

中企在海外创造中国品牌



孙广勇

记者来到位于泰国曼谷市中心的海尔智慧家庭品牌店,该店是海尔在东南亚最大、产品最全的品牌店。工作人员正在展示配备高清智能大屏的智能冰箱,及其如何根据用户健康状况推荐菜品,提供一站式的厨房采购、储存、烹饪和清洗方案。“有很多独特的设计,契合客户需求,我准备购买海尔冰箱。”正在店内体验的顾客索南塔说。

为了克服疫情造成的影响,海尔泰国联动线下10家门店,开启线上交互活动。“员工到现场进行互动,并在品牌门店打造场景化体验,通过线上直播的形式让用户足不出户也能参与其中。”海尔泰国销售公司总经理张政汇表示。

泰国是东南亚第二大空调市场,完全开

放的市场环境让泰国成了全世界家电品牌竞争最激烈的市场之一。日韩品牌在泰国垄断长达40年之久,海尔空调不靠低价,凭借自主品牌和高端创牌,稳居泰国市场前三位。

海尔泰国工厂负责人顾文海表示,积极与用户交流,不断了解用户的需要,分析市场走向以及打造差异化产品,研发制造符合泰国用户需求的产品,则是海尔在泰国占领市场地位取胜之道。例如,泰国常年炎热,空调使用频率远高于世界其他地区,这增加了用户换热器深度清洗的次数和负担,海尔研发的适合当地高温高湿环境的自净化空调,得到东南亚市场欢迎。

在新冠疫情形势下,走出国门的中国企业海外业务面临考验,但全球化程度高的企业竞争力也开始凸显。作为进军东南亚市场的首站,2002年海尔进入泰国之初就选择了自主创新,



并建立了生产基地以及研发中心,与用户“零距离”交互,赢得了泰国乃至东南亚用户的认可。面对疫情,海尔重点推广健康类家电,加速全流程数字化建设,海外业务保持良好增长,海尔系列产品泰国连续6个月逆增超30%,为中国企业的全球化提供了探索范本。

2007年海尔在泰国建立起东南亚最大规模的白色家电制造、研发、销售三位一体基地,迅速实现本土化的研发和制造。记者从曼谷驱车3个小时,来到位于巴真府甲宾武里工业园的海尔生产基地。在空调生产车间,上百位工人在生产线上紧张地工作着。“海尔收购日本工厂后,空调生产线全部采用中国技术,”车间主管素廷曾在日本工厂工作10多年,他说,“虽然当地受众对日韩产品的品牌认可度高,但海尔凭借本土化的研发和制造,自主研发高科技产品,在泰国市场上占据了一席之地。”

海尔泰国公司人力资源主管蒙吞说,“以前公司员工去开拓市场,都刻意遮挡工服上的海尔牌子,因为担心其他工厂员工瞧不起自己。现在泰国人人知道海尔品牌,我作为工厂的老员工,更清楚海尔的成长历程,海尔最成功之处是在当地创造了自己的品牌。”

一直以来,海尔的全球化都坚持自主创新,以研发、制造、营销“三位一体”的本土化布局,获得更强的抗击风险能力。至今,海尔在美洲、东南亚、南亚、欧洲等海外区域拥有2000余家优质供应商资源,通过全球资源共享,有效规避相关风险。

“面对未来的复杂局势,海尔将进一步加强海外和国内的融合,汇聚各方力量,实现海尔的全球性国际化,并积极对接泰国4.0战略,进一步智能化、自动化,顺应泰国战略规划,实现共同发展。”顾文海说。

“好鄆来”中国农业创富大会厚道农品获好评

吴铭

近日,第三届中国(山东)农业创富大会暨2020乡村振兴青岛峰会在青岛国际博览中心成功举办。本届大会以“乡村振兴,全面小康”为主题,分“扶贫脱贫成果、美丽乡村、品牌特色农产品、山东畜牧业高质量发展成果、乡旅文化产业、智慧农业创富项目、高新农业科技成果”七大主题展区,展览面积达到3万多平米,吸引来自20多个省、市、自治区及国外800余家企业参展,现场参观人数5万人次。本届创富大会,一批批优质农产品集中

亮相,不仅满足了消费者的味蕾,也带动当地百姓增收致富。山东省鄆城县作为品牌农业和优质农产品的代表,也参加了此次展会。

今年,鄆城县农业农村局一共组织了15家企业参展,在农产品区域公用品牌“好鄆来”的统领下,鄆城农产品以其“忠义、厚道”的特色,引来展会的关注热潮。此次参展的好鄆来产品不仅品质优良,且种类丰富,既展示了梨、红薯、双孢菇等众多原生态农产品,又包含了不少深加工特色农产品,以其独特的口感备受好评。

优质的好鄆来产品不仅在现场受欢迎,

在电商平台也同样受追捧,并获得了“十佳网红产品”称号。

鄆城县农业农村局局长何广峰表示,“通过好鄆来品牌推广,把鄆城县的农业真正做大做强,让农民的钱包鼓起来,实现脱贫致富。”好鄆来品牌以严苛的品质标准、统一的管理体系,为鄆城县农业发展提供了高品质保障,推动农业品牌化、标准化、现代化发展的同时,山东鄆城县农产品的知名度和美誉度也不断提升。

自2019年以来,山东鄆城县已连续参加两届中国农业创富大会,助推好鄆来农产品

区域公用品牌蓬勃发展的同时,更见证了好鄆来品牌对县域脱贫致富、资源整合的带动。

近年来,鄆城县以好鄆来农产品区域公用品牌为抓手,有效整合全县“多而散、小而弱”的农业品牌资源,对外大力宣传推广鄆城县优质特色农产品,对内引导企业重视品牌塑造,有效提升了产品品质和品牌影响力。

鄆城县通过打造特色品牌,培育特色产业,让一个品牌激活一个产业,富裕一方农民,让优质农产品卖出好价钱,有效促进了农业增效农民增收,为高质量推进乡村振兴提供了有力支撑。

宝鸡果品品牌叫响全国

鲁淑娟

9月9日,2020第六届中国果业品牌大会在广东省佛山市召开。会上,宝鸡苹果荣获“2020果业扶贫优秀品牌”奖项,宝鸡果品品牌在国内的影响力进一步提升。

据了解,中国果业品牌大会是中国果品行业以质量安全和品牌建设为主题的全国性盛

会,是果品行业品牌建设最新理论和最鲜活经验的权威交流平台。第六届中国果业品牌大会以“品牌助力脱贫攻坚,品牌提升国际竞争力”为主题,围绕全球农业品牌发展、品牌与乡村振兴、果品品牌建设与创新发展等内容组织了主题演讲、专场对话和品牌盛典等多项活动。

在专场对话沙龙上,国内一线农业品牌咨询机构专家学者、果品主产区领导,以及国

内知名果业品牌企业负责人,分别就“品牌,助力脱贫攻坚”和“应对疫情,提升品牌国际竞争力”展开了对话。宝鸡市园艺站站长刘刚代表宝鸡市参加了对话,他围绕宝鸡果业“三优一全”的独有资源和“国内领先、国际一流”的目标定位,从突出特色,打造优势产业板块;科技引领,建设创新示范高地;三产融合,培育行业高端品牌;嵌入带动,助力群众增收

脱贫四个方面,分享交流了宝鸡市果业品牌建设和助力脱贫攻坚的经验方法。

在品牌盛典环节,集中展现了宝鸡市果业品牌建设最新成果,宝鸡苹果荣获“2020果业扶贫优秀品牌”奖项,海升、木美土里、猴娃桥、岐安唐等该市果品品牌也荣获此荣誉。凤翔苹果在“2020果品区域公用品牌价值榜”上排名第60位,品牌价值达15.91亿元。

上海开办时尚创新博览会

李劼 黄璐 王烨捷

日前,2020 Influx上海时尚创新博览会在国家会展中心开幕。本次博览会由上海市经济和信息化委员会指导,上海时尚之都促进中心主办,是一次集中展现上海时尚类品牌建设的综合展示平台,也是“后疫情”特殊时期汇聚时尚科技资源、引领时尚智造和品牌升级的新一轮振兴实践。

“Influx”来自单词influential,意为有影响力的,而X则代表了未知与未来。

“我们服务的时尚产业是包含了衣食住行等与人们日常生活、工作、休闲娱乐相关的

“大时尚”概念。”上海时尚之都促进中心常务副主任韩哲宇介绍,希望该展会成为通往未来时尚的桥梁,探索和引领人们获得更为时尚的生活方式。

本次展会革新单列商品和参展铺位的传统展览方式,3000平方米的展示空间被打造成卧室、客厅、厨房等日常生活场景,生动展示了时尚品牌在衣、食、住、行多个维度中的新开发与新尝试。

多个时尚品牌为博览会注入创新元素,焕发时尚生活的新活力,凸显时尚产业品牌与企业的复苏之势。由东方国际集团实力出品的“TOP100全球设计师联盟”汇聚了全球



优秀设计师作品前来参展,观众不仅可以体验自贩柜的手脉结算,购买各品牌的时尚单品,还能拿出手机进入展会直播间,参与并在线分享品牌的直播带货。

值得注意的是,上海市“6天+365天”常

年展示交易平台主平台——虹桥品汇成为了本次博览会的分会场,发挥了空间溢出效应。同时,主会场与阿拉城“青衫夜市”发起,已于前日提前开幕,让时尚单品集聚网红街区,助力上海夜间经济发展。

以开展专项行动打响“南湖制造”品牌

徐亦为 沈惠龙 鲁琳娜

来一场南湖制造的品质革命,全面开展质量提升行动,推进与国际先进水平对标达标。记者从浙江省嘉兴市南湖区委市场监管局获悉,自开展“百城千业万企对标达标提升专项行动”以来,南湖区已发布自我公开声明对标结果20项、对标技术方案6项、参与对标企业28家,完成了市局下达的对标达标提升专项行动企业数,助推全区制造业高质量发展。

“百城千业万企对标达标提升专项行动”是以企业为主体,以需求为导向,以标准为牵引,以效益为核心,面向百余个城市,选取千余种业态,组织万余家企业对照国际标准、国

外先进标准和国内领先标准开展的专项行动。嘉兴市是第三批专项行动试点城市,自今年年初启动以来,南湖企业主动参与,取得明显成效。

如何把提升专项行动转化为助推高质量发展的强大动力?“关键是要积极发动各类‘小巨人’、隐形冠军、单打冠军、独角兽和瞪羚企业参与,提升全区特色优势产业的质量水平和标准话语权,形成一批标准水平领先、质量品牌突出的优势企业和产业集群。”南湖区委市场监管局有关负责人表示。

此次对标达标提升专项行动,南湖区以小家电行业提升为重点,对室内加热器、电线电缆二类产品开展对标达标工作。近日,在市场监管工作人员的指导下,浙江斯帝特新能

源有限公司顺利在专项行动信息平台完成了自我声明,公开公司产品太阳能所执行的先进标准。“质量是企业的生命,创新是发展的动力。去年,我们企业就通过牵头制订浙江制造团体标准《家用太阳能热水系统》,获‘浙江制造’品牌认证。”斯帝特总经理邱培忠表示,“今年顺利完成对标达标自我声明,进一步向市场提供了质量信任,也有利于企业品牌的树立、形象的提升。”

同时,嘉兴市南湖区委市场监管局联合嘉兴市方圆公正检验行(浙江省智能集成家居产品质量检验中心)、企业共同制定产品对标技术方案,共发布12家企业对标结果。积极引导企业瞄准国际先进水平,查找存在的问题和差距,鼓励企业加强技术攻关,加

大研发投入,努力形成一批技术创新成果和自主知识产权,让“南湖制造”成为高质量的代名词。

记者了解到,在对达标提升专项行动推进中,区市场监管局建立了与企业对接联动、协调配合的工作机制,并针对重点企业单独建立一对一、点对点的联系,为企业提供实时业务指导。今年,南湖区已有72家企业累计上报269项标准,涵盖360种产品。利用省标准化统计监测平台,南湖区分类梳理企业执行标准,并与“浙江制造”标准作为对标达标的依据,形成对标企业清单,完成对标结果20项中“浙江制造”标准发布企业2家,“浙江制造”认证企业3家,申报“浙江制造”标准立项过程中的企业3家。

国内咖啡行业加速升级 市场未来可期

刘芳

今年以来,国内咖啡消费市场热点频出,瑞幸陷入舆论危机,连咖啡大面积关店后宣布回归,COSTA于近期宣布业务调整……随着消费场景的不断更新,咖啡赛道更加火热,也催生新的咖啡业态与品牌。

据信息时报报道,英敏特的研究报告显示,2019年,中国的咖啡消费市场在1000亿元左右。数据显示,2018年,我国人均咖啡消费量仅6.2杯,预计到2023年中国人均咖啡消费量10.8杯,咖啡市场规模1806亿元。

《中国咖啡行业市场需求与投资规划分析报告》指出,中国咖啡消费年均增速达15%,远高于世界2%的增速。

随着当下消费能力的提升、咖啡文化的普及、技术和支付等基础设施的便利性,咖啡品种与消费方式呈现多样化趋势,咖啡市场的巨大潜力吸引了更多品牌入局,行业生态也在不断革新。咖啡市场由单一速溶咖啡市场发展至现磨、即饮等多元化消费市场。

其中互联网咖啡的兴起是近期咖啡市场的一大亮点,咖啡营销方式由传统线下门店向线上营销转移。以连咖啡和瑞幸咖啡为代表的咖啡新零售商,利用互联网营销效应,进一步扩大受众群体。

尽管瑞幸被曝出财务造假而进行内部调整,但其门店目前仍在正常运营;同样定位互联网咖啡的连咖啡近日也通过其官方微信发文宣布回归,并提出加码新零售,将在天猫、便利店、加油站等渠道布局业务。

今年以来,咖啡赛道更加火热;同仁堂开始卖养生咖啡,新式茶饮网红品牌喜茶、奈雪的茶陆续推出咖啡饮品,农夫山泉、可口可乐、维他奶等饮料行业巨头,也纷纷抢滩咖啡市场。此外,加拿大连锁品牌Tim Hortons、日本网红咖啡Arabica等国外品牌也在进军中国市场。

总体而言,新的消费场景层出不穷,更多的咖啡品牌运营模式也将不断被探索,咖啡市场未来可期。

滴滴多品牌 助力商务部“消费促进月”

潘显璇

在“金九银十”传统消费旺季,商务部将组织各地举办2020年全国“消费促进月”活动,滴滴出行将携快的新出租、特惠快车、花小猪打车、青桔单车等多品牌参加,向全国用户发放多种个性化的出行优惠券,覆盖通勤、休闲娱乐等多种出行场景。通过出行拉动居民消费,促进经济发展。

为深入贯彻落实党中央、国务院关于坚定实施扩大内需战略的决策部署,加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务,商务部和中央广播电视总台定于2020年9月9日—10月8日,组织开展全国消费促进月活动,进一步释放消费潜力,号召“乐享消费 美好生活”。

为了更好地服务出租车司机和乘客,滴滴旗下出租车业务升级为“快的新出租”,并投入1亿元专项补贴,发放打车券,帮助司机提升单量和收入,第一批出租车消费补贴已于9月4日开始。快的新出租将延续“快的”品牌“让用户打车更快”的理念,进一步通过信息化、市场化手段提升线上叫车率,帮助司机降低空驶率,提升接单效率,服务更多乘客。

滴滴网约车在全国推出“更便宜的滴滴来了”主题活动,通过特惠快车助力经济回暖和灵活就业。同时,推出一系列趣味玩法,面向城市居民提供出行消费券礼包,可用于青菜拼车、滴滴快车、滴滴优享、礼橙专车、滴滴豪华车等服务,在保障出行需求的基础上,创造更多提高司机收入的机会。

此外,滴滴旗下的花小猪打车、滴滴顺风车、青桔单车、滴滴金融等产品,也将持续投入补贴和优惠。

随着疫情防控形势持续向好和复工复产的有序进行,全国多个城市陆续发放消费券以期扩大消费。滴滴自6月起面向全国用户送出了价值15亿元的出行消费券,并陆续加入了北京、天津、广州、南京、成都、厦门等近20个省市消费券计划,持续助力城市出行和消费升温。

出行服务一端连着消费者,一端连接着消费场景,在线上线下消费融合发展、培育夜经济等重点消费领域发挥着不可替代的推动作用。今年5月,国家发改委发布了《2020年国民经济和社会发展计划》,网约车首次出现,并且被定义为促消费所支持依托的新业态。

“金九银十”之际,滴滴将全力助力商务部2020年全国“消费促进月”活动,充分发挥线上线下融合的优势,推动消费者线下到店消费。帮助城市复工复产提速扩面,促进消费回暖,助力服务业复苏,推动经济社会更快、更好地恢复健康发展。