

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊 东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 277 期 总第 9948 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 11 月 29 日 星期日 庚子年 十月十五

叫响工业设计 烟台品牌

■ 郭勇 许加薇

11 月 24 日,山东省烟台市人民政府新闻办公室举行 2020 年世界工业设计大会会前新闻发布会。记者从发布会上了解到,2020 年世界工业设计大会将于 11 月 25 日-29 日在烟台盛大启幕。会上有记者提问:“工业设计产业正处于爆发式增长的历史机遇期。烟台这几年可以说是把加快发展工业设计提上非常重要的位置,更是提出了创建国际工业设计名城的目标定位。您认为烟台发展工业设计有什么优势? 下一步借助大会的召开,有什么新的规划或者打算?”烟台市工信局局长林阳回答道:近年来,工业设计在全球范围内受到高度重视、得到迅猛发展,我国将工业设计 3 次写入国民经济发展纲要,成为国家创新战略的重要组成部分。作为工业大市,烟台敏锐地意识到如果能够抓住工业设计发展的机遇,就有可能像大数据之于贵阳、物联网之于无锡一样,在工业设计领域做大叫响烟台品牌。

简单总结,烟台有发展工业设计的三大基础优势:

天时——世界级会议会展花落烟台。从去年开始在烟台举办的世界工业设计大会,在全球工业设计领域都是规模大、规格高的设计产业发展峰会,为我们聚集了世界工业设计领域的资源、成果、人才,去年的大会上还发起设立了第一个世界设计产业组织,成立了第一所中国工业设计联合创新大学,启动了国际设计小镇建设等,这都对扩大烟台城市影响力,促进烟台工业设计与国际资源融合对接提供了难得机遇。

地利——坚实的工业基础支撑烟台。烟台因工而兴、因工而强,诞生了一批民族传统工业品牌,工业始终是全市经济的压舱石、稳定器、动力源,拥有高端装备、电子信息、高端化工、食品、汽车等一批优势产业集群和万华、中集、张裕、玲珑、南山等一批行业领军企业。烟台市坚实的工业基础,正是工业设计产业赖以发展壮大的根基和源泉,也为工业设计产业带来上千亿元的市场规模。

人和——一流的创新资源驻足烟台。落户烟台的中德工业设计中心,拥有包括中德两国在内的优秀工业设计团队;同期建设的第一所省级工业设计研究院,落户以来搭建了数字化原型创新工场,组建了行业专家管理咨询团队和高水平研究队伍,在航空航天、海工装备、机械制造等 10 多个领域开展了高端综合创新设计,并成功入选工信部公布的首批国家工业设计研究院培育对象,也是国内唯一智能制造领域国家院培育对象。

下一步,烟台将以举办世界工业设计大会为契机,结合国际工业设计名城“十大工程”的实施,继续巩固放大工业设计资源的聚合优势,支持引入更多国内外高端设计资源,支持山东省工业设计研究院提档升级为国家工业设计研究院,发挥好工业设计在“双招双引”上的重要作用,着力将设计做成产品、将产品做成项目、将项目做成企业,并努力营造支持工业设计发展的创新创业环境,积极落实出台的支持工业设计发展的政策措施,同时从顶层设计上高度重视推动工业设计产业化规模化,用“设计+”的理念嫁接改造实体经济,通过撬动工业设计产业发展,推动烟台市制造业加快实现高质量发展。

广告

茅台集团 MOUTAI GROUP
中国茅台 CHINA MOUTAI
香飘世界 A TOAST TO THE WORLD

双汇熟食 SHUANGHUI DELI
三鲜、更入味

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



打响梅州“平远脐橙”品牌

◎智慧农业科技赋能 ◎三产融合擦亮品牌 ◎政策春风联农致富

逐鹿”广州车展: 自主冲高、豪车发力、合资品牌严防死守



●本届广州车展看点纷呈

■ 李硕

岁末将至,车企“年终考”进入最后冲刺阶段。作为年内我国最后一个 A 级车展,如今各车企在第十八届广州车展中“群雄逐鹿”,看点纷呈。

本届广州车展以“新科技,新生活”为主题,展会面积 22 万平方米,展车总数 980 台。这两个数字分别比 9 月举行的北京车展多出 2 万平方米和近 200 台展车,足见主办方和车企对年末一役的重视和决心。

公开数据显示,本届广州车展新上市车型达到 120 款,包括商用车在内的新闻发布会共有 70 余场,共展出全球首发新 38 台,其中概念跑车 20 台,新能源车 142 台,占比为 14.48%。无论是首次亮相的重磅车型,融合未来智能网联技术的概念车,还是官方改装车款,在有着“中国市场风向标”之称的广州车展上亮相的车型,无不代表着车企面对市场挑战的“破敌之法”,预示着车企在 2021 年的前进方向。

豪华品牌:亮底牌,拼刺刀

据每日经济新闻报道,对“你追我赶”的豪华品牌而言,四季度销量对年度销冠之争至关重要。

2020 年,豪华车市场的表现可谓惊艳。公开数据显示,1~10 月,豪华品牌的市场份额增长到 13.6%,较 2019 年提升了 2.9 个百分点。10 月,豪华车市场以 30% 的同比销量增幅独占鳌头,持续增长也让大部分豪华品牌累计销量实现转正。

作为年末收官之战,豪华车企纷纷亮出压轴新车。本次广州车展中,梅赛德斯-奔驰共展出 28 款重磅产品,1 款全球首发,10 款在中国上市,其中迈巴赫 S 级新车更是于车展前夜在广州开启全球首秀;宝马总计 20 余款车型亮相广州车展,纯电动 SUV 车型 iX3 迎来上市;奥迪则携全新 A3 家族登场,奥迪 Q5L Sportback 也正式上市。

国内豪车第二阵营的比拼也进入“白热化”阶段。雷克萨斯家族旗舰轿车新款雷克萨斯

斯 LS 在本次广州车展上市;林肯品牌第三款国产 SUV 车型航海家在车展与公众见面;捷豹路虎带来全新路虎卫士 90 及全新捷豹 F-PACE。同时,捷豹路虎首款国产新能源车型全新路虎发现运动版 P300e 插电混动也开启预售;沃尔沃则携家族首款电动车 XC40 RECHARGE 亮相车展。

超豪华品牌方面,玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、阿斯顿·马丁、宾利、劳斯莱斯均参加了此次广州车展。宾利全新欧陆 GT Mulliner 敞篷版,阿斯顿·马丁 DB11 Volante 天幕银 Skyfall Silver、玛莎拉蒂 Quattroporte 总裁轿车系列也于广州车展中首次亮相。

全国乘用车联席会秘书长崔东树表示,今年豪华车企“以价换量”抢占市场份额,为了争夺排名,这种情况在四季度将延续。崔东树预计,在广州车展新品发布后,国内四季度豪华车市场竞争会更加激烈。

合资品牌:多元化、降维打击

与豪华车企销量增速相比,主流合资品

牌今年的成绩稍显平淡。正是基于此,本届广州车展上,合资品牌个个使出“生平绝学”,奋力一搏。

一汽-大众方面,CC 及 CC 猎装版正式亮相广州车展,而此前全新数字高尔夫刚刚公布售价;长安福特福克斯猎装版也于车展当天上市。

业内分析认为,随着中国汽车市场日趋成熟,消费者对于不同车型的接受程度也在提升,旅行车、两厢车等小车型或迎来新的市场机会。车企选择在此节点发布小款车型,也是对市场态度的一种试探。

除小车型外,不少合资品牌的展台上都可以见到新能源车元素。其中,一汽丰田在本次广州车展发布了荣放双擎 E+(PHEV)、奕泽双擎(HEV)等多款新车;东风本田旗下思铭品牌小型纯电动 SUV M-NV Sport EV 在车展上市;大众中国两家合资公司带来该品牌旗下首款纯电动汽车 ID 家族;上汽通用方面,别克 Electra 新能源概念车首次亮相车展;广汽本田则带来了首款纯电动轿车 EA6,并发布 2030 愿景,提出未来将推出更多纯电车型;东风日产发布了 e-POWER Zero E-mission 等以日产纯电为核心的动力总成。

不仅如此,面对豪华品牌价格下探和自主品牌的冲高势头,合资品牌也在积极应对,寻找更加细分或低纬度市场空间,以保住其市场份额。

例如,广汽丰田与一汽丰田 2021 年的主打新车“凌尚”和“傲澜”,定位为 A+级产品,介于此前主打的 A 级和 B 级车型之间;北京现代则带来全新名图及名图纯电版、全新 ix35,途胜 L 等车型,试图填补或改善品牌细分市场的产品布局。

此外,东风标致、东风雪铁龙、广汽三菱、JEEP、上汽大众斯柯达等品牌也都有不同车型亮相、首发或上市。

业内分析认为,当前,国内汽车市场的集中度在不断提高,并逐步向头部品牌倾斜,消费者也越来越看重品牌形象、产品口碑等,汽车消费更趋于理性。在此背景下,占据 51.8% 市场分额的合资品牌面临来自豪华品牌和自主品牌的双线“夹攻”,多元化、降维打击或成解决之道,而弱势汽车品牌则面临被淘汰的可能。

【下转 P4】

“我对国货有信心”

■ 潘晓均 文 / 图

天猫 4982 亿元,京东 2715 亿元,苏宁易购线上订单量增长 75%……截至 11 月 12 日零点,“双十一”购物狂欢节落下帷幕。通过今年各大电商平台的战报数据可以看出,家电 3C 类目相关产品在“双十一”有着十分耀眼的战绩;同时,家电国产品牌正在崛起,消费者对国货越来越有信心;此外,消费者对于健康清洁类家电产品的消费需求也在逐渐增加……

家电销售成绩单亮眼

在这场“购物狂欢”中,京东、苏宁易购、天猫等三大电商平台的家电销售成绩都十分亮眼。

京东家电公布“双十一”战绩显示,11 月 11 日零点后仅 7 秒,华为 Mate40 系列成交额



●消费者青睐健康类家电

破亿;仅 10 秒,70 英寸大屏平板电视销量突破 1 万台;15 秒,空调成交额突破 1 亿元;2 分钟,冰箱洗衣机突破 3 亿元;3 分钟,电脑销量超 10 万台;5 分钟,小米手机、realme 真我手机成交额同比增长超 10 倍,电饭煲销量突破 10 万台。

另一边,苏宁“双十一”首小时战报显示,家电家装品类消费升级趋势明显,65 英寸以上大屏彩电同比增长 161%,智能小电同比增长 213%,智能家装同比增长 608%。3C 品类有更多年轻人涌入,销售表现抢眼,电竞装备同比增长 325%,5G 手机销售同比增长 10 倍。

而天猫平台方面,天猫“双十一”首日在第 1 分钟内,家电 3C 类目中,美的、海尔实现秒级破亿,随后首小时,华为、格力、小米、苹果、戴森等多个家电 3C 品牌成交额火速破亿元。天猫上诞生的众多小家电新品类同样被消费者抢疯。第 1 小时,洗地机获得 3133 倍增长、擦窗机器人获得 995 倍增长、电动拖把获得 295 倍增长、生发器获得 1382 倍增长。包括云鲸、易开得、添可、由利等 1142 个小家电新品品牌在天猫“双十一”的第 1 小时内,就实现成交额同比猛增 1000%以上。

家电国产品牌在崛起

在日常生活中,不少人买家电都喜欢选进口货,对国产品牌都不怎么“感冒”。但近几年,不少国产品牌也在迅速发展壮大,所生产的产品功能和品质都可媲美进口品牌,获得不少消费者的认可。其中,个别国产品牌更是在一年一度的“双十一”购物狂欢节上交出了不俗的成绩单。

天猫数据显示,今年“双十一”,家电 3C 行业“亿元俱乐部”中八成是国货品牌。比如,一直以质量取胜的民族品牌海尔,其洗衣机在“双十一”实现了全网销售额持续引领。数据显示,海尔洗衣机从 11 月 1 日到 11 月 24 时,全网累计销售额破 26 亿,均居行业第一。其中,“双十一”当天开场仅 5 分钟,海尔洗衣机的全网销售额就突破 3 亿,

【紧转 P4】

東裕茗茶 DONUTY 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