示。2015 年,该公司的“申锡”商标被授予国内同行中首个“中国驰名商标”,这表明该公司建筑机械品牌在很大程度上已获得市场认可,赢得行业龙头地位。这些年,公司持续在产品质量上发力,不仅企业规模越来越大,而且市场也越做越大。目前,该公司产品已行销 80 多个国家和地区,连续多年成为业内“产销冠军”,无不彰显出独特的品牌魅力。

对于中小企业如何加快培育品牌,市中小企业服务机构协会会长虞悦秀则认为,中小企业虽然由于资源、市场等原因,规模、效益不如大企业,但都要重视品牌培育,特别要注重以法律法规为基础,以产品质量为生命线,把这些因素都充分利用好,否则品牌培育就是空谈。当下,随着锡城制造业科技创新能力不断提升,一些含金量高的创新成果已被转化应用,为许多企业带来明显的市场竞争优势,并形成较高的品牌价值。“品牌价值越高,顾客对产品的期望值越高。”虞悦秀坦言,在竞争激烈的市场中,单靠口碑传播远远不够,还需要通过知识产权、产品创新等赋予品牌差异化的价值,从而更高效地获得顾客的信赖,这样才能使企业的自主品牌脱颖而出。

人保开出惠山区首单小龙虾养殖保险

近日,人保财险惠山支公司开出了惠山区首单虾稻共作小龙虾养殖保险,为该区 60 亩虾稻共作小龙虾应对高温减产、自然灾害和常见病害提供风险保障。

夏季是虾稻共作小龙虾的重要生长期,但高温对虾稻共作小龙虾生长影响巨大。在炎热的盛夏,水温过高易造成小龙虾摄食量明显下降,最终可能导致死亡。人保财险惠山支公司积极与养殖户沟通,努力做好养殖户的参保服务工作。据悉,虾稻共作小龙虾养殖保险保障范围较广,一旦指定地理区域范围内出现连续高温且超过合同约定的起赔点温度,参保后的养殖户就能获得保险赔付,弥补因高温导致的部分经济损失。

(萧民)

无锡江西商会举办会员企业产品展销会



近日,无锡江西商会举办会员企业产品展销会。经过商会产品展销会筹备组一个多月的精心策划,50 家企业参加了会展,获得了 17 家企业 and 个人的友情赞助。本次活动增强了该商会会员的凝聚力和向心力,为今后商会举办类似活动提供了经验,为“四好”商会建设指明了方向。(文易文/摄)



“让职工吃好饭”,也是一道企业管理课题

最近,锡东商务区电动车产业园的几家企业,相继向职工发放了一份特殊的问卷调查表,主要是征求职工对进一步办好企业食堂的意见和建议。此前,这些企业均作过此类问卷调查,并对职工反馈的意见尽量采纳。如新日电动车根据职工意见开辟的“清真餐厅”,由新疆籍少数民族职工“专享”。“这看似一件小事,却是一道不折不扣的企业管课题。”几位老总异口同声地说。

俗话说,民以食为天。如今,在许多民营企业,不仅对职工免费供应午餐,而且注重不断提升菜品质量,“让职工既要吃饱还要吃好”,也逐渐成为很多企业的自觉行

动。因为从某种意义上说,倘若企业真正能把“让职工吃好吃”当作企业文化、员工福利的组成部分,尽心竭力为职工创造较好的就餐条件,这样的企业才能更有吸引力和凝聚力。

据悉,在欧美发达国家不少企业中,怎样提升职工食堂管理水平、为辛苦工作的职工提供可口的伙食,已成为现代企业管理的“必修课”之一。近年来,国内许多企业也逐渐将食堂管理作为企业管理重要内容。因为按照常理,职工食堂由于面向企业所有员工,不仅需要在健全完善规章制度、保证食品安全卫生、提高从业人员素质、合理做好营养搭配等方面做好文章,而且还

要尽量考虑到本地职工与外地职工不同的饮食习惯,开设多种菜系的窗口,能让职工有更多的选择。时间久了,不仅能抓住职工的胃,而且更能留住职工的心。

然而,现实中往往有一些企业因为自身的原因,缺乏严格的准入机制,随便把职工食堂让亲友承包。如此承包的食堂不仅不能尽心为职工谋福利,相反存在着诸多不足。最主要的表现是菜系花色品味较差,食堂工作人员服务态度较差,特别是食品质量安全难以让职工放心。而企业的监管机制又形同虚设,起不到调节改善的作用。久而久之,职工们感到受不了,人心散了,只能选择跳槽。

职工用餐看似一个小问题,其背后却考验着企业管理的大智慧,它是“以人为本”的现代管理理念在人力资源领域最直接的体现。如果企业要想获得长远发展,就必须努力营造一个有利于职工身心健康的文化氛围。如今,越来越多的企业正在倡导“家文化”,希望职工在企业有更多获得感、归属感,那么,尽心尽力办好食堂也应是给职工更多获得感、归属感的直接方式之一。反之,如果一家企业连食堂都办不好,烹制的饭菜常让职工吐槽,那这家企业其他方面的经营管理也一定很差劲,企业很难兴旺发达。

(东流)