陕西榆林:培育品牌优势 提升城市品质

■ 刘斌 刘雨

品牌是高质量发展的重要象征。在刚刚过去的2023年中国品牌博览会上,陕西省榆林市通过五张名片组成的城市品牌秀,展示了近年来品牌建设的进程与亮点。透过会场细节可以看到,品牌建设已然成为榆林践行高质量发展,推进城市更新、产业升级、品质提升的"新引擎"。

榆林市人民政府副市长杨扬表示,对于资源型城市榆林而言,品牌建设是转型升级的加速器、牵引器。

●2023年中国品牌博览会"榆林品牌"专场展区

科技品牌赋能培育新优势

近年来,榆林市立足产业基础和资源禀赋,在巩固传统产业优势的同时,积极谋转型,勇于开辟新领域,培育新优势。5月10日至14日,"榆林品牌"专场展区携46类展品、58户企业亮相2023年中国品牌博览会,一批高含新量、含绿量、含金量的品牌受到关注。

位于陕西省榆林市神木高新区的兴汉澜墨科技有限公司专注生产三维石墨烯粉体,是近年来榆林探索产业转型,培育新优势的代表品牌。据公司负责人鄢平介绍,他们之所以受邀前往2023年中国品牌"榆林品牌"专场展示,得益于企业在科技创新领域的突破,他们通过改变石墨烯粉体的生产技艺,采用化学气相沉积法实现了高品质石墨烯粉体的工业化量产。

招引兴汉澜墨这样的科技型企业落户,是榆林把品牌创建融入现代化产业体系建设的生动实践。作为国家能源化工基地,榆林近年来招引了一批技术先进、产能领先的企业"落户"。

同样亮相2023年中国品牌博览会的榆林科创新城零碳分布式智慧能源中心示范项目也是其中的代表。据示范中心负责人清安优能科技发展(榆林)有限公司总经理左瑞天介绍,该项目实现了含氢能的零碳多能源供需系统的实用化和规模化,是世界领先的清洁能源综合利用项目,目前已为陕西省第十七届运动会运动员村等多个场景进行了零碳供能。

2023年中国品牌日活动榆林代表团综合协调组成员、榆林市发改委产业科科长高立启表示,"2022年,榆林锚定'双碳'目标,围绕八大主攻方向和19条重点产业链,在培育壮大新兴产业方面表现强劲,逐步引导榆林优势资源和'拳头产品'迭代为优质品牌,目前已经取得了良好的开局,持续释放出发展活力。"

文旅农林生态品牌 丰富城市业态

在2023年中国品牌博览会举办期间,榆林的文化展演和非遗展示备受现场观众青睐。近年来,榆林市不断更新品牌理念,拓展品牌建设新领域,在农产品区域品牌、生态文明品牌,以及文化旅游品牌塑造方面不断创新,丰富城市品牌业态的同时,对产业形成了良好的带动,区域品牌成为提升榆林城市影响力和产品附加值的关键一招。

在文化旅游品牌建设方面,榆林持续推进地域文化融入文旅品牌建设,立足黄河黄土文化、长城文化、转战陕北红色文化、陕北民俗等特色资源,以地方文化的转译再生为方向,构建起以榆林古城为核心,串联长城、黄河、转战陕北三条旅游带的"一核三带"大文旅格局,形成集红色革命体验、长城文化旅游、沿黄峡谷观光、陕北民俗风情体验、休闲度假为一体的陕甘宁蒙晋交界区域文化旅游中心城市。

在特色农产品品牌建设方面,榆林聚焦羊子、马铃薯、山地苹果、大漠蔬菜四大农业主导产业以及小杂粮、中药材、红枣等优势产业,形成了一批以"榆林马铃薯""榆林山地苹果"为代表,品质过硬、特色突出、竞争力强的农产品品牌。

在生态品牌建设方面,榆林坚持"北治沙、南治土,全域治水"推动区域生态持续好转,形成了黄土高原生态文明建设的"榆林经验"。近年来,随着黄河流域生态保护和高质量发展战略的提出,榆林接续生态品牌建设,严格执行黄河保护法和相关规划,通过"以水定城、以水定地、以水定人、以水定产",实现水资源供需平衡,为城市绿色品牌再添"新绿"。

政务服务品牌引领城市善治

近年来,榆林持续深化"放管服"改革优化营商环境,形成了以"榆快办""信用榆林"为代表的系列政务服务品牌,成为驱动营商环境持续向好的新动能。

"不到一个小时,营业执照就办好了!"陕西氢能产业发展有限公司经办人白利宁为榆林的行政效率点赞。

榆林市深入推进相对集中行政许可权改革,截至2022年底,已完成四批次433项审批事项划转,"最多跑一次"事项占比超过90%,信易批、承诺办理等新模式得到市场主体的认可。以"榆快办"为主体,"靖快办""绥时办""米直办""佳快办"等县域特色政务服务品牌为重要组成的榆林市政务服务品牌集群,成为了保障行政审批服务质量和效率的"金字承诺"。

"去年我依靠'桃花分'省了不少停车费!"市民谢贞是一位私家车主,让她感受到"真金白银"实惠的是榆林市近年来着力打造的另一张政务品牌—"信用榆林"。

据了解,榆林市建立起以"信用榆林"App为平台、以"桃花分"为核心的守信激励服务体系,25种"信易"应用场景让超45万榆林居民获得信用红利。谢贞正是凭借良好的信誉积累下的"桃花分",节省了不少停车费。

同时,"信用榆林"也不断为榆林高质量发展增添新动力,通过在财政奖补、行政审批、提拔任用、公共资源交易等领域持续发挥效能,榆林已建立起"逢办必查"的信用信息核查机制,"守信激励、失信惩戒"的信用大格局全面形成。截至2023年2月,榆林市综合信用指数在全国261个地级市中排名第29位,位居陕西省第一。

"榆林的高端能化产品和新材料产品引来诸多客商,特色农产品、羊绒制品得到广大消费者认可,'治沙精神'令参观者动容。可以说,品牌专场活动成功塑造了榆林全新城市品牌形象。"榆林市发改委副主任周文军表示,榆林将推动更多"榆林产品"向"榆林品牌"转变。

柳州螺蛳粉 "网红"变"长红"

■ 庞慧敏 蒋少萱

今年的"五一"假期,广西柳州这座城市旅客量大幅度上涨,许多游客为了那碗"酸爽臭辣"的螺蛳粉前来。

去年,广西柳州袋装螺蛳粉销售收入达181.8亿元,其历史性突破的背后,离不开大体量的原料供应,产业规模化给当地的农业发展带来契机。

小乡村 大动能

连日来,在广西柳州市柳城县社冲乡的螺蛳粉原材料基地里,农户们正忙着采摘、加工螺蛳粉原材料。据了解,近年来,该县积极打造柳州螺蛳粉原材料生产基地,在各乡镇大力发展竹笋、木耳、螺蛳等螺蛳粉原材料种养和加工产业,带动农户增收,助力乡村振兴。

作为社冲乡的龙头企业,广西绿星农业科技有限公司采用"公司+基地+合作社+农户"的发展模式,通过公司基地的专业技术制作菌种,联合社冲乡思乡源种养专业合作社,培训农户食用菌生产技术,带动农户种植杏鲍菇、毛木耳等特色食用菌,有效助力乡村振兴。

村民刘大姐从开厂就在这里工作了,现在从事打包业务,她告诉记者,工作没几年,她家就脱了贫,此前她一直在家务农,"现在我工资每个月能达到4000元,这在乡里已经很高了!"

目前,社冲乡全力发展螺蛳粉原材料全产业链,推动豆角酸笋腌制加工基地、蛋用鹌鹑养殖基地、木耳种植基地、米粉加工和蔬菜种植基地建设,为柳州螺蛳粉产业发展提供优质原料。同时,辐射带动附近村屯群众发展木耳、麻竹、豆角、鹌鹑鸟等种植养殖,实现农民增收、农业发展和农村繁荣。现已完成千亩麻竹连片种植,木耳种植2000万棒,蛋用鹌鹑苗养殖300万羽,豆角种植超1000亩。

小配菜 大效益

小米粉形成了大产业,豆角、木耳、竹笋等作为制作螺蛳粉必不可少的配料之一,便成了农户们的"致富经"。

春天正值豆角播种的时节,在柳江区进德镇乐山村长安屯的豆角种植示范基地,机械开行、村民播种,村民们如火如荼地开展豆角种植工作。

"我们屯今年种了200多亩豆角,群众都非常支持。大家很开心也很勤奋,除非下雨天做不了工,天晴时都主动来做工,不讲究工钱得多少。我家入股了5亩,希望今年豆角实现大丰收。"村民黄大姐心里充满希冀。

豆角作为螺蛳粉原料之一,市场需求量大。看中这一市场前景,该村村民自筹资金4.6万元,平整修建了1.2公里的产业路,盘活了铁路沿线200多亩土地,大力发展螺蛳粉配套产业豆角种植,并以"村集体+基地+农户"的形式带领村民入股,最大程度利用好土地资源的同时,让村民与村集体增加收入,预计豆角亩产量4000斤。

像长安屯这样大力发展螺蛳粉原材料加工的村子,遍布整个柳州。

记者从柳州市农业农村局了解到,今年柳州市继续积极创建连片螺蛳粉原材料种养基地,扶持螺蛳粉原材料初加工,计划2023年,全市力争新建柳州螺蛳粉原材料示范基地8个,扶持柳州螺蛳粉原材料加工企业3~5个。

小米粉 大产业

2022年,柳州螺蛳粉全产业链销售收入600.7亿元,全产业链带动30多万人就业。柳州市市长张壮曾就"螺蛳粉特色产业"发言表示,随着产业发展壮大,要进一步释放产业的"外溢效应",发挥产业带动力优势,推动柳州及广西区内各地发展原材料种植养殖,助力乡村振兴,实现一个产业带动一方就业、带富一方群众、带火一方经济。

为坚持以标准化、品牌化的工业理念和产业链思维来谋划螺蛳粉产业发展,柳州市完善标准体系,推动产业规范化发展。制定并严格执行相关标准,推动建立柳州螺蛳粉全产业链标准体系,全面梳理螺蛳粉全产业链6个子体系480项现行适用标准,2022年新研究制定柳州市地方标准84项。

还先后获批成立柳州螺蛳粉检验检测中心、广西柳州螺蛳粉质量检验中心、广西柳州螺蛳粉工程技术研究中心,覆盖预包装柳州螺蛳粉产品的全项检验能力,也涵盖螺蛳、酸笋等原材料安全性指标检验检测能力,目前中心检测能力已覆盖柳州螺蛳粉全产业链172个小类、173种产品和2374个项目参数。

今年以来,柳州还开始实施螺蛳粉全产业链"六大行动",其中包括"强品牌"行动、实体餐饮店提升行动、原材料品质提升行动、"线上线下"市场拓展行动、扩大出口行动、产业数据平台建设行动,以推动柳州螺蛳粉全产业链高质量发展。

茶百道品牌升级:"好茶为底 制造新鲜"

■ 张爱华

5月23日,茶百道2023品牌发布会在浙江杭州成功举办,继总部(四川成都)发布会后,再次对其全新的品牌定位、视觉形象、产品战略进行二次官宣。

据悉,茶百道在全国已有7000+门店,依托华东地区良好的营商环境及活跃的新消费氛围,于江浙沪三地已开出近2000家门店。焕新而来的茶百道,将诸多品牌经典元素与新鲜理念,融入其品牌战略、形象设计、产品规划中。"好茶为底,制造新鲜"的全新的品牌定位,将为华东乃至全国的亿万消费者带来充满新鲜与品质的茶饮新体验。

以"中式茶饮引领者"为愿景的茶百道,秉承"甄材识料"的深厚研发功底,基于全国亿万用户的海量真实反馈,在快速发展的市场面前不断自我迭代,持续为消费者提供最好的产品体验。此次,以全新形象为原点,与消费者沟通品牌重塑的理念与规划,也是在向行业传递茶百道打造能够穿越经济周期的品牌的野望与决心。

品牌VI升级:"丁丁猫" 焕新担负品牌战略新使命

奶茶品类新茶饮,是起于微末的新行业。对于2008年成都一个20平米的奶茶店而言,它没有想到,今天的"茶百道"连锁门店已覆盖全国330多个城市,数量突破7000家。

据中国连锁经营协会发布的《2022新茶饮研究报告》显示,我国新茶饮市场规模从2017年的422亿元增长至2021年的1003亿元。2023年,市场规模有望达1450亿元。一路走来的茶百道,见证了新式茶饮业的飞速发展与风云变迁。

茶百道诞生之初,就提出做一杯"鲜果+中国茶"的好茶饮。企业将茶叶进行萃取,保留茶香风味,加入不同时令水果,茶香与鲜果相撞,成就了那杯倍受年轻人喜爱的鲜果茶。由此,诞生了一系列的爆品:杨枝甘露、豆乳玉麒麟、招牌芋圆奶茶等等。

茶百道瞄准年轻人市场,采取独立自主的产品研发模式,持续创新,不断探索天然食材与中国茶的搭配,创造出高品质、多元化的茶饮风味。

当品牌发展车轮来到今天,行业竞争越加激烈,逆水行舟,不进则退。茶百道回望当年要做"好茶"的初心,把目光放在新一轮发展要求的维度上重新规划,提出了"好茶为底,制造新鲜"品牌战略。

虽然茶百道VI形象系统几经迭代升级,但仍不能承载品牌新战略使命。茶百道的品牌表达中,从2018年开始就有"丁丁猫"大熊猫元素,但在品牌认知上,与消费者的关连还不强。当茶百道提出回归"好茶"初心时,"蓦然回首,却在灯火阑珊处",那位承载品牌使命的大使,就在眼前——可爱无敌的大熊猫。

集蠢萌、灵动、活泼于一身的丁丁猫,极具亲和力,脱颖而出。这只"喝茶的熊猫"的丁丁猫正式发布,成为茶百道的品牌图腾。手捧茶杯与吸管的蓝色熊猫形象,亲切可爱的丁丁猫与场景化新扮相,简洁、直观地传达了"一杯好茶"的品牌诉求,既是对过去经典的回归,又是对未来愿景的重塑。

大熊猫在地球上生存了至少800万年,是罕有的"活化石",它们对于食材和生存环境的选择特别挑剔。"熊猫栖息的环境,对海拔、湿度、温度等都有严苛要求,它每天寻觅最新鲜的竹子食用,讲究'精贵'。这一点也与茶百道的品牌理念契合。茶百道探寻最好的茶叶和最新鲜的水果,只为做一杯让消费者满意的好茶。"茶百道品牌市场中心负责人易瑞说。

大熊猫是国宝,在国际交往中是"友好大使",代表友谊、善良、和谐。在世人眼中,蠢萌可爱的形象已深入骨髓。这种人们对大熊猫已有的认知,是品牌需要的心智资源。

"连大熊猫都在捧着喝的茶饮,你能拒绝吗?""丁丁猫"的承续与嬗变,对大熊猫社会心智资源的占有,不仅承载了"好茶为底,制造新鲜"的品牌表达,而且为茶百道新一轮发展赋予了品牌势能。

同时,茶百道英文名称从"ChaBaiDao"更改为"ChaPanda",一方面可拓展品牌历史中"熊猫"元素的延续,另一方面又能通过谐音点题的方式关联"茶百道"中文发音,更重要的则是,新的英文名,能更准确地体现茶百道对自身产品所用茶底的高标准——茶饮业的"茶中熊猫"、"茶中精贵"。

在茶百道的全新视觉形象系统上,将既有的"蓝色"主品牌色优化为"Panda Blue",增加全新品牌辅助色"Tea Green",颜色更明亮、更年轻、更具识别性,更易加强消费者对品牌"好茶为底,制造新鲜"的认知。优化后的中文"茶百道"字体,更加简单有力、清晰直接。

"丁丁猫"焕新,一个超级品牌符号诞生,它将担负茶百道品牌战略新使命。

产品升级:以探索求极致,焕新产品矩阵

多年上下求索终得"道"的茶百道,以中国茶为始,坚持中国茶的传承与创新,为当代人创造多元的茶饮风味与文化体验。

发布会上,茶百道产品矩阵升级:宣布七窨茉莉、坦洋工夫等四款茶底升级,同时茉莉鲜奶茶、玫瑰鲜奶茶、酸奶紫米冰、酸奶牛油果等新产品惊艳登场。

"茶底是承载每一款饮品口味的'地基',茶底的好坏在顾客的味蕾中高下立判。我们坚持原叶现萃,就必须使用品质优良、风味突出且新鲜适口的茶原料。"茶百道产品研发总监朱明星说。

多年来,茶百道在全国范围内寻找优质好茶作为茶底,挖掘其独特风格和口感。为了找到更好"香气"(鲜明、馥郁、高扬)和"滋味"(鲜、嫩、回甜)的茶底,企业对全国茶产地、品种进行不断探索和筛选,对茶培原料、拼配方式、制茶工艺、冲泡工艺等不断尝试,力求找到更好的茶底。

2023年,为更好的提升饮品茶底风味,茶百道全面升级主要产品线的茶底品质。以"七窨茉莉"为例,将已经远高于平均选择标准的五窨茉莉,升级到了行业少有用做制作奶茶的七窨茉莉。可以窥见,茶百道以严苛的"挑剔"和"探索"的精神,追求产品极致与完美。

未来,茶百道还将对坦洋工夫、奇兰、兰香铁观音等3款茶底进行全面升级,用更突出的茶香和更纯粹的口味,传递给消费者更加高品质的产品。

"多元化、个性化愈加凸显的当下,消费者对于饮品的风味诉求和审美诉求,都在不断变化演进。一个好的品牌交付给消费者的永远是更好的体验和更好的产品,"茶百道品牌市场中心负责人易瑞说,"将信仰付诸实践的成功,也让茶百道相信并坚持——好茶为底,可制万物。"

"遍寻山海只为茶,万里不辍方为道。"茶百道通过"挑剔好茶,探索好味",来实现"好茶为底,制造新鲜"。易瑞说道,"我们持续遍访茶山,探寻新鲜原叶,关注茶叶从生长、采摘、制作到入杯的每一道工序;建立全球供应链体系,用优质好茶,选时令鲜果,严控每一杯出品质量。"

2022年的冬天,茶百道在地处浙闽丘陵的坦洋村寻得一味自带桂圆香气的小众茶叶——坦洋工夫茶。据了解,坦洋工夫茶从明末清初显名,百年前就拿下了巴拿马万国博览会金奖。茶百道对坦洋工夫茶的采购,也让该茶的制作工艺得到推广。

茶百道在全国范围内不断寻找优质好茶,对茶产地、品种不断探索和筛选;对茶培原料、拼配方式、制茶工艺、冲泡工艺不断尝试,努力追求极致的"完美出品"。

围绕全新的品牌定位和不变的"好茶"初心,茶百道还将升级消费场景,打造时尚文化,带给消费者新体验。

"让世界爱上中国茶",是茶百道的品牌愿景。这个中国新式茶饮的品质品牌,以"丁丁猫"纯真呆萌、挑剔调皮的魅力,表达"好茶为底,制造新鲜"新定位、新形象,将让消费者感受到茶百道奔向新征程的"探索"力量。