

企业家日报 品牌周刊

Chinese brand
weekly

东裕·汉中仙毫协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 091 期 总第 10071 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

2021 年 4 月 18 日 星期日 辛丑年 三月初七



● 博览会上商家展出的小机器人

首届广州国际电子及电器博览会举办

■ 孙绮曼 苏璇 / 文 梁喻 / 图

智能骑行穿戴设备、交互智能一体机、耳机一体式智能手表……在 4 月 12 日开幕的首届广州国际电子及电器博览会上,超 1000 家企业携逾 6 万件产品参展,5G 终端、柔性显示、超高清和虚拟现实产业等新技术、新产品竞相亮相。

超 1000 家企业在这里拥内需、拓销路

据羊城晚报报道,本届博览会主题为“拥内需,拓全球”,展期为 4 月 12 日至 4 月 15 日,共 4 天。展出面积超过 4 万平方米,共有 1000 多家电子及家电企业“同台竞技”,是目前广州乃至华南地区规模最大的电子电器类展览会。

本届博览会展出范围包括消费类电子、移动电子及配件、智能穿戴、电竞游戏、家用电子等。在现场看到,多个“高科技”爆款产品汇聚在展会现场,展会涵盖了 5G 终端、柔性显示、超高清和虚拟现实产业等为代表最新技术,超 60000 件新产品,逾 1500 个展位以多样化形式呈现电子电器潮流趋势。

创维电视、视源电子、飞歌音响等国内一批知名上市公司亮相展会。湖南、四川、浙江、江西、惠州等电子产业强省、市积极组团参展。

广州创新 50 强企业广州视源电子股份有限公司展示了最新的交互智能平板等产品,飞歌音响带来了隐藏式行车记录仪、360°全景 3D 环视系统,这些产品均搭载智能系统,充分满足人们在不同场景下的流畅交互需求。

“我们公司一直以来深耕电子领域,从 TV 板卡到会议平板等,均与电子行业息息相关。我们希望通过这次展会,接触到更多国际资源领域的企业,在这里拥内需、拓销路。”视源股份视臻信息科技有限公司区域经理颜小华告诉记者。

“粤港澳大湾区不仅形成完整的电子电器产业链集群,还拥有庞大的电子电器消费市场,对国内国际两个市场、两种资源有强大的辐射及汇聚作用。”中国国际贸易促进委员会广州市委员会主任杨勇指出,本届博览会抓住智能化消费电子进入市场爆发期的有利契机,推动电子产品消费扩大和升级,为“双循环”打造强支撑。

政企合力护航品牌“出海”

消费电器、消费电子产品品牌建成制出海是未来 3-5 年的重要趋势,RCEP 和粤港澳大湾区的政策叠加优势给电子电器品牌“出海”带来了重大机遇。

意大利、波兰、泰国、马来西亚、比利时、印度尼西亚等国家和地区驻穗领馆及商务机构组织采购商现场洽谈。

此外,展会还组织了 RCEP 贸易投资洽谈会等活动,介绍当地的投资政策环境等,助力企业品牌出海。阿里巴巴等诸多企业在高端论坛上为企业“出谋划策”,给中小企业出海开辟了一条“轻装上阵”的“绿色通道”,铺设了一条中小企业直通海外市场的高速路,护航企业品牌“出海”。

据悉,本届博览会同期还举办了“新发展格局下消费电子产业的发展趋势”论坛、3C 数码产业论坛、家电行业高质量发展论坛、跨境电商主题峰会等数十场活动,并打造“智能消费电子网购节”等活动推广智能化电子消费内容与场景。

万物为我所用造就深圳家具业升级之路

■ 苑伟斌

“宋院南禅”的雅致风尚,意大利“Da a”金属材质的复古工艺,废弃塑料瓶再生的“亚克力”,1:1 复刻的华为 HiLink 全宅智能家居新模式,超现实设计师选择以火作为制作手段,用烧火和伐木来创造工具呈现出“原始系列”……传统与现代,时尚与科技相互碰撞,在刚刚闭幕的 2021 深圳时尚家居设计周暨 36 届深圳国际家具设计展上,家具跟时尚、跟智能、跟环保无缝链接,万物互联的前景已在眼前。

这一切与深圳家具行业不断的转型升级紧密相关。作为深圳八大传统优势产业典范的深圳家具行业,其经历了从出口到内销、由内销到设计驱动的两度转型后,现正向高质量、高品质、国际化以及未来智能化的方向转型。

质量环保标准领跑全国

据深圳商报报道,2021 年新春,以“国内最高、国际一流”为定位,深圳标准认证首次向全国开放申请,率先开展认证试点的正是深圳家具行业标准。

有专家解读说,这次开放的家具行业标准包括健康环保、安全性能、力学性能等指标,复合计算共计 151 项,其中填补国内(国际)空白的指标 8 项,严于国家行业标准的指标 67 项。在儿童双层床产品中,根据美国玩具安全标准,新增指标表面涂层总铅含量,进一步降低儿童产品中的铅含量水平,填补国内空白。

深圳家具业早在 2012 年就着手启动“标准引领品质升级”工作,先后于 2014 年启动“绿色家具优品”,打造比肩欧盟、部分超过欧盟的国际化质量标准评定体系;2017 年启动“品质星级评定”,并首次在 2019 年深圳时尚家居设计周暨深圳国际家具展使用这一“品质门槛”,任何参展商必须经过品质星级评定,从买家和消费者端倒逼制造端的标准升级和品质提升。

“深圳家具业协会成立以来,最大的投资不是教育学院不是研究院,而是标准实验室。”深圳市家具行业协会主席侯克鹏说。深



圳家协集合了标准和检测的力量,组织标准研发机构——深圳家具研究开发院标准中心和专业家具检测实验室——赛德检测,为企业提供标准和检测服务。

目前,中国家具行业有 24 家达到了全行业的五星标准,有 133 家达到了深圳标准。这意味着,深圳家具业用了 8 年时间,打造了 157 家中国家居行业的品质样板企业。从被人垢病生产粗放经营、环境污染严重,到环保质量标准领跑全国,深圳家具业实实在在走上了一条高质量发展之路。

材料设计资源链接世界

同样是在 2021 深圳国际家具展上,荷兰著名设计品牌 moooi 将雕塑与家居用品完美合一,突显了现代感和大气气质;意大利家具品牌 B&B Italia 让人领略到意大利人的想象力、创造力、品味和专业技术。而由进口家具综合型服务商 101+ 和精品生活方式零售品牌 drivepro 共同打造的先锋潮流家具综合体验空间,集展览、画廊展示与潮流、家居饰品贩售于一体,传递出更加年轻和潮流的生活态度。

“家具行业作为典型的传统优势产业,要实现高质量的国际化,则是引进国际先进的、优质的设计资源和技术资源,为中国制造所

用。”侯克鹏说。

曾经有一段时间,深圳家具的新产品都诞生在相对集中的几大设计师手上,出现了大量“近亲结婚”。比如,“新中式”,只要有一家推出,大面积的新中式在各大展会都能看到,消费者的审美疲劳从市场端迅速反应。

于是,从 2009 年,深圳家具业开始聘请大量外籍设计师加入。以深圳家具行业协会为例,协会的研发院有四十多位外籍员工,包括协会展览公司的运营美籍总经理已经在协会工作了十几年了。深圳家具业也多次组团到访欧洲,跑遍了米兰理工大学、都灵理工,还包括很多设计师事务所,很多品牌运营公司等。由于有从那时候开始大面积进行国际合作,这才有了如今深圳家具业还有两百多个品牌有较强的市场竞争力。深圳制造+意大利设计的传统产业升级之路,得到深圳市政府相关部门的充分肯定。

据初步统计,深圳家具制造业从 2000 年不到 3 亿元的产值,到 2019 年实现了 3800 亿元销售额,行业纳税额超过 265 亿元,产业规模和品牌知名度在全国领先。

家居智能化实现万物互联

在赛诺打造的“光合生态睡眠空间”中,

智能枕与内置光合作用仿生科技的光合净化助眠机完美结合,可智能监控睡眠状态,同时,消除空气中的污染,提高睡眠质量。特别的是,“光合生态睡眠空间”接入 HUAWEI HiLink,可实现手机操控、实时查看,实现技术互联与渠道共通。

根据深圳家具研究开发院发布的《中国家具潮流趋势报告》,2020-2023 年 5G+AIoT 加速赋能,全面革新智能家居产品形态,2023 年开始进入全面爆发期,智能家居全空间智能化将主导未来生活。

“最能体现国家工业化水平的就是设计和技术,我们两手都要抓。”侯克鹏几年前就意识到,智能 5G 等技术元素融入传统制造业是大势所趋,在与居然之家、华为等企业的合作过程中,深圳家协扮演着将家具行业的上下游企业充分链接到华为的生态系统之中。

“深圳家具到了今天不再是一个孤立的产品了,它们会跟物联网、灯光、软装饰等其它家居用品一起,形成现代家居的综合生态,以适应现代人不断求新求变,安全舒适时尚的消费需求。”深圳家装家居行业协会会长李晓锋对行业的变化有自己独到的观察,“深圳家具业已经融入了全球设计制造链条,跟上了世界最新潮流步伐。”

《2021 年中国品牌授权行业发展白皮书》发布 全国授权商品零售额达 1106 亿元 同比增长 11.5%

■ 王洋

4 月 8 日,中国玩具和婴童用品协会发布《2021 年中国品牌授权行业发展白皮书》。白皮书显示,2020 年活跃在我国的品牌授权企业总数为 586 家,比上年增长 8.1%,已经开展授权业务的 IP 为 2182 项,比上年增长 8.8%。2020 年全国授权商品零售额为 1106 亿元,比上年增长 11.5%,2020 年中国年度授权金收入为 41.5 亿元,比上年增长 8.6%。

记者从白皮书了解到,我国授权市场 IP 品类分布中娱乐类占比最高,为 58.5%。从我国授权市场 IP 国别分布来看,中国和美国位



列前两名,分别为占比 36.4%和 32.6%。此外,在被授权商所属行业,玩具娱乐占比为 17.7%,服装服饰占比为 16.9%。值得注意的是,92.9%的被授权商认可 IP 授权会带动产

品销售高于同类产品。IP 知名度和影响力是被授权商选择 IP 的第一因素。

据白皮书中的“95 后受访消费者购买授权产品的调查分析”显示,2020 年有 41.6%的 95 后消费者年度购买授权产品或 IP 主题体验 4-6 次,95 后消费者购买授权产品的线上渠道中,淘宝直播占比为 11.6%。在 95 后消费者购买授权产品的线下渠道中,专卖店、独立门店占比为 29.3%。此外,92.9%的 95 后消费者购买授权产品的价格高于同类产品。

在谈及“为何玩具和婴童行业要做授权?”这一问题时,中国玩具和婴童用品协会会长梁梅告诉记者,这是为了引导和促进玩

具和婴童用品行业的发展。“我们的产业需要产业链延伸,需要更多的跨界融合,而不应该是局限于传统的玩具和婴童用品行业。品牌授权就是实现行业产品个性化和提升品牌价值的最有效的方式。对于中国玩具和婴童行业来讲,玩具最重要的一个属性就是孩子们天生喜欢玩,他们在玩耍中成长,在玩耍中学习,这种寓教于乐的价值是不可替代的。最近几年教育部也对幼儿园、小学的教育出台了更多新的政策,特别是幼儿园‘去小学化’,希望孩子们在快乐中有趣地学习,所以我们基于玩具和婴童用品行业的发展延展到学前教育与品牌授权。”

民族医药的核心品牌 始创于 1696 年

源古承新 甘露众生

西藏甘露藏药股份有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Co., Ltd.

电话: 0891-6522710 邮箱: info@glzy.cn
西藏自治区拉萨市经济技术开发区林琼岗路 15 号

東 東裕茗茶
DONGYU 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

双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味

剑南春酒厂出品

劍南紅

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

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