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209期 总第10189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22日 星期日 辛丑年 七月十五

国货走俏 情怀要与品质并重

■ 刘桐羽

特别是年轻一代,能够坚定而自信地“平视世界”,愿意支持国货,以“中国范儿”为荣——

身穿李宁卫衣、脚踏回力运动鞋、涂着百雀羚面霜、吃着稻香村糕点、用着华为手机……近几年,买国货、用国货、晒国货,成为很多人特别是年轻一代的生活日常,甚至成为一种时尚与潮流。

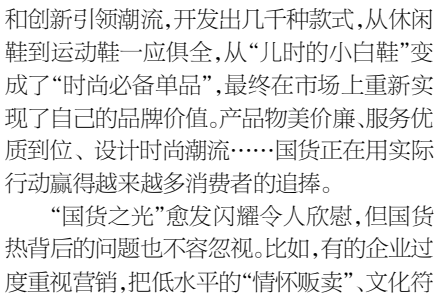
曾几何时,不少消费者热衷于追求洋品牌。现如今,国货成为了“香饽饽”,从物美价廉的服装到别具韵味的文创,从频频出圈的美妆到精细实用的工具,一个个国产品牌强势崛起,成长为消费的新主角。商务部数据显示,今年上半年,国货消费热度继续提升,有关电商平台“6·18”促销活动期间,国产品牌销售额占比超过70%,越来越多消费者的购物车正在被国货“承包”。

为什么越来越多的年轻人选择购买国货?在某问答平台上,这一问题曾引发热议。一条高赞回答是这样写的:“我当下愿意支持国货,这既是我的理性选择,亦是我的感情流露。”的确,国人不断增强的文化自信和文化认同是国货当潮的原动力。特别是年轻一代,能够坚定而自信地“平视世界”,在追求时尚张扬个性的同时,愿意支持国货,以“中国范儿”为荣,并将对国产品牌的情怀变成真金白银的购买。

当然,消费者的情怀只是一方面,中国企业久久为功修炼内功,不断升级产品的品质、性能和价值,才是国货日益走俏的根本原因。老字号推陈出新,新品牌后来者居上,无论是从外观时尚度,还是产品本身的质量与实用性,国货品牌都得到全方位提升。比如,曾经一度淡出视线的鞋类老品牌“回力”,以品质和创新引领潮流,开发出几千种款式,从休闲鞋到运动鞋一应俱全,从“儿时的小白鞋”变成了“时尚必备单品”,最终在市场上重新实现了自己的品牌价值。产品物美价廉、服务优质到位、设计时尚潮流……国货正在用实际行动赢得越来越多消费者的追捧。

“国货之光”愈发闪耀令人欣慰,但国货热背后的问题也不容忽视。比如,有的企业过度重视营销,把低水平的“情怀贩卖”、文化符号堆砌当成噱头;有的对品牌产品质量与服务的把控存在“三分钟热度”;有的则仍以低价作为占领市场的主要手段……这样的国货品牌只会陷入消费热度、口碑流量的“漩涡”,而无法“长红”。站在全球市场竞争的新起点上,面对新的机遇和挑战,国货品牌要立足质量与服务,牢牢坚守质量品质和品牌核心价值,勇于创新,注重挖掘我国深厚的文化积淀,找准新时代与消费者碰撞的新链接点,用实力让情怀落地,用先进技术与创意文化为中国创造赋能。如此,在下一波消费潮流涌来时,国货才能依然乘风破浪、“永”立潮头。

国货崛起正当时。期待更多国货品牌在传承与创新上下功夫,以质量为本、以创新为魂,不断推陈出新,努力实现品质与情怀并重,让国货的发展之路越走越宽、越走越稳。



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

中欧班列:高质量创新带动沿线国家互利共赢

■ 王文晔/文 白桂斌/图

2011年3月,首列中欧班列从重庆发出开往德国杜伊斯堡;2016年6月,中国铁路正式启用中欧班列统一品牌。10年来,中欧班列开行数量节节攀升,高效便捷低成本的物流通道吸引了适铁适欧产品的常态化运输,为我国实现更高水平的对外开放拓展了新空间,有力推动“一带一路”沿线国家互利共赢。

目前,中欧班列累计开行突破4万列,仅去年一年就开行1.24万列。今年上半年,中欧班列延续强劲发展势头,共计开行7323列,同比增长43%。在国内,已有29个省区市开行中欧班列;在境外,中欧班列已通达欧洲23个国家的168个城市。

2020年7月,国家发展改革委下达中央预算内投资2亿元,支持郑州、重庆、成都、西安、乌鲁木齐等5个中欧班列枢纽节点城市开展中欧班列集结中心示范工程建设。

成都国际铁路班列有限公司副总经理王伟琨在接受记者采访时表示,作为成都中欧班列运营方,在继续提高中欧班列运输服务与运营品质的同时,该公司还将依托中欧班列搭建外贸综合服务平台。他说:“中欧班列是全球供应链服务体系的重要一环,我们对发展前景充满信心。”

疫情之下中欧班列逆势发展

据了解,得益于疫情期间中欧班列的稳定运行,国内产品顺利“走出去”,国外产品也得以“走进来”。2020年10月,搭载着82台奥迪汽车的中欧班列“奥迪整车进口班列”从德国不来梅哈芬港顺利抵达西安。今年8月3日,一列满载冰箱、液晶电视组件等智能家用电器产品的专列从成都国际铁路港驶出,沿着丝绸之路经济带一路向西,奔向千里之外的波兰马拉舍维奇。

仅今年上半年,中欧班列(成渝)累计开行近3000列,智能家电、电子产品等逐渐成为成都的主要货源,占出口总量68.35%。截至2021年7月18日,中欧班列“长安号”累计开行9712列,其中2021年开行2138列,较去年同期增长20%。

●四川成都铁路口岸多式联运海关监管中心

●俯瞰四川成都国际铁路港

在中国加强国际抗疫合作的背景下,中欧班列保障并提升服务质量,优化作业流程,成为防疫物资援助的主要通道。2020年,中欧班列共为欧洲20多个国家的90多个城市运送防疫物资939万件。成都、西安、义乌、武汉等地创新开行了中欧班列防疫物资专列,获得国际社会的普遍赞誉。

王伟琨向记者表示,依靠中欧班列,成都国际铁路港累计向波兰、德国、荷兰等国发运防疫物资总重量2.5万吨、货值约3亿美元,有效助力了国际抗疫。

集结中心建设带动区域经济发展

作为全国中欧班列集结中心示范工程建设城市之一,四川成都不断完善“干支结合、枢纽集散”的高效集疏运体系,以通道促进贸易、集聚产业、深化合作,有效带动区域经济社会发展。

在成都铁路集装箱中心站向西约3公里处,国家首批多式联运示范工程——成都国际铁路港多式联运项目正紧张收尾,预计今年11月竣工。“成都打造中欧班列集结中心,需要成熟完备的物流体系。”成都中远海运陆港多式联运有限公司总经理张旭表示,该项目紧邻青白江区大弯货站,将提供中欧班列和西部陆海新通道的去程、回程集装箱集结,换箱,拆箱后配送等服务。

据悉,2020年,四川省对“一带一路”沿线国家和地区进出口额达2454.9亿元,同比增长24%。成都市实现进出口总额7154.2亿元、增长22.4%,这样一个不靠海不沿江的内陆城市,因为中欧班列,成为了对外开放高地。

“成都中欧班列最初每年只开行40多列,如今每年2000列以上,许多本地中小企业利用这条国际通道开拓海外市场。”王伟琨告诉记者,从前高昂的运输成本、复杂的中间环节是横在成都等内陆城市制造企业与外贸出口间的一堵高墙,“现在有了便捷的运贸一体班列,本地的服装、鞋帽、水果、蔬菜、花木等产品源源不断出口至国外,中小微企业顺利实现‘走出去’。中欧班列已经逐渐成为全球供应链服务体系的重要一环,我们对发展前景充满信心。”

创新打造中欧班列品牌

近年来,中欧班列不断进行拓展和创新,无论是运营模式还是开行质量都在不断优化。注入了数字化基因的中欧班列,在订舱、载货、货物集拼集运、“一单制”金融结算等多方面变得更加便捷。

目前,西安已建成中欧班列“长安号”全国首个铁路自动化无人码头,上线单一窗口订舱平台和综合服务平台,同时依托北斗定位系统及全球无线网络环境,实时掌握在途集装箱的位置、施封状态、温度、湿度等信息,实现货物的全流程24小时监管。

四川自贸试验区青白江片区推行中欧班列(成都)运费分段结算估价管理改革,通过实现班列国内段运费不计入货物完税价格的方式,有效降低了企业成本。据成都海关统计数据显示,该项改革试点自开展以来,商品范围已从汽车整车扩大到进口肉类、红酒、矿石产品,线路从蒂尔堡、罗兹扩展至中欧班列全线。今年上半年,共对1405票班列回程进口货物实现境内运费扣减,货值7.1亿元,为企业减征税款93万元。

10年来,中欧班列逐渐跑出广度和深度。6月20日,中欧班列统一品牌五周年工作座谈会在京召开。会议指出,要着力增强中欧班列持续发展动力,加快中欧班列信息平台、智慧口岸建设,推进中欧班列与丝路海运、西部陆海新通道等联动发展,积极推动“运贸一体化”,积极探索开行“人文班列”“旅游班列”。

打响“金平瑶药”品牌 示范引领乡村产业振兴

■ 李树芬

8月17日,云南省红河州“起飞质变——怎么看怎么办”系列新闻发布会举行金平专场发布,金平县农科局局长杨峰就该县依托以“金平瑶药”为主的中药材创建“一县一业”的优势和举措,回答记者提问。

杨峰介绍,金平县有发展金平瑶药、南板蓝根、金平砂仁、金平人参、重楼等中药材以及草果、花椒等“食药同源”农业特色产业的坚实基础,“十四五”期间,全县将推进以“金平瑶药”为主的中药材“一县一业”发展,重点建设1个长寿康养生物药材百药园,3个生物药材精深加工厂,1个生物药材交易中心,培育20户中药材龙头企业和15户中药材产业合作社,打造“金平草果”生物药材国家农产品地理标志1个,打造“金平南板蓝根”“金平大血藤”“金平血满草”“金平七叶莲”“金平土连翘”生物药材国家地理标志证明商标5个。整体推进中药材产业发展,着力建设中药材基地30万亩,综合产值达30亿元以上。

“十四五”期间,重点抓好农产品质量安全追溯平台体系、“三品一标”认证体系建设,巩固现有39户农业龙头企业,新培育省级龙头企业4户、州级7户以上,完成20家国家、省追溯企业信息录入,新入选云南绿色食品“10大名品”1个以上,新认定农产品地理标志产品1个,新增认证绿色食品16个,有机农产品24个,打造绿色食品、有机产品总量达到60个以上。不断强化“长寿金平”区域性公共品牌建设,集中打造一批“长寿金平”食药品牌,提升农产品质量安全水平和市场竞争力,提高品牌竞争力、影响力和辨识度。

通过扎实推进“一县一业”主导产业,一手抓示范引领,一手抓产业兴旺。重点推进香蕉、菠萝、火龙果、百香果等水果产业提质增效,积极引导发展芒果、柚子、菠萝蜜、澳洲坚果等产业,加快生猪、肉牛、家禽规模化养殖基地建设,计划建设20个百头以上肉牛养殖场,20个千头以上生猪养殖场、10个万羽以上家禽养殖场,力争出栏生猪20万头,出栏肉牛2万头,出栏家禽330万羽以上,综合产值达30亿元以上。让金平农业筋骨更强健,让乡村特色产业真正连接城乡,富裕农民。