

我市29个知名商标晋级省著名商标

本报讯 记者朱亚平、通讯员冯伟、李捷报道:19日,记者从市工商局获悉,我市湖北宝塔砂布厂的“祥麟”、湖北中健医疗用品有限公司的“崇强”、湖北华声机电有限公司的“鄂华声”等29家企业商标被认定为“湖北省著名商标”。

商标的魅力到底有多大?在湖北神农架制药有限公司负责人周卫东的眼里,商标的知名度是衡量一个企业发展成功与否的标志,它除了能给企业带来滚滚财富,还能让企业插上发展之翅。“自从我们

的产品贴上‘神农是福’牌商标后,产品的身价涨了,销路也不愁了,年产值也比以前增加了。”

“品牌是企业发展的‘通行证’,也是城市发展的‘名片’,为此,我们注重打‘商标牌’,以商标战略助力经济发展。”市工商局相关负责人介绍,为了给产品插上走向市场的“金翅膀”,近年来,我市出台了一系列意见、办法,为我市商标战略的实施提供了良好的政策环境。

市工商局先后多次对全市的商标现

状和优质企业进行了调查摸底,在品牌培育方面,建立了“驰名商标孵化库”、“著名商标孵化库”和“地理标志孵化库”,对科技含量高、市场潜力大、发展前景好的企业进行重点扶持,有针对、有重点地培育地方品牌,指导办理商标注册,不断拓展市场份额,几年来,储备了一大批优势品牌群体。

对每个品牌的成长,市工商局都采取“保姆式”跟踪服务,从企业创立品牌开始就全面介入,建立商标保护服务联系

卡制度,由工商部门和企业进行专人对接,把商标知识、政策法规送到企业,对企业申请、注册、管理、运用、保护商标和争创“三名商标”等方面进行全程跟踪、全面指导。

据了解,截至目前,我市共发展全国驰名商标13件,湖北省著名商标67个,咸宁知名商标199个。这些商标企业每年实现税收数亿元,已成为我市企业转型升级、开拓市场、扩大影响力的重要载体。

茶行业老将孙红军30多年如一日,坚守在茶业生产一线;广告业精英蒋伟,以敏锐的市场眼光,抢抓发展机遇,为企业发展抢占先机。此次,他们企业所注册的商标成功晋级“省著名商标”。日前,记者走近他们,了解品牌创建背后的故事。

茶行业老将孙红军: 做实茶叶品质

记者 朱亚平

为了明年茶叶能有个好收成,17日一早,孙红军来到位于崇阳县白霓镇石山村的茶园基地,施肥、除草、松土,与职工一起修整茶园。

“土地保养工作不容忽视,现在茶园采用了无公害的太阳能防虫除虫技术,施有机肥,可保证所出产的茶是有机茶。”说完,孙红军又埋头整地。

今年54岁的孙红军是市农科院一名普通职工,30多年来,始终坚守在制茶、研茶第一线。目前,兼任咸宁市芽旗香茶叶研究中心总经理。2012年,孙红军开始接管芽旗香品牌茶叶研究中心的管理工作。芽旗香茶叶研究中心是咸宁农科院下属的科研公司,所生产芽旗香牌的温泉毫峰是“湖北十大名茶”之一,是我市茶叶科研重要成果。

2013年,研究中心引进制茶机器,准备用机械化制茶代替原来的手工制茶,实现传统农业与现代农业的对接。

制茶机器安装好后,厂家派来的工作人员走了,留下孙红军和制茶师傅们慌了神,大半辈子都是用手做茶,对机器一窍不通的孙红军,将家搬到了基地。

新鲜采摘的茶叶放进去后,到机器里转一圈,出来就能见成品,然后再进行包装,就能外出销售。流程是简单化了,可制出的茶叶却不是那么回事,茶叶泡出的

水泛红,出来的茶渣也达不到理想标准,一系列问题接踵而至。一遍一遍地重新调整,孙红军与制茶师傅一起,困了就在机器旁和衣打个盹,饿了就用干粮垫垫肚子。

在近两个多月的磨合期后,孙红军终于掌握了机器制茶的关键要领,机器和手工制出的茶基本达到了一致。放进去是翠绿翠绿的茶叶,制出的茶泡出来也是翠绿翠绿的完整叶片。孙红军这才松了一口气。

面对近两年来高档茶受市场环境带来的销售压力,孙红军始终坚信,品质是企业生存发展的关键。

市场上芽旗香的铁杆粉丝非常多,每年春季芽旗香都会被提前预定一空,孙红军所做的就是在品质上把好关,不辜负粉丝们的期望,不能砸了芽旗香的招牌。

目前,芽旗香茶叶研究中心在崇阳建有高标准茶园500余亩,现代化茶叶加工车间1400平方米,年产“芽旗香”牌温泉毫峰名优茶4000公斤。孙红军说,芽旗香将向全国驰名商标挺进,让咸宁茶叶在全国扬眉吐气。

广告业精英蒋伟: 抢占市场先机

记者 朱亚平

随着我市经济持续快速发展,广告需求不断增长,广告公司如雨后春笋般应运而生,80后蒋伟所带领的花坛广告公司亦身在其中。

“我们做车体、机箱等100多种业务,您需要什么样的?我们可以为您量身定做。”18日,在温泉桂花西路一间门面房内,湖北花坛广告装饰有限公司总经理蒋伟正在向客户介绍公司产品。

提起花坛广告公司,不得不说公司的创始人蒋伟的父亲。1995年,蒋伟的父亲投入万元,成立了花坛广告公司,最开始办公的地方在花坛附近一家旅行社的一楼,只有5个平米,设备仅为两台电脑和一台雕刻机,请了一个打字员和一个平面设计人员。

“当时的温泉城区连个打字复印的地方都难找。”蒋伟介绍,父亲不懂电脑,到现在都还不太懂,连打字都困难,但就是看中了这一市场空白,抓住机遇抢占了市场,做了第一个吃螃蟹的人。

大学毕业后,蒋伟来到父亲手下学做设计,工作中的实践和学习让他迅速成长,后升至公司营销总监的他,通过大量的市场调查,独具慧眼首次提出了要开拓电子显示屏、网络广告等

市场,他与爱人陶秀云一起拿下了海尔在湖北省的独家广告代理权,包揽了一批城区的企业电子广告。也是在那个时候,蒋伟凭借自己的魅力,拥有了一批属于自己的稳定客户群。

2011年,1985年出生的蒋伟正式从父亲手中接过公司的“接力棒”,与爱人陶秀云一起承担了公司的管理和营销工作。对于企业经营来说,蒋伟跟他的父亲有同样的感受,发展机遇是企业提升自我,抢占市场的必要条件,抓住机遇就等于抓住了未来。“父亲抢占了广告行业的空白,我们现在则抢占了电子广告市场。”

客户们都称,蒋伟是一个踏实肯干的人,他会将你需要的东西全面展现,经他手加工的广告方案,让所有人信服。

19年过去了。公司注册的“花坛”商标凭借服务品质成功晋级为省著名商标,公司现拥有500多平米的办公区,员工30多名,业务从原来的打字、复印、简单牌制作发展到现在的上百种广告业务,成为一家专业从事广告设计、制作、代理、发布于一体的综合性广告公司,企业年产值500万元。

如今,花坛广告公司已然成为我市综合性广告公司的老大,但蒋伟说,只有不断钻研广告制作技术,拓宽广告市场,才能将“花坛”招牌越擦越亮。



把品牌炼成金牌

记者 甘青

一个苹果,水果摊卖1元;超市里卖3元;水果精品店卖10元。为什么?老板会告诉你,苹果也分品牌。

一件衣服,地摊上卖几十元,商场卖数千元,专卖店卖数万元。为什么?营业员会告诉你:品牌不一样。

老板、营业员口中的品牌就是商标,并且是成为了金牌的商标。大家熟悉的商标,是一种能够区分经营者的商品或服务的标记。但要让这一标记成为消费者心中的金牌不容易。

其中有两个关键点,一是经营者有觉悟,愿意把商标打造成金牌,二是消费者愿买单,能够认可商标是金牌。

在市场大潮的冲击下,越来越多的老板们已经意识到品牌炼成金牌的重要性,但怎么炼,心理还没底。我市两位老板把“普通商标”打造成“全省著名商标”的“金牌故事”值得借鉴。芽旗香茶叶的老板孙红军盯着茶叶的品质不放松,赢得了市场口碑。花坛广告公司老板蒋伟与时俱进搞服务,赢得了客户青睐。

仔细品味两位老板成功之处,不难发现他们的炼金法:真正把“顾客是上帝”这一口号坚定地落实到行动中,而不是挂在墙上,或写在纸上。

老板们只要用心,用点力去发现顾客的需求,去全力满足客户的需求,下一个金牌得主就是你。

老妈引领致富路

○ 詹华

老爸退休后,每天都去老干部活动中心玩,风雨不误,还悠闲自得地说:“辛苦了大半辈子,要好好享受一下生活喽。”老妈听了,笑笑说:“老头子,等我退了休,保证比你过得有意义,不信咱走着瞧!”

一年后,老妈也退休了。老爸以“过来人”的身份劝老妈:“走吧,跟我一起到老干部活动中心玩吧,那里有很多娱乐项目,总有一款适合你。”老妈摇摇头:“我可不想把自己的晚年时光都折腾在娱乐上,我要兑现一年前对你说过的话,我的晚年时光一定要比你过得更加有意义,而且要把全家人的生活水平提高到一个新的高度。”老爸笑而无语,决定拭目以待,看老妈究竟能整出什么花样来。

老妈做事雷厉风行,说干就干。她从银行取出6万块钱积蓄,伙同下岗失业在家的大嫂,一起在学校附近办了个“爱心小餐桌”。

老妈厨艺没得说,大嫂干活麻利快,二人强强联手,再加上在营销上走大众消费、薄利多销的路子,没出两月,看护班就步入正轨,利润稳步增长。到了年底,老妈还搞了分红活动,额外奖给大嫂一万五千块钱,感动得大嫂热泪盈眶地说:“要不是咱妈带着我完成‘二次就业’,我还整天泡在麻将桌上当‘麻将’呢,不仅挣不来钱,而且还会输掉不少钱。以前因为玩麻将的事,我家是三天一小吵,五天一大吵。现在老公每天在外面送水那么累,下班回到家,还会主动给我捶背、端洗脚水,你说这待遇就是不一样啊!”大嫂一席话,逗得全家人哈哈大笑。

帮着大嫂家脱贫后,紧接着,老妈又把“扶贫”的眼光瞄准了我家。下岗后,我凭着肚里有些墨水,做起了自由撰稿人。虽然每月能挣两三千,再加上老婆在社区帮忙,每月也有800元的收入,可这些钱要供全家人生活却仍然显得捉襟见肘。因为上初中的孩子每月的开销,就得花去我们收入的一大半,所以这日子过得总是紧紧巴巴的。

老妈有一双雾里看花的慧眼啊,她针对我写作和口才不错这点能耐,在她的看护班附近的一个小区里,买了一套两室的二手房,让我开了个辅导班。于是,我以辅导学生语文课和教授作文培训为主,兼顾做我的自由撰稿工作。这样一来,我家每月都增加了三千多元收入,供一个孩子上学也绰绰有余了,而且,每月的银行账户上都有了一些存款入账。

老爸看到老妈退休后不到两年时间,就把两个儿子的家庭生活水平提高了一个档次,佩服得不得了。也常常来看护班和辅导班帮忙,不是帮着买菜择菜,就是帮着接送两个班的学生上下学,还说这是妇唱夫随,老有所为。



开拓市场创效益

20日,湖北金兰(赤壁)特种金属材料有限公司员工在生产。该项目位于赤壁市光谷工业产业区,总投资1亿元,是一家从事各类有色金属、不锈钢和钢的复合材料研发、生产、销售的高新技术企业。

公司今年8月建成投产以来,积极开拓国内市场,产品先后销售到国内20多个省市自治区,并广泛应用于航空航天、石油提炼、造船、盐化工、电力等领域。

目前,公司产销两旺,预计年产金属复合材料1万吨,产值可达2亿元。

记者 袁灿 摄

企业家必须过“三关”

近年来,鞋服行业处于低潮期。福建的服装企业接连爆出老板跑路的新闻。今年7月,福建服装商诺奇公司董事长,卷款2亿失联。9月,原安踏供应商,福建索力鞋业老板携款跑路。这些跑路事件不仅引爆了当地的信任危机,更多的则是福建服装企业“寒冬”是否再次来袭的追问。身为泉州鞋业副会长,许景南有着更直观的思考。

他说,这个现象是前面几年的社会浮躁所出现的一些问题,经济下行当然是一个方面了,但是主要也是一个浮躁的问题,我们现在经济全球化、价值观多元化。但你作为企业家,应该把这些有用的东西为你所用,千万不要去拿些没用的乱套。

作为一个老板,要过三个关,第一个就是淡季关,你旺季很轻松,但是淡季呢?淡季你怎么办?这些工人怎么养,所以你要防止这些淡季的出现,怎么平衡这些东西。一个就是还款关,大家都讲借钱难,其实借钱是很容易的。还款难,你把人家钱借来了,用在固定资产投资,用到设备投资,你还款怎么办呢?所以你要考虑到还款。第三是年关,年底到了,平时都是材料供应商跟你做,到年底人家要成本了,你不要不要付钱,奖金要不要付,所以年关也是一个大关。作为一个企业家,你没有这三关,这三关过不了,你怎么当企业家,你怎么当老板。

企业家应创造价值

现在,很多人把价值观多元化,很多东西套来套去,最典型的就是羊毛出在猪身上,首先圈地,圈钱,圈项目,做成功了是他本事了,做不好叫猪老板去买单,他自己一走了之,人能走到这一步,哪有什么价值,哪有什么意义。我很反对这种羊毛出在猪身上,企业家就该实实在在,为社会创造价值,为顾客创造价值。



进店的都是潜在顾客

记者 王莉

在购物公园潮流服饰世界一楼,卖服装的店铺有数百家,但只有李迎春的“魅色”服装独树一帜:价格比周边的高,但固定粉丝却不少。李迎春说,青春花季更需要高品位的衣物妆点出绚烂的色彩。

5日中午,记者看到李迎春时,她正在店里帮顾客搭配衣服:“这种前短后长、侧边开片的衣服很修饰身材。”“这种韩版大衣,今年非常流行,穿着看似有点大,其实是今年的潮流……”果然,在李迎春的建议下,试穿衣服的顾客对着试衣镜,满意地笑了。

即将年满29岁的李迎春,眉角露笑,像充满青春活力的90后,的确,她的店子也像她的外表一样年轻,但她却有自己的一套生意经。

今年3月,以前从事设计、后来在家带儿子的李迎春决定走出来,做点适合自己的事业。考察再三,她在购物公园小吃街旁的众多店面中,盘了一个门面。

周边的服装店,顾客定位是大学生,所以在衣服款式和价格上,比较倾向于款式潮流、价格亲民。这个地段的定位给李迎春带来了烦恼。

“我不想进那些便宜而且质量差的衣服,而质量好的衣服,价钱就高些,怕留不住顾客。如何在这个地段留住回头客,成了我要突破的难题。”李迎春说。

尽管从业时间不长,但李迎春摸出一个规律:顾客第一次进店看衣服没买,没关系,第二次、第三次呢?识货的人心里有杆秤,她们总会分辨得出衣服的质量和性价比,所以,对待每一位进店的顾客,无论买不买,李迎春都热情相迎,她相信:每一个进店的人都是潜在客户。

在她耐心热情的服务下,她的客户资料册里,已经记录了几百个顾客的资料。“记录这些客户的资料,是了解他们的风格和喜好,为店里上新货找准定位,同时有了新的款式也方便发送短信通知。”李迎春介绍。

如今,李迎春的服装店已经拥有了一大批忠实粉丝,在她看来,品质是留客的基础,热情是留客的手段。



许景南:匹克集团董事长,“2012中国经济十大领军人物”。许景南身家数亿,但你很少在豪车、游艇俱乐部的VIP名录上见到他。

2005年12月的一天,常看NBA的中国观众惊讶地发现,在球场旁的广告牌中显示着四个显眼的字,“中国匹克”。至此,这个1988年发迹于福建泉州的制鞋代工小厂,仅用17年时间,就以中国运动品牌首位入驻NBA赛场的身份,与耐克、阿迪达斯并肩站上世界级的秀场。匹克当家人许景南,在告知签证官以赞助NBA而赴美时,却因为被质疑说谎,差点没能见证这一时刻的到来。