

企业家日报 中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 双汇集团协办

今日 4 版 第 272 期 总第 9606 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 10 月 27 日 星期日 己亥年 九月二十九

2019 中国品牌价值 100 强揭晓

何广

2019(第 25 届)中国品牌价值 100 强研究报告日前在爱尔兰第十一届欧洲论坛揭晓,海尔品牌价值 2633.18 亿,连续 18 年居首,其后是阿里巴巴 1713.55 亿、五粮液 1638.12 亿、腾讯 1456.91 亿、联想 1223.78 亿、美的 1079.37 亿、茅台 1033.63 亿、TCL968.03 亿。

这项研究始于 1994 年,最初的研究对象都是消费类制造业品牌,近年陆续增加了 20 个互联网及服务类品牌,目的是研究传统制造业品牌在互联网时代的变化。研究显示,金融危机以来,80 个制造业品牌 11 年累计增长 2.25 倍,互联网品牌累计增长 132.9 倍。毫无疑问,互联网的发展势如破竹。

值得欣喜的是,面对互联网挑战,消费制造业品牌已经走过了低迷期,2014 年以来增长速度稳步提高,2018 年度增长 16.52%,比上上年度 8.77% 的增长率高出 7.75 个百分点,越来越显示出品牌的力量。而且 100 品牌利润增长与收入增长基本同步,最近 6 年,100 品牌收入总增长 116.99%,营业利润额总增长 154.59%,已经超过了收入增长水平,凸显品牌运营质量的提高。

研究发现,阿里巴巴和京东两大在线电商平台最近 6 年增长分别达到 58 倍和 10 倍,线下零售连锁品牌同期增长只有 0.64 倍。研究认为,互联网时代,网购日益普及与实体店不断关闭,线下体验网上交易应是一个大趋势。

研究显示,随着人们生活水平的不断提高,休闲度假成为时尚。其中旅游业品牌 2007 年以来总增长 4.08 倍,体育服装用品总增长 3.56 倍。从单个品牌看,携程与锦江最能体现人们对休闲度假的需求。携程最近 11 年总增长 31.1 倍,2018 年增长 26.58%。锦江是中档连锁酒店的代表,2007 年以来增长 16.6 倍。可以预见,随着年青一代消费者的成长,假日小休自助度假以及与此配套的景点、餐饮、自驾游等相关服务也会有同步成长的机会。

白酒品牌发展呈现加速,2007 年以来,啤酒品牌 11 年累计增长 113.53%,白酒则增长 452.09%,增长速度约是啤酒的 4 倍。白酒行业正在演绎啤酒行业走过的资产重组品牌扩张之路。五粮液、茅台、洋河等六大品牌占领市场半壁江山,将是白酒行业的一大趋势。

海尔品牌价值连续 18 年居首。该研究认为,不仅仅因为海尔是全球最大的家电品牌,更因为海尔对中国品牌建设的思想贡献。面对时代的挑战,海尔积极构建共创共享、开放共赢的生态系统,迭代创新用户体验,首创工业互联网生态平台“COSMOPlat”和物联网生态品牌“日日顺”,不断优化“与用户零距离”,与全球资源零距离,实现“品牌由用户定义、品牌与用户共创”。从全球首创“人单合一”到现在的物联网生态,“链群合约”,经过十几年的探索,海尔成功从全球家电第一品牌。

该研究连续进行了 25 年,研究对象主要是在中国创建的来自竞争性消费类市场的行业主导品牌,强调每年跟踪研究。与其他排行榜不同的是,百个品牌中没有规模显著的石油石化、电力、铁路、通信等资源垄断性行业。该研究认为,垄断性行业规模的大小及分合符合是国家的战略与策略,不完全是市场竞争的结果。

此次入围的 100 品牌分布在 56 个大行业类别中,市场规模从几亿到几千万都是贴近百姓生活与消费的行业佼佼者。100 品牌中,市场规模过千亿的是 11%,而 100 亿以下规模的比重最大,占到 44%。

关于我国民营企业品牌策略的建议

◎企业品牌策略的意义 ◎企业品牌策略的实施 ◎对我国民营企业品牌策略的建议

《《P2

让特色品牌“走出去”落地生根

——青海企业参加俄罗斯国际食品展览会综述



谭梅

被誉为世界第三极、世界四大超洁净区之一的青海,蕴藏着丰富的特色动植物资源,绿色、有机、健康是我们最大的竞争力。青海制造、青海品牌的价值体现就在生态上,打造“人无我有、人有我优、人少我多”的特色产品品牌,也就具有了先天的优越条件。

近年来,青海省委、省政府多次召开品牌工作大会,安排部署品牌规划,出台相关配套政策,推动品牌战略落地。加快品牌建设,青海的脚步从未停歇……

借船出海 让青海品牌融入“一带一路”

9 月 24 日,青海品牌商品又一次组团出海“开疆辟土”,首次登陆欧洲市场,一经亮相便吸引众多来自世界各地的客商……

从 2009 年的上海到今年的第二次走出国门,由青海省市场监督管理局组织的青海品牌商品推介会已成功举办了十年。这十年,青海品牌采用“走出去”战略,走下高原、走出国门,扩大开放,借助“一带一路”建设机遇,架起了青海企业与国内外企业交流合作的桥梁,使青海生产、青海生产、青海制造、青海创造的品牌影响力不断增强……

从 2009 年开始,青海品牌商品相继在上海、成都、济南、郑州、南京、杭州、武汉、西安以及哈萨克斯坦、俄罗斯登台亮相。这十年“大美青海”特色品牌商品推介会,先后累计组织了 1600 余家企业进行参展、推介,使大批青海品牌商品走出“三江源”。

2018 年青海省企业积极融入“一带一路”建设,抢抓历史机遇,统筹利用国际国内两个市场、两种资源,使青海品牌走出国门,进入国际市场。“这是国内首家、也是唯一一家由原工商系统促进企业品牌进行对外推广、宣传,到目前“青海特色品牌”商品推介活动,已有一定影响力。”在青海省市场监督管理局商标广告处处长冉庆坤看来,这样的“走出去”,满载着该省企业和青海品牌的希望。

去年,在“第十六届哈萨克斯坦—中国商品展览会”上,青海省组织 67 家企业参加了会展,并首次以主宾省形式设置青海馆,通过展览展示、主题推介、洽谈对接、商务考察等多项活动,达成合作意向 13 个,销售代理协议 3 个,涉及金额达 7540 万元人民币。

今年,青海省市场监督管理局再次组织 37 家特色食品企业,作为“特邀嘉宾”参加每年一度的“俄罗斯莫斯科国际食品展览会”。这次食品展上,有 32488 人次来到大美青海蓝色展馆,他们对来自青藏高原的特色食品产生浓厚兴趣,现场收到 351 个合作意向,现场销售额达 41286 元人民币,签约 6 项,金额 7300 万元人民币。

在第 28 届俄罗斯国际食品展览会开幕第二日举办的“中国青海名优商品企业交流会”上,青海省企业格尔木亿林枸杞科技开发有限公司与 Biodiversity 签约金额 1200 万元,青海青藏蜜蜂良种养殖场与俄罗斯 OIana 有限公司签约金额 100 万元,其余包括虫草、蜂蜜、枸杞、青稞酒、酸奶等 20 余家青海企业,通过交流会产生合作意向 50 余个,意向金额 6000 万元。从哈萨克斯坦到俄罗斯,青海充分展示了践行“一带一路”倡议,积极对外投资,拓展

国际合作新渠道的强烈愿望;同时也搭建起积极引进外资,找寻投资合作渠道,打造推介青海品牌商品的新平台,增强青海品牌企业市场化思维和国际化视野,开拓国际贸易,助推青海省经济发展。同时,经济产业风貌和向西开放态度,也为该省企业与沿线国家的深度经贸合作与交流开启了良好的开端。在展示期间,青海馆统一形象、集中展示效果赢得了与会各界嘉宾、工商企业及当地和世界各地参会民众极大的关注与赞誉,取得了丰硕的参展成果和强烈的反响。

此外,青海省拟轮换在国外不同的经济区域举办青海品牌商品推介会,以更加主动的姿态、以更加开放的方式,宣传提高该省品牌商品的知名度和影响力。

政府搭台 助力青海品牌开启新篇章

品牌是质量的升华,是信誉的凝结,是文化的传承。

随着配套政策落地,青海以区域公用品牌、企业品牌、特色农畜产品品牌为支撑的品牌格局逐步形成,使“养在深闺人未识”的产品开始走出高原、走向全国、走向世界。

为增强青海品牌商品国内国际市场竞争能力,该省出台了青海品牌商品推介会短、中、长期规划;为推动品牌战略落地,还先后制定印发了一系列政策文件。

如今,越来越多像天佑德、昆仑山、藏羊、可可西里等青海品牌,依托国内外市场辐射面广及经济文化发达的产业等优势,在市场上“开疆拓土”。政府搭台让青海品牌“走

出去”不仅成功地向国内外客商宣传了大美青海形象,还展示了青海品牌特色,提升了青海品牌的影响力。同时,为企业更长远的发展打造了一个展示的平台,让青海特色商品走向更广阔的市场。

青海省始终坚持以“走出去”的方式和更加开放的姿态融入“一带一路”,其目的已不仅仅是宣传青海品牌,而是努力将跨国推介会办成青海企业创新发展的助推器,办成宣传大美青海的传播机,有效提升青海对外开放水平,拓展经济发展战略空间,为全省经济社会发展注入活力,促进加快实现“生态大省、生态强省”奋斗目标。

在主动融入“一带一路”、“品牌强省”路上,青海省市场监督管理局积极为青海品牌商品走进国内外市场搭建平台,成为青海省实施品牌强省战略进程中的亮点,推出了不少有力举措——认真指导各地开展商标培育工作;积极协调落实青海省品牌建设专项资金,每年安排 2000 多万元用于品牌建设;在省内各大媒体开设专题、专栏,深入宣传青海品牌工作和品牌产品,扎实开展商标专用权保护工作,一批品牌效益逐渐凸显。

数据显示,青海省商标注册量从 2016 年的 17523 件上升 2019 年上半年(截至 6 月 15 日)的 36301 件,3 年增长了近 1.6 倍;拥有的中国驰名商标从 2017 年的 44 件,上升到目前的 48 件;地理标志证明商标从 2017 年的 23 件,上升到目前的 36 件。“青海老字号”认定企业 17 家。全省“三品一标”农产品达到 935 个,其中,无公害农产品 340 个(产地 155 个);绿色食品和绿色生产资料 407 个;有机农产品 129 个;地理标志农产品 59 个。

同时,在走出去的过程中,越来越多企业意识到,政府组织企业集体出境参展,既克服了企业单独拓展海外市场成本高、风险大的困难,又能形成合力,同一行业抱团出海共同拓展市场,通过资源共享、扶持借鉴,有助于加快企业运营思路革新,促进产品品质提升,实现市场营销快速发展,是推动青海优势产业和特色商品走向国际化,参与“一带一路”建设的重要行动。

通过加大对示范企业的支持和商标培育,青海的中国驰名商标、青海省著名商标企业在改善民生、吸引人才、解决就业等方面发挥了积极作用,相关商标持有企业,则通过其商标的影响和作用,促进了整个产业的发展。如“盐桥”成为中国钾肥产业的支柱品牌,“三江源”商标成为冬虫夏草产业的领军品牌,“5369”商标成为高端牦牛肉的代表品牌,“互助”、“天佑德”成为畅销全国的青稞酒品牌,“柴达木”、“三江雪”、“诺蓝杞”商标成为高原枸杞发展的领导品牌,还有青海的油菜籽产业的“弘大”商标,辣椒产业的“仙红”商标,牛肉干产业的“可可西里”、“西北骄”等等。

如今的青海,正以品牌引领为切入点,通过建立和完善“市场决定、企业主体、政府推动、社会参与”的机制,大力实施质量对标和品牌创建提升行动,推动着企业增品种、提品质、创品牌,培育出了一批含金量、知名度高的“青海品牌”,这些极具青海产业特色的中国驰名商标,已逐渐成为青海品牌崛起的主要商业标志,在不断提高青海产品市场竞争力的同时,也成为青海品牌“开疆拓土”的“金名片”。

四川友联味业食品有限公司

028-87819550

地址:成都郫都区安德工业园区安德路268号 www.scjlyw.com

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



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