

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly

东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 202 期 总第 10182 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 15 日 星期日 辛丑年 七月初八



中国品牌汽车在沙特市场驶入发展“快车道”

■ 王海洲 胡冠

“长安汽车很独特,设计和颜色很漂亮,有比较全面的配置,产品质量也很好。”聊起长安汽车的优点,正在沙特阿拉伯达曼长安汽车展厅选购的一名当地消费者如数家珍。他表示,中国汽车性价比,有独特创新设计,在沙特消费者特别是年轻人中深受欢迎。

红旗汽车沙特经销商穆罕默德·阿卜杜勒·贾瓦德也有类似的感受:“红旗在沙特上市后,销量远超预期,热门车型一车难求。”据了解,红旗高端车型 H9 在沙特上市一个多月,订单已过百。

在沙特市场,中国汽车产品竞争力不断提升,正受到越来越多沙特消费者青睐。中国汽车工业协会日前公布的最新数据显示,2021 年上半年,中国出口汽车整车 93.9 万辆。中国汽车工业协会信息部工作人员告诉记者,沙特今年上半年进口中国汽车 6.4 万辆,数量位列中国汽车整车出口市场第二位。

另据中国机电产品进出口商会公布的数据,2020 年中国对沙特出口汽车 9.8 万辆,比前一年增长 69.6%。沙特成为当年中国汽车出口第一大目的地。

在这一背景下,不少中国汽车品牌在沙特迎来快速发展期。

2020 年,长安汽车在沙特销售近 2 万台,成为首个进入沙特汽车市场年销量排名前十的中国品牌。截至 2021 年 5 月,长安汽车在沙特累计用户突破 5.5 万。2021 年 6 月以来,红旗、长安等品牌相继在沙特主要城市开设新店。

除了家用车,中国客车性能稳定、价格极具竞争力,已在沙特公共交通领域取得长足发展,产品覆盖校车、公交车、旅游客运车等。安凯客车国际营销公司中东大区总经理张慧勇表示,中东一直是中国客车重要出口地,安凯客车向沙特累计出口客车超过 1 万辆,是沙特市场保有量最大的客车品牌。

沙特汽车市场在中东地区规模较大,有较强的代表性。国际认证服务公司泰测发布报告显示,沙特是海湾地区最大汽车消费市场,人均汽车保有量居世界前列。

沙特市场分析人士表示,中国汽车走俏沙特市场,主要由于物流供应链全、适配创新力强、产品服务性好等优势。特别是新冠疫情暴发以来,尽管存在供应链受阻、国际海运船期和交货期紧张等困难因素,中国汽车品牌充分利用国内优势协调市场资源、管控物流过程,保证订单按时交付。

长安汽车国际公司中东及非洲高级总监邓红梅告诉记者,长安连续 5 年在沙特开展产品适应性测试,全方位验证产品的本地化适应能力,开发个性化配置,保障产品质量。

多家受访中国车企也表示,针对沙特市场,企业专门组建市场对接、配件采购、驻点服务等服务队伍,提供技术支持、车辆保养、维修指导、人员培训等服务。

分析人士认为,随着中国与“一带一路”沿线国家合作进一步深化,以及沙特“2030 愿景”和相关政策措施的实施,中国汽车品牌在沙特乃至整个海湾地区发展潜力巨大。

畅销路 兴产业 提品质 武汉做实“国企联村”品牌

■ 严芳婷 武祖

今年,武汉市委组织部、市农业农村局、市国资委在全市开展“国企联村”行动,组织市属国企党委与农村联合党委结对发展,发挥国企党委政治优势、产业优势,帮助结对联合党委建设一批稳定的产业发展项目、培育一批高素质专业人才队伍、创新一批高效能乡村治理载体、健全一批完善的公共服务设施、组织一批优秀的乡村文化活动。

目前,15 家市属国企党委与 40 个农村片区联合党委结对发展,国企联村——企业助力足,乡村焕新颜。

畅销路——助农产品提质“进城”

据湖北日报报道,黄陂朱铺村,与湖北孝感杨店镇仅一桥之隔。这里,柏油马路宽敞平整,一栋栋小楼排列整齐。

“这些年,村容村貌有了很大的变化,但真正要发展、要留人,还得有产业。”朱铺村村支书朱俊刚坦言道,“村里土地肥沃,可过去村民种出的农产品难有销路。久而久之,村民没了积极性,不少地便荒废了。”

为解决朱铺村“种什么”“怎么卖”的问题,在联合党委的牵线下,武汉商贸集团及权属企业中百集团深入田间地头调研。

“黑糯米,经济附加值高、需求大,且种植所需劳动力不多。”中百集团中百仓储生鲜事业部负责人张志刚介绍,本着先试点再扩大的想法,先期 20 亩玉米种植示范基地,在朱铺村建立起来。

首批试点玉米上架中百仓储后,迅速抢售而空。

“虽然只是开了个头,但前景可期!”张志刚说:“玉米平均亩产可达 3000 根至 3500 根,一年可种两茬,后期我们计划在李家集街方安片区、民安片区扩产 800 亩。”

畅销路,就是畅财路。

新洲区徐古街绿化片区,食用菌、小香薯、蓝莓等农产品种类丰富、产量优势明显。但在以往分销过程中,基本采取无差别进入大市场的方式。如何实现利润最大化,成为武商集团帮扶绿化片区分销农产品的关键。

“以香菇为例,之前村民采摘下来的香菇,都是统一装箱后送往白沙洲大市场批发售卖。”武商集团相关负责人说:“现在与我们合作后,根据产品品质分三级管理,品质好的



分拣出来进超市,品质略低的再走市场批发,这样分销能进一步增加农产品的收益。”

目前,武商超级生活馆开辟出新洲徐古街农产品销售专区,在武汉市及鄂州、黄石区域 40 余家门店,销售新洲区徐古街双孢菇、杏鲍菇、鲜香菇、平菇、金针菇、小香薯等农产品累计达 95 万元。

兴产业——合资公司促“村企”双赢

“民主片区水田多,可过去种水稻等作物效益不好,导致村里劳动力流失,部分农田荒废。”新洲区民主片区联合党委委员郭红发无奈地说。

新洲区凤凰镇凤凰镇民主片区内,约有 5821 亩水田,可利用土地资源丰富,水资源充沛,但水资源利用率不高,产业规模较小。

3 月 30 日,由武汉林业发展公司与民主片区联合党委共同成立的武汉红色原野生态发展有限公司,在毛家冲村挂牌。

合资公司挂牌后第一件事,便建立起水生植物引种基地。

毛家冲村临近毛家冲、仙人洞两个水库,依托这里的优势,武汉红色原野生态发展公司先期打造 50 亩水生植物种苗基地,引进鸢

尾、菖蒲、美人蕉等 13 个品种、40 万余株优质种苗,分田种植。

“水生植物能净化富营养化的水体。”武汉林业发展公司丁凯说,武汉林发公司下属林业调查规划设计院对武汉市小微水体进行调研,统计出全市小于 15 亩的小微水体有 6 万多个。

“这是一个很大的市场,我们将充分发挥国企的优势,把引种基地培育出的水生植物投放进全市小微水体污染治理中去。”丁凯介绍,今年引种基地预计产值可达到 60 余万元,增加村民务工收入 16 余万元。

如今,武汉各远城区的乡村产业也正加速形成规模效应。

黄陂区六指街许桥片区新博村,是一个拥有黄酒文化的移民新村。

“过去村里生产黄酒,规模小,没有统一品牌,并不被市场广泛接纳。”新博村村书记杨卫国惋惜地说。

“黄酒是荆楚文化的传承,不仅要叫好,还要叫座。”武汉农村商业银行“联村”后,首批 10 万元启动资金入账武汉楚尚道黄酒合作社,用于购买包装、生产设备及一期所需米、酒曲等原材料。同时,借力银行优质客户资源,帮助新博村黄酒产业建立销售渠道,力争实现每年销售 8 万余斤的目标。



“现在,全村黄酒进行标准化规模生产,并标上统一品牌——甘棠道。”杨卫国说,“过去村民一斤黄酒只能卖不到十块钱,现在进行标准化生产,一斤黄酒能卖 30 多元。”

提品质——扮靓村庄“全域成景”

秀美的梁子湖、汤逊湖以及大花山、锦绣山环抱,地处“两山两湖”之间的江夏区五里界童周岭村片区联合党委,下辖 4 个村级党组织,拥有良好的资源禀赋。

今年 2 月,武汉旅游体育集团进驻,聚焦实施“全域成景行动”,将李家店村龙家畈湾特色民宿群打造为华中第一村,首批打造 26 栋闲置农房成特色民宿,推动片区农文旅融合发展。

依托梁子湖、恒大科技旅游城,将片区内小朱湾、当代薰衣草园、龙家畈湾民宿群、群益村七彩花海、梁湖农庄连点成片、形成景区,申报国家 5A 级景区。

在“一二三”产业深度融合的浪潮下,童周岭村片区的农文旅、美丽乡村建设走在全区前列,小朱湾、农家畈、老屋穆等一批特色村湾景点成型,让老百姓从原来的“外出打工挣钱”变成了“坐在家门口赚钱”。 [下转 P4]

唐山品牌农业建设跑出“加速度”

■ 齐福臣 董泽辰 王亚滨

近年来,河北省唐山市把品牌农业建设作为增强农产品竞争力、提高农业效益的重要抓手,依托资源和区位优势,围绕打造“京津优质安全农产品供应基地、环京津农产品生产加工物流基地、京津冀休闲农业和乡村旅游目的地”目标,以农产品质量安全为基础,完善品牌农业工作体系,拓宽品牌营销渠道,培育了一批特色鲜明、知名度高、发展潜力大、带动能力强的农业品牌,目前,全市拥有农产品驰名商标 10 个、农产品地理标志证明商标 32 个、国家农产品地理标志 8 个、国家地理标志保护产品 6 个;省级区域公用品牌 14 个,省级行业领先企业品牌 8 个,跑出了品牌农业建设“加速度”,为打造农业高质量发展“唐山高地”提供了新引擎。

培育特色产业,激活发展动能。唐山市按照“一县一特、一乡一业、一村一品”原则,依托东部路花生优势产业区、西部强筋小麦



优质玉米优势产业区、南部高端设施蔬菜优势产业区、中部特色休闲体验优势产业区,连片开发建设,不断扩大规模,推进优势特色农产品生产向优势产区集中,培植出一批竞争力强、经济效益高、带动作用大的农业优势特色产业,为唐山市农业品牌建设注入新活力。

坚持质量为本,夯实建设基础。唐山市始终把农产品质量安全体系建设作为品牌农业发展的基础,坚持标准化生产与质量监管“两手抓”,全面打造“安全食品唐山造、绿色食品进万家”品牌,超过 2000 家农产品生产企业被纳入市“智慧农安”监管平台,实现了“标准

可查询、生产可监控、销售可追溯、质量可追溯”,全市现有绿色食品认证企业 63 家,产品 113 个;有机认证企业 42 家,优质产品年增幅超过 10%,全市农产品质量安全监测合格率达到 99.97%,唐山市被农业农村部命名为“国家农产品质量安全市”,成为全省唯一获此称号的地级市。

坚持龙头引领,积蓄发展后劲。大力推广“龙头企业+合作社+基地+农户”的“四位一体”运营模式,重点鼓励新型农业经营主体发挥资金、技术、人才等方面的优势,积极参与品牌农业生产经营。目前,全市共有农民专业合作社示范社 260 家(其中省级 88 家,国家级 32 家);市级以上示范性家庭农场 251 家(其中省级 115 家),市级以上农业龙头企业 312 家(其中国家级 6 家,省级 103 家)。在“迁西板栗”这一省级区域公用品牌的带动下,2020 年迁西县板栗种植面积 75 万亩、产量 8 万吨、产值 24 亿元,栗农人均增收 6000 多元,真正实现了“一个品牌带动一个产业、一个品

牌富裕一方百姓”。

坚持模式创新,拓宽销售渠道。大力开展线上线下一体化区域公用品牌营销活动,先后组织乐丫、乡伊香等企业利用线上平台进行品牌宣传营销。通过开展“网红直播”“县长带货”等方式,尝试网络直播营销新模式。鼓励指导品牌农业企业积极探索“互联网+”销售模式,形成线上宣传、订单、线下展示、营销的新格局。今年 1 至 7 月份,玉田包尖礼品白菜在京东网上零售礼盒 3000 余件,交易额 30 余万元。

搞好宣传推介,提升品牌传播力。唐山市积极组织品牌农产品生产企业参加国内大型农产品交易会,扩大唐山品牌农业影响力。持续加大宣传推广力度,在央视 17 频道《农业气象》栏目、北京西客站、唐山高铁站、唐山机场高速出口投放广告,宣传优质农产品,提升品牌形象。引导唐山市 8 家领军品牌企业自筹资金 4480 万元,开展品牌宣传推介,推动全市优质特色农产品实现品牌化发展。



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



东裕茗茶 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

Challenge peak 天生好水 挑战巅峰 冰川时代 天然矿泉水

中国登山队 荣誉之选