

新国货时代,你赶上潮流了吗?——解码“国潮”中的新制造

■ 新华社记者 张辛欣

从大白兔奶糖唇膏、回力球鞋到故宫日历、改良旗袍……近年来,以新制造为代表的新国货频频刷屏,一股浓浓的“国潮”风在当下流行开来。

究竟什么是“国潮”?看似平常的国货是如何引爆潮流的?记者对此进行调查。

有一种潮流叫“新国货”

无纸化生活早已盛行的今天,一支签字笔也能引领时尚?当文具遇上国粹,产生的“化学反应”正颠覆很多人的想象。

此前,晨光文具与京剧“联姻”,将生旦净末丑的扮相绘于文具之上,瞬间火爆市场。而因文创的融入,晨光把看似几块钱的小买卖做成了年营收 80 余亿元的大生意。

一支笔的蜕变,折射了国货的“复兴”。

回力小白鞋“踏上”国际时装周、非遗刺绣的卫衣“变身”街头流行……融入文化内涵、接轨世界潮流的新国货给人以新感觉。买国货、用国货、晒国货,在很多年轻人的生活中流行。去年“双 11”当天,天猫平台上 237 个成交额破亿元品牌中,国货品牌占比过半。

“让年轻人喜欢是国货转变最明显特征,也是‘国潮’兴起的關鍵。”中国服装设计师协会主席张庆辉说,以 90 后为主体的“国潮青年”正成为新国货的消费主力。

国货不仅“潮”在产品,更“潮”在走进生活的方式。体验式消费、网红“带货”、短视频传播等都加速国货走进年轻人的视野。

抖音数据显示,截至今年 4 月,国货品牌内容量增长 807%,传播量同比增长 188%,其中,小米、王老吉等诸多国货品牌与抖音联合推出“快闪店”“挑战赛”等形式,拉近了与用户距离。

“国潮”的背后是供给的创新。一系列为满足年轻人对品质、文化、个性等需求的创新,正推动国货不断焕发新的神采。

有一种创新叫“新制造”

把国货变“潮”的,是全新的制造。当前,我国已进入了大力发展具有自主知识产权优质品牌的新阶段。曾是“世界工厂”的中国制造,逐渐引领起世界风尚。

“新制造”首先新在创意。

月光白的底色配上一朵朵京绣的月季花,传统的图案重新设计提升,呈现在西式手包、名片夹、化妆镜等载体上,便成了“母亲节”的爆款。

“用年轻化的语言对非遗进行解码,就会让人耳目一新。”制作方融今文化创始人殷丽莉说,当前,立足于传统文化,融入了现代生活美学价值的产品愈发走俏。

创造,是注入了新理念、新文化与新思想的制造。今天,日益丰富的物质文化需求和消费能力叠加。在商品之上,人们期待更多彰显文化底蕴、生活理念、美学价值的产业表达。通过融合创造,向消费者传递“美”的认知、生活的体悟是当下很多品牌的转型之道。

“新制造”也新在科技。

外观像咖啡机,打开却是电饭煲。不久前,小家电品牌九阳在伦敦发布的蒸汽电饭煲颠覆传统的内胆导热,纯蒸汽加热不仅无涂层,更最大限度还原食材本身的味道,实现蒸饭、做菜“一键操作”。

不用动手的无人豆浆机、智能配菜的炒菜机器人、可远程调控的智能冰箱……人们日常生活的各种产品,几乎都在进行着智能革命。

荥阳市质量工程监督站组织 CL 保温体系暨质量现场观摩会

为进一步推动建设工程质量创优活动,全面提升工程质量标准化水平,以示范引领、观摩交流、创建精品工程为目标。在河南省荥阳市建设工程质量监督站党支部书记张喜凤、总工程师陈娟带领下,于 2019 年 5 月 24 日上午在荥阳市乔楼安置区施工现场,进行了荥阳乔楼安置区结构保温一体化观摩,观摩会到场 200 余人,分发宣传页 200 余册。

在会上,荥阳市建设工程质量监督站党支部书记张喜凤指出:中建八局在新技术、新工艺、新材料、新设备等方面的应用一直是行业的佼佼者。今天组织观摩会就是给大家提供一个交流学习的平台,她其希望通过本次的观摩,将八局的先进的施工工艺推广到整个荥阳市,提升工程质量。

中建八局第二建设有限公司项目管理人员介绍了项目部在规范化管理、标准化施工创建过程中的先进经验和做法,参会人员实地参观施工现场、样板工序展示区,通过观摩,在全市施工企业之间营造了“比、学、赶、超”的浓厚氛围。

参加观摩的人员表示,感谢荥阳市建设工程质量监督站,为荥阳市在建项目提供了良好的学习机会和交流平台,开阔了眼界,为进一步深化工程常见质量问题防治、推进质量标准化、工程创优积累了宝贵经验。(张延杰)



“软件正在定义生活。”工信部信息中心副主任李德文说,当前,不少带有“黑科技”的“新制造”为年轻人追捧。信息技术广泛应用到传统制造当中,不断开拓市场空间。被科技、文化等赋能的“新制造”,也不断释放潜力和吸引力。这是制造业高质量发展的生动体现。

有一种趋势叫新融合

国货不再只是单一的产品,制造将不局限于造物本身。融合,成为“国潮”发展的重要趋势。

今天,也许我们应该重新定义国货。打破原有的产品界线,国货在跨界中“玩”出新意。

老干妈辣酱“印上”卫衣、泸州老窖推出香水……引爆市场的国货中,不少是从跨界中“求新”。

围绕主业不断延伸,国货把路走宽、把品牌打响。比如,在服装领域,不少品牌开起了书店、咖啡屋、艺术馆,把视角扩展到生活,让消费者找到衣服之外的更多认同感。

今天,也许我们应该重新定义制造。打破传统的模式,制造本身也在与消费、服务加速融合。

服装品牌爱慕在工厂开设工坊,以体验非遗刺绣为主的工业旅游逐渐兴起;以陶溪川为抓手打造创客空间,景德镇将自身变为一个文化“IP”……把工厂“搬进”市场,生产制造也成为时下流行的“消费品”。

近日,阿里巴巴发布新国货计划,协助全国 1000 个产业集群全面数字化升级,全面扶持创意特色商家、老字号品牌。苏宁则推出“拼品牌”计划,将用大数据、云制造等孵化万家中小品牌。越来越多的渠道方融入,共享共创加速“国潮”的推及。

似乎不经意间,国货早已不是原来的模样。

晨光文具开启了生活馆、大白兔奶糖做

豫坡集团原粮基地观摩暨酱意浓香型白酒风格研讨会成功举办

■ 本报记者 李代广

5 月 24 日,“豫酒振兴,驻酒在行动(西平) 豫坡集团原粮基地观摩暨酱意浓香型白酒风格研讨会”成功举办。

河南省豫酒转型发展专项工作领导小组专家组牵头人陈振杰,省食品工业办公室副主任、振兴豫酒产业发展组成员王高潮,驻马店市政府副秘书长刘贺伟,中共西平县委书记聂晓光,西平县政协主席赵海金、县委副书记蔡新亭等领导,河南省酒业协会副会长、总工程师赵书民等专家、博士,以及人民网、河南日报、今日头条、企业家日报、驻马店日报等 30 多家新闻媒体出席了此次活动。

西平县自古以来就是以产优质小麦为主,尤其是近年来,粮食产量大大提高,不断为经济发展做出贡献! 老王坡,历史悠久,气候独特,适合小麦的生长,豫坡集团的 20000 亩原粮生产基地,这在白酒企业中可以说是非常优越的条件,白酒酿造关键在于原粮的好坏,原粮好,酒才好。

河南省酒业协会副会长、总工程师、豫坡老基酒风格研究中心主任赵书民代表白酒专家组发表酱意浓香型白酒风格品评研讨意



见:“豫坡老基酱意浓香型白酒窖香浓郁,似有酱香,香味协调,舒适细腻,醇厚甘爽,尾净余长,具有酱意浓香的风格特征!”

豫坡集团董事长张建设就豫坡创新发展及“酱意浓香”型白酒风格定位,介绍了相关情况。

1980 年时任厂长刘武昌,带队到茅台酒厂学习酿酒技术回来后,把茅台酒的酿造工艺运用到豫坡酒的生产过程中去,并研发生

越受到全球瞩目,另一方面,以 90 后为代表的新一代消费群体崛起,更加追逐有个性化、充满文化自信的表达,融入了传统、现代、多元文化内核的新国货,开拓出新空间。

新国货将推动哪些新变革?

国货之变,也是经济、社会之变。注入了全新内涵的国货,正推动制造、消费、服务等诸多领域变革。

从大订单到小生产的“新逻辑”。快,是很多国货品牌最明显的感触。款式更新快、供需对接快、生产周期快。这样的感受也从终端品牌逐步向产业链上游传递。

南山精纺公司是一家羊毛面料生产商。与过去大批量面料生产不同,如今的南山精纺不仅引入生态圈,和更多的下游厂商共同开发设计,并且利用大数据等技术进行流行趋势预测,指导生产。“节奏快了,小批量订单多了,企业生产模式更智能,灵活度更高。”公司副总经理梁文辉说,需求倒逼下,企业“越做越透,越做越广”。

从消费“网”到产业“网”的新探索。苏宁将大数据对消费需求的预测传递给生产商,以定制化的方式提供商品和服务;网易严选和制造工厂合作开发“新国货”,美团点评开放平台服务更多原创设计品牌……引入新理念、新模式,制造、消费甚至服务的边界越发淡化。

国货的兴起,也在一定程度上加深了年轻一代的文化认知、文化自信。抖音数据显示,截至 2019 年 5 月初,抖音平台上传统文化相关短视频超 6500 万条,传统文化成为抖音上的主流话题之一。

“‘国潮’是科技、制造对人文思想的展示,也是时下年轻人对内容和价值的呼唤。大量年轻人主动自愿地将时间和注意力投向传统文化。”武汉大学党委宣传部副部长李霄鹏说。

用国货“品格”酿造“国潮”风格

国货中有情怀、有文化、有坚守、有创新。无论受众群体、市场需求、流行趋势等如何变幻,提及国货,人们总有说不完的话题,数不清的期待。

今天,国货早已超越造物本身,成为生活方式、社会文化的缩影。同样,对製造品质毫不松懈地追求、对文化传播坚持不懈地创新、对弘扬工匠精神持之以恒地推进,市场中热爱且追逐国货的“风潮”必将持续下去。

把好质量。国货之所以成为“国潮”,依靠的是消费者的认同和市场的信心,核心是质量。“不论用商业、科技、创意等如何‘加持’,质量不能做‘减法’。”杜岩冰说,品质是国货底线,更是消费升级的根本要求。

做好文化。国货在本土消费者心中的认知度提高,“走出去”的步伐加快。讲好中国故事,传播多元文化,国货的发展将拥有更强劲的动力。

守住精神。新国货要站得稳、叫得响,精神内核不可或缺。“不仅要有追赶时尚、迅速应变的热情,更要将品牌意识、工匠精神、民族品格融入国货生产与创新,不断提升内在价值,打造持久的中国品牌。”中国服装设计师协会主席张庆辉说。

“只要是中国创造、创新的产品就是新国货。只要是打动消费者的供给,就是新制造。”张庆辉说,未来,产品、产业边界都将改变,不变的是所有创新都将更加聚焦市场、聚焦不断升级的需求。

产高温曲和内像外不像高温强化曲,形成了豫坡老基酒浓头酱尾、酱意浓香的独特风格。张建设说,老王坡的生态之美,水源、土壤、空气的环境之美,无公害、无农残的原粮之美,泥池老窖、双轮发酵的工艺之美,内涵丰富、独具特色的文化之美,成就了豫坡老基酒的产品之美,酱意浓香的独特风格将引领豫坡抓机遇、创品牌、抢市场、增效益,走向辉煌的未来。

成本趋同大环境下 产业转移须寻求异质性

■ 盘和林

日前,联办财经研究院专家、国家税务总局原副局长许善达发表演讲。他分析称,成本上涨导致我国低端产业出现迁移。而由于国内物流成本过高,这些低端产业无法在国内进行转移,而纷纷出走东南亚。

一个国家范围内,工资等成本有趋同性的特征。各个地区都需要遵循国家的税收政策与最低工资要求,所以这使得国家内部、各地区之间的工资水平和生产成本协同上升;同时,近年来地区之间的土地成本上涨幅度也比较相似;更重要的是,因为如今人口户籍政策的改革,地区间的人力等资源流动变得顺畅,所以地区间的工资等成本差异将会随着劳动力和企业的转移逐渐缩小,最终呈现出一个国家内部各项成本趋同的特征。因此,我国整体产业结构出现了低端产业外迁的情况也是情理之中。

各个地区所表现出的工资上涨、土地成本上涨、物流成本上升的成本趋同性特征,让劳动密集型产业的利润空间受到挤压,而又无法通过国家内部的企业迁移来解决问题。所以,他们只能选择劳动力、土地等成本更低的越南等国家,通过压缩成本的方式获取利润。

从一方面来说,产业链上移,以劳动密集型产业为主的发展模式向资本密集型、技术密集型产业模式转变,说明我国供给侧改革所带来的产业链优化效果显著。随着国家各项产业政策的出台,互联网、绿色经济等新兴产业得到了国家大力的扶持,所以各个地区争先恐后地发展本地的第三产业,第一、二产业占比逐渐降低,整体产业结构逐步优化,这是供给侧结构性改革的成就之一。

然而,在成本趋同的大环境下,各个地区的产业发展也应该趋同吗?笔者的答案是否定的。各地产业在转移中升级过程中,受成本趋同限制和政策鼓励,呈现产业趋同的结果有很多弊端。

这就好似当前各地区劳动密集型产业外迁一样,在上世纪,这些低端制造业也是各地区纷纷追捧的对象,而如今却又同时被舍弃。产业趋同将会带来生产力的浪费和产品的过度竞争。大量企业生产同质化的产品造成了严重的供给过剩,而缺少技术性的差异使得各家企业只能在这个“围城”内打价格战,最终两败俱伤,造成严重的资源浪费。

我们以劳动密集型产业为例,低端产业在国内并不是没有生存空间。像部分位置偏远,知识水平较低的地区,劳动力成本较低,地租也并不昂贵,部分劳动密集型企业完全可以迁移至该处,而受物流成本的影响,他们也可以开发当地需求,这样不仅可以给自身赢得生存空间,还可以提升当地需求,促进经济发展,规避热点地区的竞争。

其次,有些经济不发达地区,消费水平较低,网络普及程度也不够,这些地区就不适合发展“互联网+”经济,而往往这些地区的自然风貌保护较好,开发程度较低,反而适合生态旅游等新兴服务业的进驻。

广告

浙江丰利超微粉碎设备进军俄罗斯

日前,国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司生产的一套 QWJ 气流式涡旋微粉机,经专程前来自公司的俄罗斯客商现场试机、验收合格,发往俄罗斯。这是丰利公司继 CWM-80 型超级涡流磨销往俄罗斯的又一种超微粉碎设备受到俄罗斯客商的青睐,设备将用于蔬菜、干果、可可壳等食品的超微粉碎深加工。

长期以来,我国绝大多数企业沿用球磨机、雷蒙机、冲击磨等六十年代的机型,能耗高,生产率低。国外先进粉碎设备,投资大。因此开发新型高效微粉生产设备,势在必行。

新开发的超级涡流磨粉碎机,结构原理先进,适用于无机物、有机物的通用粉碎,拥有世界上最先进的机理——超声波粉碎和喷射功能,能产生高频振动,连续工作,具有同时进行干燥和粉碎的双重功能。它不但粉碎率高,粉体粒度细,能耗小、噪声低,还能自动调节细度。广泛适用于化工、农药、染料、助剂、医药、食品、饲料、非金属矿、各类塑料、有色金属(镁、锌等)以及国防尖端技术等各个行业的不同领域,尤其对特殊物料和热敏性物料的粉碎,能加工一般微粉机难以粉碎的韧性、纤维性、热敏性和含水较高的潮湿物料,解决了常温下对各类塑料、橡胶、聚乙烯等有有机物料的超细粉碎。

咨询热线:0575-83105888、83100888、83185888、83183618
网址:www.zjfgli.net
地址:(312400)浙江省嵊州市剡湖街道罗东路 18 号
邮箱:fengli@zjfgli.cn
中文搜索:浙江丰利