

品质 + 创意 国货正当“潮”

■ 杨敏

东京奥运会期间,蒙牛推出的“夸父”“哪吒”“花木兰”等奥运定制包装收获了一波好感;元气森林推出的气泡水新产品迅速“圈粉”……凭借高质量产品及创意,国货爆款不断涌现,进一步释放了国货消费潜力,推动国货品牌消费持续升温。

商务部数据显示,今年“京东 618”,国货成交额和用户数分别高出国际品牌 7%和 8%。在天猫平台,仅“六一”当天,就有 755 个产品成交额破百万元,其中 70%为新国货品牌,新国货已成为新消费的主角。

最近,李宁公布了上半年业绩,净利润同比涨 187.2%。而此前“一捐成名”的鸿星尔克同比更是创造了销量增长 52 倍的惊人数字。相较之下,日前公布财报的阿迪达斯,大中华区罕见出现负增长。其 CEO 坦承,目前中国消费者的需求不再像此前跟风洋品牌,更倾向于本土品牌。

日益走俏的国货背后,是消费者对中国文化 IP、国潮消费品的认可。近日,记者走访昆明市南屏街、小西门等中外运动品牌汇聚地发现,鸿星尔克、李宁、贵人鸟等品牌的门店人气较高,不少市民正在选购心仪的产品。阿迪达斯、耐克等品牌的门店虽然推出打折优惠活动揽客,但收效甚微。

“当前形势下,随着国货的质量、售后服务越来越好,产品的产业体系正在逐步完善,消费者对国货的认可度也在提高。”云南大学经济学教授郭树华表示,国货品牌消费升温,体现出消费者对国货品牌的认可,同时也反映出相关企业找准了自己的目标和方向,将打造国货作为自己的事业。在发展中迎合消费者的需求,不断推陈出新,形成良性循环。郭树华认为,随着国货品牌的创新升级,未来追求国货将成为一种趋势。

▶▶▶ [紧接 P1]

国货体育品牌 销量大涨背后： 营销费没变 消费者“为爱发电”

龙头表现显著优于行业,在 Q2 淡季仍表现优异,下半年在大型体育赛事的促进下,叠加各品牌推出秋冬高单价新品、电商购物节带动及大型品牌营销事件落地,本土品牌热度预计持续,安踏整体销售增长将更为强劲,李宁的销售收入也将继续提升。

但值得注意的是,中国市场趋势向好,但四家国货体育品牌的海外市场拓展也仍在初期阶段,财报中也未披露相关数据,市场广阔度和收入多元性上还有待提升。

此外,四家国货体育品牌中,在收入上涨的同时,研发投入并没有相应提高,占总收入的比重仅在 3%上下。而对比阿迪达斯和耐克超 10%的研发投入,在运动服饰面料、跑鞋的缓震等细分领域,国货体育品牌仍可加强对应研发和投资。

企业家自述(长篇连载之一百二十四)

王建明：动力大王的传奇故事

刚才庞志勇主任讲话里介绍了玉柴 1999 年的目标方针,我想重点补充说明一下在工作方针里面的三个赶超,这三个赶超不是 1999 年目标方针一开始就有的。玉柴的年度目标方针一般都是在上一年度的年末提出来的,这一次的三个赶超是补充进去的,是在今年一月份当我们得知康明斯 B 系列柴油机大幅度降价,降到距玉柴的发动机大概只有三千块的价差,我们还知道美国的康明斯公司把 C 系列柴油机大幅度降价之后供应给国内大汽车厂装车,所降幅度大概每台在上万元左右。

知道这两件事情之后,我们概括玉柴的一项理念,叫做“用高价值的劳动创造高价格和高效益”。我们曾经多次宣传过自己的观点,我们反对把自己的劳动廉价甩卖,在这样情况下,基于 B 系列降价,基于 C 系列要非常强烈地想争夺中国市场,还基于玉柴自己的一个坚定不移的理念,所以我们也非常正式地提出,对待这两项产品的降价,玉柴的主对策不是跟着他们后面去降价,而是大幅度地提高我们自己的工作来换取和保持我们的好价格和好效益,这是玉柴跟二汽两个企业的领导人当中开诚布公的对话。玉柴告诉二汽,我们主对策不是跟着你们降价,我们的主对策是中机赶超 B 系列,重机赶超 C 系列,服务赶超海尔,公开地告诉二汽的领导同志,你们的降价,我们认为是一种良性的竞争,你们降价之后,受益的是中国用户,但是我们也认为,像二汽的领导肯定也不希望玉柴降价。你降我跟着再降,我降完之后你又降,你降我降,降到最后,大家不要吃饭,揭不开锅,这肯定不是二汽领导的愿望。就是这样提出了三个

赶超,而且针对性非常强,但是我们不见报,报纸上如果见的话,我们只谈三个赶超,不谈针对具体产品。这是三个赶超提出来的原因。三个赶超的性质和影响,我简单谈一下。首先三个赶超是一场上呼下应,上呼是谁在呼?是朱镕基在呼。呼什么?江泽民、朱镕基同志从前年的国家经济工作会一直非常公开地反复在重复,反对盲目地重复建设,反对重复投资,反对大而全,小而全,穷也全,富也全。朱镕基同志非常尖锐地提出,正是重复投资重复建设造成了国企目前巨大的困难,重复投资重复建设是国企目前面临诸多困难的主要原因之一。朱镕基同志在盘活玉柴资产的问题上,1997、1998 年连续两年都有重要批示。这个叫上呼,上呼之后就要有下应,玉柴的三个赶超就是下应,如果朱镕基讲话了,我们就有了一个错觉,就认为盘活玉柴资产就有上帝保佑,那就错了。朱镕基同志讲盘活资产,他不是讲可以养懒汉,更不是鼓励落后,我们就要在这个国策之下拼命上好水平,我们就要挡住这些由于我们国内的水平不高而不断地总是萌生各种各样引进的愿望,重复建设的愿望,要用我们自己上水平的行动来抵制这些愿望,这叫上呼下应。这是性质之一。

性质之二,三个赶超有利于双方企业的友好竞争。这不是恶性竞争,不是去年某些厂子搞以车抵债,抵到最后车子抛售变现的价格最高达到变现抛售降价 30%,然后越往下去到原材料厂家,走到那些小的配套件厂家根本就无法再活下去。不是这种饮鸩止渴,不是这种恶性的竞争,不是这种恶性的饮鸩止渴,而是一

个良性的友好竞争,有益于企业双方。玉柴是二汽集团成员之一,我们上好了水平,毫无疑问是有助于整个集团对外的竞争能力,我们把 6112 重型机实现了赶超,就抵住了 C 系列,就可以帮助二汽集团使它确实能够少投资或者不投资,也能得到好的发动机。

性质之三,三个赶超是对国际强手的一个市场争夺,C 系列不惜血本,完全平本销售,它应该至少卖七万多,现在降到六万多。那么你这样做,你有你的韬晦,我有我的韬略。玉柴从 1984 年就下了这样一个企业抱负和决心,叫做要使自己的产品站得住,站得稳,扎住根,出得去,跻身国际内燃机强手之林,我们已经抱负多年,我们已经实施多年,现在刚好有一个机会,让我们针对性非常强地来做更具体的努力,这不是坏事情,绝对是好事情。

性质之四,对玉柴而言,当然也包括大玉柴,既有小玉柴,又有大玉柴。对玉柴而言,成败与否,不仅关系到有益或有害,而是关系到存活与死亡,关系到生和死,玉柴号称大型一类,在二汽面前是一个小小的企业,在世界 500 强面前,我们连一个螺丝钉都不够,我们还脆弱得很,千方百计地做好我们手里的每件事情,没有“雅安精神”,我们随时可能消亡。这是三个赶超的性质和影响。

三个赶超的内容,是实现适用性的赶超,我们在多次会议上讲过玉柴适用性的概念,玉柴的质量方针及产品设计如何,产品制造如何,售后服务如何,最后一句话是概括性的语言,就是玉柴机器必须能够领先适用。我们指的赶超,是指适用性的赶超,按照玉柴公司自

不仅做生意 更是做生态 ——看岚山如何种出日照好茶

■ 贺晓菲 崔珍珍 耿琰



●茶产业已经成为日照岚山区的主要农业特色产业



●以花墙代替建筑围挡,岚山的城市治理体现在各个角落

是去年,山东省政府批复同意设岚山省级农业高新技术产业开发区,提出大力推进岚山茶产业智慧化、智慧产业化、跨界融合化、品牌高端化,给岚山茶产业勾勒出更新、更宏大的发展格局。

在这样的图景下,岚山区委、区政府将突围的关键放在生态大环境的打造上。为给有机茶产业链让路,当地有关部门在茶叶主产区周边没有规划任何工业园区。

显然,日照岚山通过连续几年的生态环境治理,让众多茶企看到这一方水土的潜力所在,这里正在形成产业聚集效应。

一个大数据平台 提升从茶叶到茶杯的品牌价值

今年 5 月,岚山区发布了《岚山推动“十四五”茶产业高质量发展宣言》,提出完善岚山茶产业大数据平台建设、实现茶产业数字化管理,采用茶“一码通”,实现从“茶园到茶杯”全程质量智能追溯。

如今,大数据平台建设已经有了明显的成效。依托茶园 AI 智能视频监控摄像机和大数据平台,岚山区巨峰镇已经有 1.5 万亩茶园实现了可视化在线监控。这意味着此地种出的茶叶,都能实现信息化监管和产品质量安全追溯,产品质量更有保障。

与之并行的是,巨峰镇最近几年积极探索“平台+龙头企业+村办合作社+茶农”的产业发展模式,茶叶生产、加工、销售立足订单化,这样从茶叶鲜叶源头上解决安全质量问题。

在岚山省级农高区管委副主任韦秀国看来,以数字赋能茶产业发展,建设优质高效的有机茶生产示范基地,无论对茶农还是茶企

来说都是双赢之举。

他给记者算了一笔账,巨峰镇茶树实施统防统治绿色防控以来,不少茶企通过他们向茶农托管茶园。企业出钱统一开展绿色防控物品和有机肥供应、以高于市场价的价格统一鲜叶收购,并支付茶农茶叶管理费用,对茶农来说实现了看得见、摸得着的提质增效。“一年下来,老百姓最少增收 3000 元。”

其更深远的意义,则是有利于树立团体标准,提升产品档次,塑造区域品牌核心价值,扩大市场影响力。

从时间轴看,日照绿茶已经迈过了多个极具纪念意义的历史节点。在上世纪 60 年代的南茶北引项目中,这里是最早试种成功的地区之一;2006 年,原国家质检总局对“日照绿茶”实施了地理标志产品保护;2011 年,“日照绿茶”被认定为中国驰名商标等等。如今,随着科技创新能力的提升,茶产业已经成为日照岚山区的主要农业特色产业。“不仅做生意,更是做生态”,已经成为茶农、茶企高质量发展的新共识。

一处城市新地标 浓缩可持续发展的深情厚谊

如果岚山茶产业的发展让我们看到了这个城市的绿色底色,那么更大范围的生态环境改善则实现区域可持续发展道路的“先手棋”。

护城河的改变,就是让岚山人倍感欣慰的案例。

岚山区安东卫西护城河位于岚山城市核心区,护城河自北往南依次流经岚山的主要城市道路。很长一段时间,这条河是条污水河。

当地有媒体曾这样描述安东卫西护城河:“由于河内缺少有效水源,加上没有排污管道,河道内一度成为垃圾和生活污水的排放地。每到夏天,河道内污水横流,臭味四溢,群众对此意见很大。”

为改善河道的生态环境和河水水质,岚山区自 2017 年启动了西护城河景观改造工程,实施了截污纳管、景观工程建设、中水回用等一系列工程。慢慢的,护城河由垃圾成堆、河道黑臭的污水河,变为四季常绿、三季有花、河水清澈的靓丽景观长廊。

老百姓最直观的感受是,河水清了,城市美了。当地工作人员介绍说,在不久前日照市公布的今年 1 至 7 月份环境空气质量综合指数排名中,改善幅度最大的就是岚山区。

恰如绿水青山在岚山逐渐“长”起来一样,当地人感受到另一种美好也在慢慢生长。

多岛海,一个颇有诗意的地名,已经逐渐融入到当地人的生活当中,并彻底改变了此前人们对岚山“靠海不见海、见海不好看”的印象。

超过 6 公里的海岸线上,有沙滩、有漫步石道、有海上碑石刻,活动广场及湿地公园等。每天晚饭后,在这里吹吹海风、听听海浪,成为很多人最惬意的时光。今年 2 月,岚山又提出“建设美丽花园城市,打造幸福宜居岚山”的目标,由区委书记、区长挂帅亲自部署、高位推进。无疑,一场自我升级与超越的城市蝶变已经开始。

如今半年不到,效果凸显。以岚山城区的拆迁项目围挡“变身”为例,今年岚山区对围挡后垃圾开展了专项排查治理,相比简单铺设防尘网,岚山选择“以花为墙”,通过在闲置土地上播撒花种,为城市添设了一片片花墙,为“美丽花园城市”留下更为生动的注脚。

香港一品牌管理运营商将在海南设立区域总部

■ 邝晓霞

记者从海南国际经发局获悉,首届消博会参会企业颖通集团近日到访该局,就海南自贸港发展机遇和中国国际消费品博览会事宜进行交流,计划在海南设立区域总部,共享自贸港发展红利。

颖通集团负责人表示,非常看好海南自由贸易港的发展前景,希望利用海南便利的地理位置和独特的政策优势,在海南建设区域总部,并通过消博会平台连接海南免税消费市场 and 国内大市场,共享自贸港政策红利。

海南国际经发局负责人介绍了海南自贸港的特殊政策和制度安排,回顾了首届消博

会的总体情况,同时解析了香化企业在海南自贸港的发展机遇。双方就企业关心的政策问题进行了深入交流探讨,就在海南布局区域总部、物流基地等方面初步达成一致。海南国际经发局邀请颖通集团参加第二届中国国际消费品博览会。

“我们将秉承‘我们为企业跑’的服务理

念,发挥‘横向协调,纵向联动’的工作机制,为颖通集团落地海南自贸港提供一站式服务。”海南国际经发局有关负责人表示。

据悉,颖通集团 Eternal 是中国美妆和光学行业的全渠道品牌管理运营商,1980 年于中国香港成立,运营和管理过 100 个国际品牌,其中包括爱马仕、宝格丽、范思哲等。

王建明：动力大王的传奇故事

非常非常老练,在玉柴转一圈之后,他是 1995 年初到玉柴来视察的,一圈下来,何部长第一句话就是“你们用三万台的能力干七万台的活”。他说得完全正确,那个时候设备不堪重负,1994 年 4 月份,玉柴就组织实施了设备强零系统工程,强零是指一个强保养,四个零等候。强保养就是生产任务再忙,绝对不允许不保养,玉柴最严重时候,还发现生产者不惜花重金雇临时工来给他保养设备,出这种笑话。那么强制性保养,你再疲倦,要像当年朱可夫率领坦克团一样,出来了之后不管你干了多少个小时,你都必须把设备保养完了,才能够回去休息,这是一个强保养。四个零等候也是一个极限值,就是要求在设备出现故障以后,首先等候资料的时间为零,第二等候备件的时间为零,第三等候工具的时间为零,第四等候人员的时间为零。当时提出来,执行者目瞪口呆,瞠目结舌,根本不知道怎么办,后来就是全力以赴在预检预修、强化责任上下功夫。

截止到 1994 年 9 月份统计,92%的故障基本上实现了四个零等候,设备出现故障,就是预检预修,就是在“预”字上下功夫,就是强化“预”的责任,最后就做到了设备一出故障,资料立刻就能到手,备件马上就能领出,工具就在旁边,人员马上赶到,就是这种办法用三万台的能力干了七万台。我觉得这个强零系统工程可以模拟,用于我们收缩和用户的时空距离,最多就是把设备强零工程中等候资料的时间为零改为等候正确诊断的时间为零,发动机出了故障要诊断,诊断要准确,要正确,这是非常非常有价值的。 (此文系本报整理,待续)