

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊 东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 098 期 总第 10408 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:周君 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2022 年 4 月 24 日 星期日 壬寅年 三月二十四

一周观察 | Observation



丹东草莓江苏产 凸显品牌保护难

■ 欧阳靖雯

近期有网友爆料,某网购平台销售的 10 万单丹东草莓竟产自 1500 公里以外的江苏,这些“冒牌货”口味和成本都大打折扣,与其价格不相称,引发消费者热议。

“丹东草莓”是国家地理标志保护农产品。事实上只有辽宁省丹东市境内的东港市、凤城市等区域出产的草莓才能使用“丹东草莓”地理标志,网购平台上贩卖的冒牌草莓,本质上凸显出农产品区域公用品牌保护之难。

消费者如此重视农产品原产地,背后的原因是农产品的品质与产地的地理环境、种植传统等密不可分。正因为产自丹东,“丹东草莓”才能芳香浓郁、酸甜适口,消费者才愿意花比普通草莓更高的价钱购买。优良的品质才是丹东草莓具有较高品牌溢价的前提。冒牌农产品大行其道,不只让消费者直呼上当受骗,也将给品牌效益和口碑带来严重损害。

随着近年来各类农产品品牌知名度不断提高,滥用、冒用区域公用品牌的现象屡见不鲜,冒牌阳澄湖大闸蟹、五常大米、西湖龙井等大行其市都是近年来活生生的案例。

冒牌货之所以层出不穷,首先是因为好卖。高价值的品牌溢价背后是市场对高品质农产品的旺盛需求。贴上知名品牌的标志,普通草莓就能以次充好,售价瞬间飙升,如此暴利让不良商家趋之若鹜。

冒牌农产品的出现,一方面反映出农业品牌的市场价值,商家正是看到了区域公用品牌蕴藏着巨大的经济价值,才会铤而走险干售假之事;另一方面,则是给品牌所有者和消费者敲响了警钟,再有号召力的品牌也禁不住被滥用,如果失去消费者的信任,品牌的效益和口碑将双重下滑,甚至造成市场上劣币驱赶良币的悲剧,最后遭受损失的还是广大种植户。

区域公用品牌面临的“公地悲剧”长期难以解决,总是有不良商家愿意铤而走险,主要是因为售假制假成本太低,即使被发现也很难遭到“伤筋动骨”的处罚,其次是不少农业品牌使用者维权意识较差、维权成本高,无力维护品牌权益,导致类似事件屡禁不止。

农业品牌作为乡村振兴的重要抓手,加强对其的保护已经刻不容缓。避免区域公用品牌被滥用,一方面必须加强区域公用品牌建设力度,品牌管理部门需主动担责,坚持“建用”并重,完善区域公用品牌相关法律,加强执法力度,提高不良商贩侵权成本;品牌使用主体要爱惜“羽毛”,坚持高品质生产,加强法律意识,不滥用商标,不乱授权,让金字招牌不蒙尘为更多消费者喜爱和信任。只有这样,区域公用品牌才能真正避免“公地”悲剧,拥有经济效益和口碑的双丰收。

“灯塔工厂”闪耀中国智造星河 家电企业加速迈向数字化

■ 卢梦琪

近日,世界经济论坛宣布今年有 13 家新工厂加入全球灯塔网络。其中,入选的 6 家中国工厂包括 4 座家电产业链工厂,分别是海尔郑州热水器互联工厂、美的荆州冰箱工厂、美的合肥洗衣机工厂,以及京东方福州第 8.5 代半导体显示生产线(家电企业上游)。5 年来,我国共有 9 家家电领域工厂入选灯塔工厂。业内专家告诉记者,这也意味着我国家电领军企业已走在智能制造的前列。

灯塔工厂是智能制造代名词

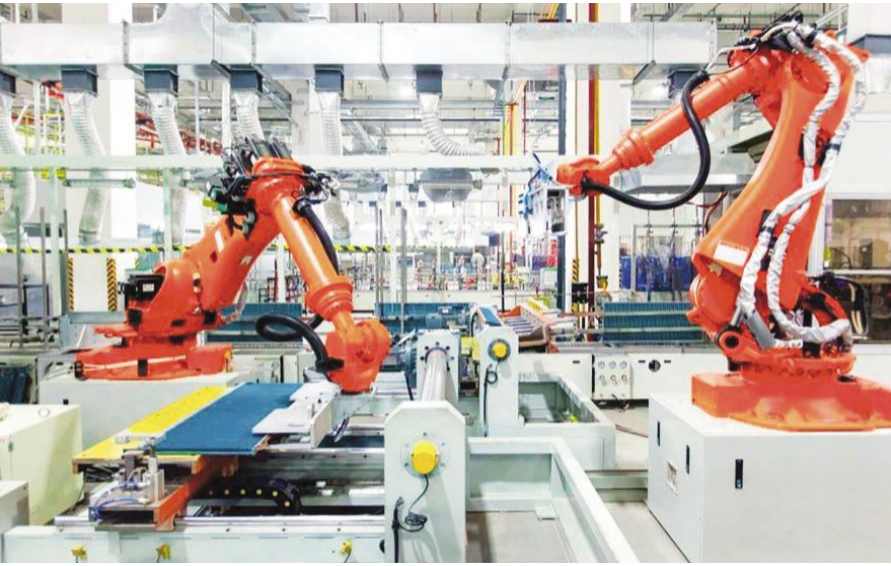
从 2018 年至今,世界经济论坛和麦肯锡咨询公司共分 8 个批次在全球范围内认证了 103 家灯塔工厂。其中 37 家位于中国,涵盖电子产品、家用电器、汽车、工业设备、消费品、医疗设备、钢铁制品等行业,占比超过 1/3,为世界第一。

据记者了解,灯塔工厂主要分为三类。“端到端灯塔工厂”是指在供应链、产品、服务等方面实现了端到端的数字化和智能化。“制造灯塔工厂”是指将自动化、数字化和智能化有机结合,显著提升产品品质和效率等。“可持续灯塔工厂”是指在以上基础上,还要履行对环境可持续性的承诺。

入选灯塔工厂,意味着企业在采用第四次工业革命技术推动工厂、价值链和商业模式转型中具备卓越的领导力。

业内人士指出,灯塔工厂最大的特点是智能化、数字化、自动化等技术的集成与综合运用,其评价标准主要看是否大量采用自动化、工业互联网、云计算、大数据、5G 等第四次工业革命新技术,并综合运用这些新技术实现商业模式、产品研发模式、生产模式、质量管理模式和消费者服务模式等全方位变革,促进效率提升、节能减排和经营优化,是科技含量高、创新性强、劳动生产率高、经济效益好、绿色低碳发展的代名词,是智能制造和数字化转型的先鋒模范。

灯塔工厂的生产效率提升数据就是最好的佐证。例如此次入选的京东方福州第 8.5 代半导体显示生产线,通过构建全自动生产



系统,广泛采用人工智能和先进分析技术,京东方福州生产线单位成本降低 34%,整体产量增长 30%;通过搭建 AI 驱动的能量管理系统,产线单位电耗大幅下降 39%,单位水耗下降 27%,绿色可持续发展能力提升,成为智能制造标杆。

世界经济论坛“塑造先进制造业与价值链的未来”平台总监 Francisco Betti 表示,在世界努力应对诸多挑战的背景下,灯塔工厂取得了非凡的成就,在实现商业目标的同时创造了可持续发展效益,提高了生态效率。希望这些灯塔工厂继续为全球生产照亮未来之路,采取负责任的方式,积极打造人类、社会和环境共同受益的未来制造业。

家电领军企业走在智能制造前列

五年来,入选灯塔工厂的 37 家中国工厂中,家电工厂共占据 9 席,其中,海尔集团、美的集团各占 4 席,京东方作为上游代表占据 1 席。

据记者了解,此次入选灯塔工厂的京东方福州第 8.5 代半导体显示生产线主要研发生产高分辨率(UHD)、大尺寸低功耗高端液晶显示产品,并广泛应用于智能家居等领域。海尔集团的灯塔工厂分别为青岛中央空调互

联工厂(2018 年入选)、沈阳冰箱互联工厂(2020 年入选)、天津洗衣机互联工厂(2021 年入选)以及今年最新入选的郑州热水器互联工厂。

郑州海尔热水器互联工厂利用 5G 网络高可靠低时延的优势,针对热水器生产的关键工艺,平台通过机器视觉、5G、MEC 检测运算分析等技术,实现压缩机自动定位装配,螺母紧固作业扭矩监控和异常报警,提高生产效率和产品质量。据介绍,利用大数据、5G 边缘计算和超宽带解决方案,与供应商、工厂和客户建立密切联系,订单响应提前期加快 25%,自 2020 至 2021 年初开始,提高生产效率 31%,提高产品质量 26%。

美的集团的灯塔工厂分别为南沙空调工厂(2020 年入选)、顺德微波炉工厂(2021 年入选),以及今年最新入选的荆州冰箱工厂、合肥洗衣机工厂。

据悉,美的荆州冰箱工厂已实现混线生产的模式,能在多种条件中找出最优化的计划排程,一条生产线可以同时做多种批量的产品。依托人工智能的自动化质量管理,实现品质控制从分析、预警、管控、预测和决策全面智能化,对 199 个质量监控点进行实时质量检测,过程不良率降低 53%。综合来看,该

工厂劳动生产率提高了 52%,交期缩短 25%,质量缺陷降低了 64%,客户满意度提升 11%。

海尔、美的两家企业在全球家电灯塔工厂中占据绝对优势,分别覆盖了四大家电品类。奥维云网(AVC)总裁助理兼研究部总经理赵梅梅在接受记者采访时表示,数字化和智能化一直是灯塔工厂遴选的重要标准,海尔集团和美的集团的 8 个工厂能够入选主要也是依仗先进的生产线、系统架构、产品品质、工厂效率、技术创新、智能制造、过程监管等方面的优势,这也代表着我国家电业“领军企业”已走在智能制造的前端。

赛迪顾问智能装备产业研究中心副总经理杨岭在接受记者采访时指出,我国家电业未来的发展核心是自我革新,像美的围绕机器人、格力围绕新能源的布局,都是自我革新的具体体现。从灯塔工厂的 2 家企业 8 个工厂入选可以看出,我国家电企业在围绕智能制造这一赛道自我革新的决心和成效。

共享“灯塔”带来的新价值

灯塔工厂已经成为一个新趋势和风向标。《“十四五”智能制造发展规划》明确提出要建设智能制造示范工厂。今年 2 月,工信部等 4 部委公告了 2021 年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单,共有 110 家智能制造示范工厂和 241 个智能制造优秀场景上榜。

其中,家电业有海尔天津洗衣机制造示范工厂、老板电器厨电电器智能制造示范工厂、美的空调智能制造示范工厂、TCL 彩电制造示范工厂、海尔中央空调智能制造示范工厂 5 家工厂上榜。

2022 年,我国新增了 4 家灯塔工厂、5 家智能制造示范工厂,是家电业智能制造转型的一个成功注脚。不过,业内专家同时指出,站在新起点上,家电智能制造之路还有很长。从入选灯塔工厂的 8 个家电终端工厂生产的品类来看,覆盖了冰箱、洗衣机、空调、热水器、微波炉 5 个品类,入选我国智能制造示范工厂的覆盖了洗衣机、厨电、空调、彩电 4 个品类,小家电等其他品类的智能生产还有很大提升空间。

[下转 P4]

加快底层创新 国产手机品牌冲击高端市场

■ 任明杰

今年以来,国产手机品牌对高端市场发起新一轮冲击。业内人士指出,在“不进则退”的全球智能手机市场,国产手机品牌须加大研发投入,加快底层创新。

旗舰产品密集发布

一季度,多款国产高端手机旗舰产品密集发布,OPPO Find X5 系列、华为 P50 E 和荣耀 Magic4 系列等相继亮相,起售价均在 4000 元档位。

全球智能手机市场竞争加剧,高端市场成为国产手机品牌“不进则退”的必争之地。市场调研机构 Canalis 发布的报告显示,2021 年全球智能手机出货量达到 13.5 亿部,同比增长 7%,但出货量仍没有恢复到疫情前水平。

而高端手机市场呈现出强劲复苏势头。Counterpoint 发布的数据显示,2021 年高端手机(价格超过 400 美元)出货量同比增长 24%,远超同期智能手机市场整体 7%的增幅。

今年以来,在疫情反复和供应链受限的影响下,全球智能手机市场再遭重创。以全球最大的智能手机市场中国为例,中国信通院公布的数据显示,1-2 月,国内市场手机总体



出货量累计 4788.6 万部,同比下降 22.6%。

展望全年,出货量同样不容乐观。天风国际分析师郭明錤表示,国内各安卓手机品牌今年以来已削减约 1.7 亿部订单;Loop Capital 分析师 John Donovan 发表报告称,苹果可能将 2022 年的 iPhone 订单削减至 2.45 亿至 2.5 亿部。

在此背景下,国内手机品牌加快向高端手机市场冲击。小米董事长兼 CEO 雷军透露,小米已经组建高端化战略工作组,将坚定不移推进高端化,产品和体验全面对标 iPhone,三年内要拿下国产高端市场份额第一。

根据财报,2021 年小米在境内定价人民币 3000 元或以上及境外定价 300 欧元或以上的高端智能手机全球出货量超过 2400 万

部,较 2020 年翻倍增长,高端化初战告捷。

面临竞争压力

国产手机品牌冲击高端市场,与苹果正面交锋面临不小的挑战。

Counterpoint 发布的数据显示,从 2021 年全球智能手机市场份额看,华为从 13%降至 6%,苹果则从 55%增至 60%。

从国内市场看,国产手机品牌在与苹果的竞争中同样面临压力。CINNO Research 的数据显示,2021 年国内 5000 元以上价位的高端手机市场,苹果所占份额由 2020 年的 48%大幅增长至 75%。

值得注意的是,在国产手机品牌冲击高端市场的同时,苹果却有意抢占中端手机市场。今年 3 月,苹果发布了 iPhone SE3,定位 3000 元价格带,给国产手机品牌带来进一步压力。

即便如此,冲击高端市场是国产手机品牌不得不打的“背水之战”。

在今年 3 月荣耀 Magic4 系列手机发布会上,荣耀 CEO 赵明指出,“iPhone13 发布会上,中国高端手机市场从两极变成一极,迫切需要国产高端旗舰手机崛起。我们要在体验、性能、拍照等诸多方面对标 iPhone,在价格上更想让大家感受到荣耀赢得高端用户支持的

决心和努力。”

加大研发投入

从推出折叠屏手机到自研芯片,再到提升快充功率、提高屏幕刷新率等,国产手机品牌冲击高端市场动作频频。业内人士指出,打造高端手机不是简单的性能和配置叠加,需要加大研发投入,加快底层创新。

以华为为例,年报显示,其 2012 年-2021 年的研发总投入高达 8456 亿元。其中,2021 年高达 1427 亿元。而苹果 2021 年研发投入达 219 亿美元(约合人民币 1400 亿元)。过去三年,苹果研发投入占营收的比重保持在 6%-7%。

产品策略全面对标苹果的小米,2021 年研发支出同比大幅增长 42%至 132 亿元,但仅为苹果的十分之一。小米研发支出占营收的比重从 2020 年的 3.76%升至 2021 年的 4.01%。

赵明强调,高端手机崛起不会一蹴而就,对标苹果不能只靠简单喊口号,要坚持底层创新,不断构建核心能力,这些都需要研发投入。荣耀每年研发投入占比在 7%左右,工程师的整体研发效率,创新大胆。

雷军则表示,未来五年小米将投入 1000 亿元研发经费,超过小米创业 11 年以来的利润总和。

**双汇熟食**
SHUANGHUI DELI



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 | 仙毫**
CHINESE GREEN TEA



陕西东裕生物科技股份有限公司
招商热线:029-87809659

广告

**千年福祿寿 万家海葫芦**

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997(张先生)



广告