国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85 中国企业家网:www.zgceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn 官方微博:http://weibo.com/jrwbd http://weibo.com/qyjrb

做中国企业的思想者

企業家日報 ENTREPRENEURS' DAILY

中国品牌 Chinese brand weekly 周刊 东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第166期 总第9837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8月2日 星期日 庚子年 六月十三

在线新经济 助上海品牌乘风破浪

■ 李晔 栾吟之

一个出道仅两年的冷饮品牌，网上销量迅速超越99岁的哈根达斯；一些耳熟能详的上海产品，突然变得耳目一新；部分低调的本地国货，却总被慧眼识珠，赢得属于自己的舞台……

记者发现，这些幸运的上海品牌背后，都有一个共同的加持者——上海在线新经济。

剑走线上，“红海”崛起小字辈

据解放日报报道，7月22日大暑，天猫冰激凌消费激增50%，不同以往的是，销量前三不再被哈根达斯、和路雪等巨头包揽，一个2018年5月刚创立的上海品牌钟薛高赫然在列。

冰激凌市场虽有千亿元规模，但早被中外品牌割据，小字辈要在“红海”中层层铺设渠道、杀出重围，谈何容易。

但钟薛高剑走偏锋，第一步先在天猫开店，“我们想创造新场景，将夏季街头的消暑生意搬入家庭冰箱。”品牌联合创始人周兵说。

利用在线新经济的流量和技术支持，不到一年，钟薛高天猫旗舰店粉丝量即破百万。成立当年“双11”，2万份15小时售罄。

天猫冰激凌行业负责人告诉记者，线上消费人群注重品质、小众、新品、炫耀等。当天猫将这些关键信息传递给钟薛高后，钟薛高开始创新不止——联合娃哈哈推“未成年雪糕”，暗合上班族希望自己“仍是宝宝”心态；推58克“小小雪糕”，契合家庭“只吃七分饱但要吃好”之需。今年“618”期间，钟薛高更是战胜哈根达斯，荣登天猫冰品销量第一。

近年，像钟薛高这样先在线上走红，随后再慢慢考虑“落地”的上海新品牌逐渐多起来。“潮流社区+电商平台”得物这一上海本土互联网平台，俨然成为上海国货新品集聚地。上海街头潮牌CANOTWAIT，最近刚开了家线下快闪店，露出“实体”雏形，但在线上，该品牌最近一次在得物上新品全球首发，所有单品3小时内卖光。

品牌方认为，在讲故事和“种草”方面，线上的优势很明显。近期很火的一款印花T恤，购买专区虽早已显示无货，但平台上关于它的评论却如滚雪球般持续发酵。这款T恤上，印着情侣十指紧扣的特写照片，摄于1967年，没露脸的主人公其实是品牌创始人的父母。

目前，关于这款产品的晒图和留言仍在增加中。恰是互联网平台所创造的“种草”“拔草”以及晒图分享，形成“热爱循环”，将新兴单品和品牌都带火了。

反向定制，老面孔也能“焕新”

相比小字辈，上海化妆品企业上美集团旗下的韩束、一叶子等品牌年龄稍长，却同样能被在线新经济“带飞”。

疫情发生以来，上美从以线下为主转战线上，销量不降反增。目前，韩束在天猫和京东的旗舰店分别有546万和314万粉丝，在拼多多上的总销量超过10万件。主打面膜的一叶子品牌，几乎在每个平台都诞生了不同定位的爆款面膜。

销量大涨，只因老面孔有新变化。

据记者了解，今年以来，企业与拼多多深度合作，拼多多业务“店小二”与企业研发人员定期复盘平台销售情况，提出产品开发建议。比如近期平台高频检索词为有美白和修复肌肤功效的烟酰胺、二裂酵母等，“店小二”建议企业将此成分纳入反向定制。[下转 P4]

民营企业彰显经济发展“硬核”担当

◎民营企业成振兴经济中坚力量 ◎多措并举为企业发展保驾护航

P4

县域农产品塑品牌 “握掌成拳”年增收3亿元

■ 孙宗顺

品牌农业是现代农业的重要标志，发展品牌农业，是推动传统农业向现代农业转变的一个重要手段。地处北纬37°的烟台，是大有可为的热土。日前，记者跟随由中共烟台市委宣传部、烟台市农业农村局主办，胶东在线网站承办的“2020烟台市首批‘菜篮子’示范基地(企业)暨烟台县域农产品品牌全国媒体‘云’推介”活动来到莱州市，探访莱州市吕村大姜批发市场，看莱州大姜如何“握掌成拳”，叫响农产品品牌。

变化：“握掌成拳”带来产业集聚效应

“莱州大姜”是国家地理标志保护产品，也是莱州市主要的经济作物之一，当地已有600多年种植历史，尤其是王河流域沿岸，水质好、沙土地，出产的大姜块大、肉质肥厚、颜色鲜艳有光泽。但在几年以前，每到大姜收获季节，姜农分散在各地销售，标准不一致，大客户来了想收齐货往往要东奔西跑好几个洗姜场，费时又费力，且价钱要低于市场更成熟的潍坊昌邑等地。

一盘散沙式的传统销售模式，制约了莱州大姜的发展，也倒逼当地企业思考转型谋求品牌经营。2015年，由莱州市旭斌果蔬食品有限公司承建，总投资约3000万元的莱州市吕村大姜批发市场开工建设，并于2016年开始投入运营，成为烟台市区域内第一个最专业、最大规模的大姜批发交易市场。市场占地面积80亩，建有30条洗姜流水线，3000吨保鲜冷藏库。

莱州市吕村大姜批发市场总经理张旭斌介绍，市场开市以来，交易量逐步攀升，产业集聚效应显现：市场的大姜交易价格，决定着半岛地区的大姜价格走向；莱州大姜的销售价格平稳上升，每公斤大姜的销售价格平均上涨了0.60元左右，每年产生的社会效益高达3亿元；市场的建立，显著拉动了莱州大姜产业，种植面积由2015年的6万亩，上升到目前的10多万亩。

收获：引来北京客户姜农两亩姜赚八万

张旭斌介绍，自2016年开业以来，市场保持了高效的运转状态，每年实际运行时间在350天左右。目前，日均交易量约500吨，年交易量在15万吨左右，整个市场业户，交易额约10亿元。为100多户大姜经销商搭建了平台，也让莱州大姜走进了北京等地的大市场。

目前，吕村大姜批发市场在全国各地逐步叫响，提升了莱州大姜的市场形象，市场还与北京新发地农产品批发市场保持良好交流协作，争取了新发地市场的减入场费优惠政策，降低了莱州大姜进入新发地的门槛。现在，莱州大姜在北京新发地市场占有率达90%以上，莱州大姜已近成为北京市民菜篮子的不二之选。经过全新设计包装的莱州大姜已成为广受北京消费者认可的高端大姜。

市场带来集聚效应，获益的是姜农，今年61岁的娇家村民杨忠田种姜已有9年，今年的行情让他颇为满意，他说：“市场的标准差不多，看大小、表面光滑程度，我卖的姜有六块八毛钱一斤的，也有六块六毛钱一斤的，价格挺好，已经卖了两亩地的姜，能卖大约八万块钱。”

前路：让市场更透明让出场大姜更安全

张旭斌表示，长久、可持续是批发市场的发展目标，为此，市场建立了完备的市场信息服务系统，保证了大姜的价格公开透明；市场管理有限公司在多家果蔬网站注册，设立了莱州大姜批发市场微信公众号，每天在网上发布市场最新生姜价格；同时，市场内安装了LED显示屏，建立了市场农户微信群，便于及时发布本市场大姜价格及其他周边主要大姜市场的价格和上货量等信息。“市场越透明，越能良性发展，吸引更多姜农前来。”张旭斌说。

为保证上市的大姜产品质量安全，市场在莱州市农业农村局的指导下，建立健全了农产品质量安全监管、检测体系，设立了快速检测室，购置了农残速测仪，聘请了专业检测人员，每天按10%的比例对市场大姜进行随机抽样、快速检测。张旭斌说：“为确保大姜产品质量更为安全可靠，我们还定期随机抽取样品，送到有资质的专业检测公司进行定量检测，检测项目与省市农产品质量安全抽检一致，并增加常用药的检测，检测项目达20多项，确保没有不合格的大姜流出市场。”

2020年初，为积极响应农业农村部食用农产品合格证试行政策的号召，市场积极与莱州市农业农村局质监科对接，设计制作并使用了富有莱州大姜特色的二维码电子合格证，消费者在购买时只要掏出手机扫一扫二维码就能了解到该大姜产品的详细信息，真正实现了大姜产品安全的可追溯。在实际使用过程中，不断优化改进，逐步增加了投入品使用、检测结果导入、品牌推广、销售途径导入等信息，通过小小一枚二维码实现大姜产品质量安全监管、追溯及品牌推广一体化发展，促进莱州大姜一“码”走天下。

大姜种植离不开农药、化肥，为保障大姜产品安全，张旭斌不满足于只在大姜销售的中端发力，他依托合作社自有近6000亩土地，积极推行大姜标准化生产规程，生产优质、安全的莱州大姜，目前该项工作已辐射整个莱州10万亩大姜种植，让县域农产品品牌打造再进一步。

打响“潍坊向北，欢乐滨海”特色品牌

■ 胡骁

潍坊滨海区扎实推进文体旅产业发展，通过推动文体旅项目建设、培育夜间经济、深化三业融合等方式，聚力攻坚，多措并举，完善布局，把握重点，深化融合，激发活力，打响“潍坊向北，欢乐滨海”特色品牌，奋力推动文体旅产业实现新发展。

持续推动项目加力提速。近期天气炎热，气温飙升，众多游客纷纷前往潍坊滨海区弘润水世界避暑游玩，因项目多、环境好受到游客的称赞。游客们冲浪、嬉水、日光浴，现场充满了激情和乐趣。近年来，滨海区瞄准度假旅游、新业态旅游、节会赛事、商务会展、休闲体育等方向，加快欢乐海游艇码头、温德姆温泉度假酒店、万博广场、休闲露营基地等一批重点项目建设，推进国际会展中心、文旅夜游一期、海潮音文化园项目等大项目落地，同时积极与弘润空气乐园、游客服务中心、龙威旅游度假区等项目洽谈。

聚力打造夜间经济片区。夜色阑珊，潍坊滨海区文昌湖大食代广场上的演出精彩纷呈，吸引了不少市民驻足观看，为滨海夜经济注入活力。滨海区将各旅游景区点、住宿、餐饮等资源进行整合，积极构建全区夜间经济“1+1+4”发展布局，打造文昌湖、欣泰商业街1个夜间经济示范街区及旅游度假区欢乐海沙滩、中央城区白浪河、央子街道渤海水产市场、大家洼街道环城4个夜间经济集聚区，着力提升夜间经济消费品质，推动文旅消费快速增长。

培育文体旅产业新业态。潍坊滨海区以争创国家5A级景区和国家级旅游度假区为方向，持续深化文化、体育和旅游三业融合，推动内河外海一体联动开发，加快研究出台促进节会赛事高质量发展的管理办法，探索推行“协会+俱乐部”赛事承办机制，支持白浪河景区开发龙舟、帆船、皮划艇等水上项目，视条件允许，适时承办潍坊国际风筝会、2020年首届胶东“国际海洋童玩节”、水翼帆板全国锦标赛等品牌节会赛事。用好各级扶持政策，指导具备条件的村居发展四季采摘，特色民宿、红色旅游等业务，实现提质增效。

广告

双汇熟食 SHUANGHUI DELI 三重卤，更入味

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

广告