

做大做强做好做实品牌经济

■ 谢京辉

在应对疫情中,长三角发挥一体化优势,利用品牌经济发力,成效显著。当前,长三角一体化示范区建设进入密集施工期,重点推出 33 个亮点品牌项目,特斯拉超级工厂二期、迪士尼乐园扩建、金山乐高乐园等世界级品牌建设项目,备受瞩目。长三角新说品牌电商、跨境电商、喜馬拉雅、樊登、小红书、愚头茶、虎博科技、流利说、关爱情等以创意开创品牌经济新篇章。非常时期,品牌经济正成为加快长三角一体化的重要力量。

第一,做大品牌经济,加速长三角一体化市场要素流动。

所谓品牌经济,是以品牌为载体,承担和发挥地区经济资源集聚配置和整合功能的经济发达形态。当前,长三角区域已具有一定规模的品牌资源,发展品牌经济正当其时。充分发挥品牌经济作为长三角一体化加速器的作用,有助于长三角实现更高质量发展。

在长三角一体化中做大品牌经济,能够加大市场要素流动。一方面,品牌规模化扩大了高端市场容量,解决了市场发展被容量束缚的问题;另一方面,产品提质增效,解决了低水平重复建设的问题。同时,优化市场环境,有助于解决难以吸引优质资源的产业转型升级瓶颈问题。

品牌经济不仅吸引更多人才、资本、

信息等要素的流动,而且品牌集聚能够创造更多品牌要素流动机会。更为重要的是,一旦企业品牌优势落实到空间层面,将进一步集聚高质量的就业、商务人流、资金流、信息流等要素。

第二,做强品牌经济,加快长三角区域形成全产业链。

长三角区域内 27 个城市经济发展各有所长,各具特色。但对产业发展而言,不可避免存在各自为政、整体实力不足、全球竞争力不强等问题。这与区域尚未形成全产业链不无关系。做强品牌经济,能够加快形成长三角区域全产业链。

其一,品牌连接长三角区域产业链各个环节,相互间不再是价值链的上游关系,而是分工协同关系,可以避免恶性竞争;

其二,品牌创造价值最大化,品牌形成的全产业链在节点上实现价值,改变了不同部门分割价值,减少不必要摩擦;

其三,品牌产生倍增效应,品牌乘数效应导致长三角区域的其他关联产业产生倍增效应;

其四,品牌强化长三角区域产业完整性,有利于产业分别布局或配置到合适的经济活动地点。

做强品牌经济,还具有整合地区资源、全国资源乃至全球资源的作用,从而使长三角区域体系进入较发达发展阶段。

第三,做好品牌经济,推动长三角一

社会化品牌营销中需掌握的五大强关系

社会化营销进入到强关系时期。企业若确保市场营销高效率和实际效果的最好主要表现,就必须提升搭建起以品牌为管理中心的关系系圈,以确保合理运用和应用这类关系系进行市场营销总目标。进入到互网的新营销时代以后,笔者一直在关心和提升针对品牌市场营销环境的转变和发展趋向的研究,以求发现影响企业市场营销的强关系,引导企业有效利用这些强关系。

品牌与目标消费群之间的“生活关系”

进入大互网时期以后,商业服务民主化观念的顾客自权重逐渐崛起,这对企业的品牌营销确实提出了更高的挑战。市场营销已不是从一端向另一端的商业服务过程,而是品牌与总体目标用户群之间的沟通交流互动交流过程,乃至规定二者之间的关系更加亲密无间,进而产生品牌与总体目标用户群之间的强关系,笔者将之称之为“日常生活关系”。而而言之,便是将品牌与市场营销主题活动与用户群的社会实践活动有机结合起来,针对彼此而言,主动地创建起亲密无间友善型的关系。

知名品牌优衣库也是把自己称之为“与顾客生活在一起的品牌”,显现了品牌

品牌评价国家标准宣贯教材 I | (连载八十三)

2020 年 5 月 24 日 星期日

企业家人日 袁编;袁红兵 美编;梅文刚

2020 年 5 月 24 日 星期日

企业家人日 袁编;袁红兵 美编;梅文刚



略,需要进一步打造世界级城市群。英国地理学者戈德认为,城市群是城市发展成熟阶段的最高空间组织形式,是在地域上集中分布的若干城市和特大城市集聚而成的庞大的、多核心、多层次城市集团,是大都市区的联合体。这种联合体优势在于聚焦经济带来聚焦效应,而释放聚焦效应与产业发展关系紧密。

目前,长三角城市群 GDP 为 16.5 万亿元,占全国 GDP 的 18%,与全球领先的城市群相比还有差距。提升城市群竞争力必须做实品牌经济。

一是优化品牌结构。

长三角城市群品牌比较单一、高端品牌较少,品牌大多集中在在家电、纺织、建材等行业,而且品牌国际能力不强。下一步,应利用好中国国际进口博览会和“一带一路”将产业进一步优化区域品牌结构,提高品牌国际竞争力。

二是加强品牌资本化运作。

品牌资本化能够提高品牌国际化水平,通过股权、品牌合作、授权方式实现品牌进一步扩张。

体化更高质量发展。

品牌经济推动长三角一体化更高质量发展,主要体现为“一极三区一高地”。

“一极”指的是增长极生力量。当前品牌,已成为长三角区域市场主体活力的重要体现。长三角区域品牌直接参与全球资源配置和竞争,在促进经济提质增效升级中发挥了“稳定器”和“主引擎”作用。据统计,长三角占全国 GDP 总量 23.82%,社会消费零售总计占全国 21.55%,进口总额占全国 35.93%。其中,70%均来自品牌企业和产品的流域。

“三区”指的是全国高质量发展样板区、现代化引领区和全国一体化发展示范区。产业强则品牌优,“三区”建设离不开品牌优势资源难以形成示范作用,必须引入更多知名企业品牌、产品品牌,产生放大效应和辐射效应,才能起到引领示范作用。

“一高地”指的是新时代改革开放新高地。做好品牌经济,建设新时代改革开放新高地,需要制度保障。一方面,品牌经济正常运行需要制度保证;另一方面,品牌经济参与国际品牌竞争离不开规则创新。新高地制度建设的突破点在于创新。创新就是抓紧制定有利于品牌经济发展的规则,从而在高起点上实现高质量发展。

第四,做实品牌经济,加强长三角城市群竞争力。

加快实现长三角一体化发展国家战

的普及化,全世界的信息内容总产量正呈现爆发式提高。根据这一发展趋势,互联网大数据、云计算技术等新理念和现代性的普遍盛行,他们无能无不胜地推动着一轮的互联网技术热潮。

因而,品牌務必与互联网大数据之间创建起极强的“论证关系”,确保营销推广高效率利润最大化。

品牌与大数据之间的“论证关系”

往往社会化营销备受青睐,便是由于社会化营销非常少出现浪费。怎么解释?以前广为流传,传统式市场营销有一半营销费用被浪费掉,但经营者却不清楚真实的哪一半被浪费掉。因而,企业必须寻找一个方法作出合理论述,究竞自身的营销推广投入的哪一半被浪费掉,或是压根就没有任何营销推广资金投入被浪费掉。

进到也包含一部分财经媒体人士等学者研究人员,这种社会发展公知变成社会化媒体最强劲的营销经销商,有些是完全免费,有些是收费经销商,有些是兼职的,有些是非职业业的。

许多企业的品牌在建立全过程中,十分重视为这种社会发展公知出具多种多样形式、主题鲜明的写作素材图片,供社会发展公知在社交媒体媒体写作全过程之中引入和充分发挥。一些聪明理智的经营者为其品牌造就主导性的营销推广方法,这种主导性的素材图片也是立即营销推广为管理中心开展内容写作,针对品牌的社会化营销提供了强劲的支撑点。

这时候,品牌便可以获得“微信朋友圈”强大的“事情”收益,例如,顾客选购或

根据用户评价协助品牌传播,渠道商会将彼此相互支撑的一部分市场营销管理规模发展壮大,新闻媒体方式会专业为“有事情”的品牌造就品牌传播推广,营销咨询方案策划组织者可以出示更有实战演练性的咨询方案策划和方案。

品牌与公知之间“素材关系”

伴随着社会化媒体的发展趋势,为全部市场营销自然环境创建起巨大的“公知群体”,这种公知群体以微博、大、财经评论员、市场营销专家、互联网评论员等出现,这其中也包含一部分财经媒体人士等学者研究人员,这种社会发展公知变成社会化媒体最强劲的营销经销商,有些是完全免费,有些是收费经销商,有些是兼职的,有些是非职业业的。

许多企业的品牌在建立全过程中,十分重视为这种社会发展公知出具多种多样形式、主题鲜明的写作素材图片,供社会发展公知在社交媒体媒体写作全过程之中引入和充分发挥。一些聪明理智的经营者为其品牌造就主导性的营销推广方法,这种主导性的素材图片也是立即营销推广为管理中心开展内容写作,针对品牌的社会化营销提供了强劲的支撑点。

(校果)

企业家人日 袁编;袁红兵 美编;梅文刚

2020 年 5 月 24 日 星期日

中国龙山 泉韵章丘——山东首个城市区域品牌强势推出

■ 支倩倩

5月16日，济南市章丘区举行以“我，就是章丘；我，想去章丘”为主题的城市区域品牌新闻发布会。会上，发布了以“中国龙山，泉韵章丘”为核心，以新时代闯关东精神、新时代铁匠精神、新时代儒商精神“三大硬核”精神为支撑，以视觉识别、听觉识别、行为识别“三大系统”为传播渠道的城市区域品牌战略体系。这标志着“中国龙山，泉韵章丘”城市区域品牌宣传语正式启用。

城市区域品牌建设助推济南新区强势崛起

“撤市设区以来,章丘城市化进程不断加快,城市发展和城市区域品牌建设面临新机遇。章丘要抢抓机遇,乘势而上,走在前列,以城市区域品牌建设引领城市区域发展,激发党员干部群众内生动力,助推济南新区强势崛起,不断增强群众获得感幸福感安全感。”章丘区委书记马保岭提出要求。

近年来,章丘不断整合历史文化品牌、文明城市品牌、特色旅游品牌、特色农产品品牌等各种分散的品牌资源,高水平加强顶层设计,高质量编制目标规划,以章丘区委区政府名义出台《关于实施城市区域品牌战略的意见》,明确三年工作目标和落地路径“步骤”,最终确立了城市区域品牌宣传语——“中国龙山,泉韵章丘;三大硬核精神——以‘敢闯敢拼、善作善成’为内核的新时代闯关东精神,以‘千锤百炼、精益求精’为内核的新时代铁匠精神,以‘礼尚明礼,互利共赢’为内核的新时代儒商精神。三大传播渠道——视觉识别、听觉识别、行为识别“三大系统”,以此增强城市的竞争力、知

名度、美誉度,提高群众的幸福感、获得感、自豪感。

中国龙山 泉韵章丘 一静一动 一古一今

马保岭在发布会上介绍道,“中国龙山,泉韵章丘”,将城市的文化底蕴、精神气质、自然风貌齐推并举,为宽广“视野和独特精神。龙山文化与灵动泉水一静一动,一古一今,醇厚且文化于泉水,藏天下奇观于文化,交相辉映、震古烁今”

龙山文化首屈一指,章丘,龙山文化的发现地和命名地。龙山文化的发现,证明中国东部存在一种土生土长不同于彩陶文化的黑陶文化,否定了中国文化西来的假说,是中国文明史上一座独特的丰碑。境内城子崖遗址、西河遗址、洛庄汉墓、冶明遗址、冶群遗址、冶厂遗址、冶李营遗址,以及彩陶兵马俑、商家遗址分别列入当年“全国十大考古新发现”。龙山文化已经成为章丘这张闪亮土地的强大文化基因和厚重精神底色,代表着章丘

哈尔滨新区着力提升营商环境 打造“新区模式”品牌

日前,黑龙江哈尔滨新区管委会印发了《哈尔滨新区暨中国(黑龙江)自由贸易试验区哈尔滨片区营商环境攻坚提质2020行动方案》。

根据《方案》,哈尔滨新区将以建设法治政府、服务型政府,进一步提高治理能力和完善治理体系为核心,坚持先行先试、勇于打造效能提升、服务提质、诚信建设、机制完善“四大工程”。到2020年底,让新区“办事不求人”成为常态,大部营商环境评价指标与全国先进地区并跑,综合水平进入全国前列,营商环境法治化、国际化、便利化水平显著提升,营商环境在黑龙江全省彰显“新区模式”的品牌影响力和带动力。

按照《方案》,效能提升工程包括全面实施政务服务事项清单化管理、深化“一枚印章管审批”改革、深化主题套餐政务服务、加大“只跑一次”改革力度、全面推行证明事项、全面推行行政许可告知承诺制、持续压缩企业开办时间、推进简易注销登记改革、推行企业开办全流程线上统一窗营商环境推广等工程,力争“证照通用”、深化“证照互认”改革,“大幅度降低企业投资创业成本、全面实施企业投资项目承诺制等21项内容。

服务提质工程包括加快政务服务标准化建设、加快推进政务服务线上化改革、推动公共服务事项全流程标准化、打造政务服务“十办”新模式、提升纳税便利度、加大对科技创新的支持力度、加大

▶▶▶[上接 P1]

网红经济 点燃东莞制造

东莞市永益食品有限公司的两款产品也成为“爆款”。据公司企业电商业务负责人苏伟介绍,凤球恶蛋番茄沙司卖出27000单,鲍鱼汁卖出11270单。眼下,该公司正集中全公司之力,尽快将订单发出去。苏伟说:“除了直播带来的订单,更重要的是,除了品牌宣传和产品宣传效果,感谢政府搭台,邀请明星代言,大力支持企业复工复产。”

截至5月17日凌晨2时,直播活动销售成交2280万元,另有近740万元正在全球尚未成交。直播间累计观看人次890万,峰值观看人数16.1万。

东莞制造转型升级 “国货之光”闪耀全球

直播间里,一个又一个具有全国乃至全球影响力的“东莞制造”产品让人目不暇接,有人在评论区赞叹:“没想到中国竟藏着这么多好东西!”

去年,华为正式发布自有操作系统鸿蒙,让全球的目光再次聚焦东莞。全球市场,每台4部手机中有一部是东莞生产。10年间,华为、OPPO、vivo等国产一线品牌整机生产企业汇聚东莞,东莞迅速成为全球智能手机重要的生产制造基地。

除了手机“三巨头”之外,东莞还有众多高品质产品,虽然没有在本次直播中亮相,但也同样实力不俗。

例如,拉杆箱的“扛把子”新秀丽、日凯卫,“人体工学椅的鼻祖”美国大牌赫尔家具,陶瓷刀的首创网红京瓷,麦当劳的玩具,迪士尼的初代国货……都是东莞产

Brand Service 品牌服务

江西萍乡举行 2020 年品牌发展大会

5月20日,2020萍乡品牌发展大会暨第十屆萍乡品牌颁奖典在该市蓝湾花园酒店举行。江西省萍乡市人民政府副秘书长贺飞出席并讲话。市工商联副主席张明南、市民政局副局长宋志斌等领导,来自全市的知名企业代表与有关部门“负责人等上百人参加此次大会。本次会议旨在培育力增“萍乡百強品牌企业”、打造品牌经济、助力经济腾飞,共同开创该市经济迈向高质量跨越式发展新局面。



近年来,该市在各领域各行业创建了一批名牌产品,促进了全市经济发展,萍乡的品牌企业是实现“工业强市”的主力军,“萍乡百強品牌企业”已占全市经济半壁江山。去年该市已成为全省唯一获批准国家第二批产业转型升级示范区的设区市,被国务院通报表彰为全国九处示范基地调整资源和枯竭城市转型升级最好典型强城市。这是萍乡坚持“高质量、有特色、走在前列”工作思路,真抓实干、开拓进取,以供给侧改革,增强新旧动能转换“动力”,以城市更新改造,增强老工业城市“磁力”,全面开展城市基础设施建设,着力推进废弃矿山生态治理等,有效地促进了经济实力不断增强、发展速度不断加快、发展质量不断提升、生态环境不断优化,取得了如此骄人,人与企业、品牌企业共同努力是分不开的,这也充分显示萍乡经济高质量发展成果更足、底气更利、干劲更充沛。

最近,萍乡市胜利召开了“两会”,全面部署了稳增长、促改革、调结构、优生态、惠民生、防风险、保稳定各项工作,特别强调要以国家产业转型升级驱动创建为契机,积极推进产业兴市、工业强市,加快构建现代产业体系。要大刀培育主导产业,做大做强实体骨干企业,整合提升工业平台,持续优化创新生态。全市各级组织和部门要加大品牌建设工作支持力度,优化品牌发展环境,支持企业品牌建设,提振品牌、创品牌、搭好商业营销平台,引导品牌企业开拓国内外市场,提高萍乡品牌的影响力与竞争力。

“我,就是章丘;我,想去章丘。”这颗名副其实的“中国龙山,泉韵章丘”的新星正在中国城市品牌的星空冉冉升起。

“三大系统”为传播渠道 一颗新星正在冉冉升起

城市品牌,是一座城市的独特符

号,为了加快城市区域品牌落地,章丘围绕视觉识别、听觉识别、行为识别“三大系统”为传播渠道,成立专班、统筹谋划、系统推进、全面引爆。城市

全面实施政务服务事项清单化管理、深化“一枚印章管审批”改革、深化主题套餐政务服务、加大“只跑一次”改革力度、全面推行证明事项、全面推行行政许可告知承诺制、持续压缩企业开办时间、推进简易注销登记改革、推行企业开办全流程线上统一窗营商环境推广等工程,力争“证照通用”、深化“证照互认”改革,“大幅度降低企业投资创业成本、全面实施企业投资项目承诺制等21项内容。

诚信建设工程包括推进新区公共信用体系建设、加强信用信息归集共享力度,完善联合激励惩戒机制,开展信用信息互联互通,强化信用信息宣传工作等5项内容。品牌评价工程包括建立符合新区高质量发展需要的项目协同策划生成机制,建立适应运行机制,建立可行改革需要的评价权力运作机制,集中处理事前、事中、事后各环节的新型信用监管机制,建立无缝对接招商、招商与安商的企业服务体系;建立符合创造优良营商环境要求的包容审慎监管机制等5项内容。

据悉,为有效落实行动方案,哈尔滨新区在组织推进上将开展加强组织领导统筹协调,开展营商环境专项整治,完善营商环境考核评估机制和强化营商环境宣传推广等方式。将建立营商环境考核体系,将营商环境建设监督工作纳入年度目标考核,作为对部门领导班子综合考核评价的重要指标。对营商环境年度目标考核不达标的部门,由分管区领导评价排名靠后的部门,由分管区领导约谈其主要负责人,并责令限期整改。对整改后仍未如期完成任务任务的干部在提拔任用中启动“一票否決制”。

(刘洁 蒋承志)

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

多方共助东莞制造 开拓直播营销新模式

此次活动的举办地选在鲮鱼洲,意义深远。作为东莞最重要的工业遗址,40多年前,“东莞制造”从这里起步走向世界;40多年后的今天,隶属国企东实集团正在重新启动鲮鱼洲的保护性开发,开发后的主要产业之一被定为“电商直播”,通过打造优质直播間、工作室和场景,引进直播产业链上下游企业,重点培育特色鲜明、示范性强的“直播电商示范基地”,以“电商直播”这一最新潮、最高效快捷的方式,再次将“东莞制造”的优质货品送到海内外千家万户,助力东莞经济复苏与腾飞。

活动中,鲮鱼洲不仅提供了开阔敞亮、设备完善、带着浓郁东莞工业文化气息的拍摄场地和商场的资源,还在现场设立了“直播电商示范基地”,为数百家东莞制造企业提供的200多个优质货源单品提供现场展示。同时,多家国内知名直播电商机构、MCN机构、选品机构、跨境电商等也带来现场,形成了优质货源与专业直播电商类机构的高效对接。

直播结束后,东莞市网络文化协会秘书长张琛表示,这是一次很好的深度体验和学习的机会,通过此次活动,东莞的制造企业以及直播行业相关的企业、机构得以直接参与或近距离地观察一场成熟的直播是怎样完成的,看到直播背后的运行逻辑和策略,经验非常宝贵。

5月20日,2020萍乡品牌发展大会暨第十屆萍乡品牌颁奖典在该市蓝湾花园酒店举行。江西省萍乡市人民政府副秘书长贺飞出席并讲话。市工商联副主席张明南、市民政局副局长宋志斌等领导,来自全市的知名企业代表与有关部门“负责人等上百人参加此次大会。本次会议旨在培育力增“萍乡百強品牌企业”、打造品牌经济、助力经济腾飞,共同开创该市经济迈向高质量跨越式发展新局面。

近年来,该市在各领域各行业创建了一批名牌产品,促进了全市经济发展,萍乡的品牌企业是实现“工业强市”的主力军,“萍乡百強品牌企业”已占全市经济半壁江山。

去年该市已成为全省唯一获批准国家第二批产业转型升级示范区的设区市,被国务院通报表彰为全国九处示范基地调整资源和枯竭城市转型升级最好典型强城市。这是萍乡坚持“高质量、有特色、走在前列”工作思路,真抓实干、开拓进取,以供给侧改革,增强新旧动能转换“动力”,以城市更新改造,增强老工业城市“磁力”,全面开展城市基础设施建设,着力推进废弃矿山生态治理等,有效地促进了经济实力不断增强、发展速度不断加快、发展质量不断提升、生态环境不断优化,取得了如此骄人,人与企业、品牌企业共同努力是分不开的,这也充分显示萍乡经济高质量发展成果更足、底气更利、干劲更充沛。

最近,萍乡市胜利召开了“两会”,全面部署了稳增长、促改革、调结构、优生态、惠民生、防风险、保稳定各项工作,特别强调要以国家产业转型升级驱动创建为契机,积极推进产业兴市、工业强市,加快构建现代产业体系。要大刀培育主导产业,做大做强实体骨干企业,整合提升工业平台,持续优化创新生态。全市各级组织和部门要加大品牌建设工作支持力度,优化品牌发展环境,支持企业品牌建设,提振品牌、创品牌、搭好商业营销平台,引导品牌企业开拓国内外市场,提高萍乡品牌的影响力与竞争力。

“我,就是章丘;我,想去章丘。”这颗名副其实的“中国龙山,泉韵章丘”的新星正在中国城市品牌的星空冉冉升起。

“三大系统”为传播渠道 一颗新星正在冉冉升起

城市品牌,是一座城市的独特符号,为了加快城市区域品牌落地,章丘围绕视觉识别、听觉识别、行为识别“三大系统”为传播渠道,成立专班、统筹谋划、系统推进、全面引爆。城市

全面实施政务服务事项清单化管理、深化“一枚印章管审批”改革、深化主题套餐政务服务、加大“只跑一次”改革力度、全面推行证明事项、全面推行行政许可告知承诺制、持续压缩企业开办时间、推进简易注销登记改革、推行企业开办全流程线上统一窗营商环境推广等工程,力争“证照通用”、深化“证照互认”改革,“大幅度降低企业投资创业成本、全面实施企业投资项目承诺制等21项内容。

据悉,为有效落实行动方案,哈尔滨新区在组织推进上将开展加强组织领导统筹协调,开展营商环境专项整治,完善营商环境考核评估机制和强化营商环境宣传推广等方式。将建立营商环境考核体系,将营商环境建设监督工作纳入年度目标考核,作为对部门领导班子综合考核评价的重要指标。对营商环境年度目标考核不达标的部门,由分管区领导评价排名靠后的部门,由分管区领导约谈其主要负责人,并责令限期整改。对整改后仍未如期完成任务任务的干部在提拔任用中启动“一票否決制”。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

多方共助东莞制造 开拓直播营销新模式

此次活动的举办地选在鲮鱼洲,意义深远。作为东莞最重要的工业遗址,40多年前,“东莞制造”从这里起步走向世界;40多年后的今天,隶属国企东实集团正在重新启动鲮鱼洲的保护性开发,开发后的主要产业之一被定为“电商直播”,通过打造优质直播間、工作室和场景,引进直播产业链上下游企业,重点培育特色鲜明、示范性强的“直播电商示范基地”,以“电商直播”这一最新潮、最高效快捷的方式,再次将“东莞制造”的优质货品送到海内外千家万户,助力东莞经济复苏与腾飞。

活动中,鲮鱼洲不仅提供了开阔敞亮、设备完善、带着浓郁东莞工业文化气息的拍摄场地和商场的资源,还在现场设立了“直播电商示范基地”,为数百家东莞制造企业提供的200多个优质货源单品提供现场展示。同时,多家国内知名直播电商机构、MCN机构、选品机构、跨境电商等也带来现场,形成了优质货源与专业直播电商类机构的高效对接。

直播结束后,东莞市网络文化协会秘书长张琛表示,这是一次很好的深度体验和学习的机会,通过此次活动,东莞的制造企业以及直播行业相关的企业、机构得以直接参与或近距离地观察一场成熟的直播是怎样完成的,看到直播背后的运行逻辑和策略,经验非常宝贵。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

文明蛋业坐落于虎庄镇山村村东拉房,早在90年代,东拉房就以廉鸭饲养作为主要营生。文明蛋业的负责人苏锐是土生土长的东拉房人,从小就帮着父亲养鸭、做鸭蛋,父亲做的鸭味美且香,很是抢手。于是,他建了工厂,用传统制作工艺大批量生产廉鸭蛋。苏锐告诉记者,虎庄东拉村有30年的养鸭历史,廉鸭蛋的工艺也是一辈一辈传下来的,现在更新了设备,采用了的高温杀菌的工艺。

(吴铃)