

做中国企业的思想者

# 企业家日报

# 中国品牌

Chinese brand weekly 周刊 双汇集团协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 212 期 总第 9546 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

2019 年 8 月 18 日 星期日 己亥年 七月十八

新闻简讯 | News bulletin

## 河北省品牌农业发展联盟成立

“有的白菜在批发市场 0.5 元一斤还卖不掉，而玉田包尖白菜 50 元一颗仍供不应求，这就是品牌的价值。”8 月 14 日，国家农业农村部信息中心副主任、中国区域公用品牌专家张国，在石家庄对上百位河北农业农村系统的工作人员说。当天上午，河北省品牌农业发展联盟正式成立。来自国内的 40 家高级别品牌科研院所、设计营销机构等成为联盟首批成员单位。

河北省委农办主任、农业农村厅厅长王国发表示，河北省品牌农业发展联盟的成立，是贯彻落实省委、省政府推进农业供给侧结构性改革和品牌战略的重要举措，也是推动农业转型升级，全面提升农产品竞争力的实际行动。他希望，联盟和联盟成员要认真贯彻落实习近平总书记关于加强品牌建设的重要指示精神和国家品牌战略要求，大力弘扬创新精神和工匠精神，为河北品牌农业造势、汇智、引资、聚能、创新，促进河北品牌农业群体形象进一步崛起，提升河北农业的核心竞争力和可持续发展能力，助力河北乡村振兴。(郑建卫)

## 德化陶瓷瞄准高质量发展

品牌价值高达 1086 亿元、2018 年产值 328.5 亿元、3000 多家从业企业……作为唯一的世界陶瓷之都，近年来，福建省德化县陶瓷产业发展迅速。8 月 12 日，德化县县委书记梁玉华在“世界陶瓷之都·德化陶瓷产业发展”新闻发布会上表示，德化陶瓷以“白”见长，早在宋元时期就成为“海上丝绸之路”的重要出口商品，被誉为“中国白的故乡、瓷艺术的摇篮”，奠定了“世界官窑”的历史地位。近年来，德化陶瓷产业发展迅速，全县 3000 多家陶瓷企业，2018 年实现产值 328.5 亿元，60% 以上的陶瓷产品出口国外，获评国家级出口陶瓷质量安全示范区。同时，作为全国最大的陶瓷电商产业基地，德化拥有陶瓷电商企业 7500 多家，2018 年交易额达到 106 亿元，占据全国 80% 的网上陶瓷茶具销售市场，获评全国发展农村电商和产销对接十大典型县、国家级电子商务进农村综合示范区。

据了解，今年 5 月，中国资产评估协会出具的评估报告显示，德化陶瓷品牌价值高达 1086 亿元，在全国陶瓷产区品牌价值中排名第一。此外，作为全国陶瓷电商行业“领头羊”，2016 年以来，德化牵头启动 4 项陶瓷类电商国家标准制定工作，目前 2 项国家标准列入国家重点研发计划项目，省地方标准已于今年 1 月正式发布。(郑建卫)

## 陕西启动农业产业化龙头企业品牌提升活动

8 月 13 日上午，由陕西省农业农村厅指导，陕西省农业产业化龙头企业协会主办，西部网协办的“农业产业化龙头企业品牌提升活动”在西安宏兴乳业公司启动。今明两年，陕西省将策划系列农业产业化龙头企业品牌提升活动，运用全媒体手段开展持续的品牌宣传，提升一批农业产业化龙头企业品牌的知名度，示范带动全省农业品牌建设。

陕西省农业产业化龙头企业协会统计数据显示，截至 2018 年底，陕西省县级以上农业产业化主管部门认定的龙头企业总数达到 2127 家。其中，国家级 36 家，省级 517 家，市级 1480 家。但全省省级以上龙头企业获得省级以上名牌产品或著名(驰名)商标的数量仅有 234 家，占总数的 45%。龙头企业品牌存在知名度不高，宣传营销手段缺乏等难题。(李卫)

四川友联味业食品有限公司



028-87819550  
www.scylwy.com

地址：成都高新区安德工业园区紫荆路368号

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



企业家日报微信公众平台  
中国企业家网

## 下半年 自主品牌要集体“向上”突围

◎守住 SUV、新能源汽车市场 还得靠品质说话 ◎下半年市场挑战巨大 自主品牌集体向高端突围

《P2》

# 以可持续发展滋养可持续健康

## ——解密伊利品牌全球化之“道”

■ 鹏程

正如南半球的蝴蝶可以引起一场北半球的海啸，在地球村被跨国商业活动和信息技术变得越来越狭窄的今天，全世界没有一起事件是孤立存在的。对于那些拥有较大影响力的国际化企业和国际组织而言，更是如此。正在崛起的中国企业已经意识到，全球命运与千万个实体的发展路径相连接，实体的未来也依赖更美好的地球，共生共荣。日前，在北京举行的“营养健康 70 年——2019 中国国际健康产业峰会”上，伊利集团旗下的高端乳品品牌金典举办了一场“天赐金典 开启有机新生活”品牌升级发布会，通过“三位一体”的产品升级、视觉升级、品牌理念升级，倡导有机绿色的生活理念，并宣告高端畅享有机纯牛奶新品上市。

伊利是在中国北部草原城市呼和浩特成长起来的一家民营企业，根据荷兰合作银行最新发布的权威排名，伊利持续位居全球乳业第一阵营，持续领跑亚洲。作为伊利旗下的旗舰产品，金典有机奶凭借优质的有机奶源优势已成为中国市场上的有机乳制品领导者。伊利与金典品牌的发展路径背后，不仅蕴含了企业经营之道，也深藏着企业与自然的和谐共生之道。

### 成长之道 引领健康产业的绿色领导力

早在 2007 年，伊利迎来了上市的第十个年头，那时的伊利就已经意识到绿色可持续对整个行业乃至整个产业链的重要性。伊利集团董事长潘刚，在那一年的夏季达沃斯上提出了“绿色领导力”理念——“可持续的能力，代表了企业的未来领导力。”随后，这一理念进一步升级为伊利“绿色产业链战略”。伊利在提升自身可持续发展能力的同时，优先选用注重环境保护的供应商，引领全产业链向绿色可持续发展转型。从那时起，伊利全面走向可持续发展道路：开展温室气体排放量盘查，使用 FSC 绿色包装，自建污水处理厂……据最新一期的报告显示，2018 年，伊利在环保方面的总投入达到 2.8 亿元，比 2017 年增加 1 亿多元。



金典品牌升级发布会现场

同样是在 2007 年，金典有机奶问世，填补了我国有机乳品市场的空白。绿色可持续成为伊利集团的发展基因，也成为金典的品牌基因，只有绿色可持续的产业链和生态环境基础，才能产出高品质的有机牛奶。

一直以来，伊利金典不仅为消费者提供高品质的健康产品，也倡导绿色有机健康的生活理念。8 月 7 日峰会现场，伊利金典宣布品牌升级的同时，还将在全国范围内启动“全民有机生活打卡计划”，通过代言人吴青峰等示范作用，在全国邀请百余名达人打卡有机生活，进一步在全社会共同示范有机生活。

### 规模之道 寻找全球产业链上的“绿洲”

绿色不仅体现在生产过程中，也应该体现在结果中，让消费者可以感受到，可以体验到。在那之后的十年中，伊利投入巨资严格按照国际有机标准打造了一条完整的有机牛奶产业链，铸造了金典的绿色品质。2013 年，伊利集团针对金典有机奶推出了全程有机追溯系统，通过产品顶部的 17 位有机码，直接查询有机牧场、原奶检验、无菌生产、成品检验、认证查询五大环节全过程，将品质保障做到了高标准。金典迅速成为高端奶市场上的王者。

与此同时，伊利为消费者寻找最优奶源

的脚步从未停歇——企业相信，将视野拓展到全球，能进一步强化自己的产品。2014 年，中国提出的“一带一路”倡议为伊利打开了通向世界的大门。这一年的南半球，伊利大洋洲生产基地正式揭牌，创造了中新两国投资规模的新纪录。伊利在全球黄金奶源带中“1% 的黄金牧场”建立了海外原料供应的绿洲。在北美、在欧洲，伊利分别与不同的大学合作，建立了智力支持渠道，用全球资源打造一杯好奶。2016 年，金典有机奶通过了欧盟有机认证。伊利金典有机奶是国内获得原产地保护的有机奶，也是国家质检总局权威认证的有机奶。在去年举行的首届中国国际进口博览会上，金典新西兰进口奶大获好评。至这一年的 11 月，金典已完成年销售额突破 100 亿元的成绩，成为伊利旗下又一百亿单品，也成为市场上的领导品牌。金典的百亿级成功，成为潘刚所说的“可持续即领导力”的最佳例证。

### 大道致远 构建覆盖全球的健康生态圈

中国品牌正在崛起，中国企业正在走向全球。在当前全球经济与社会连接越来越紧密的背景下，有远见的企业均深知，不可能忽视大环境实现孤立的发展。践行社会责任，担

起大道，才能行稳致远。

2016 年，伊利成为首家签署联合国生物多样性公约《企业与生物多样性承诺书》的中国企业，定期发布《生物多样性保护报告》，严格披露对内、对外实践的不同举措及成效。伊利还通过成立“可持续发展委员会”对生物多样性保护工作进行统筹管理，围绕影响生物多样性的 5 大因素和 6 大领域，完成了管理体系的搭建，并在此体系下全面推进生物多样性保护工作。

近年来，伊利金典陆续推出了“聆听自然的天籁”活动、“自然馈赠，馈之自然”承诺消费者每购买一箱金典有机奶，伊利就配捐一笔公益善款用于守护 4.6 平米湿地。并联合 WWF 在吉林省向海和莫莫格挂牌成立湿地自然教育学校，通过知识普及唤起公众的生物多样性保护意识。

凭借绿色可持续发展的理念，伊利在全球越来越受欢迎。2017 年 3 月，伊利在新西兰的大洋洲生产基地二期正式揭牌，被认为是中新两国加强经贸合作标志性的项目。2018 年，伊利产品和品牌全面落子东南亚，共赢的理念、绿色的发展方式、优秀的产品品质受到了当地政府和消费者的欢迎。在国际场合，伊利金典的有机品质也成为世界品质，从 G20 集团峰会，到夏季达沃斯论坛，金典频频被全球著名峰会选择。金典作为“中国有机力量”的代表，让世界认识中国高端品牌的品质和有机力量。

个人健康是立身之本，国民健康是立国之基。近年来，国民的营养健康已然成为国家重点关注的头等大事，从提出“健康中国”发展战略，到呼吁“没有全民健康，就没有全面小康”，再到实施健康中国行动，中国正将这条健康强国之路走得更深更远，并逐步引领全球健康主张。

“大道致远，海纳百川”，纵观全球，由中国提出的“一带一路”倡议和人类命运共同体理念正在被越来越多的国家所接受和认同，为中国跨国企业赋予全新的责任。共建、共享、共赢成为企业全球化发展的共识，作为健康食品企业的代表，伊利正在以守护全民健康为己任，加速创新步伐，开拓全球健康格局。伊利的目标是与世界牵手，共建“全球健康生态圈”，共享健康未来。

## 长城汽车协办世界机器人大赛 助推自主品牌汽车创新发展

■ 罗瑞

世界机器人大赛作为机器人领域竞赛水平高、参赛国别多、选手年龄跨度大、社会关注广的全球性高端品牌赛事，自从 2015 年开始已经成功举办四届，吸引了全球 20 多个国家近 8 万名选手参赛。世界机器人大赛已经成为顶级机器人技术比拼的舞台，同时也是国际合作和技术交流的。

2019 年的世界机器人大赛总决赛在河北省保定市展开，长城也参与了协办。这场包



含竞技赛事+高端论坛+特色活动三大巅峰科技对决，在长城汽车徐水智慧工厂进行。

2019 年的世界机器人大赛总决赛吸引了各国政府组织、企业、科研院所、教育机构

等各界技术精英，而机器人技术宅、设计控等民间机器人爱好者也共同参与。本次比赛设立了四大主要赛事，包括 bci 脑控机器人大赛、共融机器人挑战赛、青少年机器人设计大赛和机器人工业设计大赛，赛事将对机器人行业在不同领域中的研究、应用、发展进行深入分析讨论，推动机器人领域的科技创新以及地方产业的孵化。

长城汽车作为自主品牌汽车领导者，已经率先大规模应用了先进的机器人创新技术，并一直大力推动机器人技术的创新。长城

汽车与世界机器人大赛可谓既是互为因果也相得益彰，为自主品牌汽车乃至智能制造产业塑造了共同发展、相辅相成的模范。

长城汽车协办 2019 年世界机器人大赛，意在助推自主品牌汽车在机器人智能应用领域的创新发展。包括长城汽车机器人团队在内的全球机器人领域的精英也借此次大赛的机会坦诚交流，此次大赛不仅促进了全球机器人产业的快速发展，更有望助推实现京津冀目标同向、措施一体、优势互补、互利共赢的协同发展新格局。



好鞋伊百路 健步人生路

养生热线: 400-100-2912



双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤，更入味