

企业家日报 中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊

今日 4 版 第 197 期 总第 9240 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2018 年 9 月 16 日 星期日 戊戌年 八月初七

品牌资讯 | Brand Information

山东发布首个制造业 高端品牌企业培育标准

在 9 月 7 日举行的山东省质量月活动启动仪式上,山东省质监局发布了中国第一个制造业高端品牌企业培育地方标准,并公布百家企业实施高端品牌培育,同时发布了 2018 年度山东省制造业高端品牌培育企业品牌价值 50 强,为高端品牌培育树立标杆。

高端品牌企业培育地方标准给出了制造业高端品牌企业培育的主要内容,为制造业企业建立和实施高端品牌培育体系、持续改进和提升高端品牌培育能力提供指南和支撑。该标准提出了高端品牌的定性标准:产品质量卓越、创新能力突出、市场影响力和竞争力显著、诚信度高、品牌忠实度高、品牌溢价能力强。

标准从“品牌战略”“品牌价值”“品牌推广”“品牌创新”“品牌保护”等 5 个方面,对制造业高端品牌的培育作了规范。同时,对制造业高端品牌的评价条件、评价指标、评价方法、评价结果表示作了系统规定。

标准提出,高端品牌企业要开展质量信用体系建设,要定期向社会披露信用体系建设情况,真实、规范地披露产品技术、质量和功能等信息;建立顾客投诉处理机制和产品召回制度,客观上损害顾客合法权益时,要积极依法履行责任。同时,企业要采取针对性的品牌保护措施,防范来自各方面的侵害和侵权行为,维护并提高品牌诚信度,推进市场环境的净化优化。(张嘉妮)

贵州 打造本地服务贸易品牌

9 月 8 日,以“服务贸易为贵州经济发展注入新动力”为主题的贵州服务贸易创新发展研讨会在贵阳国际生态会议中心举行。贵州省委常委、常务副省长李再勇,贵安新区党工委书记朱桂云,贵州省商务厅总经济师秦雁,贵州省投资促进局机关党委书记刘京渝等出席。

此次研讨会通过主题演讲和高端对话的方式围绕《深化服务贸易创新发展试点总体方案》一系列开放新举措,充分结合贵州内陆开放型经济试验区建设开展研讨,为贵州服务贸易产业发展建言献策,助力本地服务贸易产业集聚,打造本地服务贸易品牌。

其中主题演讲内容包括服务贸易与城市竞争力、大数据驱动企业数字化转型与创新设计思维、全球技术贸易机遇和挑战、“云智”联动,搭建跨境电商创新服务平台。高端对话则围绕扩大技术服务的可贸易性,推动区域全球化进程;金融服务,构成未来国际贸易尖端品牌展开。

据悉,研讨会上,参会嘉宾不仅聚焦拓展贵州服务贸易道路,服务企业互联互通,还围绕贵安新区提出的“大数据+服务贸易”新模式展开讨论,助推传统服务贸易转型升级。“建议让贵阳捷足先登,建立数字贸易基地,编制数字贸易基地的设置标准,在全国起到示范引领作用。”中国服务贸易协会专家委员会首席服务外包专家金世和说,十九大提出大力发展数字经济,服务贸易与数字经济结合产生了新的火花,这就是数字贸易。大数据是贵州的优势,应全面挖掘其潜力,积极发展数字贸易,并形成可复制、可推广的经验。

截至目前,苹果、高通、华为、腾讯、富士康、三大运营商等 17 家世界 500 强、中国 500 强、民营 500 强龙头企业强势落户贵安新区;在新能源汽车产业方面,长江汽车已交付电动客车、公交客车 129 辆,意向性订单 276 辆;新特电动汽车进入工信部道路机动车辆生产企业及产品目录,销售订单约 4.3 万辆;综保区、大学城、高端园三大园区的产业链基本形成。为了更好地帮助贵州省整合服务贸易资源,推进贵州省服务贸易产业快速发展,此次研讨会将整合各方资源,加快发展服务贸易企业总部经济和新型贸易业态,助力贵州省成为辐射西南、影响全国的新型服务贸易创新发展高地。(罗平)

零售业做自有品牌是场马拉松

零售业的未来希望 自有品牌之路不平坦

京东首登巴黎时尚家居设计展 构建国际品牌入华优选渠道



京东带领中国原创设计品牌“走出去”

京东集团副总裁辛利军现场发布京东家居家装国际品牌优享计划。

■ 易铭

9 月 7 日-11 日,如期而至的 M&O 巴黎时尚家居设计展(以下简称 M&O),吸引了全球顶尖家居设计师和品牌商们的目光。以 M&O 战略合作伙伴身份首度登陆这一盛会的京东,携素元、十八纸、朱炳仁等优秀中国原创设计品牌,及 FIBONACCI 宝窝家居、Dyson、WOLL 等国际 TOP 品牌精彩亮相,并于巴黎时间 9 月 8 日举办的京东家居家装巴黎推介会上,正式发布旨在助力国际品牌开拓中国市场的京东家居家装国际品牌优享计划,成为各方关注焦点。

作为中国领先的技术驱动型电商和零售基础设施服务商,京东此次以“Gateway”为策展主题,在展现中国原创设计力量,增进中外家居设计交流的同时,以开放式视角生动呈现出无界零售通路上“家”的故事。“借助京东在中国千家万户与全球品牌之间建立的 Gateway,我们正在逐步打通全球优质家居产业链,成为国际品牌拓展在华业务的优选渠道。”在京东家居家装巴黎推介会上,京东集

团副总裁、京东商城居家生活事业部总裁辛利军面向全球家居界发出邀请,期望未来携手更多优秀家居设计师与品牌,将全球优质的家居产品带进海内外亿万家庭。

优享计划亮相 构建海外品牌入华“快车道”

据悉,被公认为全球时尚三大展之一的 M&O,迄今已超过 20 年历史,是唯一集合了全球顶尖设计精英、连接室内设计及装饰美学的全球指标性展览。作为仅限专业人士参加的贸易商展,M&O 将从今年 9 月开始为参展商开启全新的国际商务机会,其中一项重要举措,就是与京东集团签署战略合作伙伴关系。M&O 方面表示,巴黎与中国良好的合作交流,将为参展商们提供绝佳机会,共同拓展这一充满吸引力和挑战性的市场。

目前中国消费正在快速升级,消费者的消费习惯和理念也不断变化,海外品牌商入华,面临着品牌认知度低获客难、摸不透市场水土不服以及跨境物流障碍等一系列难点。

为了帮助国际品牌打通入华痛点,京东依托自身在大数据、营销、物流等方面的资源优势 and 丰富运营经验,特别推出京东家居家装国际品牌优享计划,融汇营销赋能品效合一、全链路招商运营服务、一站式跨境物流三大解决方案,构建出一条国际品牌入华“快车道”。

在营销赋能方面,依托京东站内 3.18 亿优质用户,站外 X 计划覆盖的 99.9% 互联网人群,可基于平台数据为品牌拓展全网精准流量,打造社交电商品效合一,提升品牌认知;在招商运营服务方面,专业的招商运营团队和上千家 JDP(JD Partner)运营服务商,可帮助品牌快速入驻,为品牌提供一站式托管运营服务,帮助品牌快速适应中国市场,实现从无到有的增长;在跨境物流方面,京东物流布局目前已覆盖 100 多个国家,运营有 1000 多条航线、建立了 35 个海外及自营保税仓,可为品牌从货源接收、跨境运输、报关清关到对接中国国内物流、最后送达消费者等业务提供一站式的解决方案。

对于有意进入中国市场的国际品牌而言,京东家居家装国际品牌优享计划完整打

通了从迈进国门、建立品牌认知,到开拓市场、实现本土化经营的品牌运营全路径,无疑是便捷高效的上佳之选。

此次随京东出击巴黎展的国际品牌,包括久负盛名的 FIBONACCI 宝窝家居、Dyson、Dansk、STAUB、IITITALA、Swell、WOLL、cep 等 8 大国际 TOP 品牌,它们同样受益于京东对品牌商的多方支持,目前均已在中国中高端客群里具备相当的知名度。

大力扶持中国原创设计 带领国产家居品牌“走出去”

在推进国际品牌加深与中国交流的同时,近年来中国原创设计能力的不断崛起,同样促使 M&O 张开热情怀抱。此次京东甄选共赴巴黎的 15 个原创设计品牌,包括素元、厌式房间、十八纸、belaDESIGN(本来设计)、港龙、拾光记忆、多少、万仟堂 Edenus、东道汝窑恒福、优立地毯、朱炳仁、Hero、Staxx、香度、永丰源等,从百年传承的绝世匠人到崇尚自然的极简风尚,多元展现中国人对于“家”的不同寄情。

自 2016 年携“JD DESIGN+”项目首次亮相米兰国际家具展以来,京东持续致力于向全世界展现中国原创设计力量和东方文化新貌。2017 年 4 月,京东在米兰设计周上推出“万物”主题展,与世界最前沿的专业人士就设计、美学、生活、人类发展共同探讨和思辨。同年 11 月,米兰国际家具展首次来到中国,京东成为唯一一线战略合作伙伴。凭借雄厚的国际资源及平台优势,京东不断将众多中国优秀原创设计品牌引入居家生活平台。

“随着国内消费升级,中高端客群对于个性化的原创设计越来越推崇。但在全社会范畴内,对于原创设计价值的认知还远远不够。”辛利军表示,京东希望充分发挥资源平台所长,通过整合如巴黎时尚家居设计展这样的全球优质展会资源,在保护原创设计、推动原创设计发展上贡献更多助力。京东居家生活旗下全新上线的东居高端家具频道,一项重要使命正是向全社会倡导原创价值,满足中高端客群的家具升级消费需求。

作为中国家庭生活方式和生活方式的引导者,京东居家生活依托已连接中国与世界的京东 Gateway,以及借助巴黎时尚家居设计展这样的国际顶级展会,在将中国原创设计推向世界舞台的同时,也在更快更多地将前沿家居时尚理念、品牌和产品带回国内,为中国家庭带来更美好的家居生活。

首届中国集群品牌论坛将在北京举办

■ 齐佳

日前,中国品牌建设促进会联合中国林业产业联合会、国际竹藤中心、中国食品工业协会、中国保健协会、中国中药协会、中国优质农产品开发服务协会、中国电子商务协会等单位将于 2018 年全国“质量月”期间的 9 月 20 日在北京举办“首届中国集群品牌论坛”,论坛主题定为“加快集群品牌建设,推动国际品牌共同发展”,由南开大学、中央民族大学提供学术支持。

八家国家级协会联办

中国品牌建设促进会由原国家质检总局、工信部、财政部、中国国际贸易促进委员会、中央电视台五家单位发起,于 2013 年经国务院同意,民政部批准成立。

中国品牌建设促进会作为从事品牌工作唯一的全国性社会团体,中国品牌建设促进会成立以来严格按照国务院要求,推动形成具有中国特色的品牌价值评价机制。

本次中国品牌建设促进会联合诸多国家级协会共同举办首届中国集群品牌论坛意义重大,影响深远。从主办单位中,可以看到包括农业、林业、食品、中医药、养生保健、

电子商务等老百姓日常消费的重要领域,而这些领域的相关国家主管部门已经出台了促进品牌建设的政策、规定等。

2016 年 6 月 10 日,国务院办公厅出台《国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》。《意见》指出:当前,我国品牌发展严重滞后于经济发展,产品质量不高、创新能力不强、企业诚信意识淡薄等问题比较突出。如何推动经济转型发展,推动经济高质量发展,打造更多享誉世界的中国品牌,相信在聚集中国优势产业的“首届中国集群品牌论坛”上,与会领导、专家、企业家等将给出自己的答案。

聚焦优势产业

首届中国集群品牌论坛组委会秘书处相关负责人称,在今年 5 月 10 日中国品牌日期间已经先期试成立了中国养生保健、中国稻香米、中国茶叶、中国白酒等品牌集群。通过 2017 年以来的调研、论证,以及成立以来的摸索推进,已经初步具备了大力培育、发展的基础。

在此基础上,9 月 20 日举行的首届中国集群品牌论坛上,还将再成立一批具有中国优势、中国特色的品牌集群,涉及坚果、食用

油、调味品、陶瓷、中医药、民族文旅、竹藤、建筑建材等领域。

集群品牌、品牌集群的定位、理论和培育,源于中国品牌建设促进会承担的财政部重大经济类项目“品牌价值提升工程”和科技部科技支撑计划项目——“品牌评价技术标准研制与应用示范”项目。在这两个重大项目的调研、论证、实施等过程中,诸多参与的政府部门、研究机构、一线企业等纷纷指出我国在一些优势产业中的集群效应和国际优势。

本次论坛将邀请国家相关部门领导、权威专家学者、知名品牌企业高管等齐聚一堂,为中国集群品牌发展献计献策。论坛将发布集群品牌、品牌集群发展理论和概念解读,中国集群品牌建设的目标和重点工作等;探讨发达国家和发展中国家不同体制下的品牌发展之路,中国具有国际优势品牌的重点产业、新时代中国经济高质量发展与品牌经济等等议题。

当前,中国发展迈入新时代,经济也进入高质量发展阶段,打造更多享誉世界的中国品牌基础已经夯实,推动中国集群品牌建设、推动国际品牌共同发展的机遇已经到来。

2017 年度中国医药 百强品牌企业发布

■ 汪雯

9 月 8 日,由全国工商联医药业商会主办的“2017 年度中华民族医药百强品牌企业发布会暨弘扬民族医药·打造民族品牌主题论坛”在中华药都安徽省亳州市成功举办。

作为此次活动的重头戏,“2017 年度中华民族医药百强品牌企业”榜单也正式揭晓,扬子江药业集团有限公司、修正药业集团股份有限公司、云南白药集团股份有限公司、山东步长制药股份有限公司、康美药业股份有限公司等 100 家企业依托其各自的拳头产品荣登榜单。

近年来,从《中医药发展战略规划纲要(2016-2030 年)》、《“健康中国 2030”规划纲要》到《中医药法》及《中医药“一带一路”发展规划(2016-2020 年)》等中医药相关政策的密集颁布不难看出,国家对于中医药产业的扶持力度可谓空前。

商会通过广泛征集,对比企业品牌知名度、企业诚信度以及严守国家政策法规等多项标准,经专家委员会讨论审核,最终遴选出“2017 年度中华民族医药百强品牌企业”,旨在弘扬民族医药,打造民族品牌,树立标杆,发挥榜样作用,促进中医药行业发展。

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

