

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 东裕·汉中仙毫协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 235 期 总第 9906 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 10 月 18 日 星期日 庚子年 九月初二



新品牌 中国制造乘势而上

陈凌

据人民日报报道,纵观近年来的消费走势,以新制造为代表的国货日益占据消费市场,国内的原创设计产品有了越来越多的粉丝。新品牌崛起,老字号走红,大白兔奶糖、雅霜雪花膏、回力运动鞋等陪伴了几代中国人的老品牌也在创新中焕发出新的活力。

国产品牌的崛起,折射出“中国制造”在“十三五”时期不断向“中国质造”和“中国智造”迈进。就在几年前,中国消费者在国外买马桶盖、电饭煲、吹风机等生活用品的新闻,一度成为网络热议的话题。消费者舍近求远,不远千里去国外抢购这些产品,某种意义上也提醒我们,随着人们生活水平的提高,消费者对商品的品质和品牌更加重视。在已经实现了“能用”“耐用”“实用”之后,人们还希望国产品牌能够“好用”。当个性化、多样化消费渐成主流,保证产品质量安全、通过创新供给激活需求的重要性显著上升。也正因此,“十三五”时期的一个重要思路,就是“着力推进供给侧结构性改革,使供给能力满足广大人民日益增长、不断升级和个性化的物质文化和生态环境需要”,强调“加快发展新型制造业”“加强质量品牌建设”。

正是依托于中国制造的转型升级和“互联网+”行动计划的深入实施,“十三五”时期,国产品牌发力创新,不断提高供给能力和供给水平,日益受到消费者青睐。过去是注重数量,如今是关注质量和体验;曾经是贴牌代工,现在是创立品牌;以前是大订单、闷头生产,现在是柔性制造、个性定制、工厂与市场精准对接。因时而变,因变而兴。国产品牌不再仅是物美价廉,而是品质和潮流的引领者;国产品牌的流行,不再仅仅是因为规模和成本优势,而是建立在消费者的认可基础之上。从这个角度来看,国产品牌在市场上绽放夺目光彩,是中国制造竞争力日益增强的证明,是供给侧结构性改革取得实效的体现。

如果说消费者需求的变化,为国产品牌开拓了新的发展空间,那么国产品牌的崛起,也在塑造着消费者的审美和文化追求。有人总结,这些年国产品牌的流行有一个明显的特征,那就是“本土剪裁的苏醒”。故宫文创产品“爆款”频现,陕西剪纸、遂昌龙粽等非遗伴手礼受到顾客青睐,让文物活了起来、让传统文化走进了日常生活;百雀羚、同仁堂等老字号主动拥抱潮流,让经典产品魅力重现,让东方美学得到年轻人的认同。新国货不仅满足着消费者日益多元化的消费需求,也进一步激发着消费者内心的文化自信。就此而言,国产品牌的乘势而上,既是一个“经济故事”,也是一个“文化故事”。

习近平总书记在企业家座谈会上强调,要勇于创新,做创新发展的探索者、组织者、引领者,勇于推动生产组织创新、技术创新、市场创新。今天,国产品牌已经站在了一个新的历史起点,中国消费市场足够广阔,为国产品牌创新发展提供了宽广的舞台。瞄准市场需求,主动创新,用更高的标准、更严的要求制造国货商品,深入挖掘文化价值,我们完全有理由相信,国产品牌将赢得更大市场,助力人们向着美好生活不断前行。

广告

越奋斗·越年轻
茅台不老酒·博
客服热线: 400-620-9996
贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司出品

双汇熟食 SHUANGHUI DELI
三鲜肉,更入味

新闻热线: 028-87319500
投稿邮箱: cjb490@sina.com



节日营销大战中,品牌怎样脱颖而出?

巧借节日营销 实现品牌关注 节日营销 品牌怎么做才能出彩

P2

彰显“粤韵番禺”名片 文旅融合全域花开



今年国庆黄金周1日至7日,宝墨园每天举办两场水上飘色文化演出。

罗仕 / 文 宋金峪 / 图

“先有番禺,后有广州”。番禺历史悠久,人文荟萃,文化底蕴深厚,文化旅游资源丰富,是岭南文化的重要发源地。

近年来,广东省广州市番禺区委深入贯彻落实习近平总书记对广东重要讲话、重要指示精神,以及对广州提出的实现老城市新活力、“四个出新出彩”重要指示,依托独具特色的岭南文化和旅游资源禀赋,以建设国家全域旅游示范区为引领,以文化为根、旅游为体,着力推动文旅深度融合,打造珠岛定制之都、国际“美食之都”,推动城市文化综合实力出新出彩。传统古老的岭南文化在禺山大地焕发出新的活力。

擦亮文旅品牌 彰显“粤韵番禺”

据金羊网消息,宝墨园里“色仔”“色女”翩然欲飞,莲花山上百荷争艳,余荫山房中幽兰含笑,长隆旅游度假区内人声鼎沸……在刚刚过去的国庆黄金周,番禺区全域花开,游人如织。

据统计数据显示,国庆黄金周(10月1日至8日)番禺全区旅游接待总人数达到 287.72 万人次,旅游总收入 13.9 亿元。“国庆来番禺玩,我本来是想奔着长隆来的,没想到番禺还有这么多好玩的景点,真是相当有韵味、底蕴。”来自湖南的游客张先生对记者表示。

番禺区是旅游大区、强区,旅游资源十分丰富。据介绍,目前番禺拥有国家 A 级旅游景区

8 个,包含首批国家 5A 级景区 1 个、4A 级旅游景区 5 个、3A 级旅游景区 2 个。辖内既有古香古色的莲花山旅游区、宝墨园、沙湾古镇、岭南印象园、余荫山房等旅游景点,同时也拥有现代潮流的长隆旅游度假区、广东科学中心等网红景点。粤韵风情与现代科技在这里交融,文化旅游与特色产业在这里互促发展。

2019 年 9 月,番禺区成功创建全省两个之一、广州市唯一的首批国家全域旅游示范区。

“旅游+直播”、“旅游+文化”、“旅游+节庆”、“旅游+美食”……近年来,番禺区推动全域旅游高质量发展,文旅深度融合,着力推进旅游向全景全业全时全民的全域旅游转变,高标准规划布局全区旅游资源,编制旅游总体规划等系列文件,目前全区呈现景区量多质优、产业体系完善的发展态势。

特别值得一提的是,依托厚重的文化底蕴和名人民俗等资源丰富的独特优势,近年来,番禺区策划了番禺民俗文化节、番禺水色文化旅游节、莲花文化旅游节、余荫山房紫微文化旅游节,省级非遗名录沙湾飘色、鳌鱼舞以及乞巧节、北帝诞、龙舟赛等一系列民俗文化和节庆文化品牌,将民间艺术和民俗文化以展览、表演等各种新颖、活态的方式融入旅游开发,让传统古老的岭南文化在新时代焕发出新的活力。

“旅游+新业态”发展模式,推动了番禺旅游业持续稳定的发展。数据统计显示,近年来,番禺区旅游接待总人数逐年攀升,旅游总收入连续 11 年保持双位数增长,2019 年番



禺旅游接待总人数 5035.68 万人次,旅游总收入 577.98 亿元。

传承历史文脉 记住“乡情番禺”

走进拥有 800 多年历史的岭南文化古镇沙湾镇,鳞次栉比的岭南传统建筑,千姿百态的砖雕、木雕、灰雕、广彩、广绣,独具风情的广东音乐及民俗表演,一砖一瓦、一草一木、一颦一笑,无不散发着番禺这座岭南古邑的独特魅力。

番禺是岭南文化重要发源地,钟灵毓秀,人文荟萃,涌现出广东音乐“何氏三杰”(何柳堂、何与年、何少霞)、岭南画派“二高一陈”(高剑父、高奇峰、陈树人)等一大批历史文化名人,全区拥有 513 处历史文化古迹。

近年来,番禺区进一步擦亮广东音乐之乡——沙湾等“中国民间文化艺术之乡”民俗文化品牌,通过举办演出、讲座、体验、互动交流等多种形式扶持民间艺术的发展。

同时,大力开展传统文化进校园活动,组织民间工艺大师、知名艺术家开办岭南文化大讲堂、“大师教你小手艺”体验课堂、粤剧曲艺讲座等,实施民间艺术“一校一品”工程,创建了 41 个传统文化、民间艺术特色学校和传承基地。

重点扶持粤曲“私伙局”、醒狮、鳌鱼舞、飘色、乞巧等传统民间艺术传承发展,将鱼灯、龙狮、砖雕、灰塑等传统技艺融入旅游开发。

在传承历史文脉、记住“乡情番禺”的同时,番禺区还充分发挥龙头企业的带动作用,推动文化创意产业蓬勃发展。目前番禺作为全国最大的珠宝首饰生产制造基地,“世界珠

宝,番禺制造”享誉全球;灯光音响龙头企业集聚发展,2019 年度产值约占全国灯光音响产值的一半,居全国首位;今年上半年,番禺规模以上互联网、软件信息服务业实现营业收入 209.70 亿元,占广州市比重为 14.3%,总量全市排名第二。

弘扬美食文化 体验“味在番禺”

如果说,番禺的美景洗涤了你的眼睛,番禺的岭南文化触动了你的灵魂,番禺的美食则惊艳你的味蕾。

从广州市中心出发,当汽车经华南快速飞奔过番禺大桥,“食在广州 味在番禺”几个大字便映入眼帘。“食在广州”,这是人们对广州饮食文化的高度赞美和肯定;而“味在番禺”,更是浸润着浓厚的饮食文化,成为番禺的名片之一。

番禺是著名的国际“美食之都”,目前拥有一万多家大大小小的餐馆食肆。在番禺你可以享用到从早到晚供应,可以一年不重样的地道美食。这里既有长隆酒店、四海一家等“高大上”的美食名店,同时也有沙湾“爬金山”、莲花山莲花宴、石楼钵仔禾虫、化龙煎焗白鸽鱼、石碁八宝霸王鸭、市桥煎酿鲮鱼、沙湾水牛奶炖全鸡等“接地气”的本地特色美食。

从 2012 年起,广州国际美食节永久落户番禺,至今已成功举办八届。每到广州国际美食节,番禺便成了美食的海洋。在美食节上,游客市民即可品尝到世界、全国各地的美味佳肴,同时可以欣赏到极富岭南水乡特色的文艺表演,观赏到精湛的中西厨艺表演。

借助广州国际美食节永久落户番禺区的契机,近年来,番禺区积极向海内外展示南粤大地的美食文化及岭南文化,同时创新“粤菜师傅+岭南饮食文化”等模式,打造“粤菜师傅”文化品牌,并制作以番禺历史文化、美食传承、人文情怀为主题的纪录片《味在番禺》,评选并广泛宣传番禺十大特色名菜和名点。“食在广州 味在番禺”的美食文化已然成为番禺文化旅游的一张靓丽名片。

番禺区相关负责人表示,下一步,番禺区将紧紧把握建设粤港澳大湾区世界级旅游目的地的重要历史机遇,立足自身资源禀赋,加快打造粤港澳大湾区文旅融合发展示范区,为广州实现老城市新活力、四个出新出彩尤其是文化综合实力出新出彩做出番禺贡献。

从“冰冷产业”透视中国经济新热潮

刘元旭 李鲲 栗雅婷 张宇琪

10 月的天津有了秋的凉意,在梅江会展中心展厅里,各式各样的冰淇淋及其原料、设备陈列展出,冷风一开,冒出阵阵白气。这是第 23 届中国冰淇淋及冷冻食品产业博览会上随处可见的场景。

12 日到 14 日,这个中国冰淇淋行业的年度盛会在天津如期举行,300 多家冰淇淋企业在天津“温暖相聚”。徜徉在 3 万多平方米的展区里,记者感到,疫情带来的“苦”正在从这个“甜蜜行业”里褪去,中国经济转型升级带来的新热潮正在向这个“冰冷产业”袭来。

回忆起疫情的影响,新晋雪糕品牌“钟薛高”的高级品牌经理黄颖首先想到,由于一些国外原料无法入境,导致“爱尔兰陈年干酪雪糕”等产品断货半年后才回归市场,但这并没

有影响“钟薛高”的发展。黄颖说,他们从消费者的真实需求和感受出发,新研发了“粽香口味雪糕”“白兰地口味雪糕”等产品,依托成熟的仓储物流体系,实现了不错的销售业绩。

“冰淇淋以前是消暑食品,现在是休闲食品,随着人们消费理念的升级,冰淇淋的市场容量在不断扩大。”江西天凯乐食品有限公司的展台前客商不断。该公司董事长助理兼市场部负责人龙翔飞说,今年公司推出了许多新口味冰淇淋,市场反响很好。

“和去年相比,我们今年的销量增长了近 30%。”龙翔飞说,“疫情下市场重新‘洗牌’,产品欠佳的企业没办法长久生存,消费者对于产品品质的要求不断提升,反而为优质企业赢得了生存空间。”

采访中,记者感觉到,无论是互联网经济赋能的“不断供”销售渠道,还是消费升级带

来的个性化需求,这些中国经济转型带来的新增长点,都在成为新的机遇,同时也倒逼着冰淇淋产业进行全链条的供给侧改革。

在原料方面确保真实健康。广州诺壹食品有限公司与冰淇淋生产企业合作,将咸蛋黄酱加入冰淇淋,取得长足发展。该公司大客户部经理范剑锋说,调研中,他们发现,咸蛋黄酱因丰富油脂给消费者带来的独特口感是香精无法代替的,也是真实健康的,因此他们不断加大投入,努力使咸蛋黄酱成为中国特色的冰淇淋原料,而不仅仅是一种口味的配料。在研发方面做好跨界融合。今年 3 月,疫情的影响仍在,但“光明冷饮”和“大白兔”推出联名产品,截至目前,仅联名雪糕的销售额就超过了 8000 万元。

在生产方面实现自动高效。南京浦园冰淇淋机械制造有限公司今年国内销量上涨了

30%,分析原因,总经理沙庆田表示:“随着人工成本的增加和企业对产品质量要求的提高,冰淇淋制造向自动化转型是必然趋势,疫情期间‘招工难’更将这种趋势推向高潮。”

在销售方面优化消费场景。在“海信”展区,一个专为某冰淇淋生产商定制的老爷车型立式冷柜前,现场负责人赵德年告诉记者,冷柜的作用已不仅仅是存储和展示,更是客户展示自己品牌的窗口,“我们也不仅仅是做冷链,而是不断站在消费者的角度考虑问题,为客户量身定制全场景的解决方案。”

当前,中国正在加快构建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,在冰淇淋行业,除了依托互联网等新平台实现国内销量恢复并增加之外,也有不少企业抓住全球产业“洗牌”机遇,打通两个市场。 [下转 P4]

東裕茗茶 DONUTU TEA 陕 | 西 | 心 | 意
東 | 漢 | 中 | 山 | 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

劍南紅
电话: 028-83388900
四川 劍南紅 酒业有限公司
地址: 成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼