

BrandZ 前十强首现中国身影 品牌国际化道路该怎么走?

6月6日,全球最大的传播集团WPP在英国伦敦发布2017BrandZ全球最具价值品牌百强榜,中国公司腾讯名列第8,成为史上首次进入榜单前十名的中国公司;此前,中国国务院批复国家发改委,同意自2017年起将每年5月10日设立为“中国品牌日”。

中国品牌如何讲好中国故事,如何创造品牌价值,如何走向国际舞台成为关注焦点。13日,腾讯云下午茶举办主题为“中国品牌全球化”的圆桌讨论会,与会嘉宾为中国品牌“出海”建言献策。

商务部中国服务外包研究中心副主任邢厚媛认为,判断一个品牌是否走向国际市场,考察其国际知名度、忠诚度以及品牌价值是一个重要的方法,而中国品牌国际化出路在四个方面。

首先要改进国家品牌形象。邢厚媛指出,国家品牌对一个企业或者产品品牌的国

际影响力的贡献度高达29.8%,所以要从国家层面去鼓励企业创新、保护知识产权、提高产品的质量等以塑造国家品牌形象。

其次要提升企业品牌国际化能力,包括激发企业品牌意识进一步觉醒,帮助企业进行国际化战略规划,扩大品牌推广投融资,以及品牌人才培养和团队建设等。

第三要夯实品牌成长的国内市场根基,“有了扎实的国内基础,才可以更好地在海外扬帆起航。”

最后要发挥信息化强国优势。邢厚媛认为,因为“互联网+”使得中国有机会实现弯道超车,通过跨境电子商务,通过网络品牌塑造工程来打破现有的国际营销体系。

“中国品牌在成功走出去的过程中,软实力特别重要。”北京大学新媒体营销传播研究中心研究员马旗戟表示,此前有研究显示,一个国家,一个经济体或是一个企业的

品牌,必须依托于所在经济体的文化与体制制度而建立起来。

他告诉记者,随着法制的建立、文化的形成、治理结构的日益完善,品牌才能够壮大起来,由此才能够唤醒消费者的注意或引起消费者的重视,继而有利于品牌国际化。

在中国广告协会会长、原中国国家工商总局广告司司长张国华看来,中国品牌国际化需要学会宣传推广,必须适应其他国家或者区域的文化,将品牌宣传与当地文化融为一体,引发当地居民的共鸣,达到事半功倍的效果。

“将中国品牌推广到全球各地绝不是一件自说自话的事情,要学会其他国家的语言,了解其他国家的文化再去做推广,这样才能减少中国品牌‘出海’的障碍。”张国华说。

(夏宾)



京东品牌战背后的产业升级

在“6·18”年中大促中,各大电商平台一直主打品牌战,京东作为年中大促的东道主,在品牌战背后一直不断提升品牌的核心实力,不断助力品牌升级。在今年“6·18”预热期,京东集团CMO徐雷表示,消费者在“6·18”期间更倾向于对“品质、品牌、个性化”的选择。京东一直致力提升优质品牌的影响力,如今,京东与品牌之间互相背书,默契程度不断提升形成共赢局面。

反向定制明确升级路线

品牌升级对于品牌商自身来讲,并不是一件容易的事情。在入驻京东的品牌商里,既有五粮液、海澜之家、李宁等成熟的品牌商,也有发展处于初级尚不了解消费市场的小众品牌。前者希望借助京东线上的销售渠道,后者则更希望获取京东在前端与后端的多重支持。

一加手机品牌商务负责人刘必凯称,之所以选择和京东合作,首先是因为双方在品牌价值上高度契合,其次是因为京东拥有庞大的用户基数,可以针对用户在京东平台的购买数据和评价进行分析,及时了解用户的需求,同时,一加手机还可以获取清晰的用户画像,促使一加手机对产品研发和品牌定

位更加精准,更好地契合消费者需求。

除了前期的产品研发阶段,一加手机与京东还会在后期的品牌营销中不断配合,一加手机可以基于京东平台与其他品牌商进行跨界合作,并将合作的外延不断扩大,同时,“6·18”大促期间的超级品牌日,一加手机和京东也在为营销活动不断敲定互动细节,意在为消费者带来更好的消费体验。

据了解,一加手机在2014年发布第一代产品后,加入了京东JD+Phone计划。京东3C渠道战略、营销战略、运营战略和金融战略整合升级之后,给予一加大量资源(如超级战单日),提供更多策略建议。同时,经过京东大数据分析后明确一加手机精准用户画像,以19-35岁的年轻人群为主,用户地域偏一二线城市,一加手机的营销定位逐渐变得清晰和精准。

线上定位驱动品牌升级

说起品牌定制,“猫王”收音机CMO戴明志有着相同的感受。戴明志称,2013年猫王最初定位的是65岁以上的消费群体,由于这类群体对价格敏感,猫王的销量并不尽如人意,根据京东所提供的消费数据进行目标群体重新定位后,精准在35岁上下的人群后,

猫王在2016年的销量突破了1万台。京东3C事业部数码业务部总经理杨启焜称,猫王在2017年京东平台的销量较去年同比增长了1500%,相当于翻了近16倍。

猫王在成长初期面临着资金不足、产品定位不明确、品牌形象模糊和营销手段缺乏等短板,随后猫王与京东不断合作,借助京东平台参与电商平台的创业帮扶项目,并借力互联网金融,创新型、非刚需型产品借力众筹平台,吸引投资积累资金树立品牌形象,通过电商平台大数据信息对产品进行细化定位,寻找市场需求点精准营销,把握核心目标用户。

据数据显示,2016年Q1开始,国产品销售份额持续提升,2016年Q1京东上国产品牌的数码产品占比全数码品类的37%。今年Q1这个数字增长到了47%,据杨启焜介绍,预计2017年国产数码品牌的占比有望超过50%。2017年至今,新增的京东自营合作品牌中,国产品牌数量占比92.2%,主要集中在智能机器人、智能手表、无人机、智能家居等品类。

电商推动品牌升级

中国品牌升级迭代加速,而手握数据与

技术优势的电商平台正在成为品牌升级的助推力。据分析,中国品牌的服饰和生活类产品深受消费者的喜爱,回访率和重复购买率都较高。与此同时,消费者对中国品牌的关注度和支持程度均大大提升。很多消费者自发为中国品牌打上了“国民品牌”、“支持国货”等评价标签。

随着“一带一路”不断发展,中国品牌走出国门的越来越快,品牌商正在不断重塑自身与消费者间的关系,也在构建国有品牌的品牌形象,进而提升国有品牌的综合影响力。根据《互联网+中国品牌创新发展报告》提供的数据显示,2014-2016年中国品牌的销量增长超过330%。

在今年政府工作报告中,国务院总理李克强再次提及“中国制造2025”的理念,并且明确提出,中国经济需要培育众多“中国工匠”,打造更多享誉世界的“中国品牌”。“中国品牌”的塑造需要品牌企业的自身努力,京东作为一家具有互联网基因的开放平台,可通过既有的技术、资源和渠道优势帮助优质品牌发挥更高的行业引领作用。同时,今年5月10日,国家发改委联合工信部、中宣部、农业部等9部门设立“中国品牌日”,不断拉动自主品牌消费升级。

(赵述评)

打造让国人信得过的“湘字号”农业品牌

6月14日上午,湖南省政协召开重点提案办理协商会,就三件关注湖南农业供给侧结构性改革的提案进行集中协商督办。湖南省政协副主席戴道晋出席会议。

作为农业大省,湖南农业发展还面临一系列矛盾和问题,比如主要农副产品“多的不优”、“优的不多”,一二三产业融合不深,产业链条延伸不长,农业品牌多而不强等。

会上,湖南省农委、省发改委、省科技厅、省经信委、省财政厅、省商务厅、省工商局、省粮食局等办理单位,汇报了《关于推进湖南农业供给侧结构性改革的建议》《关于实施“湘字号”农业品牌工程助力农业供给侧结构性改革的建议》《以农村一二三产业融合发展为抓手推进湖南省农业供给侧结构性改革的建议》三件提案的办理情况。各承办单位表示将认真吸纳委员的建议,进一步落实办理措施,以完善提案办理工作为契机,推进湖南省农业供给侧结构性改革。

戴道晋说,要以市场为导向,以提高供给质量为主攻方向,以深化改革为根本途径,以增加农民收入为重要目标,加速我省农业供给侧结构性改革步伐。要推进农村一二三产业融合发展,加强农业品牌建设,打造让国人信得过的“湘字号”农业品牌,确保“舌尖上的安全”。

(周映恒)

宁夏贺兰 18 个产品获“宁夏名牌产品”

在日前揭晓的2016年度宁夏名牌产品评选活动中,贺兰县18个产品荣获宁夏名牌产品称号。经过努力,贺兰县共有20个产品参加了2016年度宁夏名牌产品评选活动,最终厚生记等14家企业的“杞动力”枸杞饮料等18个产品荣获宁夏名牌产品称号,为企业进一步发展壮大增添了新动力。

今年以来,贺兰县大力实施名牌战略,市场监督管理部门积极组织辖区企业参加宁夏名牌产品申报评选活动。为确保申报质量,市场监督管理部门组织工作人员多次深入企业宣传名牌效应,指导企业开展申报工作。经过努力,贺兰县共有20个产品参加了2016年度宁夏名牌产品评选活动,最终厚生记等14家企业的“杞动力”枸杞饮料等18个产品荣获宁夏名牌产品称号,为企业进一步发展壮大增添了新动力。(吴宏林 杨帅)

麻纺行业十大影响力品牌出炉: 山西省“LZ 绿洲”上榜

6月13日,记者获悉,在日前结束的中国麻纺行业协会七届四次理事会上,山西绿洲纺织有限责任公司的“LZ 绿洲”品牌通过票选荣膺中国麻纺行业十大影响力品牌。

山西绿洲纺织有限责任公司是国内率先实现了大麻纺织品产业化、规模化生产的纺织企业,2002年被认定为国家大麻纺织产品开发基地,目前为高新技术企业、省农业产业化龙头企业、省重点培育的10户骨干企业,拥有省级技术中心。该公司长期专注于大麻系列纺织品的研发和生产,4月上旬绿洲大麻纺织品智能生产线在晋城奠基开工。该项目总投资10.26亿元,引进世界最先进的智能型纺纱自动化生产线。项目建成后,绿洲公司将成为国内实力最强的麻纺织企业,预计年产值10亿元,实现利税1.6亿元,带动就业1000余人。

(常慧忠)

著名德育教育践行者 金巧根荣登纽约时代广场巨屏广告

张铭

纽约时代广场位于美国纽约市曼哈顿,有“世界十字路口”之美称,每天到这里观光的游客有数十万之多,每年都有数亿人次人流,当中大部分都是慕名而来的各国客人;时代广场是繁盛的娱乐和购物的中心,四周色彩绚烂的霓虹灯下,广场夺目的大屏幕,将每一个行走在时代广场的人,都成为其品牌的传递者。纽约时代广场一直是展示世界一线大牌的顶级平台,能登上大屏幕的中国面孔皆是诸如成龙、张艺谋、章子怡等重量级明星。近日,一个弘扬中华民族传统美德的人,一个正直坚守孝道默默为他人付出的人,一个被人误会精神病仍正视自己的人,一个自始至终舍小家为大家的人,一个坚持传递德育教育矢志不渝的人亮相于时代广场巨幕屏——他就是来自浙江·嘉兴赫赫有名的金巧根,不仅在国内媒体圈、朋友圈被刷屏,同时也引起了欧美各国知名媒体(欧洲邮政公报,英国前沿杂志,美国CEO杂志,环球网日报等400家媒体)纷纷跟踪报道!

百善孝为先

我们几乎是在不知不觉地爱自己的父母,因为这种爱像人的活着一样自然,只有到了最后分别的时刻才能看到这种感情的根扎得多深!金巧根,1969年4月生于浙江嘉兴新塍镇康和桥村,父亲金毛狗是本地人,母亲吴新宝是江苏人。金巧根父亲一个人扛着肩上的重担,把笔直的腰板累成了弓,从那时候起金巧根就发奋图强努力读书,1987年考上重庆大学。

俗话说父母才是孩子的第一任老师,金巧根在他父母的熏陶下变得孝顺和懂事,80年代一个大学生是多么的了不起,当时读出来铁饭碗就有了,然而为了就近报答父母的养育之恩,他放弃了大城市发展的机会,选择回到了老家做布料生意。

都说久病床前无孝子,而他用行动给我们证明了孝的大写。在他父亲得心老衰病的七年里,每年都会住院一到两次,全都是他进进出出安排一切。2013年起他父亲病情恶化在随后的一年时间连续七次住院治疗,他体谅兄弟姐妹生活的不易,坚持一人独自陪伴



照顾久病卧床的父亲,以至于最后嘉兴一院心脑血管科的所有医生、护士都成了他的朋友。为了有更多时间陪伴他病重的父亲,他放弃了很多,不顾自己是俱乐部乒乓球教练的身份,离开朝夕相处的球友,也彻底放弃了一切生意只为有时间更多地照顾陪伴他的父亲。

生前厚养实为孝道;归后薄葬真乃贤儿。他父亲去世后,他带着万分的悲痛与自责效法古人食素留须为他父亲守孝三年!

爱是一种境界

行善是人类之心所能领略到的最真实的幸福。金巧根是当地有名的孝善并举的好人,在他眼里金钱的地位并不重要,当初新塍镇准备办半程马拉松赛,他知道后主动要求尽自己力量支持文体事业的发展,用《士兵突击》许三多说的话来说:活着就要做有意义的事,他或许就是想至社会做有意义的事。他对父母的孝至真至细可谓感天动地催人泪下,对身边亲朋好友及其他不相干的老年人给予的关爱更是令人感动泪奔!

亲戚朋友只要一句话,第一个站出来的就是他!他除了给身边的亲人出钱出力看病忙活,有的家里盖房子他也在资金上给予帮助,有校友办企业资金周转困难,他想都没想直接把几十万打过去,还有人家里买不起大彩电,他二话不说给人送过去。

只要你有一颗善良的心,就可以去帮助别人,公益慈善不是富人的专属,更不是宗教人士的特权。其实金巧根并不是什么大款巨富,对朋友邻里及其他素不相识的人如此慷慨大方的金巧根在家里却节俭得让人会认为他也是半个贫困户,全身不但没有任何名牌衣物及首饰,衣服鞋裤都是穿来穿去舍不得买新装的旧衣衫。

爱是跳出狭隘的视野,追求健全的人格的一种坚定崇高的信仰;他这种大爱无疆的精神,着实感动着我们每一个人。

摒弃误会,为德育教育正名

一个正常人想证明自己的正常,有时是非常困难的,也许只有不试图去证明的人,才称得上是一个正常人;一个人如果遵照他的内心去活,他要么成为一个疯子,要么成为一个传奇!

金巧根花了很长一段时间写《德育教育》一书,书里倡导了关于培养孩子教育方面的文化理念,贯穿了很多向上的人文知识。金巧根为培养自己孩子成才成长上也煞费苦心,曾经还几次被人误会成疯子送进医院,在孩子成长上与妻子产生分歧,妻子表弟带人将金巧根以“躁狂”病强制捆绑直接送苏州广济医院,这是他人生悲剧的开始,从此戴了一顶精神病的高帽。

第二次是在他父亲离世后,操劳过度精

神高度紧张的情况下,家人以为旧病复发再度强制捆绑再送医院,从此他的家人总误以为他是一个精神不正常的人,他的孩子也以为他真有病从此不再搭理父亲。第三次因为去学校与校领导沟通德育教育无果,跑去省教育厅却吃了闭门羹,最终选择了比较冲动的方式,其姐带人以旧病复发又连续多次将他送进精神病院。

有人活着不是为了自己而是为别人,金巧根作为德育教育的践行者,他的主观意识是想传递正确的人生观、价值观、世界观;每一个孩子的培养都要从小以正确的观念去引导,那些不学无术不成才的孩子都是因为叛逆期没有得到正确的教育;金巧根宣传德育教育没有错,他的思想也没有错,错的是可能方式有些不对,不该绝食,不该让人误以为他是精神病患者,这样他就不会因为自费为家乡建设招商引资,还被“自己人”拒之门外。这样他就不会再跟政府领导沟通的时候,因为多次被送医院经历使这种交流成为壁垒森严。这样他就不会在出版《德育教育》有所顾虑。

“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”的博大胸怀,是一种不但关心自我、注重个性发展,更关心他人、社会、国家、民族和人类的进步事业远大的理想。

金巧根就是这样一个人具有远大抱负的人,他是一个高才生,是一个具有正能量的人,也是一位有“孝、爱、善、信、恒”在医学、金融及高科技产业化方面都具有非凡能力敢说真话、一心向善、做好事又勇于献身的优秀人才,通过国内外主流媒体对他争相报道,他为倡导德育教育并没有错,时间是检验真理的唯一标准,也是衡量一个人价值的旗帜,事实证明他没有精神病,一个疯子怎么可能有这么大无畏的精神,怎么可能得到媒体的高度认可,又怎么可能在自己病危的时候还想着做善事?

金巧根荣登美国纽约时代广场,向世界传递了他这种大爱无疆、感天动地的高尚品格、更是告诉世人德育教育的重要性以及爱国主义的情怀。作为一个文字工作者,笔者也相信,一切,都会是一个崭新的开始,未来的他将会走得更远!经历了这么多,对于他而言被人误会其实才是最痛心的。

(常慧忠)