

“错过家门口的林交会就是过错”

菏泽林产品企业借助林交会提升品牌知名度

本报菏泽9月20日讯(记者董梦婕)“错过在自家门口举办的林交会,那就是我们企业的过错了。”伴随着第八届林交会的举办,菏泽众多木材企业积极参与林交会,边了解市场动态学习发展经验,边宣传推介企业的产品和品牌。

“首次参加领林交会时,公司规模并不大,所展示的商品以低档次包装板为主,借助林交会这一平台,将‘绿牡丹’这一品牌推向了全国市场。”山东菏泽绿森木业有限公司总经理秦继军告诉记者,客户对品牌都有一个认识的过程,公司自成立后就积极参加各类展会,主要目的在于提升品牌知名度,市面上的同类产品太多,有了品牌就有了市场。

秦继军指出,无品牌并且生产产品单一的木材生产企业不仅赚取的利润低,而且在原材料竞争强度大的情况下,生存很困难,所以打造品牌的关键是提升公司的技术含量和企业产品的环保性。

山东省东明县百盛木业有限公司经理辛丰轩告诉记者,公司以生产模板为主,每天能生产两三千张模板,但是每张模板仅能挣4、5角钱,目前市场上模板的占有率太大,利润低致使生意越来越难做。由于没有自己的品牌,宣传推介公司产品时候遇到很多阻力,对于他们来说,林交会成为一个展示企业产品的绝佳平台。

据了解,每届林交会不仅能使参加企业更全面地了解市场动态,也为各企业开拓市场提供便利。记者采访多家中小木材企业了解到,他们主要占据低端木材市场,每年林交会的举办成为菏泽中小企业宣传的平台,各企业都会使出浑身解数努力提升自己公司的形象并推广产品,力争开拓更大的市场。

◎菏泽声音◎



借助林交会寻觅传承人

在林展馆曹县展区,一件件巧夺天工的木雕作品吸引了大批的观众驻足观看,大家纷纷惊叹“如此精美的作品是怎么做出来的。”一旁的曹县云龙木雕工艺有限公司工作人员李字雷向大家介绍到,公司总经理蔡秀芳是山东省非物质文化遗产曹县木雕传承人,公司有30余名雕刻艺人,这些都是他们的精雕系列产品。

据介绍,这些作品都是从复古角度出发,依靠现代做工手法,精选小叶紫檀、海南黄花梨等各种珍贵木材,采用当地传统轩雕技术,体现了全新中国化设计的理念。这些产品都价格不菲,动辄上万元。

“我们参加林交会除了宣传品牌联系客商之外,还想吸引喜欢木雕的爱好者来从事这方面工作。”李字

雷说,“木雕做起来很困难,心不细是做不来的。”据介绍,做木雕要先画图,再靠纯手工一刀一刀制作,耗费很长的时间才能完成一部作品。

李字雷说,他们希望通过林交会的展览,能吸引更多的年轻人投入到木雕事业中,这样才能把优秀文化遗产传承下去。

本报记者 李贺



“林交会就是我们的新品展”

在巨野展区,许多走累了的人坐在福宝马利莱家具公司的参展沙发上不愿起来,“走累了在这里休息一下,这里的家具也很新潮。”市民刘先生掂着刚买到的大包小包物品坐在沙发上惬意地说。

“这些家具都是我们今年的新款式,看上去都很时尚。”福宝马利莱经理黄显春

介绍,“我们每次参加林交会都是把当年的最新款式产品带来,也把最漂亮的一面留给客户,可以说每年的林交会就是我们的新品展。”

不但如此,据黄显春介绍,他们还邀请了公司所有的老客户来参观林交会,林交会也成了他们和老客户的洽谈会,老客户可以在这里看到其公司全部的新产品。

经过这几届林交会的推介宣传,该公司从年产值六七十万发展到了现在的三四百万,“林交会每年都能为我们带来许多的新客户。”黄显春说,有的客户也并不是当场签下订单,有许多是看到产品不错就索取了联系方式,林交会之后再与他们联系。

本报记者 李贺



“林交会帮我们来做品牌宣传”

在巨野展区,鲁达木业的实木家具吸引了许多前来参观的市民。家具制作工艺简洁大方,身处其中使人心情舒畅。据公司经理任满介绍,他们公司是第一次参加林交会。由于是新品牌,这次来参展主要是为了品牌宣传。

其实菏泽许多家具企业都是在为大企业代工贴牌,自己的品牌并不多。任满向

记者介绍,没有自己品牌,生产出来的家具利润是很低的,企业抗风险能力也很弱。

正是认识到了品牌对一个家具生产企业的重要性,鲁达公司从创立之初就坚持打造企业的产品品牌,走实木家具路线。

“鲁达木业在巨野已经有了比较高的知名度,但是毕竟是刚刚起步,希望通过林交会这个平台宣传企业

品牌,扩大企业知名度,这才是我们这次参展的目的。”任满说。

“别人都有宣传彩页,你们怎么没有啊?”记者感到意外。任满笑着解释说,“昨天一天发了几百张企业彩页和名片,我们第一次参加林交会,实在是没想到林交会这么火爆,明年一定要多准备一些。”

本报记者 李贺

浅谈“走基层、转作风、改文风”活动

日前,中宣部等五部门统一部署开展了“走基层、转作风、改文风”活动,这是全国新闻战线认真贯彻落实“三贴近”、增强新闻宣传吸引力、感染力的重要途径,更是加强队伍建设、提高新闻工作者综合素养的有效举措。我认为此次活动是新闻工作的指导方针,是创作新

闻精品的必由之路,也是对坚持“三贴近”的进一步深化和提高,更是一次提升采编业务素质和能力的大练兵。

走基层是转作风的基础。基层一线是新闻工作的源头活水。深入基层,才能把握时代脉搏,拓宽视野胸襟,把党和政府声音送到千家万户,进一步密切同人民群众

的血肉联系;转变作风,才能以群众为师、向群众学习,从火热的社会生活中提炼报道主题,挖掘报道素材,丰富报道内涵;改进文风,才能让新闻生动鲜活,群众喜闻乐见。记者只有投身于实践,扎根于基层,服务于群众,才能更好的履行好职责,才能写出更加优秀鲜活的稿件。

转作风是决定文风的根本。党风决定着文风,文风体现出党风。在我们的新闻队伍中,也存在着一些不良风气、不良作风与不正之风,主要表现是官僚主义、形式主义、文牍主义作风严重。改文风,关键得从改变和改进思想与工作作风做起,从坚持实事求是做起,从树立务实

的作风做起,倡导清新朴实、生动鲜活、言简意赅的文风,真正做到实在人、写实在文、讲实在话,干实在事。

改文风关键要深入基层。文风,一直困扰着新闻写手,要用群众的语言,用群众喜闻乐见的形式来表现,不能太格式化。下基层的稿件必然现场感强,语言也就比较活泼灵动

而不会呆板。新闻工作者改进文风,应当深入基层,在实际生活中“望闻问切”,使思想和文字体现时代要求。群众的思想最鲜活,群众的语言最生动。深入群众,就进入智慧的新天地,语言的大课堂,我们的讲话、文章就可以有的放矢,体现群众意愿,引起群众共鸣,激发群众干劲。(孟林)

带空调的奇瑞电轿菏泽上市

科技含量高、价格低

近日,爱车一族期待已久的奇瑞空调电动轿车正式登陆菏泽,因为科技含量高,价格低,容易驾驶,倍受菏泽市民欢迎,购车者络绎不绝。

作为国家扶植的大型专业汽车生产厂家——奇瑞集团从2001年就开始从事新能源汽车研发,承担了很多国家课题,仅去年就投入24亿元进行电动汽车研发,积累了丰富的经验,解

决了众多技术难题并获得了众多专利。奇瑞自主研发的整车控制器不仅能满足整车动力性、经济性、安全性等需求,而且具有成本低、体积小、可靠性高等特点,此次上市的空调电轿,科技含量高,价格低。

目前上市的QQ3纯电动汽车,是经济高效的小型交通工具代表者,也是首款量产纯电动经济型电动汽车。奇瑞旗

下的这款“明星产品”QQ3纯电动汽车已获得国家汽车产品公告,并通过安全碰撞测试,行驶起来更加安全、放心。目前上市QQ3EV采用自动挡操控,简单便捷,充电方便,民用220V即可,随处可及,安全方便。

作为国内知名的自主轿车品牌,奇瑞拥有多年生产小车的成熟经验,这款QQ3纯电动汽车除了技术成熟、安全可

靠等产品优势之外,还享受2年/4万公里的整车质保和便捷的售后服务。

位于菏泽市人民路一中分校南500米路西的正邦电轿行,是奇瑞电动轿车菏泽指定经销商,为方便菏泽市民赏车试车,公司开通预约咨询电话0530—5079898、13805300911、鄆城:6232888,巨野:8311198,单县:18854032103欢迎垂询,同时诚招空白县代理商。



最终解释权归当地经销商所有
奇瑞新能源汽车菏泽经销商 地址: 菏泽市人民路一中分校南300路西
销售热线: 0530—5079898 服务热线: 0530—5709696
菏泽正邦电轿行 鄆城: 0530—6232888 巨野: 1590941141 单县: 13954076150