

品牌之魂 创新之美

——上海市品牌培育示范企业入围企业展示（二）

编者按

目前，2018年度市级品牌培育示范企业评审工作已全面展开，本刊收集了部分初审通过企业的材料，展示过去一年里优秀企业在品牌培育、品牌创新、品牌建设方面的精彩实践，以供交流互鉴。

漕河泾创业中心：打响创新创业服务品牌 发挥科技创业平台效应

企业简介

上海漕河泾新兴技术开发区科技创业中心（简称“创业中心”）是全国行业内首家通过ISO9001国际质量体系认证的创业、创新孵化园区，率先实行了标准化战略，创造了全国业内的多项第一。2010年被亚洲孵化器协会评为“亚洲最佳孵化器”；2011年发布国内首部《高科技园·孵化器双创服务标准体系》；2014年被共青团中央授予全国青年创业示范园区，创造了绩效卓越的中国孵化器发展的新模式——中国孵化器发展之“漕科创模式”，成为引领科技创新创业服务行业综合质量水平的标杆企业。

在国家商务部刚刚公布的2018年度国家级经开区综合评价中，漕河泾开发区综合排名第十、科技创新排名第七。截止2018年底，开发区科技企业和科技服务机构数达3398

家，同比增长6.7%；开发区从业人员拥有有效发明专利数达到296.4件/万人，超出上海市47.5件/万人有效发明专利拥有量的6倍，处于国际领先水平。

品牌创新&品牌培育

围绕全市打响“四大品牌”战略全局，创业中心致力于建设世界级品牌园区。新型孵化器品牌“创营Innoclub”，为创客提供柔性的办公空间、精益的孵化服务、前沿的科技

资讯、优惠的政策扶持以及实用的创业指导，相继开启了“创营·ICE”、“创营·科技绿洲”、“创营·宝石园”等三处众创空间载体，并主动对标国际创新高地硅谷，与美国硅谷顶级孵化器Founders Space、澳大利亚顶级孵化器Fishburners、DEMO SPACE等知名孵化器（科技园区）打造联合孵化空间。

每年，国家级、市级、区级等各级委办局都会发布大量惠及大中小科技型企业的科技创新政策，但这些新政策很难与企业及时对接。为解决科技创新政策“最后一公里”的难点痛点，创业中心打造和升级



了“漕河泾开发区企业政策联络员”品牌,形成了“政策信息推送+政策培训宣讲+政策服务上门”三级科技创新服务模式。

如何促进产业之间越界、融合、升级,引导区域政产学研协同创新,是创业中心一直以来亟需研究的课题。2018年,创业中心重点打造了全新品牌活动——“观漕”科创企业沙龙,聚焦尖端行业“产学研政”协同创新。每年邀请行业500强、知名科创企业、高校院所等优秀企业家、研究学者参加,以深度分享、融合创新为主旨,为企业提供解决当下困难的开放性渠道,加强大中小企业的融合融通,促进科创生态圈的建设。

强生出租:安全出行——百年强生的品牌之本

企业简介

上海强生出租汽车有限公司是上海强生控股股份有限公司的全资子公司,其前身是创业于1919年的中国第一家出租汽车民族品牌——上海祥生汽车公司。百年风雨,成就了强生国内规模最大、服务质量最优、品牌价值最高的巡游出租汽车服务品牌。公司目前拥有出租汽车近12000辆,约占上海市出租汽车总量的25%,是上海乃至中国最大的出租汽车经营商;建立了信息化、网络化、数字化的经营管理平台,目前“62580000调度中心”日均调派车次达2.6万次以上,占上海市出租汽车电话叫车总量的70%;以“乘客至上、信誉第一”为宗旨,是我国首家通过ISO9002质量体系认证的出租汽车公司;自2011年以来连续八年保持上海出租汽车行业乘



客满意度第一的市场评价。

近年来,强生出租经过不断深化拓展提炼强生品牌的内涵和外延,形成“安全铸就品牌,服务创造价值”的品牌核心价值观。

品牌创新&品牌培育

百年历程为强生出租识别乘客服务需求、保障乘客安全积累了丰富经验,并固化为质量管理体系的《安全防护管理程序》。尤其2018年滴滴顺风车事件后,强生进一步梳理、细化安全管理的做法,把品牌服务的安全性放在突出地位,通过持续创新保障乘客安全出行,形成了系统周密、区别于竞争对手的强生品牌文化。2016~2018年,公司安全费用累计投入4.15亿元。

首先,依托科技创新,在技术层面提升安全服务。比如,在本市率先开发运用车载DVR装置,可全程拍摄、保存车厢营运服务过程,为保护乘客的人身不受侵害、找回乘客失物等提供支持;安装超时超速记录装置,通过后台记录驾驶员影响行车安全的超时、超速行为,成为安全管理的有效抓手,也为驾驶员的日常

教育和绩效考评提供依据;开发车载黑盒子,实时记录发生道路交通事故的信息数据,对分析事故,吸取教训,开展针对性的安全行车预防教育的最直接的资料;引入支付宝金融级出租车人脸识别装置,控制驾驶员人证不符现象,还可对驾驶员营运异常状况,如疲劳驾车等实施报警,是目前国内出租行业应用最先进的技术等。

其次,通过服务创新不断践行品牌的安全承诺。2019年“3.15消费者权益日”之际,推出62581111“佳丽服务热线”服务产品,专门针对单身女性夜间(23:00-02:00)要车需求,提供安全的服务,并保证即时供车(若不能,承诺予以乘客20元赔偿)。为保证服务践行服务承诺,强生62581234乘客服务热线受理投诉举报,一经查实严肃处理。

第三,通过制度创新保障安全出行。通过建立标准化体系支持品牌培育,支持安全出行。为保障乘客携带物品的安全,强生专门制定了《乘客携带物品管理程序》、《强生出租公司乘客失物管理办法》等

严格的规范管理流程,使乘客物品处于安全的受控环境之中。作为“轮子的企业”,强生专门制定《道路交通事故处理办法》、《安全行车预防管理若干规定》、《安全行车管理程序》等一系列管理制度,创新安全管理手段,控制行车安全事故,全力保障乘客安全。

书香门地:引领行业创新变革,打造地板界的艺术家

企业简介

书香门地(上海)美学家居有限公司创业于1997年,秉承“让生活空间成为艺术殿堂”的企业使命,倡导“美能增值”的核心价值理念,是中国高端木地板的领导品牌、美学地板第一品牌。书香门地拥有遍布全国近300个大中型城市的超600个销售网点,通过门店零售、网络直销、地产工程、酒店精装,以及国际贸易等渠道,用户遍及全球的几十个发达国家和地区。2016年,公司加快了自主品牌的全球化布局的进程,迅速打开了澳大利亚、美国等发达国家的市场,使书香门地美学地板品牌形象代表中国高端创造获得国际市场的认可。

目前,书香门地取得了国内专利30件、发明专利11件、实用新型专利2件、软件著作权登记31件。迄今20年,书香门地荣获了上海名牌产品、首批“上海品牌”认证单位、中国驰名商标、高新技术企业、院士工作站、上海市科技小巨人企业等诸多资质和荣誉。

品牌创新&品牌培育

书香门地品牌定位为“地板界

的艺术家”。随着供给侧改革的深入推进和地板行业消费升级,越来越多的消费群体对家装地板除了功能性的需求以外,更关注地板所体现的美学态度,往往要求空间“以人为本”并具有艺术氛围和文化内涵,对居家空间提出了更高要求。书香门地以价值链为导向,从美学地板出发,却不止步于脚下,将艺术美学延伸到家居生活的多个维度。

在产品研发创新方面,书香门地将木材纹理本身的美感和绘画、音乐、建筑等各类艺术进行“互文式”的演绎,创造性的呈现出了一款地板一幅画,一款地板一首歌,一款地板一个故事,一款地板一种生态……自2011年起,书香门地更与全球奢侈品品牌施华洛世奇(SWAROVSKI)达成跨界合作,共同研究水晶元素地板、美学地板设计潮流趋势,乃至美学家居潮流趋势。

在质量管理方面,书香门地基于高端品牌定位和消费升级下的综合质量需求,独创了以“标准质量”为前提、以“木质环境质量”为必要条件、以“美学质量”为核心价值的“美学地板三重质量管理体系”,形成了书香门地的质量管理文化和独

有竞争优势。

其中,“标准质量”保障了产品均严于国家标准,不仅通过了国标ISO9001等三体系认证、中国环保标志十环认证、美国CARB/EPA/FLOORSCORE认证,就甲醛等关键质量指标还通过了欧洲EPH(德国)/CATAS(意大利)/日本F4星的检测,参与了7项国家标准起草、5项行业标准起草,8项产品检测参数均严于国标,2017年更获得“上海市企业标准领跑者”5星单位评定,名列行业榜首。

在“美学质量”方面,书香门地每年坚持研究、发布“地板设计潮流趋势”,通过线下活动、新品研发等成功影响品牌渠道发展建设,设计师销售额贡献率由2016年占比30%增长至45%。2018年书香门地开启与中国美术学院战略合作,助力书香门地打造更为体系化的美学品牌文化、美学产品文化,积极探索美学潮流新风向,引领行业创新变革。

在服务方面,基于书香门地全国消费者零散美学地板服务需求,整合形成圈层性口碑品牌:美+服务,为美学地板产品提供全生命周期的服务。☑

