

# 企业家要向唐僧师徒多学习

上海交通大学教授余明阳济宁讲品牌核心价值的建构

文/片 本报记者 贾凌煜

18日,济宁市举办民营经济发展品牌战略报告会,邀请上海交通大学著名教授余明阳,讲解“品牌核心价值的建构”,倡导树立全民创业意识和企业品牌意识。来自全市的100多位听课的企业家听课中忍不住鼓掌致敬,并称受益匪浅。

## 品牌定位决定市场定位

“我不在星巴克,就在去星巴克的路上。”这是星巴克咖啡的广告语。通过这句话,消费者便在脑海中浮现咖啡、异域情调、舒适、高级等画面,更重要的是它还传达了一种轻松体验的因素。星巴克卖得是咖啡,但它卖得更多的是一种生活体验。这个企业的定位就是体验。对众多咖啡店来说,星巴克是成功的案例。

“品牌定位是品牌核心价值的基础。”余明阳称,一个品牌定位的清晰决定品牌战略的清晰,而战略的清晰又决定品牌核心价值的清晰。

“每个城市每个企业都有自己的定位,中国最早有定位的三个城市分别是北京城、广州市、上海滩,这三座城市都有明确的定位。”余明阳向听众讲了他曾参与的一个品牌定位制作,绍兴市原来的定位是“跟着课本游绍兴”,通过几年的实践发现,这个广告语引来的游客多是老人和孩子,而这两种游客的消费力能力有限。另外课本中所讲的百草园、三味书屋等,游客不会再来第二次。

通过和绍兴市旅游局沟通发现,绍兴黄酒非常有名。于是,他把绍兴市的广告语定位为“醉美绍兴”,这下整个消费群体就改变了,极大地带动了整个城市经济的发展。另外,每位企业家应该理性思考“我是谁,我想到哪里去,我怎么去”三个问题,这样才会有一个企业正确的品牌定位。

余明阳称,品牌定位经常遇到挑战,包括多元化、品牌延伸、品牌创新等。多元化诱因一是盈利丰厚,另外就是盈利困难。挑战成功自然好,失败有可能使企业陷入灭顶之灾。中国的企业管理者总是看着别人从事的行业好,自己的不好。

不要盲目进行多元化生产,在今天的中国,你能集中注意力把一件事情做好就非常了不得。广东人做生意有两个秘诀,做生意不先算能赚多少,而是先算会赔多少钱,算不过来行业或产品就不能做。做企业要学会舍得,有舍有得,必要时学会放弃。



余明阳教授在作报告。

### 余明阳语录

1. 品牌定位是品牌核心价值的基础。
2. 企业家应该向西游记的师徒们学习。
3. 真正的大老板,是一个企业乃至一个行业的精神领袖。
4. 在今天的中国,你能集中注意力把一件事情做好,就非常了不得。

## 企业家要有高尚信仰

“优秀的企业家具有的共性理念是责任和快乐。”余明阳说,小老板竞争聪明,中老板竞争远见,而大老板竞争人格魅力。会耍小聪明的老板只能一辈子当小老板,真正的大老板是一个企业乃至一个行业的精神领袖,与人合作总甘愿做吃亏的一方,也只有这样,才能有更多的企业愿意合作,从而把自己做大做强。

一个团队需要五个方面才能取得成功。比如西游记师徒四人能够到西天求的真经,首先他们有明确的目标,就是到西天拜佛求经,不论中间经历了何种磨难和艰苦,都没改变唐僧的目标。其次,这个团队每个人的分工特别明确。唐僧是师傅,孙悟空是大师兄,作为大哥处处冲在前面,而师傅和师弟们有难时又想方设法解救,从不谈自己吃了多少苦。这就是做老大的态度。第三,团

队中每个人的能力结构是高度互补的。而团队中猪八戒也是必不可少的,他的好吃好色,在整个团队中非常活泼,气氛也非常融洽。另外,在团队成员出现矛盾时,总有观音菩萨这个调解机制及时出面平息事态。最后,整个团队文化是特别快乐的,这种打打闹闹的团队成成员亲和力最强,也最具凝聚力。

余明阳表示,企业家应该向西游记的师徒们学习,记住与员工要形成共同的理念,凝聚一股合力,这样才能使企业发展更好。老板最常讲的一句话是员工要把公司当家,而员工想的是老板怎么样才能把我们当家人,给予家人的待遇。因此,有什么样的老板就有什么样的企业,企业家应该树立高尚的信仰、梦想、价值观。“最重要的是,济宁未来的经济走向取决于这些企业的发展方向。”余教授说。

## 一场受益匪浅的报告会

来自全市的100多位企业家倾听了这堂课程。在讲课过程中,余明阳生动的案例,以及幽默的语言,吸引了现场的企业家,他们认真地做着笔记。现场不时传来余明阳和企业家的笑声。

“他的想法很新奇,语言也很幽默风趣,都是我从没接触过的,受益匪浅。”来自嘉祥的一位企业家说,听完他的课程后,他感觉仿佛自己的整个思想都受到了一种洗礼。以前也常读书,不如余明阳教授讲课形象,也容易接受。关于创设品牌的各种知识,在他的各种案例讲解中,便不知不觉地吸收了。

市中区的一位企业家说,他印象最深刻的是余教授讲解的关于品牌性格的知识。企业应根据产品的档次差异、消费群体差异和卖点差异,提炼出与同行竞争对手不同的品牌性格,并将这种性格展现在终端上、广告和公关上,最后

深深地植根于消费者心中。

品牌知名度和美誉度只是品牌表层的识别。品牌核心价值决定着消费者对品牌的系统感受,而且决定着品牌的持久有序的发展。中国的品牌战略已初步完成了品牌常识的普及工作,下一步谁在品牌核心价值的建构上有所建树,谁将掌控品牌竞争的制高点。

济宁市中小企业局局长刘东升介绍,在经济全球化背景下,名牌已经成为衡量一个企业、一个地区乃至一个国家综合经济实力的重要标志。为此,济宁市于2010年就出台了《济宁市品牌奖励办法》,对新获得中国驰名商标的企业,由市政府给予100万元的奖励。对获得山东省名牌、著名商标的企业由受益财政一次性给予20万元以上奖励。截至目前,济宁市中小企业已拥有5个中国名牌,17个中国驰名商标,128个山东省著名商标,139个山东名牌。