

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 198 期 总第 9532 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 8 月 4 日 星期日 己亥年 七月初四

出口跨境品牌百强 凸显中国制造新势能

李子晨

近年来,中国卖家的品牌意识逐步增强,越来越关注产品的创新和国际品牌的打造。

近日发布的一份有关中国出口跨境品牌百强的报告显示,百强品牌地域分布广泛,来自全国 11 个省、直辖市的 32 个城市,涵盖华南、华东、华北、华中、西南地区,并呈现出东南沿海向北部和中部辐射、延伸的趋势。其中,东南沿海相对集中。以深圳、广州为核心的珠三角地区卖家品牌,凭借传统外贸优势和积累多年的外贸资源占据了百强榜超过半数名额;杭州、宁波、上海组成的长三角地区卖家依靠当地富有特色的产业带和对品牌建设的关注,占据了榜单 1/5 左右的席位。北京得益于雄厚的科技实力和人才资源,在华北地区表现突出。同时,以厦门为核心的福建及海西地区依托深厚的对外贸易传统展示出发展潜力。

其次,百强品牌行业分布多元,横跨数码电子、服饰鞋靴、家具家居、美容个护、户外运动、厨具园艺、宠物玩具、电脑办公等 21 大品类。其中表现突出的优势品类,一方面是在外贸领域扎根多年的消费电子品牌,在亚马逊以无线产品、电子数码、及电脑周边配件几大大品类为主,占榜单近三成。另一方面是具有传统优势的纺织、服装、家具、鞋靴等领域,这些品牌通过出口跨境电商,在国际站点积累了忠实的消费群体,在榜单中占四成比例。

再次,出海卖家的类型丰富。既有从品牌诞生之初便上线并跟随亚马逊一起成长起来的亚马逊原生品牌;也有像出门问问、ROMWE,注重产品性能、外观设计以及用户体验的互联网原生品牌;同时,也不乏像李宁、波司登等传统知名品牌,登录亚马逊北美欧洲等国际站点;此外,较早涉足跨境电商领域的制造商、贸易商也意识到品牌的重要性,开始向品牌商转型,包括绿联、丝棠、安致等。

其四,百强品牌体现越来越多的创新元素,包含技术以及设计创新。以技术创新为例,来自出门问问的 TieWatchPro 正是通过亚马逊的客户评价而研发出来的一款更符合用户预期的划时代产品。出门问问通过客户评价了解到消费者对电池续航的需求强烈,从而突破性地采用双层屏设计,这一创新设计让综合使用的续航时间更长,广受客户好评。在设计方面,中国品牌也在斩获越来越多的国际大奖。今年年初 UGREEN 绿联设计打造的移动电源和 Apple Watch 充电支架,荣获三项 iF 设计大奖。快时尚品牌 ROMWE 拥有强大的设计师团队,产品设计紧跟时尚潮流,吸引了大批欧美年轻粉丝。

百强品牌表现出全球化布局的趋势。数据显示,百强品牌中,布局 3 个及以上亚马逊国际站点的卖家占 80% 以上,布局 7 个及以上亚马逊国际站点的卖家占 50% 以上。同时,有近半数的卖家同时面向个人消费者以及机构和企业类买家开展业务。多元化的国际站点布局、消费与商用群体的覆盖,让跨境出海的品牌更好地抓住全球发展的机遇。

在助力中国品牌加速成长、全面开启品牌出海新时代的同时,跨境电商平台也在与政府加强合作,推动中国制造向全产业链高质量迈进。今年 4 月,杭州跨境电商园在浙江杭州市江干区钱塘智慧城综合创新中心正式投入使用,将在产业链布局、传统产业转型、跨境电商人才培养等方面给予地方更多助力。

对此,杭州市综试办副主任施黄凯表示:“近年来,跨境电商的发展极大推动了传统产业的发展和升级,我们期待越来越多的杭州企业能够迈出品牌出海步伐,以优质的产品成就‘中国制造’向‘中国智造’的转型。”

四川友联味业食品有限公司

028-87819550

地址:成都高新区安南工业园区南韵路268号 www.scylyw.com

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



市场升温隐患凸显 四川如何叫响本土民宿品牌

◎数量激增特色不鲜明 破局尚需差异化发展 ◎打造区域民宿集群 叫响本土民宿品牌
◎加强监管规范市场“6 字准则”保驾护航

拥抱品牌时代 大庆的底气究竟在哪里?



力神泵业凭借品牌的力量叫响海外。资料片



沃尔沃的品牌影响力对大庆经济的带动作用日益明显。资料片

王骁

随着经济全球化时代的到来,区域之间的竞争也愈演愈烈,而传统成本竞争缺少活力,使其市场竞争进入了品牌阶段,品牌之间的竞争对企业与区域的竞争力产生了最为直接的影响。与此同时,经济的不断发展更加展现了品牌的重要性,某个区域要想推动经济的健康快速发展,就需要树立品牌战略。

大庆近两年正在探究一条从“数量经济”到“质量经济”与“品牌经济”的发展新路。学习和借鉴国内外先进地区与著名品牌发展的成功经验,科学规划,精心组织,凝聚足够精力,开辟更多途径,集聚本区域经济文化特色和整合自身要素资源,倾力抓好各县区的品牌培育与品牌建设,致力于把品牌转化为大庆经济实现转型发展、全面全方位振兴的内生动力。

营造最优营商环境 就是大庆塑造的城市品牌

大庆的信用综合指数在全国 262 个地级城市中排名第 44 位,这是对吸引外部投资非常有利的“招牌”。

政府品牌是政府形象的综合反映,政府形象将会对其辖区内的经济社会发展产生巨大的影响。投资者确定在某个城市投资,说明对这个城市认可,对城市的整体环境认可。

“所以很多时候,政府品牌往往就等同于代表一个城市的品牌。”前远东大学执行校长、五防连锁商学院院长、燕园五方(北京)管

理咨询有限公司总经理于海发说。

大庆的营商环境越来越好,尤其以“只进一扇门”、“最多跑一次”为重点的“放管服”改革成效显著,审批、服务事项大幅压缩,一些事项实现了网上可办、就近能办、同城通办。企业投资项目承诺制在高新区、经开区落地实施,政府出资新组建的产业基金,有力地支持了重大项目建设。中小微企业发展的优惠政策得到落实,诚信体系建设不断加强。

去年春天,大庆响亮提出,用 3 年时间把大庆打造成东北地区营商环境最优城市之一。同年冬天,立足打造东北最优营商环境城市,对接民企现实需求、社会关注热点,从解决制约民企发展的服务、诚信、法治三大痛点入手,有针对性地提出《关于建设高效信用法治大庆支持民营经济高质量发展的若干意见》,即在微信朋友圈刷屏的“大庆 33 条”。

“品牌建设坚持政府引导,最重要的是发挥政府的基础服务作用,为企业发挥独立自主的品牌建设创造良好的市场环境。诸如完善品牌建设的法律法规、制定有效的激励政策、清除体制制约因素、净化市场环境、切实加强品牌保护等,都是政府义不容辞的责任。”于海发说。

“大庆正积极转变思维和发展方式,从打造良好的政府品牌入手,是个良好的开端,对于大庆推进实施品牌战略意义重大,同时也能激发区域内品牌创建的活力,进而激活经济发展的内生动力。”于海发说。

每个城市都有自身独特的城市资源、文化个性、城市魅力和优势所在,每一个城市都有自己独特的生活居住环境、人才环境、自然

环境和相关的配套设施,关键是发挥所长,找到自己的战略价值所在,找到独特的竞争优势,从而树立起自己独特的地位。

2018 年,大庆入围中国城市品牌(地级市)百强榜,位居第 90 名,且是黑龙江省唯一入围的地级市。

大庆敢于正视自身不足,勇于制度创新,并采用整合营销,推广城市品牌,这是施政智慧的体现,也是大庆城市品牌的优化和提升。

强势品牌 为区域经济发展增强竞争力

实践表明,市场竞争与独立的企业精神才是品牌的灵魂。一个品牌的成功与否,其市场占有率、品牌忠诚度、领导力、影响力、覆盖区域及消费者的喜爱度就足以说明一切。

一个地区的成功品牌、强势品牌越多,区域经济的竞争力、市场竞争力和覆盖率就自然“水涨船高”。

大庆不仅城市品牌入围全国百强,还有一些强势品牌抢滩全国市场乃至走出国门。“沃尔沃”汽车、“华科”化工产品、力神泵业等工业品牌就不必说了,其品牌价值和品牌影响力有目共睹,对大庆经济的带动作用日益凸显,也相应地带动了整个城市的竞争力。

大庆本土培育的民营润滑油品牌“领航”润滑油,作为中国润滑油行业年度总评榜“中国润滑油行业自主品牌十强”之一,在天津投建的第二生产基地已经投产运营,同时通过斥资千万赞助中国男篮等品牌营销方式,及赠予员工身股的股权改革,品牌的价值和影

响力与日俱增。

2019 年 6 月 18 日,“领航”代理商峰会在安徽黄山举行。领航润滑油合作伙伴、领航公司销售体系、技术部、市场部等四百多人参加了“2019 领航润滑油品牌峰会”。

领航市场总监、“领航换油中心”连锁项目总负责人冯晓亮在公司公众号留言说:“领航已经成为一种精神,自主品牌企业应有领航精神。”

“一个地区拥有的强势品牌越多,市场竞争力就越强,所创造的国民财富就越大,区域经济发展的内生动力是品牌对区域经济的成功塑造。”于海发告诉记者,有些地方热衷于外延式发展,而不是潜心培育和塑造自身区域品牌与企业发展的内生动力,这个误区大庆应该避免。

大庆有十大“雁阵式”产业板块,每个板块都有龙头企业在带动产业发展,也正在陆续涌现优质乃至强势的品牌,将来必然成就大庆的城市品牌。

6 月 19 日,第六届中俄博览会和第三十届哈洽会落下帷幕,大庆交易团表现不俗,收获颇丰,共达成拟合作项目 45 个,拟计划总投资金额 80.6 亿元;达成贸易合同 10 个,购销协议及意向协议 16 个,金额 2.81 亿元。

哈洽会期间,大庆市 65 家企业参加了大庆形象展区、大庆油田展区、文旅融合展区和扶贫展区的展览展示活动,集中展示了油头化尾、装备制造、食品加工等支柱产业成就和新材料、电子信息、生物医药、电子商务等 8 大类 165 个品种的产品。

“如果没有各个产业板块的优质品牌或强势品牌,大庆的区域品牌也很难引起更多关注,也就不会赢得那么多投资和协议。”资深策划人、黑龙江五指农业发展有限公司董事长、大庆市绿色特色农产品产业协会会长龙君说。

构建品牌 带动区域经济增长的内生机制

去年,大庆市市场监管局组织考察团赴温州、苏州、淮安以及大连等四城市,专题考察学习品牌建设工作,并最终形成了《关于赴温州等四市考察品牌建设的报告》。

大庆市市场监管局工作人员介绍说,温州等地的品牌建设搞得很好,关键是全社会已经形成浓厚的氛围和共建品牌的意识,相关机制和配套保障措施也必将成熟和完善。

报告指出,大庆的品牌建设还相对不足。第一,企业创新乏力、内生发展动力不足,打造品牌文化价值和品牌专属气质的能力比较弱;第二,全市品牌建设的“政府、企业、社会齐抓共管”的氛围还未形成,企业和社会的认识性不强,积极性不高,参与意识不浓;第三,品牌的支撑与品牌经营能力偏低,有的企业对品牌保护与维持力度不够。区域特色产业集群营销辐射面窄,品牌影响力弱;第四,企业融入新经济不够,利用“互联网+”“科技+”“平台+”和运用大数据、云计算为品牌发展服务的能力不足。

[下转 P2]

伊百路

好鞋伊百路 健步人生路

养生热线:400-100-2912

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味