

做中国企业的思想者

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181期 总第10161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25日 星期日 辛丑年 六月十六

打造大湾区国际免税城、全球医美之都……
深圳定下这些新目标

李臻

日前,记者从最新一期《深圳市人民政府公报》获悉,深圳出台《关于促进消费扩容提质创造消费新需求的行动方案(2021—2023年)》(以下简称《行动方案》),着力以高质量供给引领创造新需求。

《行动方案》提出目标:力争通过3年左右的努力,实现消费环境、消费品质显著提升,品牌集聚、时尚引领享誉全球,新型消费、消费升级蓬勃发展,高质量商品和服务供给能力持续增强,商业创新力、竞争力、影响力跃上新台阶,国际消费中心城市加快建设迈上新台阶。

记者经过梳理发现,打造全球知名“医美之都”等热门内容均在此次《行动方案》中有所体现。

打造全球知名“医美之都”:支持医疗美容机构全球化发展,引导医疗美容医院、门诊部、诊所等机构精细化管理和规范化发展,形成一批特色品牌,打造全国领先、全球知名的“医美之都”。

大力发展“银发经济”:鼓励中高端社会化养老机构发展壮大,打造一批“星”级养老机构,拓展旅居养老、文化养老、健康养老、养生养老等新型消费领域,实施科技助老示范工程,支持新技术在养老服务领域深度集成应用与推广,鼓励开展“孝老爱老”购物活动,探索举办国际乐龄产业博览会,引领老年用品消费潮流。

推动免税消费扩容提速:探索建立大湾区国际免税城,推动设立市内免税店;在满足口岸通关能力及业务需求前提下,支持扩大皇岗口岸等出入境口岸免税店规模,鼓励企业扩大免税经营品种;推动“即买即退”政策落地实施,推进重点商圈离境退税商店全覆盖;支持在前海建设全球免税品集散中心。

激发旅游消费活力:加强高质量旅游项目供给,推进新大旅游项目、金沙湾国际乐园、小梅沙片区、融创冰雪世界等重大旅游项目建设。

“十分钟健身圈”:鼓励各类市场主体安全利用部分闲置空间改造成体育设施,持续推动公共体育场馆惠民开放,完善学校体育场地设施向社会开放保障机制,探索组建专业公司运营学校体育场地,打造“十分钟健身圈”。

积极扩大汽车消费:贯彻落实国家汽车消费政策的工作安排,贯彻国家关于取消二手车交易不合理限制要求,出台便利二手车交易、活跃二手车市场相关政策。

加快发展通用航空产业:大力培育通用航空市场,推动实施低空飞行备案制。创建深圳民用无人驾驶航空试验区,完善无人机管理领域立法,构建无人机综合监管平台,加快民用无人机在通用航空领域的推广应用。

打造全球高端品牌中国首发地:建设“全球名品”橱窗,支持国内外知名品牌设立全球性、全国性和区域性的品牌首店、旗舰店、体验店,引进一批“品牌总部”。做强“首发经济”,吸引国际高端知名品牌、设计师品牌、高级定制品牌等在中国的首发式在深圳举行或同步上市全球新品。

除此之外,《行动方案》还对推进地方特色品牌建设、增强产业链供应链自主可控能力、增强产业链供应链自主可控能力、建设高水平物流基础设施、加快提升冷链物流服务水平、加大新技术新产品的政府采购力度、加强消费信用体系建设等工作作了具体部署。

上海大力打造“国际数字广告之都”

许婧

记者从7月21日开幕的2021上海国际广告节暨数字广告高峰论坛上获悉,作为中国广告经营中心之一,“十三五”期间,上海广告产业规模不断提升,2020年上海主营广告企业68798户,外商投资广告公司6631家,规模以上广告企业广告营业收入达1790亿元,广告传媒类上市公司14家。

广告业是市场经济的“晴雨表”,上海曾开创多项商业广告的首播先河,最早引入外资广告企业,也创造了多项广告。在城市数字化转型的今天,上海正努力打造“国际数字广告之都”,研究推动数字广告业发展的政策举措,积极拥抱变化。

论坛上,上海市广告协会会长杜贵根表示,近年来数字广告发展迅速,80%的广告已是数字广告,将数字广告业打造成为上海文化产业和现代服务业的重要组成部分将是重要的课题。

本届广告节聚焦“数字广告”发展,围绕广告业数字化转型、长三角广告一体化发展和数字时代青年人才培养,涵盖高峰论坛、颁奖典礼、展览展示和新锐挑战营四大板块,助力上海打造国际数字广告之都。



力上海打造国际数字广告之都。

论坛邀请到海内外一流的数字广告企业及互联网公司代表,共同分享最新国际及国内数字广告领域发展趋势,共谋中国广告企业合适的经营和发展模式,共促上海广告业的高质量发展,吸引更多国际一流的数字广告相关企业落户上海。

本届广告节还开设了长三角广告一体化发展论坛(广告产业园区专场)等系列活动,为长三角广告产业园区提供了开放的平台。会上,沪苏浙皖地区最具代表性的国家广

告园区共同发起并签署了《长三角园区一体化发展协议》,以期加强长三角国家广告产业园区联动发展,合作共赢、相容相生。

2020年末,上海国际广告节组委会发布了“青年创意人才培养计划”,携手行业公司和品牌进入全国各大高校,为高校学子带来更具实战性的课程。

广告节期间将迎来“新锐挑战营”的总决赛,来自全国30所高校的120名学生汇聚申城,在经过6家知名广告公司的内训和选拔,在广告节现场决出总冠军,实现自己的创意

梦想。

当前,中国消费市场正在快速发展和迭代,越来越多的新锐消费品牌正不断涌现,这为疫情之后的广告业带来了新的发展机遇。

为此,今年的广告节特设了针对新锐消费品牌发展的“未来物种论坛”及展览,着眼于展现广告行业对于品牌的赋能,提升新锐品牌的品牌内涵,成为长红品牌。

另一方面,聚焦老字号品牌的年轻化焕新,帮助其顺应传播环境和消费市场变化,共同探索讲好中国品牌的新故事。

从海外走秀到国牌造节
后疫情下的深圳时尚如何“另类出圈”

陈盈珊

“过去,中国时尚会更愿意用源自欧洲的时尚来讲述源起;现在,我们强调中国品牌,我们就是扎根于深圳走出去的中国时尚。”

中国女装看深圳,后疫情中国消费复苏升温,高端消费也从海外回流国内。从海外走秀到国内造节,打出中国文化、彰显民族底蕴的“国潮”牌,成为深圳时尚的新路径。

诞生于深圳、曾受邀出席米兰时装周的高端女装奈蔻就是这样一例。该品牌于7月18日举办第二个品牌日。总监叶洁萍梳理国内时尚界的发展历程时认为,在疫情期间的转型,成为中国时尚及民族品牌弯道超车的重要拐点。

新机遇下

中国时尚要与本土消费者产生更多深度连接

据南方都市报报道,从海外大秀转向国内造节,在已经走出国门接轨国际时尚后,奈

蔻把目光聚焦回了国内。2016—2018年期间,奈蔻除了在米兰大皇宫发布压轴大秀外,其所属的赢家时尚集团旗下 Koradior、LaKoradior、NAERSI、NAERSILING 四大品牌分别登陆米兰时装周和纽约时装周,发布了独立大秀。“当时中国女装都想走出国门,证明自己”,总监叶洁萍回忆当时心情激动。而如今,新机遇上中国时尚要与本土消费者产生更多的深度连接。

以中国元素“兰花”为设计载体,西式的服饰剪裁里巧妙融合了东方人文,模特走秀、沙龙分享在被誉为“世界七大经典宅邸之一”的玉川酒庄中徐徐展开。与2020年疫情期初创品牌日时不同,这一次主题日更着重中国人文元素的精神传递;兰花象征着东方女性的智慧美,十位各自行业领域中的卓越女性也分享起了敢为人先的故事。同期,上海、西安、重庆三地开启沉浸式主题快闪店。

“过去,中国时装更愿意去海外走秀,打造品牌力。疫情初期确实是给整个行业带来巨大的冲击,但冲击下也衍生了意想不到的机遇。国内消费复苏,海外原先的高端消费往国内迁

移,同一时间消费者的心态更加开放。随着疫情防控得当民族自信心也在提升,中国品牌迎来了更好的出圈机遇。”深耕高端女装产业近十年,叶洁萍总结起国内时装的变迁。

据《百度2021国潮骄傲搜索大数据》报告显示,国潮在过去十年间关注度上涨了528%,而随着疫情带来的拐点,国潮更是加速迈入3.0时代,更受到国内用户欢迎。

市场需要组合拳

既有创意表达又能沉淀出经典设计

其实,不光国内企业加入“国潮”,海外大牌也积极融入东方元素打开国内市场,意味着资历尚浅的国内品牌要被拿来直接竞对。如何跟消费者深度联动、精准俘获消费者的心,成为重要命题。“不得不承认,中国时尚离国际主流的欧美时尚仍然有差距,但国潮是我们的优势,也是一个很好的机遇。”叶洁萍说。

而另一个挑战则在于,原创力表达。过去,在业界看来,以深圳产业为代表的中国时

尚,产业跑得快、商业力量强大,原创力的塑造与表达则略显逊色。时尚更多成为了一门跑得快的生意。

在原中国服装设计师协会主席、清华大学美术学院教授李当岐看来,创意设计不能只是具备“天马行空”的能力,落地到产业才能走得远。

所以,市场需要组合拳。叶洁萍说:“全球舞台需要看到中国张弛的原创表达,打造新的话题时尚”,在创意表达之余,也沉淀得出经典设计。



奈蔻品牌日

乡村振兴的带头人
——记河南省濮阳县徐镇村委会党支部书记魏月忠

张西恒 本报记者 李代广

7月15日,河南省人民政府公布“魏氏香肠”入选“第五批河南省非物质文化遗产代表性名录”。这一喜讯,瞬间传遍了徐镇的大街小巷。

搜集整理代代相传的寿星徐三亨的故事,将30多年收藏的有关老寿星木雕、花瓶、书画、陶瓷、绣品、玉器珍藏品6000多件无偿奉献,投资建立“徐镇寿星文化博物馆”,成功申报“河南省寿星文化之乡”;作为省级非遗保护项目魏氏香肠的第五代传承人,恪守传统工艺、尊重传统文化,“魏月忠”牌系列食品被评为中国著名商标、“中华名小吃”、“无公害农产品”和“河南名吃”。



魏月忠,现任濮阳县徐镇村委会党支部书记,先后被评为河南省十大青年科技新闻人物、濮阳市首届地方特色名吃行业“魅力领军人物”,授予“中国诚信企业家”、濮阳市“十大杰出青年农民”等荣誉称号,荣获“首届中国绿色环保劳模人物”奖,当选濮阳县政协委员、濮阳市烹饪协会副秘书长。

魏氏食品始创于1816年,可谓历史悠

久,源远流长,文化厚重,历久弥新。清嘉庆年间,曾被选为贡品,传为美谈。作为第五代传承人的魏月忠,谈起魏氏食品近两百年的历史演进,如数家珍,深知这份饮食文化遗产弥足珍贵,深感传承这一民间工艺瑰宝责任重大。经过认真发掘、整理、申报,魏氏香肠民间手工技艺,于2009、2010、2021年相继列入县、市、省非物质文化遗产保护项目;2018年被评为“河南老字号”,为保护、弘扬我国民间传统饮食文化作出了积极贡献。

濮阳县魏氏食品有限公司,集食品加工、餐饮服务、种养基地开发于一体,公司占地30亩,总资产1800万元,年产值超千万元。担任村党支部书记以来,在他的带领下,徐镇村更是变成了产业兴旺的“明星村”、“样板

村”。魏月忠规划开发寿星牌挂面、饮料、面粉、大米、寿星枣醋、美术工艺品、旅游产品等已列入了工作日程,带领全村群众致富。

下一步,徐镇将更加积极打造徐镇寿星文化产业,在村委会设置老人协会,倡导尊老活动,孝道,文明家风。运作建立“中华寿星文化碑林”,108位中国书法家协会会员的作品,已征集到位,目前已投资了30多万元。

河南省民间文艺家协会副主席、市政协常委、市非物质文化遗产保护中心主任刘小江点评说:濮阳历史悠久,是上古三皇五帝活动的中心,也是中华文化主要发源地。在整合濮阳文化资源,发展文化产业、打造文化品牌方面,魏月忠真抓实干,发展传统文化产业,是乡村振兴的重要内容,魏月忠走到了前面。



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



东裕茗茶 陕|西|心|意

东裕汉中仙毫 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

剑南春酒厂出品

剑南红

全国运营中心:四川剑南红酒业有限公司
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