

拓市场 寻商机 中企“出海”阿联酋 拾获订单和信心

第十三届中国（阿联酋）贸易博览会日前在迪拜世贸中心落幕。来自江苏、浙江、广东等多省市约 600 家外贸企业参与为期三天的展会，与阿联酋及周边国家和地区的客户面对面洽谈。

“非得出来了，一定要出来了。”吴江亚西玛纺织有限公司负责人沈晓雯说，由于疫情，她已经三年没有出国直接面对客户，这次出海参展让她收获颇丰。

“我们的产品百分百针对阿拉伯国家客户，主要是他们佩戴的传统头巾，从我父亲开始已经做了几十年。”沈晓雯说，“这次出来，了解了客户很多新的想法，头巾的原材料、颜色、花纹、镶边都有变化，回去以后我们要进行产品升级。”

沈晓雯说，由于市场回暖，需求激增，公司订单排期已经到明年 6 月份，除了在阿联酋参展，她还顺道去沙特考察了当地市场。

据介绍，除了线下参加的 600 多家企业外，还有 400 多家中企通过线上方式参与，总展位数达近 1500 个。展会面积达 3 万平方米，展品范围涵盖汽摩配、建材、纺织、机械、资讯家电、家居、美容、食品等多个行业。

杭州庞大进出口有限公司总经理周世君说，他们主要做床上用品，这次参展的产品很受当地客户欢迎。“甚至很多样品都被客户带走了，他们很感兴趣，需要拿回去做对比。”周世君指着展台上空缺的位置说。

“这是我们第一次来迪拜，第一次参加展会，公司之前主要出口美国和澳大利亚，中东市场基本为零。现在国际形势很复杂，有必要多元化拓展客户群，分散市场风险。”周世君说，公司产品主要使用竹纤维、天丝、亚麻等相对高端和环保的原材料，希望能够在中东市场找准卖点和切入点，打造公司发展的新增长点。

“当地客户对我们这个产品非常感兴趣。”周世君拿着竹纤维的床单说，“他们觉得这个产品冰冰凉凉的，触感很舒服。”

周世君说，展会期间，他的公司已经与多个客户达成合作意向，有几家已经签订了订购协议。“效果蛮不错的，超出我的预期。接下来，我们还会去参加日本等地的展会，会继续积极走出去。”

“这次出来，我感觉客户对中国制造是认可的，让我们对开拓市场的信心更足了。”周世君说。

据博览会承办方浙江米奥兰特公司驻迪拜地区负责人廖萌介绍，近期，中国贸促会公布首批 15 个出国经贸展览会试点审批项目，包括 13 个参展项目和 2 个自办展项目。其中，中国（阿联酋）贸易博览会是今年中国在海外举办的单个展览项目规模最大的自办展。

广东派陶瓷业有限公司总经理许宏生表示，这次参展，他见到了很久没见的老客户、老朋友，大家见面都很开心。“展会结束后，我会一直留到 30 日，接下来会根据接待客户的情况来进行对接和回访。”

许宏生说，他计划接受客户邀请去沙特考察当地市场。“我们的产品在中东市场是有优势的，‘中国制造’物美价廉，款式和设计也是领先的，我们在广州有研发中心与高校合作，对标工业 4.0。”许宏生说。

“中国商品在这里有很好的声誉，我这次来主要是想看看高端珠宝和 VR 可穿戴设备。”当地采购商易卜拉欣说，“中国有强大的制造能力，希望今后能够在本地市场看到更多品类的中国商品，让消费者有更多选择。”

浙江省永康市商务局负责人章幽悠说，除了组织企业参加博览会，这次永康市还在迪拜举办了中国·永康五金产业推介会，目的是加强与阿联酋及周边国家和地区市场的联系。

“这几天来我们展位的客户非常多，对我们产品都表现出浓厚兴趣。”佛山市迪洛家具有限公司总经理朱碧芳说：“接待客户忙起来连喝水的时间都没有，虽然辛苦但是值得，让我们对自己的产品和开拓中东市场更有信心了。”

（苏小坡）



市场营销创新要顺应时代潮流 ——专访中国杰出市场营销专家金杰

■ 陈国权

金杰是中国市场营销领域最杰出的营销专家之一，这个在工作伊始即投身中国市场营销领域的杰出人才，从名不见经传的公司职员，经过二十多年的努力奋斗，现在已经成为市场营销领域内声名显赫的杰出专家。在他看来，新时代的营销以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合，这种以消费者体验为中心、以数据驱动为基础的泛零售业态，深刻影响并改变着广大的消费者的消费习惯，而要在新零售的大趋势下做好市场营销，就要顺应时代潮流，不断推陈出新。

金杰先生有着二十多年的市场营销领域的从业经验，曾历任世界五百强企业柯达、Motorola 等跨国企业在中国的市场营销负责人，为这些跨国企业在中国开拓市场做出了重大贡献，金杰先生于 1995 年加入柯达中国，进入柯达第三年，他就升任柯达中国中部地区零

售支持主管，展现出了优异的市场营销能力。他在担任柯达中国/西藏市场开发经理期间，领导销售团队在当地市场实现了 1000 万美元的年度业务目标，帮助柯达成功打开西南市场，这在当时是非常了不起的成绩。凭借着卓越的市场营销才华和努力拼搏的精神，金杰先生在柯达一路高升，于 2000 年升任柯达中国区零售渠道管理经理，他领导团队大力拓展 Kodak Express，短短两年时间就实现累计开店 7000 余家，为 Kodak Express 在中国的市场拓展做出了重大贡献。

后来他先后入职 Motorola、NEC Telecom、Goodyear 等世界知名跨国公司，在任职 Motorola 中国区零售市场与运营总监期间，他领导团队通过与运营商中国联通开展联合营销等一系列营销方法，成功在中国实现 1000 万件和 20 亿美元的惊人业绩，为 Motorola 在中国的市场拓展和业绩增长做出了重大贡献。在 NEC 任职零售总监期间，他领导公司大力开展品牌零售渠道形象开发及零售渠道建设，领导公司成功建立新零售网点 1200 余家，成功实现了 NEC 产品在线下零售渠道的渗透。

2012 年金杰先生加入苹果公司，先后担任大中华区教育渠道管理及校园店运营负责人、大中华区交互技术负责人，在苹果公司，他进一步展现出了杰出的营销创新力，他将交互技术与数字化零售结合，领导团队将交互技术部署到 10,000 多个渠道零售店中，极大的增强了苹果产品的客户体验，他领导团队通过无线方式管理 200,000 个以上的演示设备进行交互式营销。金杰先生建立基于大数据分析的新零售商业模式，在市场营销过程中基于数据分析协调市场营销活动，极大地促进了渠道零售销售并增加了合作伙伴的满意度，为苹果公司在中国的业务增长做出了重要贡献。

金杰先生在市场营销领域的一系列开创性的营销理念和方案设计，不仅为苹果公司创造了巨大的利益，其个人的营销才华和领导能力也获得了同行的高度认可，对中国市场营销领域的创新发展产生了积极的重大影响，他的杰出贡献为中国市场营销领域树立了良好的典范，相信未来金杰先生会凭借着杰出的营销能力和领导能力继续在市场营销领域创造更多的辉煌。



●金杰

双汇《极限挑战》荣获“2022 年度内容营销金案”

■ 李薇 本报记者 李代广

12 月 21 日至 12 月 23 日，第 29 届中国国际广告节在福建厦门隆重举行，国内肉制品龙头企业双汇的《极限挑战》内容营销案例，荣获“2022 年度内容营销金案”。

中国国际广告节一直被誉为广告界“奥斯卡”，是国内极具权威性和专业性的广告界盛会。凭借贴近年轻消费群体的品牌营销策略，双汇已连续多年在广告主盛典上捧回大奖，这也是业界对双汇积极推动产品年轻化、营销年轻化、品牌年轻化的高度认可和充分肯定。

产品年轻化， 品类创新活力全开

作为中国家喻户晓的肉类国民品牌，双汇的发展史就是一部改革求变、创新拼搏、奋发图强的缩略史。凭借对市场的敏锐嗅觉，双汇牢牢把握住年轻消费群体的喜好，针对年轻群体创新细分品类，不断扩充产品矩阵，全力进军年轻化新产品。

双汇先后推出了辣吗辣、火炫风、虎皮鸡爪、轻享鸡肉肠等个性化、年轻化的全新产品，以满足年轻消费群体的多样化需求，从产品层面跨出了与年轻消费群体交汇沟通的重要一步。这些全新产品融入年轻一代的生活方式中，成为双汇与年轻消费群体之间的纽带，进

而加深了双汇品牌在年轻人心中的形象和记忆点。不仅新产品备受肯定，双汇还紧扣细分市场与年轻消费群体的需求，与消费者展开新形势下的进一步沟通，始终保持着创新活力。产品创新，使双汇始终勇立肉类市场潮头，为营销年轻化提供了强有力的内在基石，更是品牌年轻化的核心竞争力。

营销年轻化， 主动破圈、保持新鲜度

破冰团建、极速特派员、飞驰人生、新兴运动、虾王争霸赛……《极限挑战 8》不仅让观众跟随极挑团队体验世间百态，还将年轻人喜欢的露营、新兴运动、剧本杀等流行元素注入其中，以游戏的方式发现、解锁生活中的点滴美好。双汇作为《极限挑战 8》的“美味推荐官”，通过这种青春励志又新潮有趣的综艺玩法，向年轻群体传达品牌新势力的同时，也宣告了品牌的年轻化新主张。

辣吗辣、火炫风、虎皮鸡爪、轻享鸡肉肠等产品与《极限挑战 8》节目内容的深度互动，在不同场景中自然而然地融入和露出，迅速传达了“年轻不乏味”的产品特性。借助明星力量，双汇的新产品不仅获得了观众的注意力，还对年轻消费群体形成一种光晕式的影响。除了与综 N 代联手之外，双汇一直积极探索多种年轻化营销方式，主动触网、跨界、破圈，融入年轻



人的新语境，与年轻消费者保持良好的互动和沟通。

中华民族“敢拼”“敢干”永不服输的韧劲是贯穿双汇品牌成长的精神内核，而根植于品牌血液的创新基因和敏锐的洞察力，使双汇持

续输出着高品质、多样化、有特色的硬核产品。

未来，双汇还将继续求新求变，坚持对年轻消费群体需求的洞察，以年轻受众喜欢的方式加强沟通，传达品牌的创新活力，完善品牌年轻化之路。

福建泉州：聚力推进 21 世纪“海丝名城”建设成势见效

2022 年以来，泉州市人大常委会聚焦“大文旅”发展，聚力把得天独厚的资源优势转化为经济社会的发展优势，紧紧围绕“强产业、兴城市”双轮驱动的部署要求，强力推进“海丝名城”建设。

为切实肩负起省委赋予泉州的重大使命任务和泉州市第十三次党代会擘画的未来发展愿景，今年初，泉州市十七届人大一次会议作出《关于加快推进 21 世纪“海丝名城”建设的决议》，提出将“促进文旅经济发展”作为推进决议落实的重点工作。

为了更好地推动决议执行，泉州市人大常委会将决议执行情况列为今年监督工作重点，成立 5 个专题督查组，聚焦制造业数字化转型情况、国土空间规划编制工作进展情况、南洋华裔族群寻根谒祖综合服务平台建设、城市快

速交通体系建设、乡村振兴等推动“海丝名城”建设的不同主题，并结合督办古城创建国家级旅游度假区、扶持民宿业发展等 37 件代表建议，深入开展专题调研、代表建议办理、专题询问、满意度测评等工作，持续监督推进。

“文旅经济是泉州发展的重要优势和潜力所在。”提起“海丝名城”建设重点目标任务，泉州市人大常委会法工委负责人信心满满，“聚焦做大做强文旅经济，市人大常委会将《泉州市文化旅游发展促进条例》作为今年立法唯一审议项目来推进。”目前，《泉州市文化旅游发展促进条例》已获批，拟于明年元旦施行，成为全国首部聚焦文旅发展的地方性法规。

结合立法工作，泉州市人大常委会全力推进泉州市政府出台决议执行方案及年度计划、提出法规议案等工作。前不久，泉州市政府正

式印发《泉州市加快推进 21 世纪“海丝名城”建设实施方案（2022—2026 年）》，细化近 30 项具体举措。围绕市委、市政府部署，市人大常委会主动融入，专题部署，专项推动，积极开展古城提质工程、“水上看泉州、夜游世遗城”、考古遗址公园等重大文旅融合项目的调研监督工作，目前取得积极进展。

据悉，截至 10 月，泉州已累计签约文旅经济产业项目 85 个，总投资超 1100 亿元，极大提振发展信心，“海丝名城”建设正朝着既定目标强力推进。

在一系列政策支持下，泉州加快推进 21 世纪“海丝名城”建设。6 月，2022 泉州外贸云展会系列活动如期举办；7 月，中化天辰泉州 60 万吨/年环氧丙烷项目落地泉港石化园区；8 月，泉州有了继满洲里、霍尔果斯之后的第三

条中欧班列出境通道；10 月，国庆假期，全市实现旅游收入 35.24 亿元，比增 438.2%，位列国庆黄金周携程全国十大“本地游新锐目的地”榜首……

“海丝名城”建设加速推进，群众也享受到更多的发展红利。今年以来，“聚城畅通”工程紧锣密鼓推进，截至 10 月底，已完成 27 个项目，极大活化发展动脉；“四朵金花”、晋江第二体育中心、滨江“水线”公园等新地标相继投用，市民休闲载体持续扩容；非遗展示、主题餐饮、民宿驿站、电影放映、教育培训等街区业态逐渐丰富，不断满足老百姓的各方面期待。

泉州明确：到 2026 年，泉州“强产兴城”取得重大成果，地区生产总值达 1.75 万亿元，建成工贸发达、文化璀璨、百姓富足的 21 世纪“海丝名城”。（王虎文 肖萍萍）

黑龙江乘“数”而上撬动产业转型升级

■ 强勇

“电流数据直线下降，但没触底，初步判断抽油机皮带断裂。”日前，在大庆油田有限责任公司采油五厂生产管理中心，操作员唐静发现管控平台数据异常后第一时间汇报，有关方面及时赶到现场抢修。

这是大庆油田加快数字化建设的一个缩影。大庆油田首席技术专家、中国工程院院士程杰成说，面对全球能源产业发生的深刻变革，大庆油田大力推进“数字油田、智能油田、智慧油田”三步走战略，目前数字油田初具规模。

近年来，黑龙江推出了《黑龙江省“十四五”数字经济发展规划》等多项政策，积极布局数字经济新赛道，激活传统产业存量优势，促进新兴产业增量崛起。截至 2021 年，全省制造业关键业务环节、关键工序、生产设备数字化率分别达到 25.4%、37.7% 和 39.3%。黑龙江全

省数字经济总量已占 GDP 约 30%。

通过拥抱 5G、人工智能等数字技术，大庆油田、中国一重、哈电集团、龙煤集团等一批传统骨干企业实现了“老中新生”，加快从传统生产制造向智能制造转型。

哈电集团佳木斯电机股份有限公司是我国第一家特种电机制造企业。走进生产车间，机器声隆隆，工艺部员工路广平正查看软件上的实时生产数据。“我们 33 条生产线、80 多台数控设备应用了在线运行监测与故障诊断技术，打开软件就能对装备运行一目了然。”路广平说，随着数字化转型的加快，今年公司获评黑龙江省智能工厂。

机器换人、生产换线、装备换“芯”……今年前 11 月，黑龙江省工业技术改造投资同比增长达 56.1%。

在建龙北满特殊钢有限责任公司，工程装备部副部长齐明普介绍，对老旧设备升级改造

提高了产品成材率，降低了员工劳动强度，实现年度降本增效 500 余万元。目前，公司通过数字化生产系统实现了从合同签订、生产组织到销售发运全部线上化。

“付出的体力劳动越来越少，脑力劳动越来越多了。”百威哈尔滨啤酒有限公司总经理张灵斌说，他们正依托数字技术打造“黑灯工厂”。在中央控制室，数米高的大屏幕显示着啤酒生产、能耗、包装等全过程运行参数，可实时跟踪设备状态，进行数据分析和远程操作。啤酒酿造几乎都由自动化生产线完成。

抓住数字经济风口，黑龙江进一步培育新的经济增量，开拓数字经济新蓝海。

今年以来，黑龙江举办了亚布力中国企业家论坛、全国工商联主席高端峰会、世界 5G 大会等重要活动，与华为、百度、腾讯、中兴通讯等一批数字经济头部企业开展战略合作，签约总额超过 6000 亿元，汨汨新动能加速集聚。5

月，华为黑龙江区域总部和昇腾人工智能计算中心入驻哈尔滨，业务辐射东北。

CPU 泡在“水”里，但一个巨大的服务器机柜却正常运转，源源不断输出算力。这是记者在哈尔滨先进计算中心看到的一幕。“那不是水，是氟化液。”员工李媛媛笑着解释。规模较大的数据中心，传统空气冷却技术难以满足制冷需求，浸没式液冷成为解决方案。氟化液不腐蚀电子部件，冷却效率远高于风冷。

于日前投用的哈尔滨先进计算中心投资 4.3 亿元，可满足全市企业数字使用需求。中心一期运算速度每秒 5500 万次次，1 分钟算力相当于全球所有人同时不间断计算 1 年。

“我们看好黑龙江发展数字经济、重振老工业基地的前景。”奇安信科技集团股份有限公司董事长齐向东说，今年奇安信在黑龙江成立了子公司，将继续加大在黑龙江的投入力度，为当地数字经济发展提供网络安全保障。