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 中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊 东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第160期 总第10140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7月4日 星期日 辛丑年 五月二十五

国产运动品牌成消费新时尚

■ 许洁 梁傲男

6月28日,李宁、安踏体育、特步国际3只港股均在盘中创下历史新高,成为当日热点。截至6月29日收盘,李宁股价年内涨幅达79.19%,安踏体育年内涨幅达53.49%。

看懂研究院研究员王赤坤在接受记者采访时表示,“伴随中国经济体量的增加,中国的话语权和影响力日益增强,这些国产运动品牌逐渐崛起,意味着品质的提升及市场对品牌的认可。”

6月25日,李宁发布公告称,预期集团截至2021年6月30日,6个月将录得纯利不少于18亿元。2020年同期则录得纯利6.8亿元,同比增长163.5%。净利润同比增长超163%,净利润率达18.2%,同比提升约7.1个百分点。据公告,集团业绩改善主要是由于收入增长超过60%以及经营利润率持续改善。

而安踏体育已于6月17日发布业绩预告,公告显示,预期2021年中期经营溢利增长不少于55%,即经营溢利有望突破55.8亿元(2020年中期约为36亿元)。安踏表示,2021年中期,疫情对零售市场影响相对已经大幅下降,安踏品牌、FILA品牌及其他品牌收益对比2020年中期录得强劲反弹。

财报显示,安踏体育实现连续7年增长,2020年收入355.1亿元,同比增长4.7%。其中,FILA品牌超过安踏品牌,贡献占据安踏体育整体营收的49.1%。公告显示,FILA品牌收益的增长主要归因于电子商贸的增长。

晨星数据显示,4月,阿迪达斯、耐克等品牌在天猫旗舰店的销售额出现严重下滑。其中,阿迪达斯4月销售额同比下滑78%,耐克4月销售额同比下滑59%。

但与此同时,李宁和安踏的销售额均在增长。4月,安踏在天猫的销售额同比上涨超过50%,李宁在天猫的销售额同比增长超过80%。

此外,李宁推出与LINEFRIENDS、宝马、红旗汽车、迪士尼、德邦快递等品牌的跨界合作,还与“严肃正经”的人民日报推出一系列潮流单品。通过跨界提升品牌调性,一次优秀的跨界营销可以助力品牌年轻化,拉近与消费者之间的情感距离。

截至6月29日收盘,年内涨幅高达274.97%。

特步国际在6月15日发布公告称,旗下特步环球与高瓴资本建立战略性伙伴合作关系。高瓴资本将投资6500万美元,共同发展盖世威(K-Swiss)及帕拉丁(Palladium)品牌的全球业务。

此次投资方高瓴资本,也是外界关注的焦点。高瓴资本是亚洲最大的私募基金之一,管理资金规模达近千亿美元。特步表示,该公司视高瓴为战略投资者,并相信高瓴在消费行业的垂直知识及线上及线下网络和能力,将为“盖世威”和“帕拉丁”的业务营运带来创新元素,并提升该两大品牌的竞争力及盈利能力。

据2020年财报,特步国际营收81.72亿元,收入维持了稳定的水平。其中,鞋履、服装和配饰依旧是特步的主要收入来源。以大众运动为代表的特步主品牌实现收入71.01亿元,占总营收的86.9%。

随着我国制造业在国际分工格局中地位的提升和文化自信的增强,中国制造的技术、产品和服务已日趋成熟,国货品牌受到消费者力捧,国产品牌地位进一步提升,成为消费新时尚。

知萌咨询发布的《2021年中国消费趋势报告》显示,越来越多的消费者愿意为传统文化消费,带有中国文化元素的产品也日渐成为新生代消费者彰显自我个性、打造个人属性标签所乐于使用的一种风格,在地国风必将引领更多新国货品牌,以愈加崭新的面貌走向世界,传承并发扬灿烂的东方文明。

双汇熟食 SHUANGHUI DELI 三重卤,更入味 广告

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

甘肃文旅探索“引国际客源入甘”新模式

■ 彭金泽 季慧琳 吴永斌 任博 平丽艳 杨亮

仲夏时节,“如意甘肃”进入了一年最美的季节,山水灵秀,风光正好。

6月25日至27日,从美丽的黄河之滨到充满魔幻色彩的黄浦江畔,甘肃文旅联合携程集团“再出发”,以“长三角”龙头城市上海为坐标,从“友好号”游轮到与时尚为代名词的上海外滩W酒店,甘肃文旅强力“发声”,面向泰国、韩国、新加坡、马来西亚在华商会开展4场“交响丝路·如意甘肃”专场推介会,全面释放“诗和远方”的无穷魅力。

这是甘肃省文旅厅继今年3月在湖北恩施、浙江杭州、江苏南京等长江经济带主要节点城市举办起航“如意甘肃号”文化旅游推介营销活动之后,再次赴“长三角”龙头城市上海,举办“在华外国人入甘游”推广营销活动,以此打造和提升甘肃国际旅游目的地品牌形象。

●新加坡专场推介

●韩国专场推介

高效密集对外推介 提升甘肃国际旅游地品牌形象

甘肃民族风情多样,文化遗产众多,旅游资源十分丰富,有雄奇的皑皑雪峰、有辽阔的绿色草原、有广阔的戈壁瀚海,还有名刹古堡、佛教圣地、红色胜迹和民族风情等独特景观。除了海洋资源,甘肃拥有了所有地貌。神奇的土地、悠久的历史、灿烂的文化和众多的民族,成就了“交响丝路 如意甘肃”的响亮品牌。在全球著名媒体《纽约时报》发布的“2018全球必去的52个目的地”榜单中,甘肃以排名第17位成为中国唯一入选的省份,也成为国外游客心目中心向往之的旅游目的地。

近年来,甘肃省文化和旅游厅借助丝绸之路(敦煌)国际文化博览会、敦煌行·丝绸之路国际旅游节等国际性节会平台,突出甘肃特色人文旅游资源优势,持续打造具有中国气派、陇原风韵、民族特色的精品项目,积极推进与丝路沿线国家和地区的文化旅游交流合作,不断提升甘肃文化旅游的国际化水平。

三天四场推介,如此密集高效、精准对接优质客源市场的推介活动,也是甘肃文旅放眼国际客源市场对外推介的有益尝试。甘肃省文化和旅游厅副厅长万学科在接受记者采访时表示:“此次推介活动旨在吸引在华外国人入甘旅游,以此持续强化境外客源对甘肃的旅游热情,从而创新开拓甘肃国际旅游市场,巩固提升甘肃国际旅游目的地品牌形象。”

推介活动期间,马来西亚驻上海总领事赛义德·法瑞泽·艾米尼,中国新加坡商会副会长黄逸钧,中国韩国商会·上海首席副会长安秉英、吴明,泰国驻上海总领馆商务领事庄艳兰、农业领事吴佩贤,泰国国家旅游局驻上海办事处处长王希文,中国·泰国商会副会长陈图敏,甘肃省文旅厅党组成员、副厅长万学科,甘肃省政府驻上海办事处主任张旭中,携程集团管理层宋利国、吴珊、孙博文等出席活动。同时,新加坡、韩国、马来西亚、泰国在华商会旗下200余家企业代表,甘肃省重点旅游企业参加了活动。

政企合作打好“组合拳” 四场推介会风格各异获盛赞

和以往的活动有所不同的是,此次推介采用政府负责形象宣传,企业开展产品营销的“组合模式”,甘肃省文旅厅联合省内参会旅行社,整合全省优质文旅资源,结合泰国、韩国、新加坡、马来西亚等国客源市场特点,分别以直抵心灵的文旅资源推介、刷新视听的新业态主题线路产品、精巧别致的非遗文创展示、富有地域特色的歌舞表演以及吸引力十足的抽奖互动环节,全方位展示甘肃独特的旅游资源和多元文化。

甘肃与泰国是陆海丝绸之路的重要节点,随着“一带一路”倡议的提出,甘肃与泰国文旅合作日益密切,双向交流规模不断扩大。6月25日晚,充满异国情调的Eldivino Thai餐厅宾朋满座,泰国嘉宾被雄浑大气的甘肃美景深深震撼。

6月26日晚,一场别开生面的“游轮推介”,赢得了新加坡嘉宾的赞叹。新加坡是海上丝绸之路的重要国家,随着“一带一路”倡议的深入推进,甘肃与新加坡的文化旅游交流合作日益密切。中国新加坡商会副会长黄逸钧在推介会上,对甘肃美景赞叹不已:“甘肃作为闻名于世的丝绸之路黄金路段和枢纽地带,谱写了人类历史上中西文明交流、古今文化交汇、民族风情交融、多样地貌交错、宗教艺术交织的‘交响曲’。”

甘肃和韩国历史交往源远流长,去年,甘肃敦煌市与韩国顺天市共同当选2021年“东亚文化之都”,为甘肃省与韩国持续开展文旅交流合作提供了新的平台,在携程总部举办的“交响丝路 如意甘肃”韩国专场推介会,为续写“东亚文化之都”韩中友好交流新篇章打下了良好的基础。推介会活动现场,中国韩国商会上海首席副会长安秉英分享了在甘肃的旅游经历,让现场的韩国嘉宾纷纷表示“想去甘肃旅游”。

6月27日晚,随着马来西亚商会的旅游推介在上海外滩W酒店举行,为“交响丝路·如意甘肃”泰国、新加坡、韩国、马来西亚中国商会文化旅游上海系列宣传推介会画上完美句号。马来西亚驻上海总领事赛义德·法瑞泽·艾米尼盛赞甘肃文旅资源,并表示尽快率团来甘肃。

聚焦国外中高端客群 传统丝路游最具吸引力

推介会现场,甘肃中国国际旅行社、甘肃兰神国际旅行社、甘肃长城国际旅行社、张掖幸福旅游集团、嘉峪关君和国际旅行社等省内参会旅行社,结合泰国、韩国、新加坡、马来西亚等国客源市场特点,推荐的丝绸之路、甘南扎尕那等特色旅游线路,对各国嘉宾产生了强大的吸引力。泰国、新加坡、韩国、马来西亚商会均已根据需求订制了甘肃旅游线路产品,并与甘肃省内旅行社联系,陆续开始发团,其中新加坡商会将于6月30日组团来甘。

如此密集、有针对性的对外推介,让文旅企业直接和目标游客群体精准对接。甘肃国旅经理王晓玲告诉记者:“从目前看来,对国外游客最有吸引力的还是丝绸之路传统旅游线路。”兰神国旅董事长裴建宏也表示,此次由甘肃文旅联合携程集团,精准聚焦泰国、新加坡、韩国、马来西亚在沪商会核心资源、中高端客群,在国际大都会开启引客入甘系列推介,对下一步促进旅游消费市场转化将起到积极作用。

携程集团作为本次活动的战略合作伙伴,为配合此次甘肃入境游活动的宣传推广,6月25日至7月3日期间,在其旗下专注国际市场的全新平台Trip.com上线甘肃专属主题页,游客可在专属主题页全面了解甘肃经典景点,也可直接预订门票、酒店等旅行产品,一站式满足旅行需求,通过线上线下联动,进一步扩大“交响丝路 如意甘肃”的品牌影响力。

打造国际化国家级农博孵化品牌 天府新谷农博孵化园开建

■ 吴怡霏

6月29日,在成都市新津区天府农博园核心腹地,由全国首个民营国家级科技企业孵化器天府新谷规划建设、定位于打造国际化国家级农博孵化品牌的“天府新谷农博孵化园”全面投建。

揭牌仪式上,天府新谷农博孵化园产业与建设“路线图”发布。该农博孵化园将以一年成型、三年成势的建设进度,以“一园一带一基地”为核心,以西河沿岸水系为生态本底,打造乡村振兴的“公园式”农博+科创孵化品牌。

老牌孵化器“上新” 打造高能级农博+科创孵化基地

据了解,此次“上新”的天府新谷农博孵化园,是天府新谷基于已建园区新津海峡科技园的“基底”上,全新规划建设的高能级农博+科技创新孵化集群项目。在天府新谷农博孵化园百余亩创新土地上,将以新建、升级空间等方式,形成逾5万平方米的高能级创新载体,打造西部一流、全国领先的集现代农业科技研发、中试、量产、交易、培训、实践为一体的农博领域专业科创社区。

“农业与科技的深度融合,是乡村振兴农业发展的重点。紧扣天府农博园的整体规划,我们将在技术创新、创新创业、成果转化、人才培育等领域精深着力。”天府新谷农博孵化园总经理黄统介绍,在园区“一园一带一基地”规划体系之中,“一园”是指打造公园城市生态型科技孵化园,“一带”是环天府农博园创新创业创智带,“一基地”是农博+科技成果转化与人才培育基地。

据了解,在该规划体系下,天府新谷农博孵化园除了打造专业化创新创业全孵化链平台、科技金融服务平台之外,还将通过校院地合作、国内外机构合作等模式,规划建设垂直细分领域的农博+创新实验室、现代农业产业化共享平台,努力在核心技术领域突破一批关键技术,为企业创新与成果转移转化提供专业服务。

望山见水留乡愁 打造“公园式”农博创业新场景

水城新津西河畔,天府农博园核心腹地,天府新谷农博孵化园正加速升级建设。“新津是公园城市的‘超级绿叶’,有着川西农耕文化的印记。”天府新谷农博孵化园设计机构负责人介绍,园区设计将用好西河沿岸水系的生态本底,打造一个望山见水留乡愁的“公园式”农博+创业社区。

沿着西河水系,步行数分钟便可抵达沿河天府绿道;河流环绕,在河畔创业的共享空间里,激发碰撞创业灵感……记者在效果图上看到,已完成规划设计的沿河创新创业空间,采用了川西平原“老成都”风味的青砖细瓦风格,辅以简约通透式新型材料,全景呈现创业场景、美学场景的交融相生。

“用好生态本底,将这里打造成为双创‘第四城’的乡村振兴‘公园式’创业新场景。”据黄统介绍,按照一年成型、三年成势的时间进度,这里将全力打造成“在乡村间创新、在公园里创业”的新场景新体验。

据悉,在园区规划建设的同时,天府新谷农博孵化园已启动创新资源集群对接工作。眼下,以荷兰、日本等国家,以及长三角城市群为重点,将启动农博+载体能级提升计划、农博+科技成果转化计划、农博+双创场景赋能计划、农博+新农人教育计划,将新谷农博孵化园打造成天府农业博览园科创技术聚集地、双循环成果转化地、双创场景呈现地、农业人才培育地,成为天府农业博览园创新、创业、创意的新名片。

“瞄准打造国际知名、国内领先农博孵化知名品牌,在未来的建设发展中,天府新谷将整合集团‘三网一枢纽’的国际孵化创新资源,全面引入到新津项目的建设发展中来。”成都新谷投资集团董事长王明新表示。

广告

广告