

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 285 期 总第 9328 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2018 年 12 月 23 日 星期日 戊戌年 十一月十七

品牌资讯 | Brand Information

山西品牌助力中印贸易投资发展

12月17日,中国山西—印度经贸合作推介交流会暨2018山西品牌丝路行(印度站)启动仪式在印度孟买举行。中印有关部门、商协会组织、华人社团领袖、企业家及媒体等出席活动,并就中印贸易投资发展展开讨论。

中国驻孟买总领馆参赞王世才介绍说,今年1至10月,中印双边贸易额近800亿美元,同比增长16%以上,中国已连续多年成为印度第一大贸易合作伙伴。截至目前,中国对印直接投资超过82亿美元,签订工程承包额超过725亿美元。他表示:“展望未来,中印作为世界上最大的两个发展中国家,双边合作潜力巨大,前景广阔。”

启动仪式后,中国国际贸易促进委员会山西省委员会与印度工业联合会签署合作协议,此外中印企业B2B对接、洽谈,达成了多项合作意向。在场代表们表示,通过本次活动,印度合作方更加深入、具体地了解了山西的经济发展状况,发掘了新的合作潜力。正如尼雷士瓦尼所说:“可以看到,我们双方在贸易、投资、基础设施建设、工业互联网、文化、教育、数字媒体和旅游业等方面都有巨大的合作需求和潜力。” (杨天舒)

五常大米品牌发展论坛在哈举行

12月18日,五常大米品牌发展论坛在黑龙省哈尔滨市举行。专家学者、政府官员、米企及媒体代表齐聚一堂,共话五常大米品牌提升战略,为五常大米品牌发展、畅销全国献计献策。

据悉,五常市全力推进五常大米品牌建设,服务五常稻米产业,坚持开展打假维权和专项整治行动。推行日剂量包装、可视化消费、定制式销售、会员制服务,设立“一码锁定”溯源标识。目前,五常大米品牌建设成效显著,已实现“农民增收、企业增效、财政增收、市场增值、品牌增值”的目标。下一步,五常市将以品牌营销引领发展,努力培育更多的具有国际竞争力的稻米品牌,让以五常大米为代表的龙江特色农产品,走向国门,影响世界,以品牌营销的力量助推五常全面振兴。

据介绍,在今年上海举办的中国品牌价值评价信息发布会上,五常大米以品牌价值670.7亿元,位列全国大米类第1位。五常大米不仅是五常的金字招牌,更已成为黑龙江省农产品品牌的代表。(迟亦达)

全国茶叶品牌标准化发展研讨会在京召开

12月16日,全国茶叶品牌标准化发展研讨会在中国农业科学院召开。同时,全国农产品加工产业发展联盟茶产业专业委员会(以下简称农加工联盟茶委会)在会上成立,相关领导为农加工联盟茶委会成立揭牌。

大会以“培育茶企品牌,助力乡村振兴”为主题,以共建茶产业标准化发展体系为导向,共同为“三农”献策,为“乡村振兴”发力。会上,相关领导为茶委会发起机构和茶委会专家委员会委员颁发了证书,同时,茶委会与相关部门、科研院所、制茶企业电商平台签订了战略合作,为茶产业的推动和发展做出基础保障。

本次大会是农加工联盟在茶产业领域进行的首次系统规划与工作部署。通过农加工联盟茶委会的带动和整合规划,专家学者、科研院所、茶界名流、茶企茶商及社会各界的广泛参与,对中国古老制茶工艺挖掘整理,加大中国茶文化的交流与传播,必将对茶产业的提档升级,对中国茶品牌的群体崛起,对中国茶叶走向国门走向世界产生深度影响和具有深远意义。(陈跃龙)

运动品牌如何应对快时尚的市场争夺?

◎运动品牌将加快产品更新速度和供应链 ◎品牌形象和技术壁垒成阻力

《《《 P2

40年潮起:中国品牌在时代洪流中的发展与沉浮

■ 欣华

改革开放40年,中国品牌在时代洪流中崛起。无论是已经“80岁高龄”的新华书店,还是被誉为“红色国酒”的长城葡萄酒,抑或是素有“共和国长子”之称的鞍钢集团……无数企业在改革开放的进程中成长壮大,走向世界舞台的中央。

当之无愧的文化传播使者

改革开放初期,人们对知识的渴求极为强烈,高考的恢复又给这种需求添了一把火。在整个上世纪80年代,随着书店图书品种的迅速丰富,人们能够阅读到不同种类的书籍。到了90年代,不仅流通渠道发生了重大变化,图书供应的品种和方式也都发生了翻天覆地的变化,图书市场也极大地繁荣起来。

新华书店作为文化传播的一个重要平台和一个重要的使者,丰富了人们的精神文化生活。新华书店总经理茅院生说:“改革开放40年,新华书店在人们心目中已从一个读书和卖书的地方,变成了一个全民阅读中心、文化交流中心、文化传媒的展示中心及学习教育中心。”

当“中国酒”走向世界

中国葡萄酒真正意义上的主动与世界接轨,是从改革开放开始,因为它代表着中国与国际社会在生活方式和文化交流上的某种融合。其中最具有代表性的,就是中粮长城葡萄酒企业40年来的发展与嬗变。

长城葡萄酒的发展,既是中国葡萄酒发展的一个缩影,也是改革开放一个小小的缩影。它依托中国五大产区,每个产区都挖掘出自己的核心产区品牌,从而打造出长城的五大战略品牌:长城三干,长城五星,长城华夏大酒窖,长城天贽酒庄,长城海岸。中粮长城酒业有限公司总经理李士伟说:“如今的长城葡萄酒作为国家品牌,在国际舞台上发挥着越来越大的作用,这是改革开放政策带来的成果。”

跟随改革开放的步伐,有着百年历史的白酒产业在这40年中也有了突飞猛进的发展。宜宾五粮液集团在通过数次成功跨越和战略转型后,坚持质量规模效益及多元化发展道路,成为名副其实的“中国酒业大王”。宜宾五粮液集团副总经理唐伯超说:“我们将在改革开放的道路上继续前行,用实际行动创造中国白酒这块金字招牌,用世界语言讲好中国白酒故事,让民族品牌之光闪耀世界舞台。”

创新提升品牌价值

历经改革开放40年,中国制造早已摘掉了“落后”的帽子,完成了集体向“中国智造”和“中国质造”的转型蜕变。作为中国家电领



域的翘楚品牌,TCL顺应改革开放大势,紧跟时代潮流,通过产品和技术创新来提升品牌价值,走国际化创新之路,已然成为世界舞台上代表中国形象的一张名片。

如今,TCL的整体收入已经连续三年超过千亿元人民币,且近一半的营收来自于海外,成为改革开放40年来值得借鉴的成功发展范本之一。对此,TCL集团常务、品牌管理中心总经理张晓光感慨万千:“新时代下,中国品牌要基于中国本土化向全球化发展。未来,相信中国品牌将大有可为。”

回溯到上世纪90年代,以IT起家的浪潮集团推出了第一台国产服务器,代表了中国服务器产业从无到有,从小到大的过程。2007年,国家高性能服务器和存储技术国家重点实验室在浪潮落户。此后,浪潮凭借自主研发出的国家高端服务器,填补了国家在高端服务器重大装备的空白。

浪潮集团执行总裁、浪潮云董事长兼CEO袁直生说:“如今,浪潮的服务器产量在中国市场位列第一,这得益于改革开放以来,国家在自主创新方面给予的政策引导和支持。未来,浪潮将继续跟随时代的步伐与时俱进,砥砺前行。”

不忘初心,终创辉煌

改革开放至今,中国旅游已走过辉煌40年。秉承独特的创新精神,以文化为灵魂、旅游为载体,华侨城伴随着中国旅游业的发展一路成长。

从以锦绣中华、世界之窗为代表的微缩景观型主题公园,到互动体验型欢乐谷连锁主题公园,再到全域旅游、特色小镇及美丽乡村的建设发展,华侨城从1985年成立至今,推出了一代又一代优质产品,承载了无数国人的欢乐。

面对华侨城在改革开放40年中所走过

的品牌发展之路。华侨城集团有限公司董事兼总经理姚军在“改革开放40年中国品牌盛典”上用一句“不忘初心,方得始终”做了总结。他表示,华侨城将始终致力于满足人民群众生活品质和不断生活的不断提高。

得益于改革开放历史环境的企业还有共和国的工业长子鞍钢。1981年,在改革开放的政策背景下,鞍钢产品开始走向国门。进入新世纪,鞍钢积极实施国际化经营战略,一大批具有国际竞争力的高附加值产品,成功走向国际市场。从产品到技术,从制造到服务,鞍钢紧跟钢铁技术发展趋势,创新驱动发展战略全面发力,企业自主创新能力明显提升,核心竞争力显著增强。

2017年,鞍钢集团“三新”科技创效达30亿元以上。为此,鞍钢集团有限公司党委书记、董事长姚林说:“在党中央的正确领导下,鞍钢人沿着改革开放、自主创新的思路走出了高起点、少投入、快产出、高效益的独特发展之路,造就了一个世界级的钢铁企业。”

向时代交出亮眼的成绩单

全球最大的中成药生产基地、全国最大的口服抗生素生产基地,连续七年蝉联“中国制药工业百强榜”第一,去年成功进入“千亿俱乐部”……广州医药集团近年一直以双位数的速度在增长,交出了一份亮眼的改革开放成绩单。

创新是引领发展的第一动力。广州医药集团的发展,离不开一路以来的“非典型创新”。从“两口大锅”起家的白云山制药厂,当时即在业界创下多项“第一”:第一个主动走出去自建销售网络,在全国建立了800多个经销点;第一个在国内首创产品“五包”……

广药集团党委委员、副总经理倪依东说:“四十年来,广药人用敢拼、敢想、敢闯的精神,实现了从年销售从几千万到现在一千多

亿的规模,成为整个医药行业的领头者。未来,我们将在保证品质的前提下,将文化传承和品牌创新结合起来,走向国门,走向世界。”

改革开放之初,温北英先生响应号召,联合周边的亲朋好友共7户人家凑集了8000元,一起创立了一个小乡镇企业,即今天温氏集团的前身。伴随着改革开放的发展,30多年以来,温氏集团始终扎根农村,与广大农民朋友连接在一起,参与并见证了中国特色农业的发展。

温氏集团采用“公司+家庭农场(农户)”的模式,为合作农户提供鸡猪种苗、饲料、药物、技术服务以及销售服务,保证农民朋友的收益。近10年来,温氏集团累计直接发放合作农户养殖收益超过400亿元。为此,温氏食品集团股份有限公司董事长温志芬信心满满地发出号召:“欢迎农民朋友回家跟我们共同创业,共同经营养殖事业,一起过上美满的生活。”

走出国门,在创新中谋发展

1979年春天,国务院决定恢复成立中国农业银行。历经改革开放40年,中国农业银行高速发展,建立了覆盖全国的高质量分支机构、庞大的电子化网络和多元化的金融产品,经营效益明显提升,资产质量显著改善,跨进了世界500强前40位。中国农业银行企业文化部品牌管理处副处长张翀说:“作为改革开放后成立的第一家银行,我们会沿着集团目标继续奋进。”

除了金融领域,回望本土汽车在改革开放40年中的发展,当年“懵懵”的中国汽车从不断地学习创新,到如今中国已成为世界汽车制造大国。作为“国家队成员”的长安汽车,在改革开放40年中创造了无数辉煌的历史。2016年,长安旗下全系(包括合资)销量达到了305.8万辆,其中自主车型贡献了超过100万辆的销量,并超越日产、现代等强势合资品牌,位列2016年品牌销量排行榜的第五位。此外,长安汽车更是自主首个年销量破百万的品牌。

近年来,长安汽车凭借国际化视野,在全球五大城市建立了五大海外研发中心,并将每年全球总收入的5%投入到产品研发中,打造更贴合用户的产品。有了海外研发中心的助力,其在外观造型、内饰设计以及底盘调校方面均取得了长足的进步,在国内汽车市场也取得了不错的销量及口碑。正如长安汽车品牌公关部副部长陈韵韵所说:“只有坚持自主创新,企业才有未来,才能够长久地发展。”

40年来,这些企业伴随着国家改革开放时代潮流成长,他们敢为天下先,与祖国的发展共同进步,用创新和努力引领了波澜壮阔的四十年,彰显了大国品牌的责任与担当。向改革开放40年致敬,为中国企业和中国品牌点赞!

“世界品牌500强”新榜:中国38个品牌入选

在最新出炉的“世界品牌500强”中,亚马逊、谷歌、苹果排名前三,中国有38个品牌入选。世界品牌实验室(World Brand Lab)编制的2018年度(第十五届)“世界品牌500强”12月18日在美国纽约揭晓。

得益于人工智能和大数据技术,去年的季军亚马逊(Amazon)登上今年的榜首,其第三季度营业利润创10年新高;谷歌(Google)因在无人驾驶领域成绩突出,位列第二;苹果

(Apple)退居第三。

此次共有28个国家的品牌入选“世界品牌500强”。从品牌数量的国家分布看,美国占据223席,继续保持世界品牌第一强国位置;法国和英国分别有43个和42个品牌上榜,分列二三位;日本、中国、德国、瑞士和意大利是品牌大国的第二阵营,分别有39个、38个、26个、21个和15个品牌入选。

今年的榜单覆盖了57个行业。其中,汽

车与零件行业共有36个品牌上榜,排名继续保持第一;传媒行业今年上榜了35个品牌,位居第二;食品与饮料行业继续下滑,以33个品牌退居第三;互联网行业继续保持上涨的势头,以25个品牌超过能源行业(23个)排名第四。零售(22个)以及计算机与通讯(20个)行业均有小幅上涨。中国航天科工(CASIC)、恒力集团(Hengli)、台积电(TSMC)等中国企业今年新晋上榜。

2018年度“世界品牌500强”平均“年龄”达到100.14岁,相比去年的100.19岁略有下降。百岁及以上的“百年老牌”有213个,美国以92个占比达到四成。法国的老牌公司圣戈班SaintGobain(353岁)是企业界拥有最长时间的品牌。中国入选的38个品牌中,茅台、青岛啤酒、五粮液、中国银行的牌历史超越百龄。依行业来看,食品与饮料类品牌最古老,100岁以上的入选品牌占到了27个。(黎雨桐)

纯正美国味
来自 Smithfield.
进口 Smithfield 猪肉原料

美式培根 美式火腿 美式香肠

1985 棒棒鸡传奇
川味熟食经典
热线电话:400-6867-887

合作商家:盒马,中粮COFCO,全家FamilyMart,罗森,7-11,Bravo