

推进中国品牌战略需要凝聚共识

何佳讯

文匯时评 中国新闻名专栏

觉得模棱两可;然后,再让他们试喝正常包装(带有品牌标识)的两种可乐,结果却是23%觉得百事可乐好喝,而65%觉得可口可好喝。前后之所以会出现这种结果的反差,关键在于品牌的作用,因为第一次被试看不到可乐的品牌标识,他们品尝的仅仅是可乐这种产品,而第二次被试看到了可乐的品牌标识,在这种情况下被试品尝的就不仅仅是可乐这种产品了,而是产品加上了品牌(名称)。也就是说,是品牌的力量让产品本身相似的商品区分出了明显的差异。因此,这也存在两种品牌的逻辑,一是认为品牌是产品加上产品之外的附加值,二是认为品牌就是产品之外的附加值。在中国这样的发展中国家,我们必须建立这样的共识,即品牌是产品加上产品之外的附加值。在这种逻辑的指导下,企业在开展品牌战略过程中,必须扎扎实实做好品牌的基础性工作,严把产品质量和研发创新两大关。更广泛地推演开去,我们可以把品牌建设理解为“冰山之上”和“冰山之下”两大部分工作,品牌建设的大量工作是在“冰山之下”,是顾客看不见的,切不可把品牌战略做成面子工程或形象工程

核心观点

在中国这样的发展中国家,我们必须建立这样的共识,即品牌是产品加上产品之外的附加值。在这种逻辑的指导下,企业在开展品牌战略过程中,必须扎扎实实做好品牌的基础性工作,严把产品质量和研发创新两大关。更广泛地推演开去,我们可以把品牌建设理解为“冰山之上”和“冰山之下”两大部分工作,品牌建设的大量工作是在“冰山之下”,是顾客看不见的,切不可把品牌战略做成面子工程或形象工程

的大量工作是在“冰山之下”,是顾客看不见的,切不可把品牌战略做成面子工程或形象工程。站在政府的角度,以这种逻辑为基础,有助于各部门认清自己的角色和作用,为企业品牌战略提供有力的支持。

国家层面的企业品牌战略更为基础

第二,理解国家品牌与商业品牌之

间的相互影响关系。中国品牌战略上升到国家高度,包含了两个内涵:一是国家作为品牌的战略;二是国家层面的企业品牌战略。两者相互促进、相互影响。长期以来,学界和业界都有一种共识,即中国作为发展中国家要大力开展国家品牌战略,提升国家形象,为中国企业品牌和中国制造“强力”背书,提升附加值。早在2000年,瑞士联邦议会就通过了一项议案,决定成立“瑞士国家形象委员会”,目

的专门负责在国际上展现一个积极的瑞士形象。2009年初,韩国成立了国家品牌委员会,这是由当时的韩国总统李明博亲自设立、并直接领导的总统直属委员会,旨在提高韩国的国家形象和国际地位。类似做法,就是立足在国家层面开展专门针对“国家作为品牌”的战略和工作。但与此同时,我们又认识到,国家层面的企业品牌战略更为基础,更为重要。其目标是在全球市场中打造一批真正能够代表中国国家地位的强势品牌。欧美发达国家都有一群与国家产生密切关联、能够代表这个国家的全球品牌,例如,美国是可口可乐、耐克和苹果,德国是大众、奔驰和宝马。那么,哪些品牌能够在全球市场中代表中国?这是一项更为艰巨的长期任务,需要中国企业家的共同努力。走向全球市场的商业品牌群体,是在国际舞台上建立国家品牌的最好手段。

当前,中国的企业务必要从中级阶段迈向高级阶段。中级阶段的核心特征是,企业把品牌作为营销工具,以品牌定位建立营销战略,并通过品牌体验建立良好长久的顾客关系,衡量指标是品牌资产。而品牌化高级阶段的核心特征是把公司战略与品牌战略融合起来,以建立品牌领导地位、提升品牌价值为目的进行全方位管理。中国企业在实施品牌战略过程中,必须认识自身所处的阶段和环境,建立与此相适应的品牌战略。

必须与所处的阶段和环境相适应

第三,重视实施品牌战略的地区差异

和阶段性差异。中国存在显著的区域经济差异,与此对应的是各地企业发展的总体水平并不均衡,甚至存在很大落差。在国家推行品牌战略的大背景下,地方政府需要根据实际情况,制定切实可行的政策,引导企业发展合适的品牌战略。在经济水平较落后的地区,要理解品牌对消费者的核心作用是建立信任和担保,品牌的基础性工作尤为重要,品牌战略要围绕实现这个目标而努力;在经济水平较发达的地区,品牌对消费者的基本作用是代表生活方式,品牌战略要努力创造象征性的附加价值。站在企业为品牌建设主体的角度,在特定的环境和企业发展阶段背景下,品牌化的角色以及品牌管理的目标、任务与能力要求,都存在明显的差异。笔者概括提出品牌化的三个发展阶段,即品牌作为传播、品牌作为营销,以及品牌作为战略。

(作者为华东师范大学亚欧商学院中方院长、教授,国家品牌战略研究中心主任)



“蛟龙”号挑战深淵

当地时间6月1日6时57分(北京时间1日4时57分),“蛟龙”号载人潜水器载着3名潜航员离开“向阳红09”科学考察船,缓缓进入水中。7时03分,“蛟龙”号完成相关检查后离开海面,向着海洋最深处的马里亚纳海沟深渊潜去。这是中国大洋38航次第三航段马里亚纳海沟作业区的最后一潜,也是“蛟龙”号在马里亚纳海沟从2012年海试以来进行的第20潜。17时12分,“蛟龙”号回收至“向阳红09”船甲板,深潜顺利完成。

图为:“蛟龙”号载人潜水器正向海洋最深处的马里亚纳海沟潜去。新华社记者 刘诗平摄

“万人计划”杰出人才卢柯:如果从科学上找不到否定自己的理由,就要坚持做下去

科技工作者要时不我待舍我其谁

知识分子典型

日前,美国《科学》杂志刊登了中科院沈阳材料科学国家(联合)实验室卢柯研究组有关“纳米金属中发现晶界稳定性控制的硬化和软化行为”这一最新发现,该成果的发现揭示了纳米材料中硬化和硬化行为本质,澄清了过去30多年来关于这一问题的争论。

对于卢柯来说,这已不是第一次得到国际权威的认可。在常人眼里,卢柯的人生就像装了加速器,每一步都比同龄人更快更受瞩目。16岁上大学,30岁当博导,32岁担任国家重点实验室主任,38岁当选为中国科学院院士,41岁成为美国《科学》杂志的首位中国评审编辑,48岁成为中国“万人计划”的首批杰出人才6位人选之一。

卢柯认为自己并非什么神童,只是花足够耐心与时间去坚持自己的研究方向,屏蔽纷繁的外界诱惑,科研已经成为兴趣,成为享受,成为生活的一部分。位于沈阳市文化路的中科院沈阳金属研究所,是卢柯研究组的工作地点。一丛丛小树林隔绝了外界的喧嚣,浅灰色楼宇和办公室看不出什么特别,而就在这里,卢柯课题组先后研究出“纳米孪晶结构”“梯度纳米结构”“纳米层片结构”等几种新型纳米结构,研究水平国际领先。

“表面纳米化”技术是卢柯研究组引以为傲的成果之一,这一成果开创了金属材料表面纳米化研究方向,但研究过程也让卢柯倍感煎熬。从1997年到2003年,全世界或许只有卢柯一个组在做这项研究。虽然初步实验证明该技术具备可行性,但在其他人眼中,“表面纳

米化”等同于“不可能”三个字。“最痛苦的不是说服别人,而是连说服自己的学生都很难。”卢柯说,当时的研究方向无人认可,国外同行嘲笑其“没有新意,没有多大的意义和价值”。不过,“我始终认为,如果从科学上找不到否定自己的理由,就应认准方向,坚持做下去。”

几年后,卢柯的执着获得了回报。他澄清了金属材料表面纳米化过程机理和结构演化规律,揭示了纳米材料的本质结构特征和一些奇异性能。与此同时,表面纳米化技术不但获得了学界承认,还成功应用到了宝钢集团冷轧厂的拉矫辊上,大幅提高了拉矫辊的使用周期。

作为地道地道“中国制造”的科学家,卢柯从本科到博士一直是在国内接受教育。1988年硕士毕业时,金属研究所计划送他去日本读博士。彼时中国的科研条件、经费等远落后于日本,然而他决定留在金属研究所读博。卢柯说:“29年前,我放弃去日本的学习机会,因为我认为在国内国外搞研究没有区别。29年后,我已经有足够底气宣布,在纳米金属制备上我们这儿是世界上最好的。”

除了做学问,卢柯还把更多的时间用于指导学生。“我希望年轻人能快点超过我。一个领域,机构要发展,一定是下一代超过上一代。我们年轻一些的,应多为他们提供帮助。”

卢柯说,科技工作者要以时不我待的紧迫感,舍我其谁的责任,主动担当,投入到科研实践中,用自己微弱的知识之光,照亮周围的一片区域,为建设世界科技强国作出更大贡献。

新华社记者 赵洪南 (据新华社沈阳6月1日电)

三峡水库实施第9次生态调度

2011年实施试验以来,累计促进宜昌下游四大家鱼繁殖规模达8.63亿颗

360°观察 本报驻鄂记者 钱忠军 通讯员 于小龍

梯级联合生态调度试验。其中,溪洛渡生态调度为水温调节调度,即通过操作机组进水口叠梁门取上中层水,调节出库水温,促进产粘性卵鱼类(达氏鲢、胭脂鱼等)产卵繁殖;向家坝和三峡水库生态调度为水文过程调度,是通过持续增加水库下泄流量的方式,维持水库下游河道持续涨水过程,人工创造适宜产漂流性卵鱼类(四大家鱼、铜鱼等)产卵繁殖条件。

监测结果表明,生态调度实施期间,三峡下游各江段“鱼卵汛”多次出现,有多种鱼类进行了自然繁殖,主要繁殖种类有四大家鱼以及鳊、鳊、翘嘴鲌、鳊、鳊、银鲌、鳊等。其中,宜昌至宜都江段四大家鱼繁殖响应较为明显,22日、23日,宜都断面出现鱼类繁殖高峰,总鱼卵密度达到每1000立方米165颗,其中四大家鱼鱼卵密度达到每1000立方米48颗。

相关部门初步估算,此次调度期间三峡下游江段产漂流性卵鱼类繁殖总规模达到6亿颗,其中四大家鱼繁殖总规模约为1亿颗。三峡集团相关负责人称,生态调度的连续实施及不断优化,以及向流域联合生态调度的拓展,对于下游江段多种鱼类的自然繁殖起到了良好的促进作用。

目前,承担生态调度外业监测和分析研究工作的三峡水文正在分析研究水文要素与鱼类产卵的相关关系。

人造洪峰向鱼群传达产卵信号

四大家鱼是适应长江中下游生态系统的典型物种,由于三峡大坝的拦蓄作用,长江自然涨水过程消失,以

四大家鱼为主的长江鱼类产卵受影响。对长江监测断面鱼苗径流量监测显示,宜昌下游四大家鱼自然繁殖总规模接近201986年的72亿尾下降至2005年的1.05亿尾。

长江三峡集团中华鲟研究所姜伟博士介绍,研究显示,水库运行对四大家鱼的影响主要体现在产卵时间和产卵规模上。他解释,鱼卵孵化成鱼苗,需要足够的水流、水量、水温等,哪怕仅一项没有满足,鱼卵就会或因在平缓水流中下沉而死去,或因水温过低不能孵化。然而,大坝蓄水一定程度上打乱了洪水节律,导致鱼群错过生殖期。生态调度即,在四大家鱼产卵期间,水库持续增加放水量,模拟自然生态,人为造成江水持续上涨过程,创造适宜产卵的水流条件,向繁殖期鱼群传达产卵信号,刺激四大家

鱼产卵,影响范围在宜昌至武汉江段。自首次生态调度实施以来,宜昌下游四大家鱼自然繁殖总规模接近20亿颗,其中通过生态调度累计促进四大家鱼繁殖规模达8.63亿颗,调度期间四大家鱼繁殖规模占繁殖总量的比例超过40%,生态调度实施效果明显。

姜伟表示,在生态调度过程中,加强产卵场水文要素、鱼类早期资源、鱼苗等的监测,对深入研究适宜的产卵环境条件,优化水库调度方案意义重大。长江水利委员会相关负责人也表示,通过生态调度模拟自然涨水过程,实现对长江渔业资源生态保护的目标,有助于进一步减少工程运行对关键物种和重要生境的不利影响,拓展三峡工程综合效益,提升三峡工程服务能力。

(本报武汉6月1日专电)



科研人员正在江中采集鱼卵,监测生态调度效果。黄涛摄

“沪字号”实体书店香飘四方

(上接第一版) 最新开业的钟书阁成都店,店堂内随处可见天府之国的野趣。“竹林书架”带来书山书海的视觉冲击,加上地面一个个似“竹笋”般的摆台,凸显了国宝熊猫元素与成都的人文之美。拾级而上,“梯田”演讲厅以模拟自然的方式,在光线明暗变化中营造出开阔视野,在这里可以听讲座、看话剧。穿过“竹林”进入儿童馆,休息栈道上跳跃着一朵朵红色“大蘑菇”,让孩子们在“蘑菇伞”下阅读、休憩,留下精彩奇幻的童年回忆。

打磨“海派风格”,让沪字号影响力辐射全国

在学者顾晓鸣看来,以往很长时间里,书店被大卖场的单一角色所遮蔽,深陷价格战泥潭。一改往昔场景,时下的实体书店更注重培养读书氛围,注重线上线下融合。尤其是有成功经验的“沪字号”书店,在选图书、办活动、开发多元产业链上,力求洞察消费者阅读心理,让实体空间充盈互动感,书店与人、人与城市缔造出一段段温暖的文

化体验时光。以在宁波开业一周的上海三联书店·筑路生活为例,它在构筑美学空间、专业选书上不遗余力。筑路,意在开辟路径、创新生活场景与服务。3000余平方米的书店空间,除了图书区域外,还设有国内书店首个无线耳机剧场、宁波首个黑科技发布平台、首个电影文化走廊、首个生活美学体验中心等,昆曲、皮影、民谣、茶艺等文化形式与读者不期而遇。

“沪字号”书店要将影响力辐射全国,一系列个性化阅读服务不可或缺。钟书阁专门打造“私密书架”,保存读者在店内购买的图书,以专属书架满足一些读者“做书店小老板的梦想”;有的分店能按需“上门打造书房”,增加用户黏性。与“走出去”相对应的是,全国叫得响的品牌书店几乎纷纷在沪开设门店,如浙江的博库书城、江苏的大众书局、重庆的西西弗、四川的言几又、广州的方所等,扩张势头迅猛。可以预见,“有进有出”的良性生态下,一批本土书店将从不断拓展上海的图书版图,变身促进培育城市文化空间不可或缺的力量。

中国信达资产管理股份有限公司上海市分公司与苏州苏曼企业管理咨询有限公司债权债务催收联合公告

根据中国信达资产管理股份有限公司上海市分公司与苏州苏曼企业管理咨询有限公司的债权转让协议,中国信达资产管理股份有限公司上海市分公司将其对公告清单所列借款人及其担保人享有的主债权及担保合同项下的全部权利义务,依法转让给苏州苏曼企业管理咨询有限公司。中国信达资产管理股份有限公司上海市分公司特此公告通知各债权人及担保人。苏州苏曼企业管理咨询有限公司作为上述债权的受让方,现公告要求如下所列债务人及其担保人,自公告之日起立即向苏州苏曼企业管理咨询有限公司履行主债权合同及担保合同约定的还本付息义务或相应的担保责任。特此公告。

公告清单: 中国信达资产管理股份有限公司上海市分公司 苏州苏曼企业管理咨询有限公司 2017年6月2日

债务人名称	处置时点本金余额	利息	罚息	本息合计	代垫费用	抵押物	保证人
上海鼎基(实业)	22,176.00	1,622.92	2,854.92	26,653.84	125.80	浦东新区惠南镇11街坊1/2丘在建工程(凌燕艳、凌燕东抵押)	凌燕艳、凌燕东
上海鼎基(招行)	45,757.54	4,249.17	4,625.74	54,632.45	509.32	浦东新区惠南镇城南路469号,城南路485弄1-27号(单),南汇城南路469号,城南路469号10-28号(双)及城南路地下车库等抵押(凌燕艳、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东)	凌燕艳、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东、凌燕东
合计	67,933.54	5,872.09	7,480.67	81,286.30	635.11		