

为“重飞”蓄力 新飞加速蝶变

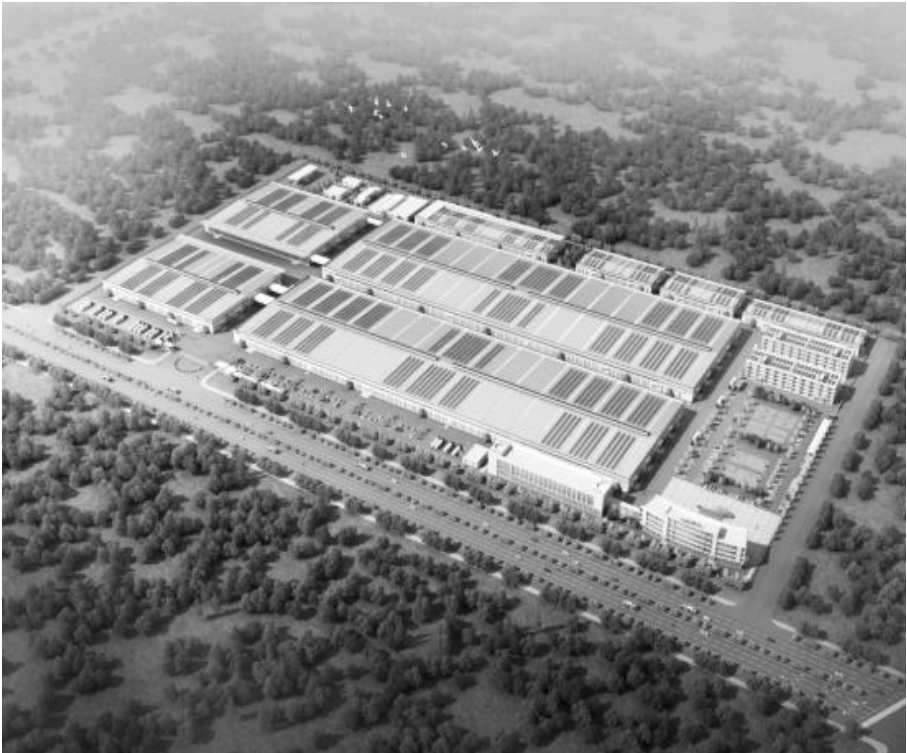
■ 贾琼

近几年来,冰箱行业正经历巨变。一方面,消费者需求有所回落,叠加原材料价格上涨影响,市场增速放缓;另一方面,以量谋取增长的方式过时,行业开始转型升级。观察各冰箱企业布局动向,也不难发现这一点。近几年,不仅以美的海尔为代表的头部企业,走向以品质取胜的高质量发展模式;以新飞为代表老牌民族企业,也早已开启向上转型的蝶变之路。7月22日,记者走访新飞总部,新飞电器副总经理刘斌向记者讲述新飞近两年成长蜕变和未来规划时便提到,“通过这几年产品的迭代创新,核心渠道的纵深发展,大家对新飞的认可度在不断提升,而新飞带给用户的价值和带给客户的回报也在逐步提高”。

即将投产 智造升级

一个最直观的数据:2018年,新飞股权变更后正式复产,月产能约为1万台;到2021年,新飞冰箱(柜)的月产能已经达到10万台,2022年,尽管3、4月受疫情影响供应链受阻严重,但刘斌预计今年全年新飞冰箱(柜)的产量将超过150万台。“这已经是2014年以来,新飞生产规模最大的一年”,刘斌感慨。受制于现有工厂自动化程度不高,成本效率还有较大提升空间,影响了新飞业务拓展的速度。“虽然新飞的核心竞争力依靠的是技术而不是成本,但在效率提升上是无止境的,这是衡量我们是否能够做到行业领先的标识之一。”在工业互联网时代,随着人工智能、5G、物联网等技术快速发展,带来的不仅仅是科技创新突破,更推动智能化社会发展,并带动家电相关产业的技术创新和产品更迭速度。记者注意到,当下,如美的、海尔等很多家电企业都正积极在智能制造方面开展实践,纷纷加大对信息化、自动化的投入。而正着力推动“重飞”步伐的新飞也并没有落后,其在2020年就已经启动新飞智家科技产业园可行性研究和建设规划。

据了解,新飞智家科技产业园项目第一期占地381亩,总投资10.2亿元,建成后将具备年产冰箱、冷柜400万台的能力,智能化达到行业领先水平。本次走访,记者也来到正在建设中的新飞智家科技产业园参观,可以看到,其园区整体框架已基本搭建完毕。“10月



份设备进场,调试完之后明年1月份就可以生产”,刘斌透露,明年初冷柜进厂投产,明年下半年冰箱正式投产。届时,新飞的无论产能、效率、成本、智能制造水平都将有一个大幅度的提升。“新园区将成为承载新飞百亿目标的重要平台”,刘斌说。根据集团规划,这个集智能化、自动化、信息化、绿色化、柔性化、精益化、敏捷化于一身的智慧工厂,将担负新飞智能冰箱、冷柜等制冷及相关产品的研发、制造和销售等。并通过自动化生产设备、信息化系统及绿色项目设计,致力于打造行业一流标杆工厂。

面向高端 品牌升级

在新的智慧制造工厂赋能下,新飞近几年沉淀下来如除菌杀菌、除农药残留、除异味防串味以及硅窗保鲜等技术优势都将得到更大程度的发挥和展现。不仅如此,新飞面向高端市场推出的高端品牌LIBRA莱博睿,也将在稳定的数字化制造技术支撑下持续释放潜能,迎来新的、更大的增长空间。

关于LIBRA莱博睿,这是新飞在不断研判市场需求变化后,为满足中国市场不断提升的、也是必然趋势的高端消费需求,于去年3月推出的高端品牌。在家电市场,新兴品牌,想要获得更多的、良好的口碑认知,必须靠产品、技术支撑,高端品牌更是如此。对于LIBRA莱博睿,刘斌认为,它不仅仅要是高级,还要不断用技术创新推动产品升级、提升消费体验,真正的用最核心的技术帮助消费者解决在追求健康品质生活中遇到的食物存储问题。“我们首先从产品端,以冰箱为核心,把新飞最核心的技术全部用于LIBRA莱博睿产品,目前已经完了产品技术升级和品类初步搭建”。

技术端,以LIBRA莱博睿BCD-636WG8C冰箱为例,据了解,该产品搭载有AES Pro+五重除菌系统,这是新飞除菌经过20年发展、技术迭代后的第六代综合除菌技术,其实现了除菌过程的可视化;它还具有除菌空气浴功能,可以实现9分钟净味,20分钟去农残;在保鲜方面,该冰箱搭载最新全空间除菌养鲜技术,冷藏室搭载碳晶除菌净味系统,变温室搭载UV除菌模块,大大延长了果

东营市帮扶新疆疏勒县发展特色种植品牌农业促振兴

初夏时节,位于新疆喀什地区疏勒县的喀什(山东水发)现代蔬菜产业园内,工人们正忙着采摘、装箱。货车就停在智能温室大棚外,等着将西红柿运往各地市场。从品种研发到园区建设,从种植技术到包装销售,在山东省东营市的援助下,产业园种出的优质西红柿拓宽销路,每公斤最高卖到了30元。疏勒县四季分明、日照时间长,有利于发展种植业,但当地农业基础较为薄弱。“不能让农民端着‘金饭碗’没饭吃,要通过嫁接山东农业优势资源,在这里孵化出品牌农业,促

进乡村振兴。”东营援疆指挥部指挥、疏勒县委副书记张作霞说。因地制宜,引进龙头企业带动产业发展。山东水发集团投资10.6亿元,在疏勒县建起温室大棚、育苗中心,可为当地提供3000个就业岗位。江苏德利尔集团建设292座高标准温室大棚,使用京东物流,产品直达各大商超……多个龙头企业在疏勒落地生根,聚合发展,成为当地振兴产业、促进就业的强力“助推器”。特色产业强起来,农民腰包鼓起来。疏勒县巴合齐乡巴合齐村村民布海丽且姆·图尔孙承

包了3个大棚,她算起增收账:“每公斤西红柿卖3.2元,一个大棚一季可收入2万元左右,两年种三季,平均年收入能达8万元以上。”东营市东营区援疆干部张宝业介绍,东营区在塔孜洪乡引进建设“蔬乐”现代高效农业示范园,一期建成106座冬暖式高标准日光温室,生产的“郭”牌西瓜眼下正集中上市,园区内承包经营的新型职业农民人均年收入可达8万至10万元,从事种植管理工作的当地农民月均收入3000元以上,去年以来园区还给两个合作社分红30余万元。乡村振兴,人才是关键。为给当地提供更多

蔬等产品保质期。此外,它还配备行业极少的三循环系统,冷藏、冷冻、变温室都可以独立调节,为各种食物存储设置适宜温度。产品端,以综合除菌技术为核心,新飞已经将除菌技术在LIBRA莱博睿冰箱上的应用,拓展到LIBRA莱博睿洗衣机、冷柜、空调上。同时,坚持LIBRA莱博睿始终引领行业除菌技术的原则,将最新的、最高端的除菌技术与产品紧密结合。此外,依托新飞全国核心的零售终端,新飞对LIBRA莱博睿的展示要求也做了调整——突出主核心位:无论终端形象、展示还是产品推广,首先从终端布置上,加强LIBRA莱博睿品牌产品的展现。

厚积薄发 渠道稳扎稳打

就像刘斌说的,以产品为支撑点,突出主核心产品推广之外,借助渠道运营/销售来进一步培育品牌认知,对于LIBRA莱博睿成长是十分重要的。当然,新飞品牌寻求规模、份额的进一步提升,核心渠道的深耕和新兴渠道的构建同样是公司重视的核心工作。我们说,渠道是完成家电销售不可或缺的一环,好的产品,也需要通过高标准、更贴心的渠道和服务来触达消费者。不同于一些新兴品牌或互联网跨界品牌更重视线上渠道布局的思路,新飞的核心渠道更多在于线下。至于为什么选择这样的布局策略,刘斌对这个问题看得十分透彻:“很多企业都不太愿意在线下投,都觉得线下产量比较慢,更愿意走到线上去。对于新飞来讲,这几年无论是产品、研发、渠道投入等,也都是侧重于线下,因为新飞近40年的发展,我们跟渠道之间形成了命运共同体”。于是,在渠道布局上可以看到,线下讲究稳扎稳打的新飞,线上讲究全面协同前进的新飞。

2022年,尽管4月份因疫情影响导致家电行业销售受阻,冰箱销售也有一定下滑,但新飞通过内部挖潜,外部抓住每个机会,上半年仍实现了30%的增长,逆市上扬,这充分体现了其扎实的渠道基础和对市场变化的积极应对。

通过本次访谈,记者认为,在未来不断进行的产品技术创新、生产制造升级、品牌高端推进以及核心渠道的纵深发展下,新飞将不断向上突破,而距离再次“腾飞”,或许只是时间问题。

发现营商美“景” 擦亮营商品牌

■ 陈远路 曹婷代 雨婷

为贯彻落实省委省政府关于深入推进营商环境优化升级“一号改革工程”决策部署,选树典型推广经验,营造比学赶超的良好氛围,实现大范围、快速高效的营商环境提升效果,展现江西省各地强攻“一号改革工程”新面貌,近日,由中共景德镇市委、景德镇市人民政府、江西日报社主办,景德镇市营商环境优化升级“一号改革工程”指挥部、江南都市报社承办,江西营商全媒体平台策划执行的“比学赶超树典型——景德镇市优化营商环境典型案例评选”活动正式启动。

营商环境纳入经济质量和单位绩效考核

今年以来,景德镇市深入贯彻落实省委、省政府关于营商环境优化升级部署要求,在省营商办的精心指导下,以“第一等”的标准,对标一流、不甘人后、奋勇争先,扎实做好优化营商环境各项工作,努力打响景德镇市“办事不用求人、办事依法依规、办事便捷高效、办事暖心爽心”营商环境品牌。

据悉,该市成立了营商环境优化升级“一号改革工程”领导小组和指挥部,实行市四套班子主要负责同志“四方组长”制、党政主要负责同志“双指挥长”制,下设“五组一中心”(综合督导组、改革创新组、宣传教育组、作风优化组、法治环境组和投诉举报中心),组长由市委常委担任,协同推进“一号改革工程”落地见效。

此外,该市还制定出台了《市委常委、副指挥长挂点“五大改革”“十大专项行动”实施方案》等系列文件,将营商环境纳入县域经济高质量考核和市直单位绩效考核重要内容,层层传导压力,层层压实责任。为了高效率推进工作落实,该市主动“走出去、请进来”,积极学习借鉴外地经验做法,整合机构组建景德镇市政务服务数据管理局,有效解决“放管服”领域职责不清、政务服务效能不高、数据共享推进不快、营商环境攻坚不强等问题。目前,该市在“一网通办率”“网上可办率”“资源挂接率”等方面工作效率比过去提高了4至6倍。

在全省营商环境监测指标排名稳步提升

为推动营商环境优化升级争先进位、提质增效,景德镇市对照既定的“一年求突破、两年创一流、三年树标杆”工作目标和今年“保五争三”的指标任务,围绕监测体系18个一级指标和75个二级指标加强调度。按一季度排名测算,景德镇市18个一级指标有11项进入全省前五,7项居中等水平(排名6-8名);75项二级指标有43项进入全省前五,22项处于中等水平,4项排名靠后,6项暂无法统计。指标排名总体稳步提升。

在扎实开展“五大改革”“十大专项行动”方面,景德镇市通过“万千入万企”“企业服务日”“领导干部走流程”“亲清瓷都·暖心爽心”座谈等活动,充分发挥12345营商环境热线、“红黑榜”、任务书、工作提示等作用,有效收集解决市场主体和群众反映的痛点堵点问题。截至目前,共受理热线诉求17475件,其中列入重点督办119件,已办结114件;印发工作提示26份、红黑榜通报7起、任务书36份,解决市场主体问题2573个,正在推进521个。

据悉,该市还对优化营商环境方案要求,梳理出18项一级指标153项提升举措、113项补短板事项和48项创新事项,形成了《对标提升任务清单》和《改革创新任务清单》。目前,314条重点任务已完成109条,正在推进205条。

涌现出一系列经验做法和特色品牌

在强力推进营商环境优化升级“一号改革工程”工作中,景德镇市主动创新、大胆探索,在营商环境各个领域涌现出一系列经验做法和特色品牌。

一是打响了一大服务品牌。全面打响“景快办、办得好、镇暖心”服务品牌,设立“6+1”类通用综合窗口、“异地通办”专窗、“办不成事”反映专窗,组建瓷都“小赣事”帮代办服务队伍,构建“线上一网、线下一窗”惠企政策快速兑现服务体系,市县两级推出105项“一件事一次办”改革,实现事项“掌上办”“集成办”“简易办”“优质办”,企业群众办事“一次不跑”“只跑一次”。

二是创新了一项工作制度。在全省率先实行工程建设项目审批“超时默许”制度,市级工程建设项目审批系统59个涉审事项全部实行“超时默许”,平均每个事项压缩办理时限0.5个工作日,逾期率直降为零,企业群众满意率100%。市县两级共有72家部门推广此举措,涉及审批服务事项151项。

三是推出了一批经验做法。各地各部门积极探索,创新推出了“拿地即开工”“交房即交证”“首违轻微不罚清单”“不见面开标”“容缺审批”机制、“政产学研用”一体化等35项创新特色做法,得到了企业和群众的好评。

上海品牌轮番首发上新 “上海购物”迸发年轻时尚

作为上海加快建设国际消费中心城市、打响“四大品牌”的重要平台,第三届“五五购物节”日前拉开帷幕。底蕴深厚的上海老字号、充满活力的上海新原创,在内植上海时尚基因的得物App,通过首发新品汇成一股时尚潮流,演绎上海城市精神的年轻力量,也为“上海购物”再掀新高潮。近日,随着1955年新中国第一代制表匠人研制出品牌第一只国产细马手表而诞生的“老字号”——上海表,于上海赛车场建成20周年之际,在得物App首发与上海国际赛车场跨界打造的联名新品——FAB CHRONO·魔数方程式系列腕表。同时开启了面向年轻人的潮流腕表“FAB CHRONO系列”,其中一款专为年轻人打造的限定礼盒仅在得物App发售。

上海表“逆生长”,会玩的“老字号”展现新时尚

上海表业品牌业务联席总经理孙佳妮表示,上海表正积极推动品牌焕新计划,实现从品牌内涵到产品创新的向新发展,与得物深度联动是其中一条重要路径。“充满活力的年轻消费市场一直是我们的关注重点,与得物的合作让我们更加深入新生代消费群体,理解他们对于创意和个性表达的情感需求,这成为我们品牌研发新产品的重要市场依据,也是上海表选择得物进行品牌共创的主要动因。”

据《国潮品牌年轻消费洞察》报告显示,年轻人成为新一代国潮消费主力。在得物App,这些年轻人不仅成为老字号研发新品的参照坐标,也为中国原创品牌点亮创作灵感和发展空间。

2019年,上海表加入复星旗下上市公司豫园股份全资子公司汉辰表业集团,正式启动品牌焕新计划,并于2021年底取得阶段性成果——全年成品表销售额过亿。而随着新消费浪潮的兴起,如何在年轻人占据主力的消费市场进一步获取新增量、保持快速增长势头,成为上海表需要持续深度探索的重要议题。

“得物App上有将近九成的用户都是90后,平台上呈现出的消费趋势,对我们观察和理解年轻市场,有重要的参考意义。”上海表相关负责人表示,“视觉标识和情感价值是年轻人消费时的重要考量,在他们喜欢的平台,满足其真实需求,促成我们在得物进行创新产品的首发合作。”

今年2月,上海表官方入驻得物,陆续上架包括演绎历史基因的经典款“致敬系列”、以上海城市精神为灵感的“大都会系列”、以东方美学为切入点的“复兴系列”、主打艺术家合作与联名限量款的“大艺术家系列”等在内的数十款新品腕表。

此次又在得物App首发面向年轻族群的潮流腕表“FAB CHRONO系列”新品——魔数方程式系列,结合得物上年轻消费群体热爱运动的生活方式,以腕间指针嘀嗒诠释两者间的共同追求,以仪表盘、赛道等赛车元素为腕表注入全新灵感。从表盘设计、读时方式到造型细节都迸发出时间与速度的热血激情。

除了首发新品,上海表还在得物App社区以多样的活动形式走近年轻消费群体,让年轻人沉浸式感受老字号文化传承的魅力。

早前,上海表带领得物社区的年轻达人,深入手表生产第一线,实地探访上海手表厂。作为“上海制造”的缩影,曾经的上海家庭“三大件”之一的上海表,如今正焕发年轻活力。

同样的案例还有凤凰自行车。

凤凰自行车亮相得物 App “上海制造佳品汇”展厅

纵观国潮经济的涌动,年轻与创新带来新气象。数据显示,上海共有222家老字号品牌,其中经商务部认定的“中华老字号”企业180家,在全国占比16%,居全国首位。在得物App,“会玩”的老字号品牌,正通过官方入驻、新品首发、独家专供等方式重返年轻视野,以时尚新面貌融入年轻人的潮流生活。

上述人士分析,在国潮势力兴起的潮流当中,“老三件”们在得物App上的动作频频,显示出新经济在老字号年轻化创新方面的独特作用。上海社会科学院经济研究所副研究员邸俊鹏曾表示,多样化的年轻消费为老字号注入了新活力,打开了新增量。得物App独特的“社区+交易”双业务模式,能够帮助老字号品牌更好地融入年轻人的日常生活、释放特有的文化价值。

不仅老字号,代表中国时尚潮流的原创品牌,通过在得物App独家首发新品,让更多年轻人亲身感受中国原创及上海时尚的魅力,帮助中国原创设计品牌走向广阔市场,助力全力打响“上海购物”品牌,打造全球新品首发地,为上海乃至全国的时尚、消费、设计产业注入更多活力。

喜爱时尚的年轻人

在中国原创设计力量中,诞生于上海时尚氛围中的上海原创设计师品牌,成为一股中坚力量。不少品牌结合得物App的年轻潮流趋势元素,以年轻人创意作为设计灵感并

首发新品,收获年轻人的喜爱。通过在得物App发售CM运动服装系列,超模吕燕在上海创立的设计师品牌Comme Moi,开启品牌首个运动潮流产品线。“我们非常欣赏和喜欢得物有态度的文化。这是一种原创自信,更是一种文化自信。”吕燕表示。

2014年,被业界认为是全球新一代中国设计师的代表的陈安琪,在上海创立国内先锋设计师品牌ANGEL CHEN。品牌入驻得物至今,结合年轻人的潮流消费特点持续首发新品。近期,ANGEL CHEN在得物App独家首发联名限量款蝙蝠翼球鞋,正是“基于对得物年轻用户的消费喜好观察”,陈安琪表示。

更为年轻的上海设计师品牌ELVIS.CHEUNG品牌主理人蒋云表示,得物App沉浸式的购物体验让品牌在发展阶段被更广阔的市场“看见”。年轻人可以更直观地了解产品创意、通过分享对话和设计师建立共鸣是得物App特有的优势。在得物社区,“涂鸦可爱又有趣”“设计独特有质感”关于品牌设计多次成为热门讨论。蒋云介绍,“得物App是年轻人的风向标和发声地。我们将在得物App上拓展更多品类,独家首发新品,希望通过设计和年轻人有更好的交流。”

从需求侧看,年轻人消费诉求日益多元化和个性化,为品牌提供源源不断的灵感来源,让品牌设计出时尚新品,满足年轻人的审美需求。从供给侧看,年轻、潮流推动中国制造向中国原创、中国设计的“新供给”。

作为上海时尚产业的代表,得物持续助推上海成为时尚出品地、潮流集聚地、创新策源地,消费引领地,和时尚潮流产业的高质量发展,助力上海全力打响“四大品牌”,确立成为引领时尚、定义潮流的“时尚之都”。

(据中新经纬)