

突破发展“壁垒”
“量身定制”解决方案

——衡阳市企业发展“船山论坛”（第十一期）举行

■文/本报记者 向吟吟 罗文鹏 图/本报记者 王瞿

6月6日下午，衡阳市企业发展“船山论坛”（第十一期）在船山书院举行。来自金融、科技、制造业、投资等领域的“大咖”们，聚焦企业转型、产品定位、品牌营销、市场融资等问题倾情献计、精准支招，帮助路演企业对接资源、突破发展“壁垒”，“量身定制”解决方案，助力衡阳企业持续健康发展。



路演企业

湖南金昌生物技术有限公司

该公司以茶油为核心，在古法压榨的基础上辅以先进现代化工艺生产茶油产品，并对茶油进行深加工，开发了“茶一派”系列洗洁、护肤类产品，曾荣获中国旅博会银奖、国际森林博览会金奖等。目前，公司与美肤宝、法兰琳卡、滋源、韩后等国内外日化品牌企业签订了长期供货协议。

向数字化转型，提升产品和企业知名度

导师支招

杨冰之：在市场营销上可以借鉴一下东阿阿胶的营销方式，聚焦产品的健康、无添加等特点做一个大健康方案，打造大健康板块链。
进入大数据时代，要利用互联网的力量，让产品更加贴近客户，尽快实现企业的数字化转型。
周悒：你们有这么好的产品和规划，如何在新经济模式下做到快速突围？
第一要做好市场环境分析，日化市场是个红海市场，必须针对目标客户“对着干”，同时要利用好产品无防腐、好携带等特点，做到“与其更好，不如不同”，形成差异化竞争优势。同时，讲好品牌故事，引起消费者和用户的共鸣。
第二要做好品牌战略定位，打造自己专属的爆品，将客户流量转化为“客户留量”，将目标客户人群变成忠实“粉丝”。
石喜艳：产品研发并非多就是好，而是分步骤、分过程的。我认为可分三步走：市场走一批、开发一批、预研一批，一切都围绕着用户的需求而进行。而不是一股脑地研发很多产品，却没有一个能好好消化，这样的研发产生不了价值，而且会进入一个死循环。
赵国华：企业要想在竞争激烈的市场上占有立

足之地，无非是把握好两个定位，一个是产品本身的定位，一个是消费人群定位。做好这两个定位后，集中精力、财力、物力做好拳头产品，盘活资源做大做强，争做行业标杆，扩大市场份额。
毛乾锟：企业的健康发展战略上必须有清晰的聚焦，要打造具备核心竞争力的产品，通过增强用户对于产品的认知和接受来打开知名度。
另外，企业在油茶种植和深加工方面有优势，也申请了专利，是不是可以考虑在产业链前端多赋能、多合作、多推广，进一步扩宽用户和市场。



路演企业

湖南海联三一小苏打有限公司

公司创立于2003年，是一家集采矿、生产、研发和销售为一体，主要产品为小苏打、纯碱，外销80多个国家和地区。目前，海联三牌小苏打、食用碱系列已经在全国沃尔玛、步步高、大润发及衡阳本地的香江百货等超市热销，线上的京东和天猫也开设了旗舰店。

提升核心竞争力，把小产品做成大品牌

导师支招

杨冰之：海联三一从一个化工企业转型为走向千家万户的新零售业企业，这是一个非常大的转型，要以数字化转型为支撑，重点聚焦品牌认知，通过互联网大数据来建立口碑，让你们的成为美好生活的象征，不断提升市场核心竞争力。
赵国华：海联三一在产品研发、生产方面已经非常成熟，下一步的工作重心应放在产品销售上。进一步延伸销售渠道，通过文化赋能、IP包装、产品包装设计等方式，扩大市场份额，提升附加值。
尹司媛：海联三一实力很强，如果想去引领消费者改变消费理念，做市场引导的话，我建议你做一个市场联盟比较好，单打独斗风险太大。

渠道建设这块，你们有客户基础，可以尝试做一些互联网的基因，将现有的客户进行数据化转化，通过圈粉、涨粉、裂变自建流量，打造自己的品牌营销战略。还有一个就是社群营销，通过微信零售、微商分销进行多级营销。
王合群：当企业的生产技术已经达到一定水平时，就到了渠道为王的发展阶段。拓展渠道需要大量资金，建议采取一些大融资的举措。
另外，产品和企业的定位是密切联系的。先明确企业定位，确立资本思维，与资本市场齐头并进，这样才能把产业做大做强。
潘德亨：如何让你们的一线产品更好地延伸，得到

投资方青睐呢？我有两个建议，第一个是通过直播和视频等模式来做好C端，帮助老百姓“种草”，通过C端扩大整个社会的整体需求量。第二个是在TOB领域进一步拓展，目前二氧化碳和小苏打产品正在成为年轻一代追求低碳低脂的时尚需求，公司可以在这一领域发力，让财务资本、社会资本更好地聚焦于你。
刘锐：小苏打不是一个具备高科技含量、高竞争力的产品，其客户群体非常清晰，主要为女性。你们要根据客户的需求，立足产品包装、推广、渠道进行产品开发，并充分利用社区电商渠道去推广。只要把这个培养消费者用户的想法坚持到底，不断增强客户粘合度，小产品也可以做成大品牌。



路演企业

衡阳市裕峰影视传媒有限公司

公司创立于2012年，是一家集户外广告、社区媒体、线上媒体、影视拍摄、品牌全案运营于一体的广告传媒公司，在全市具有一定的市场占有率。其中，户外LED广告屏占全市73%以上，电梯广告占全市四分之一，户外广告大牌30余个，商场广告云播机100余台。

扎根湖南市场，坚定做好地域性企业

导师支招

杨冰之：在互联网领域，价值创新的点非常多。要有效采集数据，通过媒体的传统价值平台发挥经济效应，快速向数据世界转型。
石喜艳：在你这一行，技术壁垒并不高，建议企业从市场、资源两个方面做到极致，积极与国内头部企业合作。办企业不一定非要自己单打独斗，应该是把各自有限的资源整合起来，共同去开拓市场。
励凌峰：我们正在做一个工作，对全市劳动力做一个数据的排摸和收集，将成立一个人力资源产业园。一方面，这个有可能成为你未来广告营销的数据源和业务来源，是我们之间的第一个合作点。另一方面，你们在从事传媒工作的过程中，做了很多的数据化或者数据收集的工作，你将信息反馈过来，对我们也会是一个很好的助力。
潘德亨：最近物业公司在资本市场估值特别高。但很多物业公司跟我们讲，以前你们“瞧不起”物业，于是一不留神，就出了一个分众传媒。以前，可能没有土壤和物业公司合作，但现在情况已经发生变化。前不久，中国几大物业公司、地产商成立

了合作公司，未来在小区楼宇广告这一块，他们可能会成为你很重要的一个合作伙伴。
林志鹏：你的数据能帮你提升广告溢价，建议你进一步细化数据，创造更多应用场景。你的设备开辟了公益广告时段，在电梯停电的时候可以提供一小时的电源补充照明，并提供报警功能，这是一个很好的战略考虑。这种结合有非常好的正向效益，一般传媒公司很难有这样的内容，为你们点赞。
刘锐：建议企业进一步精准定位，坚定地做好一个地域性企业，扎根在湖南，将市场影响力辐射全省。

第四个功能是政策指导和政策对接。作为企业方，有时对政府的相关政策把握不是很准。最好的方式就是通过展示让政府了解企业，有针对性地提高服务职能。每一期船山论坛，朱健市长都亲自参加，各相关职能部门负责人也会到场聆听，所以说这是一个企业熟悉政府政策并获得政策指导的好平台。
到今天，“船山论坛”已经举办了十一期。我看到许多企业借助这个平台成功找到了合作伙伴。祝愿衡阳企业，包括来衡参加论坛的导师，能借助该平台把企业做得越来越好！

这是我第三次参加“船山论坛”。个人认为，这个论坛具备了四大方面的功能，对促进衡阳企业发展起到了积极的作用。
第一个功能是促进企业交流。通过这个平台，让更多的人能了解路演企业，也让路演企业能够找到更多的合作伙伴。
第二个功能是为企业发展提供意见和建议。俗话说，“身在庐山中，不知庐山真面目。”我们有时候不能够很清晰知道自己在问题在哪里，但导师、专家能以“局外人”的视角发现问题所在，并帮助解决。

导师团总结点评

“四大功能”助力企业发展

■刘锐

第三个功能是金融对接。经营企业没有不缺钱的，包括金融投资机构也缺钱，大家都需要有一个金融对接的平台，而“船山论坛”很好地担当了这个角色。

导师简介



刘锐，上海将邑智能科技有限公司、上海子春初十电子商务有限公司、上海小板凳农业科技有限公司董事长。



杨冰之，国脉集团创始人、董事长、首席架构师、首席研究员，浙江大学客座教授，著名互联网、经济学、大数据、物联网与智慧城市研究专家。



石喜艳，湖南优美兴科技发展集团有限公司创始人、董事长，湖南凤栖互联网技术有限公司创始人、董事长。



周悒，上海交通大学海外教育学院副院长、上海交大海外“中国最佳企业大学排行榜”发起人、主评委，上海市商业保理同业公会副秘书长。



赵国华，上海交通大学设计研究总院副院长，上海交通大学ppp研究中心咨询部主任、中国技术经济协会投融资分会理事。



潘德亨，红星美凯龙新零售集团投资副总裁，广东三维家信息科技有限公司董事、北京国富纵横文化科技咨询股份有限公司监事。



林志鹏，北京无限向溯科技首席执行官，广东省商业地产协会理事、中国景区联盟理事。



励凌峰，上海圣博华康城市规划咨询有限公司董事长，上海现代服务业联合会副会长，长三角十大文化创意产业领军人物。



王合群，工信部人才交流中心智库专家，万宝盛华（中国）发展规划专家，上海瑞力基金（中智人力资源基金管理机构）投资总监。



尹司媛，孝安投资管理公司合伙人，集沙成塔科技董事长，专注于产业规划、招商运营及智慧城市领域研究。



毛乾锟，上海依梧信息科技有限公司总经理、上海乾动新能源科技有限公司CEO，筋斗云出行共享电单创始人。