

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255期 总第10235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10月17日 星期日 辛丑年 九月十二

一周观察 | Observation

## 国产品牌为何越来越火

■ 金观平

据经济日报报道,国产品牌正迎来难得的机遇期。近日,阿迪达斯公布的二季度财报显示:中国市场营业收入同比下降16%。公司CEO斯珀·罗斯称,中国消费者已经变了,他们更倾向本土品牌。与此同时,国产品牌安踏的市值远超阿迪达斯,成为全球第二大体育品牌。

这个现象并不鲜见,也早有迹象。日化行业,上世纪90年代后期国产品牌被外资收购后归于沉寂,现在国产品牌蓝月亮占有率已居行业首位;汽车行业,一度满大街跑的多是合资品牌,现在自主品牌新能源汽车已随处可见;服装行业,一度爱起洋名,现在九牧王等企业纷纷把品牌名改回来。阿里研究院发布的《2021中国消费品牌发展报告》显示,2020年,国产代表性品牌销售额是2016年的17.9倍。国产品牌越来越受到青睐,这是为什么?

一个大的背景是,中国经济已行将至此,在走过量的扩张后,下一步是质的提升。多年来制造业大国为全球代工积淀,使我国企业已经具备打造品牌的实力,广阔的国内市场也需要属于国人自己的品牌。

从供给端来看,我们是制造业大国、超级工厂,全世界60%的消费品在中国生产。但随着成本上升,中国制造已不太便宜,我们也不愿意继续走赚取微薄加工费的路线,中国制造需要升级。我们有全球最完备的供应链体系,分工相当精细,一个产品从想法到成品,甚至只需要几天,企业可以专注研发和品牌,把生产外包。

从需求端来看,我们有14亿多人口的统一大市场,中等收入群体超过4亿,市场规模和潜力巨大。同时,2019年我国人均GDP已超过1万美元,这是一个重要关口。发达国家的经验表明,在这个阶段,将逐步过渡到以国内需求为主的模式,同时消费升级加快,本土文化自信和消费者意识开始觉醒,人们不再盲目崇拜他国,本土品牌有望大放异彩。

从现实条件来看,我们有全球一流的基础设施,全球最大的信息通信网络,令欧美国家惊诧的物流配送速度。我国网民人数已经突破10亿,形成了全球最为庞大、生机勃勃的数字社会。抖音、快手等直播平台和微信熟人营销模式意味着众时代来临,这不同于跨国品牌大打广告、大面积超市铺货的方式,新产品可以快速囤积。

去年天猫“双11”购物节就很有代表性。那一天,成立仅4年的彩妆品牌完美日记超过了有114年历史的欧莱雅,成为化妆品类销售冠军;汽水元气森林成为饮料类冠军,卖得比可口可乐好。在冰激凌大牌哈根达斯不停关店的同时,国产品牌雪糕在网上热卖。

中央强调,要深化供给侧结构性改革,加快构建新发展格局,推动高质量发展。这需要供给端的改善,通过优化供给创造和引领需求,挖掘内需潜力,联通国内外市场,通过高质量发展和高品质产品,满足人们对美好生活的追求。品牌的打造和放大,应是其中关键一环。

在2020年世界品牌500强中,我国有43个品牌上榜,与往年相比有较大增加,但与拥有204个上榜品牌的美国相比,差距甚大。应当认识到,我国品牌建设依然滞后,品牌数量虽多,但市场认可度低、品牌附加值低和竞争力弱等问题依然存在。

为此,需要进一步巩固当前的可喜成果,用系统和全局的思路谋划具有中国特色的品牌之路。政府在基础研究和品牌塑造方面应发挥引导作用。在企业层面,加大研发投入,重塑工匠精神。在消费者层面,增强文化自信,提升国货品牌认同度。

## 数字时代产品升级链动品牌升级

■ 傅勇

“十四五”规划纲要明确提出“开展中国品牌创建行动”,率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。业内专家认为,数字化时代消费品领域高端品牌的培育,离不开智能化的思维和技术手段,企业还应创建培育高端品牌的时间表、具体步骤和实施方案。

## 品牌高端化是大势所趋

据经济参考报报道,中国质量万里行促进会会长、原国家质检总局总工程师刘兆彬认为,改革开放40多年来,我国国家诞生了很多品牌,但是高端品牌不多,尤其是以智能制造赋能的高端品牌还需要努力。

“我们的软实力、品牌全球影响力还有巨大的发展空间。”中国传媒大学海南国际学院院长赵新利也表示,我国有很多实力非常强的企业,但品牌力较弱,二者需要平衡。从《财富》世界500强和世界品牌500强的榜单数据来看,2013年我国有95个企业在《财富》500强中,25个在世界品牌500强中,两者差距为70;到2020年,我国有133个企业在《财富》500强中,43个在世界品牌500强中,这一差距扩至90。

“我平时跟很多企业家有接触,根据我的调查了解,身边70%的企业家都在用慕思,可以说,慕思的高端品牌形象已深入人心。”主打寝具的慕思集团副董事长、总裁姚吉庆坦陈,与国外百余年的发展历史相比,国内床垫行业仅有几十年的历史,在品牌、技术等方面曾有不小差距。但伴随着中国制造的崛起,在与外资品牌的对决中,一些中国自主品牌已从跟跑发展到并跑,再到领跑。当下的慕思,正在数字化的浪潮下,通过整合创新重塑品牌高度。

向“高”生长,这是实现由“制造大国”向“制造强国”的跨越必须直面的时代命题。当下,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,阶段的转换要求中国的产业在全球价值链中不断攀升,特别是中国制造品牌需要向高端突破。

“高端品牌并不是标高价,更重要的是高价值的品牌。”姚吉庆认为,高端品牌和中低端品牌的最大区别是倡导一种生活方式,向外输出具有自身文化标签的价值观。在他看来,中国拥有高端品牌意味最好的土壤,给高



在数字化转型过程中,格兰仕在数字化能力和经营绩效等方面不断创新提升。

端品牌的培育和发展提供了更多内在动力。

刘兆彬指出了“七高三权一伟大”的标准——“七高”指高品质、高技术、高价值、市场占有率、高顾客忠诚度、高持久度、高行业乃至全球影响力和领导力;“三权”指产品定价权、标准制定权和产品定制权;“一伟大”指受人尊敬的伟大企业。“高端品牌的企业应该是标杆企业,应当是受人尊敬的伟大企业,这个非常难。”

## 智能制造助推品牌高端化

品牌的“面子”需要技术、质量等“里子”作为坚实支撑,而智能制造作为我国推进制造强国战略的主攻方向,也是企业实现高质量发展的重要途径,是制造企业向产业链价值链高端攀升的重要驱动。

工信部消费品工业司原司长高延敏认为,应该投入更大的力量探索智能制造推动品牌高端化之路,这是一个趋势。

智能制造转型是大方向、大趋势,但同时也要看到,相比发达国家,我国还存在人才缺失、核心技术仍存短板等问题。工信部装备工业一司相关负责人介绍,我国智能制造发展在产业基础、基础能力、管理水平方面仍存在瓶颈。比如,目前高端芯片、高档数控机床、高端生产设备,以及CPU等核心零部件,还较大程度地依赖进口。

受访者普遍认为,抓住时代机遇,抢占智能制造新蓝海,用智能化的思维培育和打造

中国的高端品牌,对于中国的制造企业来说尤为重要且紧迫。

智能制造需要转型,品牌需要升级,二者在制造企业的实践发展中,渐渐成为联系紧密、相互促进的重要因素。高延敏表示,在没有智能化或智能化程度较低的时期,产品质量参差不齐,各种档次都有,而智能制造可以解决创新的问题,解决模式发展的问题。机器代替人,会大幅提高产品的一致性,由此也会增强企业的核心竞争力,促使品牌向高端发展。

企业自身的智能化生产和创新,是品牌向高端化发展的强大动力。姚吉庆表示,慕思做高端品类就是在做量身定制,过去最大的问题就是难保一致性。“数字化、智能化解决了这个问题,标准化模块化应用节省了很多人工成本,产品质量一致性也得到更高保障,这是给我们带来的最大价值。”

波司登创始人、董事局主席兼总裁高德康表示,品牌的背后是企业的核心竞争力,数字化时代不仅考验着互联网科技企业,也考验着传统企业。数字化是企业面向未来最大的确定性,通过十多年的数字化发展,波司登已经全面打通前端销售、中端库存、后端供应链全流程,实现了从业人员精简2/3,劳动强度下降90%,以及“好卖的货不缺货,不好卖的货不生产”。

华为中国区5G行业解决方案总总监黎舒桂认为,5G不仅仅是通信行业的5G,也在一定程度上改变了社会。在用5G去助力智能制造升级的过程中,华为发现整个产业链需

## 沈阳打造国际产能合作品牌

■ 王晓婷 / 文 李浩 / 图

10月9日,第130届广交会沈阳交易团团长陈立元在接受记者专访时表示,今年是“十四五”开局之年,沈阳市将紧紧围绕建设国家中心城市的总目标,把握扩大内需战略基点,加快现代化都市圈建设。同时不断提升对内对外开放水平,主动融入国内国际双循环。

据介绍,沈阳组织了全市58家企业通过线上线下方式参加本届广交会。其中组织8家企业赴穗参展,涉及节日用品、建材等8个展区,共计53个展位。

## 优化国际市场布局 推动东北亚深度合作

沈阳市立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局,深化制度创新、科技创新、模式和业态创新,积极加快推进对外贸易创新发展,促进外贸稳增长。截至今年8月,沈阳市进出口总额890.7亿元,同比增长37.9%,对比2019年增长24.4%,增速排名全国副省级城市第3位。

接下来,沈阳市将进一步优化国际市场



沈阳城市景观。

布局,以推动东北亚深度合作为重点,加大对日韩开放合作力度,参与中蒙俄经济走廊建设,巩固欧盟、美国市场,积极拓展中亚和东欧等新兴市场。引导企业线上线下开拓多元化国际市场。鼓励企业运用5G、VR、AR、大数据等现代信息技术开拓国际市场。

与此同时,沈阳市积极组织企业参加广交会、福建海交会、加工贸易博览会等重大展会,为企业抢抓订单搭建有效平台。沈阳积极参加第130届广交会,组织了全市58家企业通过线上线下方式参展,其中组织8家企业赴穗参展,涉及节日用品、建材等8个展区,共计53个展位。

## 更多企业“走出去” 不断扩大“朋友圈”

沈阳市实施外贸“双量增长”计划,扩大外贸群体规模,提升重点外贸企业带动作用。不断优化经营主体,以市场为导向,培育具有较强创新能力和国际竞争力的龙头企业。促进在沈阳的重大成套设备、汽车及零部件、数控机床等装备制造业企业,向智能、绿色、高端、服务方向转型升级。支持石化、冶金企业向全球产业链、价值链中高端发展。增强中小企业贸易竞争力,推进中小企业“抱团出海”。

在“走出去”和“引进来”统筹推进的过程中,沈阳市将打造国际产能合作沈阳品牌。开展全链条、集群式精准招商,培育世界级产业集群。一批重大国际产能合作项目正在加快建设。目前,沈阳市对外投资已扩大到装备制造、汽车、医疗、现代农业、机器人、电力、商贸服务、高新技术等众多领域。沈阳企业不断“走出去”,不断扩大“朋友圈”。

## 打造国际物流大通道

自古以来,沈阳就是贯通关内外的重要枢纽,如今更是连接欧、蒙、俄、日、韩的重要通道。自“一带一路”倡议提出以来,沈阳市

要一起努力去提升势能,赋能千行百业。

## 用好智能化思维和技术

刘兆彬认为,培育高端品牌,离不开智能化的思维和技术手段。

首先,要更加注重智能化思维设计。品牌本身也是一个产品,任何高端品牌都源于设计,而这种设计首先要有先进的理念。要以顾客为核心,特别是要了解年轻消费者内心的需求是什么,这样才能拥有更好的品牌精神、品牌文化。

其次,要更加注重智能化思维管理。在如今的智能化时代,要更加突出管理带来的效率,抓好智能化思维的标准化管理、计量管理、检验检测,为生产方式、组织方式、管理方式带来颠覆性变革和升级。

再次,要更加注重智能化思维服务。未来,智能制造业本质上也是一种服务业,从研发、物流、销售,到后续服务等,很多都是外包的,越来越独立化。这个链条会越来越长,分工会越来越细,社会化程度也越来越高。因此,智能化服务是未来的一个发展方向,应以人为本、以人为中心,促进人格化、人性化。

最后,要更加注重智能化思维传播。高端品牌需要设计、策划、管理和服务,也需要有效传播、精准传播、持续传播和智能化传播。要充分运用现代传播手段,更精准地打造高端品牌。

“品牌的高度首先取决于产品的好坏,只有产品升级了,品牌才能够真正升级。”对于如何培育高端品牌,高延敏提出,企业应创建培育高端品牌的时间表、具体步骤、实施方案。智能制造要求企业对研发设计进行更多投入,因此要特别重视人才,尤其是高精尖人才,通过不断在智能制造领域研发创新实现技术突破,实现产品、品牌升级。要打造中国的高端品牌,企业不能局限于做国内市场的老大,还应进行跨国布局,向国际化方向发展。另外,要解决社会和行业痛点,这是培育高端品牌最有效的方式。

“在全世界,有30%的人有睡眠障碍。在中国,这一数据达到38%。这是一个很大的社会问题。”姚吉庆同样认为,要成就一个伟大的品牌,必须洞见时代的需求,解决社会的重大问题。紧扣人民群众对美好生活的向往,围绕消费者的需求变化、社会及行业痛点展开高端品牌建设,始终是企业在高质量发展过程中应牢牢把握住的核心要义。

积极布局中欧班列运行网络,东通道建设全面提速,沈满欧、沈连欧中欧班列实现常态化运行,更多沈阳企业的产品,通过中欧班列走向国际市场,对于不断提高沈阳企业“沈阳智造”的国际竞争力起到重要的推动作用。

下一步,沈阳市将积极推动沈阳中欧班列集结中心示范工程建设,提升中欧班列运营质量和效率,力争中欧班列年均开行500列以上。积极推进“沈阳港”建设,加强与营口港、大连港合作,建设多式联运监管中心,打通海铁联运无缝连接渠道。完善国际航线网络,扩展国际贸易空中通道。适时加密日韩、东南亚航线,做好沈阳至法兰克福、洛杉矶航线合作运营,力争到2023年国际及地区航线达到40条以上。

积极拓展开放物流通道,努力开辟客货运国际航线,加密重点地区国际航线,拓展沈阳国际贸易海上物流通道。未来,沈阳市还将进一步加快通道建设。越来越多的沈阳制造、沈阳产品,将搭乘火车、飞机等前往五湖四海。

与此同时,沈阳市加快发展数字贸易,打造国际贸易网上通道。创建国家数字服务出口基地,把握国内国际双循环新发展格局市场机遇,创新发展数字贸易助推对外贸易转型升级。打通国际信息流、物流的网上通道。

**双汇熟食**  
SHUANGHUI DELI

**三重肉,更入味**

广告

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

**東漢中國綠茶**  
CHINESE GREEN TEA

**東漢中國綠茶**  
『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

广告

**唯怡天然饮品**  
E多更美丽!



植物蛋白·富含天然维E

广告