

加强培育国际高端品牌

历经40年改革开放,中国的经济规模已居世界第二位,大量产品的生产数量位居世界前列,但质量效益不高等问题依然普遍存在,从而表现出中国企业在国际高端品牌方面培育不足的现象。虽然中国企业拥有超过170万个国内品牌,但跻身世界前列的高端品牌仍寥寥无几,中国品牌的国际认知度总体上仍较低。在当前的国内外经济形势下,为实现经济高质量发展,企业在生产方面不断寻求创新获得新的经济增长点的同时,也应该在营销方面加强培育国际高端品牌,努力提升中国品牌的质量与层次,在全球范围内走出一条既适应中国市场特点又适应经济全球化的高端品牌培育之路。

中国企业应借力传统文化培育国际高端品牌

高端品牌的培育依赖于过硬的产品品质与深厚的文化内涵,从中华优秀传统文化中汲取养分,为企业培育国际高端品牌服务,是中国企业在走向海外过程中应该担负的责任,也是中国企业培育国际高端品牌的一个重要思路。这一思路至少在两个方面具有重要意义,一是有利于高端品牌的个性塑造与国际定位,在此基础上树立品牌原型,建立自主知识产权;二是有利于品牌文化的故事化、拟人化。在16世纪末17世纪初,欧洲曾出现过相当长一段时期的“中国潮”,中国的丝绸、器具和手工业品做工考究、质量精美,成为深受当时欧洲皇室青睐的奢侈品,并逐渐成为人民喜爱的高端消费品。当前,中国企业应下功夫

分门别类去挖掘中华“老字号”品牌,有效嫁接,为我所用,传播好品牌历史;要提炼传统文化中的元素,融入产品设计,以之作为品牌文化的底蕴与方向申请自主知识产权。目前,国内一些白酒、凉茶、房地产等领域的企业,利用中国传统文化元素在国内市场收获了丰硕回报。在国外,路易威登、香奈儿等许多顶尖品牌设计师频频在织锦刺绣、写意泼墨、云龙图腾、青花瓷等中国文化元素中寻求设计灵感,西方品牌已在大胆运用中国元素引领国际时尚,中国企业更应在国际舞台上展现自身特色,利用中国元素成就更多国际高端品牌。

培育国际高端品牌要遵循“求同与存异共存”的原则

研究表明,消费者对品牌的认知普遍存在一种思维定式,一旦形成对现有品牌的认可便很难打破。当前,国际市场品牌领域的格局趋于固化,一家企业在决定朝着品牌国际化发展时,首先面临的是一个“求同”的过程。中国企业要对品牌国际化的标准、规则等有所认知和了解,以便于在品牌的打造过程中快速提升产品品牌普及程度,占据国际营销市场,大幅度降低营销成本。中国企业建设国际高端品牌需要通过“求同”战略,获取并提高其在东道国市场的接受度、认可度,以适应不同国家的市场环境,扩大本土消费者对自身品牌的依赖度和品牌知名度,品牌国际化地位自然而然得到相应提升。同时,中国的品牌也要立足自身的文化特色,在“求同”的基础上创造“存异”的竞争优势。比如,

华为在国际高端品牌建设的过程中,坚持以客户服务为核心和原动力,与友商共同发展,既是竞争对手,也是合作伙伴,共享价值链利益。当前,面对竞争日渐激烈、格局趋于固化的国际品牌市场,新生品牌若要突破现有格局、实现异军突起,也应尝试走差异化发展的道路。随着中国国家硬实力和软实力的提升,吸引了国际市场和各国消费者目光的聚焦,这为中国品牌国际化提供了前所未有的机遇。中国企业需要灵活运用“存异”策略,在各国消费者面前展现出新鲜气息和文化特色,进一步吸引国际市场的目光。一个中国企业打造的国际高端品牌,既要让消费者认可这是一个国际品牌,也要让消费者深刻感受到这个品牌来自中国。

中国企业应通过并购等方式快速实现品牌升级

美国著名营销学教授帕克在基于顾客的品牌资产理论的基础上,研究发现了伟大品牌塑造的深层逻辑:顾客因需求而发现产品,因品质等而信任品牌;因品味而产生品牌情感乃至品牌挚爱;因品格而尊重品牌甚至崇拜品牌,即“至信”“至爱”“至尊”。对于国外的一些传统高端品牌,中国企业可以通过并购等方式在全球范围内快速推出新产品,实现品牌升级。纵观全球各国品牌升级的历史,不外乎标准化、适应化战略、跨国品牌并购、品牌国际联盟和企业内部品牌能力提升等策略。目前,吉利、联想等一批民营企业通过国际品牌并购后的成功运营,使得自身原有品牌亦为

国际市场认知、认可,走在了中国企业培育国际高端品牌的前面。

中国企业应借力互联网思维营销来培育国际高端品牌

当前,随着移动互联网与物联网的发展,网络可将单一顾客的价值放大,关联即可创造价值,人与人的连接、人与物的连接以及物与物的连接,将会为大型企业培育国际高端品牌带来新的机遇。今天的互联网思维营销,是以开放式创新和网络化创新为基础的创新生态链,这种创新生态链是一种以创新要素有机聚集,创新网络节点相互链接、彼此依存信任、及时反馈、良性互动的生态链,包括风险资本、核心企业、配套企业、供应商、用户、宣传媒介、研究机构、大学、技术中介组织等。借力互联网思维营销,腾讯、阿里、百度、网易等互联网企业实现了品牌建设成功。在国际高端品牌的建设过程中,要充分认识到网络化、经济全球化带来的新要求,利用网络化和经济全球化带来的新工具、新手段、新机会,全方位多渠道培育国际高端品牌。

未来一个阶段,我国企业应充分认识到培育国际高端品牌的必要性和紧迫性。随着千禧一代成为全球消费主力,必然会产生新的市场需求,这将为我国企业尤其是大型企业的品牌升级提供独特的新路径,中国企业亟须抓住机遇,在全球范围内走出一条既适应中国市场特点又适应经济全球化趋势的高端品牌建设之路。

江 涛 周名丁

牢固树立以人民为中心的政绩观

全心全意为人民服务是中国共产党的根本宗旨。植根人民、依靠人民、服务人民是中国共产党区别于其他政党的显著标志。在党的十九大报告中,习近平总书记鲜明地提出了以人民为中心的发展思想。因此,新时代党员干部要树立的政绩观,是以人民为中心的政绩观,是增强人民获得感、幸福感、安全感的政绩观。

坚定立场是新时代政绩观的基本要求。旗帜鲜明讲政治是树立以人民为中心的政绩观的首要准则。党员干部干事创业,时刻以人民为中心,既是坚定立场的表现,又是讲政治的重要体现。在革命年代,我们党强调,党的建设核心是要制定和贯彻执行党的正确的政治路线;共产党领导的革命的政治工作是革命军队的生命线。改革开放后,邓小平强调“到什么时候都得讲政治”。党的十九大报告明确了新时代党的建设总要求,突出强调党的政治建设的重要地位和作用,提出把党的政治建设摆在首位。全体党员干部树立以人民为中心的政绩观的前提,就是增强“四个意识”,坚定“四个自信”,坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作,严守政治纪律和政治规矩,在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同党中央保持高度一致,做到坚守政治信仰、站稳政治立场、把准政治方向,切实履行好党和人民赋予的责任。

以人民为中心是新时代政绩观的根本出发点。人民立场是中国共产党根本政治立场,是马克思主义政党区别于其他政党的显著标志。这就要求我们时刻把人民放在最高位置,始终把实现好、维护好、发展好最广大人民利益的根本利益作为一切工作的出发点和归宿,把人民拥护不拥护、赞成不赞成、高兴不高兴、答应不答应作为衡量一切工作得失的根本标准,不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。党员干部树立正确政绩观,首先应端正心正,校正坐标,坚持以人民为中心的发展思想。“衙斋卧听萧萧竹,疑是民间疾苦声”,要急人民所急、想人民所想,闻其饥寒之哀,见其劳苦之悲,正心诚意、踏踏实实为人民办实事,尽心尽力为人民办好事,

张 涛

以制度和技术创新驱动高质量发展

高质量发展是创新成为主要驱动力的发展。习近平同志指出,要着力实施创新驱动发展战略,抓住了创新,就抓住了牵动经济社会发展全局的“牛鼻子”。那么,怎样才能使创新成为发展的主要驱动力、推动实现高质量发展?创新是一个复杂的体系,不仅包括技术创新,还涉及经济、社会、文化、企业、组织、管理以及制度和体制机制等创新。这些地方都很重要,但从我国经济发展所处阶段及其对创新需求的紧迫性看,当前需要抓好的重中之重主要是两方面创新:一是生产及其技术的创新,二是制度和体制机制的创新。其中,制度和体制机制的创新又是实现技术创新的基础和前提。这是因为,制度和体制机制是人们参与经济事务、保证经济机体有效运转并发挥作用的各各种规程与准则的总和,是一个社会持续健康发展的模板与框架。正所谓“没有规矩,不成方圆”,没有规则就会一事无成。

我国改革开放后经济发展水平和质量之所以能够大幅度提升,首要原因是我们对原来的经济制度和体制机制进行了深刻变革,逐步形成了社会主义初级阶段基本经济制度和社会主义市场经济体制。它适应我国生产力发展水平,能够充分调动人的积极性、发挥人的聪明才智,从而使懒惰的人变得勤奋、勤奋的人变得更加勤奋。没有基本经济制度和社会主义市场经济体制,就不可能大力解放和发展社会生产力,我国经济就不可能实现长达40年的持续快速发展。任何试图动摇我国基本经济制度的奇谈怪论,都是不利于生产力发展的,也是不利于经济主体开展创新活动的。其中的道理就是马克思早就指明的:在一定条件下上层建筑和生

坚持不懈为人民解难题。这样的政绩才会经得起时间沉淀和历史检验,才会让老百姓在心中永铸丰碑。

坚持实事求是新时代政绩观的重要保障。实事求是、求真务实是马克思主义活的灵魂,是我们党一以贯之的优良传统和作风,是党不断从胜利走向新的胜利的思想保证。伟大的政绩不是靠吹捧和包装出来的,创造政绩没有什么捷径可走,只有靠“真金不怕火炼”的求真务实、艰苦奋斗和担当奉献。践行以人民为中心的政绩观,就要有以“板凳要坐十年冷,心底无私天地宽”的精神追求,以功成不必在我、担当奉献必定有我的境界,发扬钉钉子精神,一张蓝图绘到底,真抓实干创佳绩,一心一意为人民。

实现高质量发展是新时代政绩观的落脚点。领导干部要勇担新时代的历史使命,创造出让人民满意的新业绩。践行以人民为中心的政绩观,就要贯彻新发展理念,推进现代化经济体系建设和高质量发展,在建设社会主义现代化强国的伟大事业中建功立业。这不仅要求经济稳中求进、健康持续发展,更要求政治环境稳定、经济文化发展、社会大局安定、人与自然和谐共生,统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局。树立以人民为中心的政绩观,必须从狭隘的短视政绩、眼前政绩转变为谋求创新、协调、绿色、开放、共享的长远政绩,既要加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系,又要确保打赢“防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治”三大攻坚战。

新时代党员干部政绩观的核心是一切为了人民,党员干部政绩好坏的评价主体只能是人民。我们要用好党的群众路线这个制胜法宝,健全群众评价党员干部政绩的有效机制,完善干部考核、选拔和任用制度,坚持能者上、庸者下、劣者汰,匡正用人导向。党员干部也要不断自我净化、自我完善、自我革新、自我提高,以时不我待、只争朝夕、勇立潮头的历史担当,鼓足干劲,善作善为,不懈奋斗,在新时代的历史大考中向党和人民交出满意的答卷。

完善企业文化建设与可持续发展措施

常态市场经济下,企业文化已成为企业竞争力的来源并决定其发展。分析各企业文化案例,这些企业都离不开优秀的企业文化。企业文化影响企业生产力与组织绩效,完善的企业文化有助于提高公司绩效,强大完善的企业文化发挥着重要作用。因此,现代企业只有重视文化建设,结合企业发展战略适应性调整与优化,充分发挥企业文化的作用。

一、企业管理中企业文化的作用

企业文化是对外形象的代表,直接影响企业发展与管理,主要表现为三点:

(一)夯实企业管理的基础

企业价值观念的具体体现就是企业文化,也是企业制定管理与发展战略的基础,企业发展中一定程度上受到企业文化的影响。企业文化是企业核心价值观的体现,指导与决定员工行为。因此,制定企业文化时符合企业管理模式与发展战略,员工能在日常工作与行为有效践行核心价值观,领略到企业文的内涵。

(二)精神激励及道德约束

一般来说,企业发展与经营过程中形成的,也是企业所有员工达成共识的,对企业文化一些行为与规范产生约束的道德与规则就是企业文化。企业文化的约束力主要体现在道德上,企业借助企业文化约束员工行为,提高员工自觉性,迫使与引导员工规范行为。企业文化背景下,部分员工会自觉

履行并作出利于企业发展的行为。

(三)提高企业员工凝聚力

企业经营管理理念不但体现企业文化,向公众展示企业文化特点。企业文化就是企业的无形资产,想要更好发展就需要依靠企业文化塑造良好企业形象,扩大企业效应,促进企业长远发展。良好完善的企业形象,提高企业凝聚力与向心力,两者相互促进与发展。企业形象可以获得社会大众信赖与员工的归属感。

二、完善与企业文化建设的措施

新形势下企业如何完善文化建设呢,可以从以下几方面着手。

(一)企业文化与思想政治工作有效融合

有效融合企业文化建设与思想政治工作,有助于实现企业文化可持续发展。我国企业重视企业文化的时间并不长,其本身主要关注人本身的解放。换句话说,企业文化就是尊重人的一项管理理论,强调人的作用与重要地位。企业文化氛围浓厚,管理模式就更人性化。

现代企业中,企业职工的地位越来越重要,企业文化也更加侧重于尊重与理解职工。构建以人为本的企业文化,其内部环境更加和谐,职工工作积极性高涨,这也体现出企业文化的作用;企业思想政治工作侧重于引导企业文化,将两者融合可以发挥人的主观能动性,营造舒适的工作氛围。比如小米公司,最大的特点就是团队力量,这是因为其一直坚持团队第一、产品第二

的企业文化,关注职工与团队成长,内部充满浓厚的人文关怀气息。

企业文化建设是多方面共同建设的结果,不但要满足职工的需求,还要不断优化企业内部管理模式、企业品牌及企业风格等。企业价值观与企业精神直接受到企业文化的影响。融合两者可以有效拓宽企业发展思路,实现企业长远发展。

积极拓展国外市场,推动企业发展壮大。企业发展中思想政治工作十分重要,直接引导企业发展方向。但部分企业并不重视思想政治工作,有的企业思想政治工作流于表面,并没有太多的实在性工作。部分企业思想政治工作方法较为简单、工作效果不明显。企业文化可促进企业内部价值观的活跃,提高职工参与思想政治工作的积极性,创新工作模式,将企业思想政治工作落到实处,切实发挥其工作积极性。

(二)完善相关措施

1、全员参与构建文化

企业文化的构建必须是全员参与,群策群力。企业的领导者是企业文化的制定者,领导者要不断的更新企业管理观念,以身作则,用自己的实际行动和人格魅力感染和带动全体员工,引导全体员工自觉参与到企业文化的建设中来,建立健全各种管理制度,并自觉遵守企业的规章制度。中层干部要深入到基层,了解员工的想法和意见,并讲解企业文化的内涵,提

段立媛

在国际市场上大显身手

——铜冠矿建公司在改革开放大潮中开拓国际市场的见证



随着铜冠矿建公司海外市场发展的新闻稿件频频刊登,一些其他单位的朋友和老同学也对我们公司给予了更多的关注,同时还多了些羡慕的目光,我感到无比自豪。作为企业20多年的老员工,我见证了铜冠矿建公司在改革开放的市场经济大潮中砥砺前行、创新前行的创业历程。

记得上个世纪90年代初,我激情满怀地从学校分配到井巷公司(现铜冠矿建公司)工作。当时公司规模较小,发展活力不足,项目工程主要依附有色公司内部几大矿山,省外项目仅只有新疆铬矿、湖北鸡笼山工程。全公司施工量严重不足,企业发展陷入困境。井巷人没有在困难面前怨天尤人,而是锲而不舍闯市场找转机。

1992年春天,随着邓小平同志视察南方发表重要讲话,井巷人及时转变思想观念和发展思路,抢抓机遇,积极探索企业发展振兴之路。从那个时候开始,井巷人的目光就已经瞄向了国际市场。

1993年,公司获悉中国有色总公司、铜陵有色公司和菲律宾有关开采吕宋岛巴姑姆金矿的信息。第一次组织人员远赴国外到菲律宾考察该工程,同年又参加菲律宾大马尼拉城市供水引

水工程招标,虽然没有成功,却在井巷人的心中深深地播下了参与国际市场竞争的火种。

进入二十一世纪,公司国内市场发展取得了长足发展,技术能力、人才积累得到很大进步,超千米深井、大洞室施工能力和装备水平在国内同行中具有很强的竞争优势,几代井巷人日久弥坚的海外创业梦想又变得更加清晰。2003年,应俄罗斯GDK矿业股份有限公司邀请,准备建设切巴切矿井巷工程;2004年,公司又主动联系巴基斯坦杜达铅锌矿主斜井工程,然而几项国外工程都因种种原因失之交臂。2005年7月,公司接到非洲赞比亚最大的联合矿业公司 konkola 铜矿的凿井工程招标邀请。公司紧紧抓住这一难得的机遇,与中色股份公司、中国瑞林工程技术有限公司组成联合体进行投标,经过长达半年的技术和商务谈判,2006年1月,公司与其他2家公司组成的联合体在与六家国际强手的激烈竞争中,一举中标赞比亚康克拉铜矿工程,实现了几代井巷人跨出国门海外创业的梦想,也成为安徽省第一家走出国门的矿建施工企业。

为尽快突破语言上的障碍,该公司海外项目部每天在工余时间开设“一小时英语课堂”进行强化培训;为适应国外标准和法律制度,项目部每周安排一次学习日,学习欧洲施工标准、国际安全标准和当地法律制度;针对外籍员工技能不足,

项目部积极开展导师带徒……

2007年5月, konkola 铜矿工程的 VS3C井、VS3E井施工进度超过投标时的进度标准,得到业主及南非监理公司的好评。该项目于2010年3月竣工,项目排水能力、通风能力和单绳提升能力均创下中国和非洲纪录,项目安全施工创下赞比亚矿业安全管理零伤亡纪录。工程施工中使用了大量新材料、新产品、新技术,部分产品和技术填补了国内空白。该项目自建成投产以来,采选能力均达到设计生产能力,各项工艺指标均达到设计要求,极大地提升了公司在赞比亚国的声誉和品牌价值。2011年12月,公司承建的赞比亚康克拉工程荣获国家海外优质工程奖,成为中国有色金属行业和安徽省首家获此殊荣的企业,标志着公司国际工程的建设质量和工程管理达到全国一流、国际先进水平。

2013年随着国家提出“一带一路”伟大设想,公司紧紧抓住国家海外战略的政策导向,坚持“走出去”发展战略,主动出击,远赴非洲、中亚、拉美等国家联系和考察施工项目,充分与当地政府、中国使馆、同行业公司合作伙伴等建立起的友好关系,加强信息沟通和资源共享,不断充实合作内容,海外工程拓展到四大洲的6个国家,先后中承建了非洲赞比亚谦比西铜矿、津巴布韦伊尼亚蒂铜金矿、刚果(金)金森达铜矿等工程。公司通

过深耕细作,进一步拓展了非洲工程项目圈,实现了扎根非洲矿建市场的发展目标。

2014年,公司远交近攻,跨越地中海走进欧洲,联系中标了土耳其 KURE 铜矿竖井安装工程,实现了辅业独立进入海外市场零的突破。不断跨越的铜冠矿建人在“十三五”开局之年再度发力,海外市场“蛋糕”越做越大。2016年3月,中标了蒙古新鑫有限公司乌兰铅锌矿掘进(含探矿)、采供矿工程,公司第二产业采矿业务也进入了国际市场。同年,又连续中标了厄瓜多尔米拉多铜矿废石胶带隧道工程、厄瓜多尔金王(金矿)矿业股份有限公司露天采场施工等南美洲两个项目工程。先后在海外注册设立了铜冠矿建(赞比亚)、刚果(金)、蒙古和厄瓜多尔有限公司等4家子(分)公司;同时,积极向采矿、机电安装、防治水、机械修造、国际贸易等海外相关业务拓展,实现了海外业务新的突破。

作为铜冠矿建公司大家庭的一员,我亲身经历和感受到我国改革开放给公司带来的翻天覆地的变化,见证了“井巷人”追逐海外市场的创业梦想;见证了“铜冠矿建人”扎根海外、拼搏奉献的创业激情。一个具有国际竞争力、蜚声海内外的现代矿山建设施工企业正在建成。

曾红林