

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

新风祥总裁刘志光: 双翼发展 悉心传承

《P2

◎食品产业:未来进一步强化食品产业的主体地位 ◎金属冶炼:环保投入+自主创新成核心竞争力 ◎与创始人关系:更愿被称为合作伙伴

每周时评 Observation

洋品牌为何纷纷变“土”了

■ 王子墨

据媒体报道,日前,麦当劳在官方微博上称:“麦当劳的中国公司改名金拱门(中国)有限公司啦。”一夜之间,“麦当劳”变成了“金拱门”,引发了一场网络狂欢。

麦当劳,曾被视为西式生活方式的象征,连接着“消费社会”“城市开放程度”“现代化标准生产模式”等文化语境。而以麦当劳为代表的洋品牌,又深度勾连了中国的开放历程,甚至成了中国通往世界具有史料意义的注脚。1987年,第一家肯德基在北京开业,开业第一天门口排队的人群太过庞大,工作人员不得不打电话求助公安部门来维持秩序,后来甚至发展到有人在肯德基餐厅举行婚礼;1990年,中国第一家麦当劳在深圳开业,开业当日,深圳光华餐厅创下了当时全球麦当劳有史以来的单日营业额与顾客光临数的新纪录……

如今几十年过去,又是怎样一幅场景?这些洋快餐,早就有了中国式的菜肴,举行婚礼云云今日视之竟似沧海桑田般的笑谈,曾经“高大上”的洋快餐,甚至要饱受“垃圾食品”的挑剔。而麦当劳,在资本层面都已完成了中国化的进程,麦当劳大陆和香港地区的业务已被中资公司收购。麦当劳改名“金拱门”,也变成了一场文化事件,标志着它一路从“洋”变“土”,实现了文化内涵、价值层面与本土接轨。或者说,中国韵味,已经参与了世界文化语境的构建。

追溯这一切的源头,关键在于改革开放。文化景观的重塑,是在改革进程和开放的动态过程中实现的。一批洋品牌的引入,极大地开阔了国人的视野,传入了经营模式、开放理念,企业文化等一系列现代化生产模式的经验,并被本土企业所借鉴;同时,随着更具文化亲近感的本土品牌的崛起,洋品牌在竞争过程中只能不断本土化,来达到文化理念上的相互接纳。因此,保持着开放的趋势不变,更多洋品牌变“土”,实在是可以预期的大概率事件。洋品牌变“土”,是在国人“开了眼界”的前提下实现的。

对于洋品牌的形象变化,不能简单理解为西式话语与中国表达哪一方占据上风,这其实是在开放的过程中实现的文化互鉴。国际家居品牌宜家日前推出了一则电视广告,用了非常“市井化”的表达手法,其中有“再不带男朋友回来就别叫妈”的广告词,遭遇广泛批评,最终广告被撤下。或许在设计方看来,“催婚”是具有本土意味的文化语境,但是对于中国消费者的迎合,但这一文化景观在近年来个人权益、婚姻自主高涨的社会氛围里饱受批判。这一本土化的失败案例说明,中国社会开放至今,早已与一些共识性认知合流,并在日益走向进步。洋品牌的本土化尝试,如果脱离了共识性认知,未必就能走进去。

无论是洋品牌走进来,还是中国品牌走出去,其实都是开放的一体两面,让别人走得进来,自己才能走得出去。通过历史经验不难推知,这两者,无论如何都不会在封闭的环境下实现。当年在麦当劳门口排队的人们,或许怎么也想不到,几十年后,它会变成“金拱门”。一场场不可思议,在开放的历史潮流里,才有可能变成现实。

热线电话: 400 990 3393
新闻热线: 028-86637530
投稿邮箱: cjb490@sina.com



本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机: 13609110893

万洲国际与京东战略合作 进口猪肉一键直达

双方还将在大数据、冷链及溯源领域展开更深入合作



■ 本报记者 李代广

美国纽约当地时间10月24日,全球最大猪肉食品企业万洲国际旗下美国知名肉制品公司 Smithfield、中国最大猪肉制品企业河南双汇投资发展股份有限公司与中国收入规模最大的电子商务公司京东集团在纽约举行战略合作签约仪式。

根据协议,京东集团将成为 Smithfield 猪肉产品在中国的独家线上销售渠道。同时,双方还将在大数据、冷链及溯源领域展开更深入合作。万洲国际副总裁万洪建、京东集团董事局主席刘强东、Smithfield 总裁兼首席执行官 Kenneth Sullivan、双汇发展副总裁马相杰等嘉宾出席此次战略合作发布会。

Smithfield 现场表示:“通过此次合作,Sullivan 将会进一步发展电商领域的业务,扩大在中国的市场份额,满足消费者的购买需求。”

Smithfield 拥有强大的食品安全平台,致力让消费者和他们的家人享用美味安全的产品。能够将这个久负盛名的品牌与责任感带到与京东商城的合作之中,我们对此深感自豪。”

双汇发展是 Smithfield 在国内的唯一代理商。双汇发展副总裁马相杰先生表示:“双汇发展将发挥国内的工业布局优势,结合国内外消费习惯,推出更多适合家庭餐饮的 Smithfield 和双汇产品,满足终端用户对进口产品的个性化和便捷化需求。”

京东集团董事局主席刘强东先生表示:“确保我们所销售商品的质量、安全和可靠是京东一直以来对消费者的重要承诺。在食品方面,尤其是在中国家庭的重要食材猪肉方面,食品安全显得更为重要。历史悠久的 Smithfield 公司是非常值得信赖和尊贵的合作伙伴,京东非常高兴与 Smithfield 合作,将为国内更多家庭提供高质量的猪肉产品供应。”

Smithfield 的猪肉产品一直以较高的原



肉品质而闻名。此次合作以肉类和副产品为主,主打小包装冻品。这些是 Smithfield 产量较大的单品,同时也正对国内市场需求。京东生鲜是国内排名第一的自营生鲜电商。在肉类领域,今年上半年,京东生鲜肉类产品的成交总额较去年同期增长 780%。如今的京东已是全国最大的线上猪肉零售平台。

这些产品只是双方合作的第一步。根据协议,京东将与 Smithfield 在大数据层面进行对接与互通,比如对在售产品进行数据分析和归类,深入研究消费者购物倾向并安排相应的精确营销。

为了保证产品的品质与安全,双方还将在冷链物流方面实现无缝对接。在美国,无论是陆运还是海运,Smithfield 都可以实时监测到货物在物流和集装箱内的温度。产品进入国内后,则有京东和双汇的两套冷链配送体系作双重保障。

另外,Smithfield 的产品追溯技术一直稳

占国际领先地位,从生猪养殖阶段到产品销售阶段,Smithfield 可以做到全流程跟踪。京东近年来也一直潜心于区块链溯源技术,今年早些时候成立了京东品质溯源防伪联盟。目前,京东的区块链溯源技术已成功应用在牛肉、鸡肉、海鲜水产等多款产品身上。双方在冷链及溯源层面展开合作,可以保证每一块从美国运送到中国的猪肉都能享有全程冷链的保驾护航,而其“身份信息”将更公开、透明、可供查询。

此次合作也是万洲国际自 2013 年并购美国 Smithfield 后协同效应的进一步体现,将品质优良、安全性高的顶级产品直接快速地送达中国消费者,体现全球产业优势的落地。凭借此次合作,优质进口猪肉产品将一键直达国内消费者的餐桌,填补了国内进口生鲜猪肉产品的市场空白,为消费者带来一个可溯而有保障的优质产品,配合完善高效的冷链物流,以及自营售后的极致网购生鲜体验。

抢滩登陆

——写在重汽王牌陕西首批300辆城市渣土车交车之际

■ 本报记者 赵健

“助力环保,王牌智造”。推出这样的主题活动,足以显示与时代发展的完美契合。

10月27日,由中国重汽集团成都王牌商用车有限公司联合陕西咸华洋汽车贸易有限公司在西咸新区中集车辆园举办了陕西首批300辆重汽王牌渣土车交车仪式。此举,创下重汽王牌近年来在陕西单批销售数量新纪录,也为重汽王牌渣土车强势进入陕西渣土车市场打响第一枪。

“这仅仅是开始,随着西安市场的撬动,我们乐见重汽王牌的城市渣土车产品在西北地区逐渐发力,抢得属于自己的份额。”重汽王牌公司自卸车事业部副经理何欢如是说。

把握行业模式之变

一直以来,原本是城市建设不可或缺的渣土车,也是人们谈之色变的“疯狂杀手”,让城市管理者伤透了脑筋。频发的交通违法、屡屡发生的撞人事件、污染城市环境、影响居民生活……城市渣土车在很长时间饱受诟病,成为舆论讨伐的对象。



客观地说,当前的渣土车运输存在着很多问题,有人为的因素,譬如:驾驶员超速行驶,导致交通事故频发;司机随意倾倒垃圾,影响环境。有设计的问题,渣土车存在很多视觉盲区,质量差,整体可靠性低,安全系

数低,渣土车货箱破损,没有防尘盖,导致抛洒滴漏。同时,也有管理的因素,监管不力,导致超限超载,严重破坏路面;城市环境遭受破坏;运营时间、路线不规范,影响市民正常工作、生活;尾气超标,空气污染严重等等。

为响应绿色发展要求,全国各地纷纷对渣土车提出了更高的要求。陕西省西安市政府办公厅今年7月5日就出台了《进一步加强建筑垃圾清运资质企业和车辆管理的实施意见》,要求城市建设用车由政府主导、公司化运营。至此,专业化的城市渣土车公司将替代以前私人散乱的运营方式,进入专业化、规范化和智能化运营,城市渣土车行业的管理和运营模式将得到根本的转变。这也给国内各大汽车企业提供了一个更大的市场空间。

发展具有重要意义。而重汽王牌公司自卸车历经三十年磨砺,已经成为中国自卸车市场的领先者;超强动力、超高承载、超舒适驾驶室、超高性价比均为重汽王牌公司在渣土车市场奠定了基础。

凸显自身核心之力

孙照亮,咸华洋汽车贸易有限公司总经理。对于在众多的竞品中为何大量的选择了重汽王牌,孙照亮在接受记者采访时说道:“重汽王牌的产品在陕西市场上经过多年的深耕, [紧转 P2]

九天绿健康产业集团
aleen 天绿
专注健康产业
专注食药同源
专注治未病工程

宜宾金喜来酒业有限公司
YIBIN JINXI LAI LIQUOR CO., LTD.
0831-888 7799
028-87344621
全国招商热线
全国范围,诚招代理

纯正美国味
来自 Smithfield.
美式培根 美式火腿 美式香肠
进口 Smithfield 猪肉原料

本报监督公告
凡本报工作人员必须持有有效证件。
本报任何个人不得以新闻舆论监督之名
向企事业单位和社会各界收取任何费用。
本报任何个人不得以任何理由向企
业单位和社会各界收取任何费用。
本报任何个人不得以本报合同外借过银行
汇款到报社账号,不得以任何理由收取
现金或转账到与报社无关的其他账号。
违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及
社会各界监督。
举报电话: 028-68230681
028-68230659
028-87344621
028-87325242
企业家协会

容拳道
引领心身健康 容拳成就梦想
www.rongquandao.com