

# 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188期 总第10168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8月1日 星期日 辛丑年 六月二十三

## 专家齐聚甘肃共话“甘味”品牌赋能乡村振兴发展

宋芳科

7月27日下午,2021“甘味”农产品品牌建设高端论坛在兰州大学举办。甘肃省委副书记孙伟出席并发表主旨演讲,甘肃省副省长孙雪涛主持论坛。来自国家部委、高校智库、知名企业的专家学者齐聚一堂,就“甘味”品牌建设建言献策,给出真知灼见。

孙伟指出,实施“甘味”品牌体系发展战略是农业供给侧结构性改革的迫切需要,是乡村产业振兴的内在要求,是农业现代化的必由之路,是提升农业竞争力的必须之举,是促进农民增收的必然途径。甘肃要坚持品质至上,宁缺毋滥,以绿色高质量为标准,不断夯实“甘味”独特品质、独特风味,筑牢“甘味”品牌之“神”。同时创新“甘味”品牌表达形式,提升商品设计与包装,强化市场辨识度,提高大众认知度,形成品牌力量,擦亮“甘味”品牌之“形”。

孙伟强调,甘肃要强化品质至上理念,大力推进“无公害农产品、绿色食品、有机农产品、农产品地理标志”和“农产品品种、品质、品牌、标准化生产”两个“三品一标”建设,积极推进农业清洁生产。开展化肥、农药减量和病虫害生物防治,构建产业化生产绿色循环体系,确保“甘味”农产品既绿色、安全、健康又卖相靓、口感醇、味道好,从源头上构建消费者对“甘味”品牌舌尖上的信任。



2021“甘味”农产品品牌建设高端论坛展示甘肃特色农产品

2021甘味特色农产品品牌建设高端论坛



甘肃省委副书记孙伟出席并发表主旨演讲

论坛上,农业农村部市场与信息化司司长唐珂发表演讲认为,品牌兴则乡村兴,品牌强则乡村强,品牌对农民增收和消费品质有着双提升,消费者期待品质消费,农民又希望农产品卖个好价钱,而品牌建设满足了双方需求。

唐珂认为,进入新发展阶段,我国三农工作重心转向全面推进乡村振兴。以品牌共建共享为纽带,实现品牌带动资源集聚,品牌带动产业提质、品牌赋能乡村振兴的良性循环,促进农业高质量发展、乡村宜居宜业、农民富裕富足势在必行,由此也可以理解为,乡村振兴品牌先行,品牌化也将成为农业农村现代化的标志。

唐珂建议,各地要结合实际,“打造一个品牌、带活一个产业、富裕一方农民”的思路,遵循“一个特优区塑造一个区域公用品牌”的原则,依托资源优势,突出规划引领,统筹推进品牌工作,带动特色产业快速发展。

中国农业大学国家农业市场研究中心主任韩一军教授就区域公共品牌的建设和意义发表演讲表示,近年来我国区域公用品牌农产品在电商平台上的销售总额和销售总单数快速增长。从阿里平台数据来看,2018-2020年间,农业农村部农产品300个区域公用品牌目录中的品牌产品在平台上的成交总单数持续增长。2019年成交总单数为4980万单,较2018年增长10.18%;2020年

成交总单数首次突破5000万单,较2019年增长13.86%。品牌产品销售额也增速明显,2020年,300个区域公用品牌产品交易总额达42亿元,较2018年增长19.5%。由此可见,区域公共品牌对拉动农产品消费作用显著。

兰州大学经济学院院长、博士生导师郭爱君教授在论坛演讲中表示,品牌是媒介,是更好的标准与承诺,农产品品牌与其它商品品牌相比有自身特殊性,因为农产品是食品,更应该关注质量和安全,要长期谨慎维护品牌来形成口碑。同时,郭爱君认为,品牌建设将有助于甘肃从特色产业大省向特色产业强省转变,意义重大必须常抓不懈。

## 北京多策建设国际消费中心城市

吉宁

半年落地首店超400家,22个商圈改造有序推进,上半年市场总消费额同比增长22.1%……2021年上半年,北京在消费领域交出亮眼成绩单。

商务部7月19日宣布:经国务院批准,北京等5个城市列入首批国际消费中心城市培育建设名单,这给北京发展带来新机遇。

### 聚焦首店经济 加大扶持力度

中英联合打造的曼联梦剧场、德国品牌徕卡等在北京各大商圈相继推出全球旗舰店或全新概念店,潮流时尚的生活方式吸引众人目光。西单更新场、龙湖丽泽天街等新的商业综合体运营,一系列国内外原创品牌、年轻潮牌接连亮相。

现在,北京已经成为各大品牌争相进入的重要地区。相关数据显示,今年上半年,共有434家首店、旗舰店落地北京,已超去年全年首店入驻数量。

首店经济的持续升级,离不开北京对品

牌首店落地的大力支持。北京市近年连续出台多项首店支持政策。近日,北京市商务局出台《关于2021年度鼓励发展商业品牌首店项目申报指南的补充通知》升级支持力度,对于在京新设的首店、旗舰店提供更多更全面更高额度的资金支持。

FAO玩具店亚洲旗舰店近期拿到一笔首店补助。该店负责人李明洁表示,受疫情波及,门店销售额受到不小影响,这笔补助就是“及时雨”,感到非常振奋。

### 打造消费地标 提升品牌吸引力

3月,地处公主坟的老牌商场翠微百货闭店改造。作为北京市商务局首批“一店一策”升级改造试点单位和公主坟商圈改造提升重点单位,调改升级后,翠微百货翠微店将实现业态组合、品牌集合、环境体验、空间动线、硬件设施、运营管理等转型升级。

北京市商务局副局长蔡小军表示,为培育建设国际消费中心城市,北京实施消费新地标打造行动,加快推进商务领域城市更新,持续推动传统商圈、“一店一策”传统商场改

造升级,着力打造优势互补、特色凸显的消费地标,进一步提升“北京消费”的全球吸引力。

记者了解到,按照“一区(圈)一策,分批推进”工作原则,北京重点推动22个商圈的改造提升。目前,王府井、方庄、通州万达等9个商圈已基本完成改造任务,公主坟、祥云小镇等5个商圈已完成90%以上,其余商圈正加大力度推进。

商圈在更新,商场更在蝶变。北京于2019年确定王府井百货、西单商场等首批10家“一店一策”试点企业,2020年新增西城区菜市口百货等5家试点企业,2021年探索将购物中心、专业专卖店纳入试点范围。目前15家试点企业中,长安商场、甘家口大厦、王府井百货大楼等8家试点企业基本完成升级改造。

### 打造自主品牌 培育消费新动能

引进来的同时,注重本土孵化。蔡小军介绍,北京在新消费品牌孵化聚焦“国际”,力争打造一批具有国际影响力的本土自主品牌;同时紧扣“消费”,顺应消费者对国货的新期



待,着力培育新消费发展动能。

3月底,东城区南锣鼓巷、王府井19号府、红桥市场和朝阳区郎园 station 等4个新消费品牌孵化试点基地挂牌运营。

朝阳区郎园 station 聚焦国际时尚和文化创意类品牌,连续开展艺术节、创意市集等活动。其中,持续一个月的森林城市艺术节,举办40余项文化艺术活动,累计接待游客近15万人次。

新品牌层出不穷,老字号也不甘示弱,北京老字号是国际消费中心城市品牌矩阵中的重要内容。记者了解到,目前七成以上的北京老字号企业实现触网销售,约五成的北京老字号企业开展线上直播。

## 行业品牌效应正在彰显 湖南计算产业品牌正在“擦亮”

汪衡 张泽鹏

7月28日上午,2021世界计算大会新闻发布会在北京举行。发布会上,湖南省工业和信息化厅党组成员、副厅长彭涛告诉记者指出,自计算领域首个世界性产业大会落户湖南后,“计算万物·湘约未来”的行业品牌效应正在彰显,全球计算产业资源要素正在加速向湖南汇集。

湖南计算产业生态体系得到优化。2019年以来,湖南省以长株潭城市群为核心集聚区,铺排计算机及相关产业重点项目近40个,投资总额超过1000亿元,基本构建了以CPU、GPU、板卡等基础关键产品为重点,融合基础软硬件、终端及安全服务、应用和服务



7月28日上午,2021世界计算大会新闻发布会在北京举行。

为一体的计算产业生态。

加速了计算技术在新兴领域应用拓展。在工信部等国家部委的大力支持下,湖南积极推动计算技术在人工智能、超高清视频、智能网联汽车等新兴领域的应用发展,推进了

一批国家级智能制造、工业互联网、制造业与互联网深度融合等试点示范。马栏山视频文创园聚集了国内一流的人才队伍与IP资源,全国重要的超高清视频内容产业基地正在形成。国家级车联网先导区加快建设,智能网联汽车产业生态逐步完善。

信息基础设施和产业平台建设按下“加速键”。2019年以来,湖南突出“5G+”,积极开展新型基础设施建设,累计建设5G基站34558个,建成中西部地区唯一的国家超级计算中心和47个大数据中心,机架总规模达15万架。同时,推动世界计算大会、国家网络安全产业园区(长沙)等战略平台落户湖南,为计算产业发展提供了有力支撑。

彭涛指出,下一阶段,湖南省将大力实施

“三高四新”战略,坚定不移地发展计算产业,支撑打造国家重要的先进制造业高地。通过实施《湖南省打造国家重要先进制造业高地“十四五”发展规划》,构建“1+3+N”政策体系,立起产业发展的“四梁八柱”,引导产业健康发展。同时以产业链建设为抓手,借力“世界计算大会”展开精准招商,吸引国内外计算领域龙头企业 and 重大项目,做优做强计算产业,持续打造湖南计算产业品牌。发挥计算技术“底座”功能,深化新一代信息技术与制造业融合发展,推进中小企业“上云”上平台,加快数字化改造、网络化协同、智能化升级的“两上三化”行动,并深化部省合作、央企合作、省校合作,构建链接全球资源的计算产业合作网络。



## 携手格兰仕,“百年老店”惠而浦 中国品牌升级

武彤彤

7月28日,“而今迈步从头越”格兰仕集团和惠而浦(中国)品牌战略升级暨新品发布会在合肥召开。格兰仕携全新品牌“易厨”,惠而浦(中国)携“帝度”亮相,旨在凝聚双方多品牌资源优势,融合全球领先的中国制造与百年品牌的创新基因,为消费者提供全套家电解决方案。

### 新品牌、新品类引领消费升级

作为民族家电品牌,格兰仕展现出全品类健康家电的强大实力。本次发布会上,格兰仕亮出了宇宙厨房概念,并全新发布了DR空气炸微波炉、RL微蒸烤一体机、高端嵌入式微蒸烤公爵系列、智能扫拖一体扫地机器人等产品,以行业领先的科技创新实力,全力满足升级型消费的市场需求。

当前,中国消费多元化的浪潮正在奔涌而来。发布会上,格兰仕旗下潮流派国民家电品牌“易厨”正式亮相。据介绍,“易厨”将瞄准普及型消费,以格兰仕强大的家电全产业链和智能制造为依托,致力于让方便好用的健康家电走进千家万户,让不同圈层的消费者都能享受到健康便捷的烹饪体验。

同时,惠而浦(中国)也在本次发布会上刷新了旗下惠而浦及帝度的品牌形象。拥有“百年创新 悦享健康”品牌理念的惠而浦品牌将立足于对中国消费者的深刻洞察,坚持品牌理念,不断打造冰、洗、厨电等搭载核心健康科技的高品质家电产品,满足消费者对中高端与高品质的消费升级需求。帝度作为惠而浦(中国)旗下的中高端民族品牌,将重点以冰洗为产品线,以创新科技、精益制造和节能高效的产品满足中国市场升级型的消费需求。

### 优势互补 打造健康美好新生活

一个是引领中国家电产业发展的国民家电,一个是享誉百年的国际白色家电品牌。格兰仕和惠而浦(中国)两个企业的强强联合,格兰仕、惠而浦、易厨、帝度四个品牌的优势互补,势必形成一股强大的合力,一站式响应和满足全民美好生活需要。

如今,格兰仕依托全产业链制造形成了自己的核心优势,而惠而浦作为具有全球影响力的百年家电品牌也在不断打造出新的优势。在全产业链制造及强大品牌号召力之下,格兰仕+惠而浦+易厨+帝度的品牌布局,将拥有更加全面的品类、更加集中的优势和更加广阔的市场,不断增强的综合性家电实力深度满足各圈层消费需求,一站式响应和满足全民美好生活需要。

“本次品牌发布,就是要明确格兰仕和惠而浦(中国)的品牌矩阵。”格兰仕集团董事长兼总裁、惠而浦(中国)股份有限公司董事长梁昭贤表示,一旦认准方向绝不轻言放弃,格兰仕与惠而浦(中国)将进一步明确分工合作,用中国制造、中国创新、中国力量为全球用户不断赋能、继续价值,用产品征服市场,用产品赢得消费者的认同和赞美。



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



东裕茗茶 陕|西|心|意

# 东 | 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