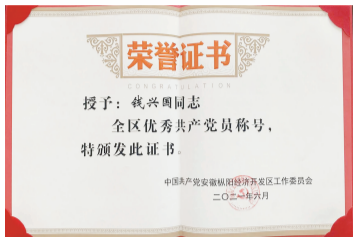


# 精准服务开良方 深度协同共成长



真正的品牌力量,并不总在光鲜的台前,更多时候,它萌生于那些被汗水和信任浇灌的土壤里。在安徽枞阳,钱兴国和他带领的铜陵秋谷企业管理咨询有限公司,以数年如一日的笃定,为区域企业提供着一种“看不见”却“离不开”的深度服务,悄然托举起一批本土品牌的成长轨迹。

## 深扎一线 让服务走进车间



“只有看到真实的设备、听到最直接的苦恼,才能开出有效的药方。”这是钱兴国时常挂在嘴边的话,也是他服务逻辑的起点。在他看来,中小微企业的需求从来不是会议室里“听”出来的,而必须到机器轰鸣的现场去“摸”出来,到生产一线去“挖”出来。

公司构建起覆盖企业全生命周期的服务体系。从注册成立、财务代账、融资对接,到高新技术企业申报、“专精特新”培育,直至技术攻关的深度介入等多个领域,钱兴国拒绝将服务切割成冷冰冰

的模块,而是将其编织成一张有温度的网。他把这种模式称为“车间问诊”——不是隔岸观火,而是置身其中,将外部支持转化为企业的内在动能。靠着这股“扎得深”的功夫,他的团队累计服务超过500家企业,其中深度赋能的规模以上企业36家、高新技术企业10家。安徽华锐服饰、安徽隆信智能科技等一批本土企业,便是在这份长久的并肩前行中完成蜕变,从乡野工坊走向了更广阔的舞台。

这份底气,来自一支“小而精”的团队。钱兴国不仅要求团队持证上岗、专业过硬,更把人才培养的触角伸向更远处,将公司申报为“枞阳县青年见习基地”,亲手带教年轻人,为公司发展也为地方产业升级积蓄后备力量。在他眼中,服务好一家企业与涵养一片产业沃土,本就是同一件事,唯有不断培育专业人才,才能助力企业持续发展。

钱兴国2021年获评“枞阳县经开区优秀共产党员”,2025年被枞阳县委宣传部作为“榜样”人物面向全县宣传,2026年初被安徽省现代服务业联合会评为“现代服务业先进个人”——这些身份化作了他日常经营的准则:对诚信的坚守、对合规的敬畏、对品质的执着。

比指标攀升更可贵的,是钱兴国对责任的理解。他始终认为,一家企业服务公司的边界,不应止于商业契约,而应延伸到更广的社会生态中。

在枞阳县纺织服装协会的座谈会上,他为企业家们带去一场“中小微企业涉税风险识别与防控”的务实分享,引导企业将合

## 守正求新 以专业淬炼品牌

与此同时,他持续将先进理念注入企业血脉,先后赴上海交通大学、中国科学技术大学、浙江大学等高校深造,拿下CEFE赛飞创业导师资质,入选铜陵市创新创业企业经营人才。他精心培育“秋谷香”服务商标,又前瞻性地布局了“白云青鸟”“甜企”“枞美”等商标,构建品牌

矩阵。更关键的是,他将数字化视为品牌升级的关键棋,带领团队自主研发《信息化科技服务管理平台》《一站式企业大数据处理系统》等软著,用数据精准画像企业需求,让“诚信专业、精准高效”从一句承诺变成可追溯的标准。

公司先后获评“铜陵市大数

据企业”“全国科技型中小企业”,2024年更是迎来关键一跃——不仅跻身“铜陵市中小企业公共服务示范平台”,还作为铜陵市唯一上榜企业,摘下“安徽省信息消费体验中心”称号。这些资质的叠加,从侧面证明,在服务品牌的世界里,专业本身就是最好的语言。

## 协同发力 搭平台共促成长

规做成常态化课题。类似的场景,也出现在劳动关系政策解读、安全生产提醒等一次次走访中。面对青年群体,他将公司变成“创业第一站”,为大学生、退役军人、返乡农民工等免费提供创业辅导和注册服务,把创业门槛降下来,让更多人有机会迈出第一步。作为枞阳县枞阳镇人大

代表,他参与“五经普”等政府专项工作时同样一丝不苟,确保每一份数据背后都是真实的发展刻度。

未来,公司将以省级示范平台为依托,整合省内外高校与科研院所的智力资源,围绕纺织服装、汽车新能源配套等主导产业精准发力;深化数字化

服务手段,让融资对接和技术匹配更加高效;同时,以行业协会为纽带,推动产业集聚,培育新质生产力。钱兴国想要打造的,不只是一家成功的公司,而是一个能够持续赋能皖南中小企业的综合服务平台,一种能够让更多企业主坚定信心、抢抓机遇的生态气候。



# 守正创新 徽酒飘香

在中国黄酒的版图上,徽派黄酒是一支不容忽视的力量。而在徽派黄酒的传承谱系中,扎根于皖东南的安徽古南丰实业股份有限公司(以下简称“古南丰”),用近四十年的时间,完成了从地方小厂到行业标杆的跨越。这家集黄酒研发、生产、销售、粮食种植、文旅融合于一体的现代化酿酒企业,以其深厚的文化底蕴、鲜明的品质追求和持续的创新活力,书写了一份关于品牌高质量发展的生动答卷。



## 老坛里的新故事

如果说坚守传统奠定了品牌的厚度,那么拥抱创新则决定了品牌的高度与广度。古南丰的可贵之处在于,它没有将“老字号”的身份视为因循守旧的借口,而是将其当作锐意进取的基石。面对健康消费和年轻市场的双重浪潮,企业在恪守非遗工艺精髓的同时,主动围绕产品、渠道和产业模式展开了卓有成效的探索。

在产品端,古南丰依托自主专利技术和产学研协同攻关,先后研发出发酵型枸杞黄酒、富硒黄酒、冰雕黄酒和气泡黄酒等一系列新品。这些产品并非对传统的颠覆,而是对传统的延伸——它们依然植根于黄酒的酿造逻辑,却在风味、口感和消费场景上积极与当代生活接轨。尤其是气泡黄酒等年轻化产品的出现,打破了消费者对黄

酒“老旧”的刻板印象,让古老的酒种与年轻一代建立起情感联结。在渠道和产业模式上,企业同样展现出动态创新的智慧。古南丰深耕长三角核心市场,凭借过硬品质和稳定供应,与区域合作伙伴建立起牢固的产业协同关系;积极布局天猫、京东、抖音等电商新零售平台,构建起线上线下双轨并行的销售体系,线上渠道已成为重要的新增长极。与此同时,企业还通过建设绿色原粮基地、打造徽派黄酒生态园,将一产种植、二产酿造和三产文旅深度融合,让消费者不仅能够品尝黄酒,更能够走进黄酒、理解黄酒。这种全产业链的体验式布局,让品牌从货架上的一瓶酒,升维为可感知、可参与的文化体验。从带动周边村民就业增收,到

积极参与“万企兴万村”行动,古南丰还将品牌成长与社会责任紧密结合,让企业发展与乡村振兴同频共振。这种超越商业本身的价值追求,为品牌注入了令人信赖的温度,也让“兴民族产业、创国酒名牌”的战略愿景变得具象而可感。

在中国品牌日这个特殊节点回望古南丰的历程,它向我们展示了这样一个朴素而深刻的道理:一个优秀的品牌,必然同时具备守护传统的文化定力和拥抱变化的创新能力。前者决定了品牌的识别度和根基,后者赋予品牌与时俱进的活力与势能。在打造徽派黄酒标志性品牌的道路上,古南丰以时间慢酿书写品质,以匠心独运对话时代,它的每一步成长,都是中国品牌高质量发展宏大叙事中的一个生动缩影。

## 小缸里的“大乾坤”

品牌的形成,从来不是一蹴而就的营销奇迹,而是漫长岁月中价值坚守的结果。古南丰的品牌底气,源自它对传统酿造技艺的敬畏与传承。在工业化生产高度发达的今天,企业依然坚守省级非物质文化遗产“本坊小缸酿造技艺”。这并非一种简单的生产选择,而是一种文化态度——小缸酿造意味着更精细的工艺控制、更长的发酵周期和对微生物环境的深度依赖,它看似与大规模标准化生产“背道而驰”,却最大限度地保留了一瓶黄酒应有的风味层次与个性表达。

为企业赢得了“安徽老字号”“国家地理标志保护产品”和“中国驰名商标”等一系列权威认证。更重要的是,古南丰由此确立了自己作为徽派黄酒乃至全国黄酒行业中的独特坐标。它没有盲目追随其他派系的风格,而是坚定地挖掘徽派黄酒“本坊、小缸、慢酿”的核心价值,将地域文化转化为品牌辨识度。当消费市场开始告别同质化风味时,这种源自特定地域、特定技艺的“独特性”,恰恰构成了品牌最坚固的护城河。古南丰用近四十年的实践说明了一个道理:真正的品牌,是在对自身文化根脉的反复确认中生长出来的。

这份对传统的虔诚,

