

广东禅城“连锁品牌 100 计划”

力推商贸服务再升级

■ 孙景锋

经过几十年发展，禅城的连锁经营已成为其服务业主体，有效推动城市发展。

10月26日，“2017年佛山秋季欢乐购暨连锁企业品牌100计划”（以下简称“连锁品牌100计划”）活动，在祖庙街道丰收街启动。禅城区将正式发布连锁品牌100计划，争取用3-5年通过引进、提升和培育100个连锁品牌企业，推动禅城成为连锁品牌的成长地和总部集聚区，提升禅城商业品牌核心竞争力。据悉，该活动由广东省商务厅和广东省连锁经营协会指导，由禅城区政府和佛山市商务局主办。

作为中心城区，禅城是佛山商贸服务业最集中的区，拥有良好的连锁商业基础，平均每万人拥有连锁店约30个。为进一步推动商业升级，培育服务业新业态，今年的《禅城区政府工作报告》提出，要加大禅城与港澳台现代服务业合作力度，积极培育服务业新业态，并正式将连锁企业品牌100计划列入政府重点工作。

禅城区经济和科技促进局相关负责人表示，连锁经营是一种现代化的商业经营方式和流通组织形式，连锁经营业态的比重反映了一个城市的商贸服务业现代化程度。为了推动连锁品牌100计划，禅城还将针对连锁产业发展出台专门的扶持政策，相关政策在全省范围内属于创新之举。

连锁商业蓬勃发展 零售总额增幅连续三年居五区之首

禅城打造连锁品牌的成长地和总部集聚区，拥有良好的产业基础。

禅城区经济和科技促进局相关负责人介

绍，作为佛山中心城区，禅城商业氛围浓厚，经过几十年发展，连锁经营作为现代经营方式和先进组织形式，已成为禅城商品和服务市场的主体。

根据2015年禅城对全区连锁经营业态进行摸底形成的《佛山市禅城区连锁经营发展调研报告》显示，连锁经营模式覆盖了禅城区内的批发和零售业、住宿和餐饮业、金融业、房地产业、租赁和商务服务业、居民服务、教育文化体育和娱乐业八个行业共75个小类，全区共有连锁品牌1243个，连锁经营店铺数量3442个，平均每万人拥有连锁店约30个。

近年来，随着城市化进程的推进，禅城以连锁经营为突破口，主动走出去与深圳、台湾等服务业先进地区对接，大力引入先进服务理念和服务模式，全面优化提升本土服务业，推动消费升级。

去年8月，禅城组织辖区百花广场、兴华商场、顺联国际、绿岛广场、星星广场等商业体集体亮相深圳市零售商业行业协会和连锁经营协会会员代表大会。禅城企业与深圳本地400多个商家进行现场产业对接，并现场推介了禅城的营商环境，获得了热烈反响。

除了深圳外，近两年禅城还加强了与其他地区连锁品牌的对接合作。通过连续两年举办相关连锁品牌展览会，吸引了国内外品牌关注并进驻禅城，打响了本土连锁品牌，成效显著。

以去年的连锁品牌展为例，为期三天的展会共吸引观展人数约2万人次，展会现场参展观众与参展商对接洽谈达成初步意向758个，品牌正式意向签约14个，一批优质连锁品牌相继落户禅城。

在“走出去”的同时，禅城也注重加强对

本土连锁品牌的培育。作为珠三角的商贸重镇，改革开放以来，依靠毗邻港澳的优势，禅城率先引进港澳地区先进的商业组织形式、经营方式和管理经验，形成了一批具有地方特色的连锁商业品牌，成为本土商业发展的重要支撑力量。根据统计，禅城本土连锁企业有78家，连锁店664个，占禅城连锁经营店铺的19.3%。

广东伊丽汇美容会所管理有限公司就是其中代表。这家本土培育的美容业龙头经过近30年发展，如今已经成为国内高端美容连锁知名品牌，除佛山外，在广州、东莞、中山等周边城市布局了超百家连锁门店，员工近3000人。

“过去一年我们新开了超过40家门店，这个数据目前还在不断增加。”对于公司的快速发展，伊丽汇品牌推广总监宋卉介绍，公司从去年开始推行创客制，改变了原有发展模式，所有员工可以通过合伙人的方式参与到新店的筹备和日常经营，大大激发了员工积极性，加快了品牌扩张步伐，带动1200人就业。

在伊丽汇等一批龙头企业带动下，近两年禅城商贸服务业蓬勃发展，社会消费品零售总额连续三年同比增幅排在佛山五区之首。

成立协会促资源整合 前8月举办超百次资源对接活动

为了加强对内对外资源整合，推动连锁产业发展壮大，2015年禅城成立了佛山市禅城区连锁企业家协会（以下简称“协会”），通过政策和资源对接、专业培训等方式培育和促进连锁品牌发展，推动禅城连锁品牌不断更新服务理念和模式。

协会秘书长萧舒文介绍，协会自成立以来，协助会员企业定期举办企业走访、市场拓展、项目推介、招商对接、专题调研以及各项比赛评选等活动，促进协会会员间的资源整合。其中，今年1-8月，协会就为会员企业提供服务及进行资源对接超过100次，举办各类大小型的活动超过20场。

以今年6月举行的连锁品牌100·项目招商路演活动为例，共吸引了20多家连锁品牌报名参加，最终贝尔安亲、小芒人甜品等5个精品项目负责人现场向近百名投资者进行了项目推介，获得热烈反响。

萧舒文介绍，经过前期探索，证明了这种对接活动拥有巨大的市场需求。“虽然活动仅在连锁品牌的小圈子中举行，但两次路演活动成功促成了系列合作。”她介绍，通过路演，劲爆餐饮、地粮食品、华蔚托育等连锁品牌成功找到了一批加盟商。

除了帮助连锁品牌对接资源外，连锁协会还通过引入深圳、广州等优质服务资源，学习一线城市的先进服务经验，促进本土服务业升级。今年8月底，佛山市禅城区连锁企业家协会正式升级为佛山市连锁企业协会，萧舒文表示，随着连锁协会的升级，其服务范围将进一步扩大到佛山五区的连锁品牌企业，加快推动一批外来品牌在佛山市场做大做强，帮助本土品牌孕育发展，走出佛山、迈向全国。

实施连锁品牌100计划 拟设立连锁行业扶持发展基金

在已有的商业基础上，今年《禅城区政府工作报告》提出，将在区内实施连锁品牌100计划，由佛山市连锁企业协会主导，社会参与，进一步推动商业升级，培育服务业新业态。

禅城区经济和科技促进局负责人表示，连锁品牌100计划旨在推动服务业各行业企业实施连锁经营商业组织模式，提升发展水平，壮大发展规模，形成向现代服务业升级的新动能；集聚一批优质连锁品牌企业，形成连锁总部集聚效应，构建有利于连锁经营全产业链发展的产业生态；孵化、培育、壮大一批创新型连锁项目，在禅城区营造服务业创新创业氛围，为禅城区现代服务业持续快速发展注入生命力；通过促进优质连锁品牌创新发展，顺应新消费和新供给要求，提供更优质品质、更具特色、更合需求的服务供给。

“争取用3到5年通过引进、提升和培育100个连锁品牌企业，让连锁企业竞争力明显提升、连锁行业创新氛围活跃，禅城连锁企业总部集聚效应不断增强，形成较为完善的连锁产业链，构建起包括品牌、资金、人才、技术等服务和资源的优良连锁产业生态圈。”该负责人表示。

为了推动连锁品牌100计划的落实，禅城还将争取设立连锁行业发展扶持基金，并在全省范围内率先探索针对连锁产业发展的扶持政策。

宋卉介绍，伊丽汇早在8年前就敏锐地察觉到互联网经济的发展，并不断探索线上线下融合发展的服务模式。如今，伊丽汇正在构建数字化平台，运用大数据实现产品、服务的精准到达，提升服务体验，希望政府能够提供更多的资源对接平台。

“希望政府能够针对不同行业企业的特定需求，帮助企业突破发展瓶颈。”赵凯表示，目前华蔚教育在发展过程中面临的最大问题是人力瓶颈，特别是优质师资力量的缺乏，他希望政府能够帮助企业对接相关师资资源，解决企业的用人难题，帮助企业做大做强。

中国建筑陶瓷产业基地淄川区

中国驰名商标达到7个

建陶品牌名都崛起

■ 闫盛霆 郝文娇

日前，随着淄博金卡陶瓷有限公司“金卡”品牌获得中国驰名商标，中国建筑陶瓷产业基地山东省淄博市淄川区建陶产业“中国驰名商标”达到7个，成为全国建陶行业中拥有中国驰名商标最多的区县。

自皇冠陶瓷获得北方陶瓷行业第一个中国驰名商标以来，耿瓷、瓦伦蒂诺·博艺、名字、金卡、卡罗娜，7个商标犹如七颗明珠，印证着淄川建陶产业30余年的发展足迹。

以规模取胜的“江北瓷都”淄川正逐渐打破“低端、低价、贴牌、同质”的恶性竞争，向“品牌名都”转变，淄川建陶品牌时代来临。

面对新形势，手握“中国驰名商标”的淄川建陶企业怎样摆脱粗放发展的桎梏，向品牌化、高端化迈进。

艺术工厂 匠心独具

统一陶瓷、金卡陶瓷等企业均聘请德国恒公司进行外立面设计，打造出了整洁、规范、优美的企业形象。一座座具有文化内涵的建筑风格门店和用艺术元素打造的工厂成了淄川建陶产业的靓丽风景线。

这样充满创意的改变让企业的形象大大提高，也不断激发企业新跨越。一年多时间里，狮王陶瓷接连推出了大理石瓷砖和仿古砖系列共200多种新品，花色更加丰富，逐渐成为企业开拓市场的主打产品。其推出的通体大理石产品，利用数字翻拍技术达到1:1复刻原石。

用科技创新打造健康陶瓷的统一陶瓷外立面由黑白灰这三种平凡神奇的颜色构成，定制的穿孔铝板做外墙装饰，绿色人工草坪做点缀，表现统一陶瓷的理念：科技、绿色、健康。统一陶瓷提升后的颜值形象，科技感十分强烈，文化内涵在提升。

“如果产品没有科技含量，根本无法和顶尖的企业一起竞争。规模优势必须建立在科技优势的基础上，才具有竞争力。”金卡陶瓷董事长高峰表示。金卡陶瓷高屋建瓴，聘请意大利专家作为公司顾问，紧随国际流行瓷砖设计趋势，与全球陶瓷知名企业竞争，30%左右的产品出口北美等地。他们开发的柔性仿古砖，给了人们可以触摸皮肤的亲密接触，受到客户高度认可。

剑走偏锋 推陈出新

2017年，极简风、工业风等现代审美成为了流行趋势，在这样的大背景下，新博陶瓷顺势推出了柔光大理石、通体大理石，柔光通体大理石等产品系列。其中，柔光通体大理石更是行业首创，无论从触

感、质感和视觉效果上都给用户带来无与伦比的全新体验，新博科技在产品创新方面再一次站到了行业的制高点。这离他们的“博艺”品牌获得中国驰名商标、在行业内率先推出“纯平玻化大理石”、“羊脂玉玻化大理石”产品不到一年的时间。

“现在公司的生产规模比以前小了1/3，生产线由三条变为两条，但通过科技创新，产品附加值高了，单线日产值由50万提高到了80万。”新博陶瓷总经理王延豹表示。

建立了全国陶瓷行业第一个院士工作站的统一陶瓷拥有“瓦伦蒂诺”这一中国驰名商标。继水泥瓷砖、六角玲珑砖等新品之后，统一陶瓷推出“巨石代”柔抛大理石新产品，匠心独具，大而不同。超凡的大规格设计让室内空间无限延伸，三维立体花色架构生活真实感，多种釉面选择满足家居更多需求。公司开发的75厘米x1500厘米的新瓷砖即将面世，之后还要开发更大型号的瓷砖，这在国内市场还是空白。

一大批具备特殊功能效用的建陶产品的诞生，让淄川建陶产品的应用范围进一步扩大，应用领域更加专业化。

各有所好 个性定制

体验瓷砖生产流程、设计蓝图、涂抹挥毫进行创作，在金狮王陶瓷创办的中国瓷砖艺术研究院里，来自全国艺术院校的诸多老师和学生们尝试着在瓷砖上作画，这是中国瓷砖艺术的首创，是瓷砖回归文化创意的大胆尝试。中央美术学院教授林学明在这里为青岛地铁2号线公共空间量身创作的艺术陶瓷壁画，将由金狮王陶瓷制作完成。

把绘画艺术和瓷砖相结合，让高雅艺术走进千家万户，这是金狮王陶瓷创办中国瓷砖艺术研究院的初衷。金狮王陶瓷牢牢把握“以人为本”的理念，把人性化、艺术性、功能型融入产品，不断推陈出新。其卡罗娜品牌获得中国驰名商标。今年，金狮王陶瓷的“禅意系列”获得第十三届中国陶瓷行业新锐榜年度产品。为提升产品附加值，金狮王陶瓷还把一条窑炉改造为专门生产功能性瓷砖的窑炉，配置了更先进的设备。

淄川建陶企业瞄准消费者差异化、个性化的消费需求，“投其所好”，推陈出新，走出了一条全新的品牌发展之路。

统一陶瓷运用“微商汇”“微企通”这类科技产品，并通过线上展厅、家装大比拼、私人订制家装、置业攻略等模块，实现个性化定制。狮王陶瓷把市场定位瞄准时尚年轻一代，推出“现代风”系列。金卡陶瓷今年推出了柔光石系列、干粒系列两款新产品，其叠加工艺与美感程度领先同行业。

金喜来花千元买您“醉壕一句话”



● 刘芸为获奖者颁奖

■ 张玉兰 本报记者 何沙洲

在产品营销实践中，让消费者某个品牌进行评估与比较，从而认定哪个品牌能够反映他们的价值观是很难的事，对他们来说比较容易的方法是使品牌人性化。9月29日-10月8日，由四川宜宾金喜来酒业携手大宜宾、当下宜宾，零距离网络推出的线上活动“水巷子·小青花醉壕一句话”，在2017年中秋国庆节、八天小长假，你聚会，我送酒，还有现金美酒送送送，引爆了宜宾人的朋友圈。

活动组织者在通告中邀请：你心里可有话想对父母、兄弟、爱人、同事、儿女说又不好意思？现在水巷子小青花酒帮你说出。拿起你的手机，@你最想聚的人，说你最想说的

话，并让你的朋友知道。参与活动的网友直呼朋唤友：她花千元现金买你一句酒话，哥子些敢不敢吼一句！

本次活动获得网友的大力支持和积极参与。有借此机会向暗恋对象表白，有人邀约哥们儿过节聚会，更多人吼出豪迈的酒话。活动自9月29日开始以来，网友们十分积极地参与、转发；截至10月8日，在为期10天的时间里，活动的阅读量达到3万余条，活动参与并留言人数235位。

10月10日，金喜来酒业邀请宜宾知名学者、大宜宾、当下宜宾、零距离等宜宾自媒体组成的专业评委10名，参加活动的大众评委5名共同组成专家评审团，从众多的朋友圈留言中甄选出50个优秀留言参与现场评选。评

选出最接地气奖、最有豪迈奖、最神转折奖、最有气质奖、最聚人气奖等五个特色奖项。

评委项元柱先生在点评中表示：“活动参与的网友很多，话语也非常网络化。现在是互联网时代，这样的活动正体现了水巷子·小青花紧贴当下的时代气息。”

大宜宾代表表示：我喜欢这一条：酒桌上抖一抖，青花小酒喝起走。我们在这个活动之初就觉得很有意思很有趣，我们自己七八个同事小聚还专门拍了个短视频。餐饮店古色古香的环境配上我们的小青花有一种特别的意境。

当下宜宾代表点评：我没有将日子过成诗，还好日子跟我斟满酒，这一条是非常符合当代人心理。平常人很少能将日子过得诗意，但生活会赋予我们很多美好的复合感受，就如同小青花美酒一样让人回味无穷。

10月14日上午，由金喜来主办的“水巷子·小青花醉壕一句话”中秋国庆节活动在莱茵春天金喜来旗舰店举行颁奖仪式。丝丽雅集团品牌副总监、金喜来酒业品牌建设总监刘芸出席仪式并为获得最接地气奖、最有豪迈奖、最神转折奖、最有气质奖、最聚人气奖五个特色奖获奖者颁发了价值上千元的奖品：包括小青花小酒1件（12瓶）、现金500元和荣誉奖杯。

在颁奖现场，刘芸代表金喜来酒业公司对五位获奖人物致以衷心的祝贺与真挚的感谢。获奖嘉宾纷纷表示，水巷子·小青花酒这么好，活动也这么棒，下次还要多带朋友参加。

吴秀波：品质旅居，贵在难“得”



“我曾在奥地利一片湖边居住，周遭世界非常安静，静到你听到远处山里的鸟鸣，有一瞬间觉得这已经超越了旅行的定义，而是灵魂寻找到了聚落。”因为这样的体验，让他对旅居居所有了不一样的理解：“环球旅行时会离开家很远，所以希望每一个温馨的住所都是一个家。”

“伦敦有两家酒店让我印象特别深刻，其中一家很古旧，房间仅有三十多间，这间酒店是很多英国知名作家完成写作的地方，酒店的书柜里摆放着价值连城的手写稿，甚至还有JK罗琳的作品。”受家庭环境的影响，从小接受到文艺熏陶的吴秀波，让他面对被历史沉淀过的作品有着难言的情结。“另一家酒店在一座两百多年历史的建筑群中，酒店里

的绘画作品让我非常震撼，卧室里、客厅里、浴室里都是大师们的作品，每一次入住我都会仔细欣赏这些杰作。”

吴秀波口中的第二家酒店，是一家位于伦敦西区的豪华精选酒店。这也是美国运通FINE HOTELS & RESORTS计划所包含的全球近千家顶级精选奢华酒店中的一家。他通过平安美国运通百夫长白金卡自带的美国运通旅行及生活礼宾服务预订了这家酒店，办理入住时不仅房间免费自动升了一级，送了70英镑店内消费额度和免费WIFI，而且中午12点前房间就准备好了，还被前台告知退房时间可以延迟到当天下午4点。宾至如归的热忱和满满诚意，不仅舒缓了他疲惫的身体，也温暖了他求索的灵魂。在他看来，酒

店的品位不在于奢华雄伟，不在于雍容华丽，更多地是能给他一种心灵的皈依，如家的温馨。

不仅仅是伦敦，从米兰到开罗，从巴黎到柏林，乃至全球各地，吴秀波的每一个足迹，都能被平安美国运通百夫长白金卡所捕捉，并给他私人订制的居住服务。“就好像一个随身管家，他猜得透你的喜好和心思，知道你需要什么样的酒店来满足出行的需要。每到一个目的地，定制的酒店总能让你惊喜，因为每一家酒店都有不同的文化，而这种接触不同文化所获得的体验，让你每一天充满了新鲜感”。

除了美国运通FINE HOTELS & RESORTS计划所包含的安缦、华尔道夫、瑰丽、半岛、四季等全球顶级精选奢华酒店的外，平安美国运通百夫长白金卡会员也能免费获得诸多全球顶级国际酒店集团的精英会籍而无须再疲于保级，如香格里拉贵宾会、希尔顿荣誉会（Hilton Honors）金会籍、喜达屋Starwood Preferred Guest俱乐部金会籍和卡尔森俱乐部SM精英会籍。不论行走走到哪个国家，那里总有一家充满着当地历史风情，优雅精致、温馨舒适的酒店等着他们的到来，让他们找寻到心灵真正的归所，灵魂独享的聚落。（李近涛）