

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly

东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 051 期 总第 9722 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2020 年 3 月 29 日 星期日 庚子年 三月初六

新闻简讯 | News bulletin

口碑饿了么600多个品牌到店销售额大增

24 日,口碑饿了么发布数据显示,3 月 18 日至今,支付宝城市生活周开始后一周,星伦多、老娘舅、满记甜品等 600 多个品牌到店销售额环比增长超 1000%,消费力开始复苏。

口碑饿了么数据显示,网红品牌“奈雪的茶”经口碑饿了么引荐,正式开设天猫旗舰店,吸粉达 6.6 万关注。在口碑上,有 3.4 万份奈雪的茶代金券被销售。(翟继茹)

江南布衣集团整体收入增长

新兴品牌尚难以成为江南布衣的中流砥柱。3 月 21 日晚,江南布衣发布 2019/20 财年中期业绩报告。财报显示,江南布衣于期内实现总收入 21.36 亿元,同比增加 5.3%。值得注意的是,旗下成熟品牌 JNBY 占总收入 57%,而新兴品牌 NOTE 73 最低,仅占 0.1%。

江南布衣集团称,收入的增加主要是由于集团零售网络的升级以及线上渠道收入的持续上升。具体来看,相比 2019 上半财年,2020 上半财年通过线上渠道销售额继续增加。同时受益于与电商平台合作发布的新品以及时尚敏感消费人群的增加,线上渠道中成交的新品零售额超零售总额两成,驱动了集团整体收入的增长。(王晓然 陈媚)

新疆推进深度贫困县打造地理标志商标品牌

今年,新疆将继续推进 22 个深度贫困县提升各类优质农副产品的品牌效应,确保每个县各新增地理标志商标 1 件以上,助力脱贫攻坚。据新疆维吾尔自治区市场监督管理局介绍,截至目前新疆拥有地理标志商标 89 件,地理标志保护产品 38 件。根据《自治区加快推进地理标志商标品牌发展助力脱贫攻坚三年行动方案(2018—2020 年)》,到 2020 年底,新疆地理标志商标数量将达到 150 件以上;新疆各地州市地理标志商标平均注册量达到 10 件以上,每个深度贫困县新增地理标志商标 1 件以上。(刘兵)

广州“16 条”打造直播电商之都

近日,广州市商务局出台《广州市直播电商发展行动方案(2020—2022 年)》(以下简称“行动方案”),从五个方面提出 16 条政策措施,大力发展直播电商,创新商业新模式,推动广州市经济高质量发展,助力广州加快推进国际商贸中心建设。

预计到 2022 年,推进实施“个十百千万”工程:构建 1 批直播电商产业集聚区、扶持 10 家具有示范带动作用的头部直播机构、培育 100 家有影响力的 MCN 机构、孵化 1000 个网红品牌(企业名牌、产地品牌、产品品牌、新品等)、培训 10000 名带货网红、“网红老板娘”等,将广州打造成为全国著名的直播电商之都。(广日)

2020 年温州早茶云上品牌展启幕

每年开春,浙江的茶市总是由温州喊出第一声。但受突如其来的新冠肺炎疫情影响,2020 年温州早茶品牌展有些特殊——3 月 25 日与市民在“云”上相约。

由温州市农业农村局、温州日报报业集团联合主办,市特产站承办,以及腾讯、新浪两大直播平台加盟的“2020 年温州早茶云上品牌展”启幕,市民通过手机屏幕,跟随专业主播,来到该市的美丽茶园,看实地采摘,赏茶歌茶舞,更可在品牌展期间,享受到力度超前的新茶限时优惠,转发还能赚“佣金”。(沙默)

渠道品牌的影响力,正在逐渐掩盖产品品牌

◎消费体验始终受制于渠道 ◎产品品牌让位于渠道品牌 ◎留给消费品的只有上游供应链了 ◎品牌到最后还有竞争力吗? <<< P2

朗坤物联网携手 IT 巨头华为强强联合打造朗坤滨海农科技园

■ 宗毅

阳春三月,春暖大地,万物勃发。在这美好的季节,滨海农旅·朗坤农科技园项目由国内智慧农业领军企业安徽朗坤物联网有限公司与江苏苏美达集团联合建设,并携手华为公司,运用最先进的大数据、农业人工智能、5G 等科技技术,重点建设高科技智能温室、华为朗坤“三农云”·大数据中心、垂直农场、农业科创中心等。项目总投资 4.5 亿元,采用国际最先进的光谱选光材料,装备自动化控制系统,并引进以色列农作物培育模式和荷兰温室管理技术,依托朗坤农科技园对全县周边农业产业的辐射,同时结合新型的栽培模式和智能节能的农业设施建设,聚力将滨海县打造成为中国第一朵“三农云”·全国农业科技技术示范区、全国首家乡村振兴整县推进样板县。

3 月 21 日上午 8 时 08 分,滨海农旅·朗坤农科技园项目开工典礼正式开始。县委副书记周岚主持。滨海县委副书记、县长刘永轩代表县委、县政府对安徽朗坤集团、江苏苏美达集团、华为集团、北控水务集团来滨海投资和参与项目建设表示热烈的欢迎!他在致辞中指出,此次项目开工活动,是滨海县节后举行的第一次项目开工仪式,它拉开了滨海县项目建设的总序幕,打响了新一年“三农”工作的发令枪,既表明了滨海县委、县政府大抓项目的决心信心,也表明了重抓“三农”的鲜明导向。农科技园项目是滨海县近年来现代农业单体投入最大、涵盖内容最全、科技含量最高、带动能力最强的农业项目,这既是滨海县“三农”工作的一大喜事,也是推进科技兴农工作的又一次尝试,必将为滨海县现代农业、智慧农业、生态农业、观光农业加快发展注入强劲动力。

安徽朗坤物联网有限公司董事长徐珍玉



安徽朗坤物联网有限公司董事长徐珍玉

代表安徽朗坤物联网有限公司、江苏苏美达集团、华为集团、北控水务集团向前来出席开工典礼的领导、来宾表示热烈的欢迎和衷心的感谢!向为本项目提供服务的滨海县农旅集团有限公司、滨海现代农业园区及县各有关部门单位的领导表示深深的谢意!他在致辞中表示,滨海农旅·朗坤农科技园项目由朗坤携手世界 IT 巨头华为集团运用最先进科技

技术,与江苏苏美达集团联合建设。总投资 4.5 亿元,重点建设 69360 平方米高科技智能温室、11640 平方米华为朗坤“三农云”·大数据中心、7200 平方米垂直农场、4200 平方米的农业科创中心等。将努力把滨海农旅·朗坤农科技园打造为施工、安全、质量精品工程和“农民开心、市民舒心、政府放心”的国家级现代农业示范园。徐珍玉最后说,朗坤物联网公司始终致力于通过农业物联网技术解决国家“粮食安全、食品安全”等核心问题;通过农产品追溯、农产品质量检测等技术研发,初步解决“怎么种好地”问题;通过搭建农产品电子商务平台,解决了“怎么卖好农产品”问题;通过打造“互联网农业小镇”综合运营平台,将农业科技、农产品经营、新农村建设有机融合起来,这次与滨海农旅的合作一定会取得圆满成功。

滨海县农旅集团有限公司董事长张良潮在发言中指出,滨海农旅·朗坤农科技园项目计划于 2020 年 7 月底竣工交付,虽然工期短、任务重,但农旅集团有信心精诚联合安徽朗坤物联网公司、华为公司和江苏苏美达集团,举全司之力,集各方所长,保障项目稳妥快速推进;强化工程监管和日常管理,确保项目施工安全和工程质量;并发挥地主优势,争取县直各部门支持,为项目建设创造优良环境,确保 7 月底前完成滨海农旅·朗坤农科技园项目建设任务,为全市重大项目观摩增添精彩!

滨海现代农业产业园区管理委员会主任王炳山表示,滨海农旅·朗坤农科技园项目的开工是农业园区发展史上的一个新的里程碑。该项目以智慧农业为抓手,以农业农村大数据为核心,以“数字产业化、产业数字化”为发展主线,引领园区全域打造国内数字乡村的示范基地,标志着滨海现代农业产业园区成功迈进了智慧农业的大门。将填补园区在育

苗、研发、展销、可追溯等方面存在的不足,补齐创建国家级现代农业示范园区的短板,可以推动园区向透明化、智能化、特色化、绿色化方向发展,真正把园区建成引领全县现代农业高质量发展的示范区、排头兵。

据透露,安徽朗坤物联网有限公司成立于 2011 年 5 月,是智慧三农领域顶层设计、生物信息应用、智慧小镇建设、乡村振兴综合服务与运营、高标准农田建设以及大数据综合服务为一体的国家级高新技术企业,是国内领先的物联网农业小镇综合运营商,提供了独具匠心的创建特色小镇的顶层设计服务;创新了党务、政务、农务、商务和社会化服务的“五维一体”服务模式;创立了以智慧综合服务平台、“农事通”全国服务通、“农民通”全国电商服务中心和“农视通”全国农民培训中心的“一平台三中心”服务作支撑体系;并通过农村端、平台端和城市端立体化打通城乡对接渠道,使农村生活像城市生活一样便利,让市民羡慕农民,开创了物联网农业小镇新模式。公司在海南省海口市设计、建设和运营的“石山互联网农业小镇”已取得巨大成效,被社会各界予以充分肯定,受到了党和国家领导人的高度重视和充分肯定。农业部已把此模式写进十三五规划,并于 2017 年两次发文在全国大力推广。2018 年 4 月 13 日,“习近平总书记来到海口市石山互联网农业小镇施茶村,顶着骄阳走进火山石斛园察看石斛规模化种植情况,AWL 智能喷灌系统、水肥一体化系统运行情况。习总书记给予充分肯定,勉励大家进一步做好做强,并表示,乡村振兴要靠产业,产业发展要有特色,要走出一条人无我有、科学发展、符合自身实际的道路”。习总书记亲临视察,是对安徽朗坤人努力的肯定,证明安徽朗坤多年来所走过艰辛执着的兴农、富农之路是光荣而又正确的。

国产体育品牌交出亮丽年报

受到新冠肺炎疫情的冲击,国内体育品牌无论生产还是销售在今年第一季度都迎来最困难的时刻,而安踏、特步、361 度等国内体育品牌在最近一周陆续公布的 2019 年业绩报告,以及他们在报告中流露出的对未来的信心,无疑给整个行业打了一剂“强心针”。

斐乐推动 安踏业绩猛增 40%

据中国体育报报道,“营收 339.3 亿元,同比增长 40.8%,连续六年高速增长,创下上市以来最佳。”3 月 24 日,国内知名体育品牌安踏公布了一份亮丽的 2019 年业绩报告,股东应占利润 53.44 亿元,同比增长 30.3%。

报告显示,主品牌安踏贡献营收 174.5 亿元,同比增长 21.8%,占总收入的 51.4%;斐乐品牌贡献 147.7 亿元,同比大幅增长 73.9%,占总收入的 43.5%。此外,包括迪桑特在内的其他子品牌贡献 17.07 亿元,增长 33.3%,占总收入的 5.1%。由此来看,安踏的 2019 年业绩能实现 40.8% 的高增长,斐乐可以说立下了头功。

据悉,安踏是在 2009 年收购斐乐的中国业务的,当年仅为安踏贡献了 1841.7 万元的营业额。随后十年间,安踏将其成功塑造成为高端运动时尚品牌,吸引了中国高端消费者的注意,安



踏的业绩报告也显示,斐乐的毛利率高达 70.4%,这使得斐乐品牌为安踏贡献了 104 亿元毛利,超过了主品牌安踏贡献的 72 亿元毛利。

在 2019 年,安踏与其他投资者组成的财团又收购了亚玛芬体育,安踏合营企业是亚玛芬的控股公司。目前,安踏对合营公司的持股比例为 57.95%。2019 年 3 月至年底,安踏合营企业总计实现收益约 175 亿元,净亏损约为 10.93 亿元。不过,安踏对亚玛芬体育未来抱有信心,期望能成为未来高速增长的新引擎。

深耕跑步市场 特步探索多品牌

3 月 18 日,特步公布的年报显示,2019 年全年营收为 81.83 亿元,和 2018 年相比增长 28%,创下该品牌的历史新高。

2019 年,特步连续第五年成为中国内地赞

助最多马拉松和路跑赛事的运动品牌,总计 53 场赛事,其中包括 36 场马拉松赛、10 场特步企鹅跑和 4 场大学生路跑联赛等,总参加人数超过 80 万,以此与目标消费群建立联系。而在特步 2019 年的销售额中,鞋履占比为 56.8%,服装品类占比为 40.9%,配饰占比为 2.3%。

特步在 2019 年也走上多品牌探索之路。2019 年 3 月,特步成立合资公司,在中国开展运动鞋品牌索康尼和迈乐的分销业务。2019 年 8 月,特步又收购盖世威、帕拉丁等品牌。特步在年报中表示,企业的多品牌战略划分为三大定位:主品牌特步深耕大众运动,索康尼和迈乐以专业运动为主,盖世威与帕拉丁定位时尚运动。

361 度增速落后 童装业务抢眼

在已公布 2019 年业绩报告的三大国产体育品牌中,361 度是增幅最小的,2019 年共实现营业收入 56.32 亿元,和 2018 年同期相比增长 8.57%;实现权益持有人应占溢利 4.32 亿元,同比增 42.39%。361 度与安踏、李宁、特步等体育品牌的差距正在扩大。

361 度年报的最大亮点,是其童装业务快速崛起。报告显示,2019 年 361 度童装营业收入为 9.99 亿元,为公司贡献了高达

17.7% 的营业收入。相比于 2018 年的 8.16 亿,增长率达到了 22.4%。

复工复产 体育品牌发力线上业务

突如其来的新冠肺炎疫情,自然也对国内体育品牌 2020 年的业绩带来了冲击,包括安踏、李宁、特步、361 度在内的国产体育品牌积极应对,一方面勇于承担企业社会责任,踊跃捐款捐物支持抗疫;另一方面发力线上业务,并在疫情缓解后迅速有序复工复产。

“安踏主品牌 2020 年一季度整体业务与预期相比下降 20%至 25%。不过随着国内疫情好转,安踏目前自有工厂复工率达 100%,外包工厂已恢复 90%以上产能,集团旗下门店 95%已恢复营业。”安踏集团总裁郑捷表示,在大量体育比赛、品牌推广活动取消后,安踏在 2020 年将聚焦商品 IP 打造和商品本身推广,将业务重心转移至线上。

特步也在年报中披露,3 月渠道零售已经陆续恢复,一季度零售预计同比下滑 25%至 30%,公司亦通过允许换货、延长总代理账期等方式支援渠道,并积极通过多种线上新渠道抓住销售机会。据东吴证券预计,特步今年收入及利润处于持平微降状态,2021 年有望恢复增长。(王世礼)

东裕茗茶 DONUTY TEA 陕 | 西 | 心 | 意

东 | 汉中仙毫 CHINESE GREEN TEA

「东裕汉中仙毫」获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司 招商热线: 029-87809659

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

热线电话: 400 990 3393
新闻热线: 028-87319500
投稿邮箱: cjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台 二维码

中国企业家网 二维码