

企业家日报 中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 周刊 双汇集团协办

今日 4 版 第 061 期 总第 9395 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

2019 年 3 月 10 日 星期日 己亥年 二月初四

品牌资讯 | Brand Information

京沪线推出 全国首趟工业制造 集群品牌高铁专列

杨洋

3月6日清晨,在众多媒体记者的见证下,首列“安吉椅业号”高铁专列缓缓驶出上海虹桥高铁站,继而飞驰在繁忙的京沪线上。这是全国首例以工业制造集群品牌推广为目标的高铁宣传,开启了安吉椅业搭乘高铁进入千家万户的全新征程,这也是浙江省安吉县创新思路为实体经济发展提供公共服务的又一新的尝试。

据了解,此次以安吉椅业产业公共品牌冠名的高铁专列,由安吉县政府组织、联动当地永艺、恒林、大康、博泰、大东方等9家椅业龙头企业共同参与。值得一提的是,冠名费用大部分来源于安吉县政府创设的椅业产业发展专项资金。

安吉是“中国椅业之乡”,全国最大的办公椅生产基地,全国每三把椅子中就有一把安吉制造,每两把出口椅子中就有一把来自安吉,已经形成全球最大的专业产业集群。截至2018年,安吉椅业拥有176家规上企业,亿元以上企业55家,其中在上海证券交易所主板上市企业3家。2018年,安吉椅业销售收入达到394亿元,规上企业销售收入220.3亿元,同比增长13.8%,占全县规上企业销售收入总额的39.0%,利税贡献值在全县主要行业中排名第一;并且从占用土地平均税收(亩均税收)来看,安吉椅业产业以亩均25万元的水平位列全县第一。

安吉是典型的出口大县,2018年全县自营出口占浙江省自营出口比例达到千分之一,其中椅业出口又占到安吉全县自营出口的70%以上。安吉县政府在推动椅业产业扩大外贸出口特别是拓展“一带一路”沿线国家和地区市场的同时,积极推动企业紧盯巨大的国内消费市场,全力帮助企业树品牌、建渠道、拓市场,把企业内销转型作为产业发展的目标。据县经信局局长高安兵介绍,本次以政府买单的形式开出高铁专列,用意在于通过政府拿出真金白银的实际举措,推动企业加快进军国内市场的步伐。

近年来,安吉一直在致力于推广椅业公共品牌,致力于提升产业集群的整体影响力和竞争力。“相比于以往仅在短暂的展会期间,面向专业采购商,营销安吉椅业公共品牌,此次开出京沪高铁专列,是把安吉椅业的公共品牌面向一线消费者、一线用户进行推广,直指消费终端。”高安兵表示,作为安吉县政府抓好“六稳”和“三服务”工作,实现政府服务转型的新探索,这也是一项长期的品牌合作战略。

据悉,“安吉椅业号”冠名时间为1年,除营销安吉椅业公共品牌外,9家参与企业均可在车厢内植入企业元素,通过品牌标识扩大企业品牌影响力,通过二维码扫描连接企业网上销售平台。按照双方合作协议,在1年合作期内,它将成为安吉椅业形象宣传的“移动长城”。

“京沪线是全国客流最繁忙的高铁线路之一,两端连接环渤海和长江三角洲两个经济区,全线纵贯北京、天津、上海三大直辖市和河北、山东、安徽、江苏四省,这也是安吉椅业拓展国内市场的主要目标地区。”高安兵表示,在此次冠名之后,安吉还将利用椅业产业发展专项资金,择机在北上广以及杭州武林广场等人流、商流密集的重点城市、重点区域开展相关的品牌宣传,助力安吉椅业走进千家万户。

中国建设品牌强国还须闯过“三道关”

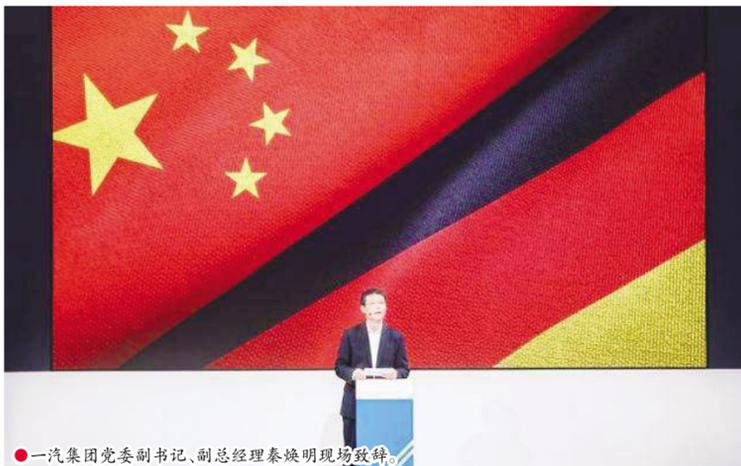
◎中国品牌闪亮国际市场 ◎以创新提升品质,以品质擦亮品牌 ◎品牌强国须闯过“三道关”

《《《 P2

从国民车到独立品牌 横空出世的“捷达”即将开启全新征程



来自大众集团、一汽-大众的高层悉数到场参加启动仪式,足以见得双方对新品牌的重视。



一汽集团党委副书记、副总经理秦焕明现场致辞。

易品

过去,捷达是一款消费者耳熟能详的车型。如今,捷达成为了大众品牌旗下的一个全新子品牌。

日前,大众品牌旗下首个子品牌——捷达品牌,在大众总部德国沃尔夫斯堡亮相。从车型到品牌,“捷达”两个字被赋予了新的期望。

“新品牌作为一汽-大众的第三品牌,既是股东双方开启更深层次合作的一次探索,进一步满足中国用户乃至全世界用户的需求,更代表着双方进一步合作的愿望与决心,将成为一汽-大众创造全新价值的起点!”一汽集团党委副书记、副总经理秦焕明先生表示。

众所周知,中国汽车市场在全世界有着重要的地位,而对于大众品牌来说中国也是最大的单一市场,占据全球销售额50%,并且大众集团在中国市场也拥有着将近18.5%的市场份额,此次捷达品牌的推出也正是大众为了给更多的消费者,带来全新细分市场带来德系血统的高品质驾乘体验。

捷达品牌发布意义

保持了28年增长的中国汽车市在2018年驶入负增长轨道,资深媒体人颜光明对此表示:“中国的汽车市场开始趋于饱和。”

在这样的大环境下,车市已经由“增量竞争”转化为“存量竞争”。如何提高市场和用户

服务能力,是诸多车企将面临的“必考题”。捷达品牌则是大众品牌提高市场和用户服务能力的第一武器,目标人群为年轻消费者,市场前景十分广阔。

大众可以称得上是最懂中国消费者和中国市场的车企,自大众品牌进入中国以来,中国汽车市场发生的变化一直被大众看在眼里。大众品牌认为,中国在数字化、电动化等方面引领世界,大众要在未来的中国市场上继续领先,必须作出改变。而捷达品牌的推出就是大众汽车更加贴近中国市场,贴近中国年轻消费群体的表现。

此外,捷达品牌的导入,将为一汽-大众构建奥迪、大众、捷达三大品牌阵列,对一汽-大众来说意义重大。刘亦功表示,一汽-大众在中国深耕28年,将从生产制造、市场营销及服务等方面推动新品牌的快速发展。他认为,捷达品牌的导入对于一汽-大众今后的发展、提高市场和用户服务能力,也都有着重大意义。

除了对大众集团和一汽-大众有重大意义,捷达品牌的到来对中国消费者来说也是一项“福音”,捷达品牌将进一步完善一汽-大众的产品矩阵,这意味着会有更多的消费者能够享受到大众纯正的高品质驾控。

捷达品牌的生产制造全面应用大众集团全球共享的平台、造车技术和工艺,采用大众全球一致的制造体系与质保体系,保证每一台捷达车的“德国味”。未来,捷达品牌旗下产品将由一汽-大众汽车有限公司成都分公司

负责生产,其生产制造体系员工总数逾8000人,厂区总面积达176公顷,专为捷达品牌打造的新焊装车间已建成投产,系列先进工艺的持续导入,将从根本上确保捷达品牌旗下产品的高品质。

去年11月,一汽-大众成都分公司新焊装车间刚刚落成,该车间在一汽-大众体系内率先应用KUKA电伺服焊钳、全新的电气标准VASS等多项全球领先技术,整体焊装自动化程度超过80%,与国际先进水平同步,也进一步保证了捷达品牌德系品质的持续产出。

教科书式的创新营销

从捷达品牌中,我们看到了其纯正的德国血统和符合消费者需求的产品力。但除了产品优势之外,捷达品牌也需要一个出色的营销方式来迅速打开市场大门,因为现在的汽车市场并不是“酒香不怕巷子深”的时代。

如今的汽车市场,年轻化已经成了主流消费需求。对此,捷达品牌在发布之初就确定了其年轻化的定位。所以捷达品牌在营销体系、用户体验方面都围绕着年轻化来定制。而在营销体系方面,捷达品牌的营销核心为创新,用以突出捷达品牌的气质和内涵。基于创新这一理念,一汽-大众为捷达品牌建立了一支独立的营销团队,团队规模将超过200人,并打造了一套创新的营销模式。

捷达品牌将以销售体验店为主,2S店、4S店为辅,并结合移动网络的模式,在进一步提升网络布局速度与密度的同时努力为消费者

提供多元、便捷且舒适的终端体验,使其更加贴近客户,乃至触手可及。未来,我们的销售网络将充分体现品牌个性。以体验店为例,“探索之旅”的设计理念将融合高亮色彩,彰显年轻活力,带领消费者完成“认知、探索、购买”的用户旅程。”

基于“用户为先”的理念,捷达品牌创新性地将互联网思维贯穿消费者购车全生命周期,让未来的用户在任何时间、任何地方都可以轻松看车、买车。完整的数字化用户体验,将全面、延展服务时间、地点与方式,为用户提供个性化、定制化的服务。借助APP构建的深度试驾体系,将为消费者带来“扫码试驾”全新体验,满足深度试驾、自由体验的需求。

在这个讲求快节奏的生活方式中,捷达品牌实现了从线上到线下,从虚拟到现实,为消费者提供了多种形式,更轻松且更方便的服务。

结语:

对于丰田、通用、大众这种巨头车企来说,他们走出的每一步必定都是经过深思熟虑且成竹在胸的。捷达品牌的推出就体现了这一点,他的到来对大众集团、一汽-大众和中国消费者三个维度来说,都有着重大的意义。

在这个全新的品牌上,我们不仅看到了它传承的大众精髓,更看到了大众跟随时代做出的改变。新生的捷达品牌蓄势待发,未来还将给我们带来怎样的惊喜,我们不得而知,但现在看,有足够的理由期待。

安宝乐鞋业入围第四届“中国品牌美国行”活动

本报记者 许强

2019年2月26日上午,第四届“中国品牌美国行”活动入围仪式在北京隆重举行,温州安宝乐鞋业科技有限公司成功入围。

据悉,“中国品牌美国行”是由中国品牌领袖联盟与中国品牌创新发展工程联合主办的国际化品牌推广与交流互动,至今已成功举办三届。在第三届“中国品牌美国行”走进联合国的论坛现场,中国品牌领袖联盟宣布——美国纽约办事处正式成立。未来,中国



中国品牌创新发展工程代表与郑国超(右)合影

品牌领袖联盟将在世界各地成立办事机构,帮助中国品牌走出国门,面向世界挑战。

作为一家以高性能润滑材料技术研发及转化为主的创新型科技企业,安宝乐鞋业科技在高性能润滑材料技术领域,依靠特有的技术创新,凭借持续的研发投入,在专用润滑材料研发和生产的工艺、技术等方面取得重要突破,被业内称为“一匹黑马”。安宝乐鞋业科技立于市场,表现不凡,被资本市场和消费市场广泛关注,得到了“中国品牌美国行”组委会的垂青。第四届“中国品牌美国行”暨“中国品牌

走进联合国”将在2019年5月初启程,安宝乐鞋业科技创始人郑国超即将作为中国优秀企业家,走向世界,走进联合国,与国际投融资企业家对话、交流、学习。同时,安宝乐品牌形象将在美国纽约时代广场纳斯达克证券交易所塔楼的大屏幕上连续滚动播放,以展示中国鞋业科技的文明成果和形象。

郑国超表示:“安宝乐鞋业科技将以‘中国品牌美国行’为契机,积极探索中国品牌走向国际化发展之路,努力使安宝乐品牌走向国门,走向世界。”

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三鲜卤,更入味

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com

养生热线:400-100-2912

好鞋伊百路 健步人生路

养生热线:400-100-2912

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、LAWSON、罗森、7-Eleven、Bravo