

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 周刊

双汇集团协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 279 期 总第 9613 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 11 月 3 日 星期日 己亥年 十月初七

助力农业转型 创新发展

2019 品牌农业发展国际研讨会蒲江举行

■ 忠新

“2019 品牌农业发展国际研讨会”日前在四川省成都市蒲江县开幕,与会代表嘉宾和专家就品牌农业发展等议题展开研讨,助力中国农业转型升级,扩大国际交流。

本次研讨会以“增长新动力,推进互联互通贸易伙伴关系”为主题,由中国优质农产品开发服务协会、中国出入境检验检疫协会、成都市人民政府、国际农业协会联盟和四川省农业农村厅共同主办。

在研讨会上,泰国前副总理、泰中友好协会会长功塔帕明西在致辞中介绍了泰国农业发展的特色和路径;中国优质农产品开发服务协会会长黄竟良,农业农村部农产品质量安全监管司司长肖放,联合国粮农组织亚太办事处政策及项目官员阿齐兹阿利亚等嘉宾共同探讨构建品牌农业发展新格局、国际农业合作政策、品牌国际化及地理标志产品的互联互通、农产品进出口标准及检验检疫、全球市场及多边贸易等议题。

作为本次研讨会的重要议程之一,现场同时举行了“蒲江论坛——协同增效构建互联互通伙伴关系”、“2019 品牌农业发展国际研讨会暨第九届成都有机农业论坛”、“经贸论坛——品牌贸易与多元化市场拓展”、“国际猕猴桃产业发展论坛”专题研讨和“天赐臻品世界共享”推介会;来自各个国家的农业及国际贸易领域的政府、国际组织、行业协会及企业代表联合发布了《蒲江宣言》。

本届研讨会还举行了“永久会址揭牌仪式”,成都市蒲江县将作为品牌农业发展国际研讨会的永久举办地。

与会专家认为,随着中国农业科技创新与信息渠道的不断拓展,传统农业开始转向以品牌价值拉动农产品的生产和销售,“品牌农业”应运而生。品牌打造离不开政府支持、企业引领、自主创新、营销宣传,但最根本的是离不开农产品自身的品质,有优质才能有口碑,有口碑才能有品牌,有品牌才能有价值和市场。

近年来,蒲江县始终秉持“生态优先、绿色发展”理念,积极抢抓“一带一路”和“蓉欧+”等重大战略机遇,成功培育了“蒲江雀舌”、“蒲江猕猴桃”、“蒲江丑柑”等系列“蒲江造”特色农产品品牌,先后荣获国家首批生态文明建设示范区、全国农业标准化示范区、全国出口食品农产品质量安全示范区、国家有机产品认证示范区、全国畜牧业绿色发展示范县等称号。

据了解,蒲江县以有机产业发展规划为基础,统筹规划发展茶叶、柑橘、猕猴桃三大主导产业 45 万亩。“蒲江猕猴桃”、“蒲江丑柑”、“蒲江雀舌”区域公共品牌评估综合价值达 374.53 亿元,全部进入 2019 年全国区域品牌价值前 50 强,蒲江县是全国唯一同时拥有三个地标产品进入区域品牌价值前 50 强的县级城市。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转到与报社无关的其他账号。
举报电话:028-87344621
企业家日报社

四川友联味业食品有限公司



028-87819550
地址:成都高新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

从纯手工到牌子货 中国服装品牌崛起之路

◎从妈妈牌到上海牌,承载几代人回忆 ◎从洋品牌到多元化,本土品牌崛起时 ◎中国服装品牌的国际化,现在即未来

《P2》

上汽集团面向世界打造中国“汽车名片”

■ 秦天弘 王婧

2018 年,上汽集团整车出口和海外销售达到 27.7 万辆,同比增长 62.5%,连续三年蝉联中国企业海外出口第一,占中国企业海外销量的近四分之一。在“电动化、智能网联化、共享化、国际化”新四化的战略指引下,上汽集团开创了一条中国汽车企业“走出去”的差异化道路,努力建设富有创新精神的著名汽车公司,向世界打造中国“汽车名片”。

海外布局屡创佳绩

近年来,上汽集团不断加大对外海外业务的投入,加快布局海外市场,实现了强劲的海外市场增长。2016 年至 2018 年,上汽集团海外销量分别为 12.9 万辆、17 万辆和 27.7 万辆,连续 3 年位居中国品牌海外出口首位。2019 年 1 月至 9 月,上汽实现整车出口和海外销售约 24 万辆,同比增长 15% 左右,继续保持了快速增长的水平。

目前,上汽全球化布局已经遍布全球六大洲,旗下不少车型在海外的细分市场上取得了佳绩。上汽整车产品进入五大洲 60 多个国家,形成了泰国、英国、印尼、智利、澳新、中东 6 个“万辆级”区域市场。其中,东盟有望成为上汽在海外的首个“十万辆级”区域市场。

作为新兴经济体代表,印度经济长期保持增长态势,汽车市场潜力巨大。今年 4 月底,上汽印度基地正式投产,这座占地 70 万平方米,规划年产 5.6 万辆的工厂,是上汽在泰国、印度尼西亚基地以外的第三个海外整车制造基地,而上汽也成为第一个在印度投资的中国车企。仅仅 3 个月时间,上汽在印度实现了 3.1 万张定金订单,7000 辆新车交付,产品供不应求。相信在不久之后,印度将成为上汽第七个“万辆级”海外市场,这也将是上汽最快实现“破万”目标的区域市场。

上汽集团今年 6 月份还签署埃及合资制造公司战略合作框架协议,进军非洲市场,进一步抢抓新兴市场发展机遇。据上汽集团相关负责人介绍,作为非洲主流汽车消费市场之一,埃及拥有上亿人口,汽车千人保有量仅为 24 辆,去年汽车销量达到 20 万辆规模,未来发展潜力巨大,将是上汽重点打造的下一个海外核心区域市场。

开创“走出去”创新模式

据上汽集团介绍,上汽集团在集聚国际资源开拓全球化布局的同时,不仅拓展了传统的贸易、进出口业务,而且通过研发生产、营销服



务、投资平台和国际贸易四大板块,逐步实现了具有竞争力的整车产品、低成本的运营模式和完整的供应链体系全部“组团出海”,开创了国内汽车企业“走出去”的创新模式。

据悉,上汽目前在伦敦、硅谷、特拉维夫设立了创新研发中心,打造了泰国、印尼、印度 3 个海外整车制造基地,建立了 93 个海外零部件基地,建成 12 个区域营销服务中心、500 多个海外营销服务网点、4 家海外物流分公司和 3 条远洋航线,并在印尼成立了多元金融公司。

上汽集团与埃及汽车销售企业曼苏尔集团今年 6 月在埃及首都开罗签署战略合作框架协议,双方将成立合资汽车制造公司。曼苏尔集团董事长穆罕默德·曼苏尔在签约仪式上表示,曼苏尔集团目前与通用汽车等世界主要汽车制造企业建立了合作关系,此次与上汽集团签约成立合资制造公司是该集团国际化的又一重大成就。“上汽集团目前已经初步建成集研发、制造、营销、物流、金融为一体的面向全球市场的汽车产业链,此次和曼苏尔集团联手,将把上汽的新产品、新技术、新模式积极导入埃及市场,为当地民众提供更多高品质、本地化的产品和服务。”上汽集团董事长陈虹在签约仪式上说。

近年来,中国汽车企业“走出去”的步伐不断加快。来自上海海关的数据显示,2018 年,70 余个品牌的中国汽车通过上海口岸“走出去”,出口数量超过 23 万台,占全国汽车出口的 67% 左右。这些品牌包含名爵、长安、大通、吉利、奇瑞及北京现代、广汽传祺

技术溢出。名爵印度公司搭载上汽互联网系统 iSMART 的首款产品名爵 Hector 于 6 月底正式上市,成为当地首款互联网汽车,截至目前定金订单超过 3.1 万张。

当前,印度政府正大力推进新能源汽车发展,并于今年 7 月宣布将电动汽车的商品和服务税从 12% 下调至 5%。“这对我们也是重大利好,上汽在新能源三电系统及核心零部件上实现了自主掌控,并计划在年底向印度市场投放自主品牌的全球纯电动车型”,上汽集团印度公司负责人表示。

今年 5 月,在上海举行的 2019 年中国品牌日活动上,上汽集团展出的名爵 EZS 电动汽车吸引了观众的注意力。这款汽车不仅满足中国的标准,还满足欧洲、美国等地的标准,即将“试水”全球同步上市,在英国、德国等地实现与中国市场的同步上市。

今年 9 月 28 日,500 辆名爵 ZS 纯电动 SUV 在上海海通码头搭乘滚装船出口欧洲大陆,同时也创下了中国新能源汽车出口单次发运数量的最高纪录。上汽集团推出面向全球市场的名爵 ZS 纯电动 SUV,今年下半年刚刚登陆英国、荷兰和挪威,就在当地刮起了一阵强劲的“电动旋风”,短时间内在欧洲三国已获得超过 3000 个订单。

欧洲是汽车工业的发源地之一,汽车市场竞争激烈,产品准入标准严苛。名爵 ZS 纯电动 SUV 的热销,显示出上汽强大的自主研发实力和国际经营能力,也显示出中国新能源汽车在欧洲正迎来新的发展机遇。数据显示,2018 年欧洲汽车市场销量达 1770 万辆,但其中电动汽车销量仅为 20 万辆。日本富士经济预测,未来全球纯电动汽车市场将以中国和欧洲为中心快速增长,2035 年欧洲纯电动汽车销量将超过 600 万辆。

上汽集团今年全年的海外销量目标为 35 万辆。到 2020 年,上汽集团计划初步完成海外布局,海外销售规模力争达到 50 万辆。上汽集团董事长陈虹表示,着眼于汽车行业发展新趋势,上汽集团未来将在新能源汽车、智能网联汽车等核心技术关键领域进行布局,并努力将创新技术优势向海外溢出实现差异化竞争。上汽集团未来将继续坚持创新转型,深入探索新能源、人工智能、5G 通讯等新兴技术与汽车产业的深度融合,加快推动核心技术、打造差异化竞争优势,不断形成企业核心竞争力、打造起来,瞄准“全球布局、跨国经营,具有国际竞争力和品牌影响力的世界著名汽车公司”的目标大步前行。

汽车听得懂中文、英文,这并不稀奇,但如果一款中国产的汽车可以听得懂泰文,这可是新鲜事。在泰国上市的互联网车型名爵 ZS 配备了支持泰语语音控制的互联网汽车系统 iSMART,为泰国年轻消费者带来了高品质的未来感驾乘生活。名爵 ZS 为中国品牌赢得了广泛赞誉,也为更多中国汽车进入东南亚提供了“口碑支持”。

上汽“海外互联网汽车模式”在泰国市场取得初步成功之后,今年又向印度市场加

产品创新提供有力支撑

互联网、新能源汽车等创新产品为上汽的海外布局提供了有力支撑。上汽“海外互联网汽车模式”先后在泰国和印度等市场顺利推进,名爵 ZS 纯电动 SUV 在欧洲市场斩获了大量订单。

汽车听得懂中文、英文,这并不稀奇,但如果一款中国产的汽车可以听得懂泰文,这可是新鲜事。在泰国上市的互联网车型名爵 ZS 配备了支持泰语语音控制的互联网汽车系统 iSMART,为泰国年轻消费者带来了高品质的未来感驾乘生活。名爵 ZS 为中国品牌赢得了广泛赞誉,也为更多中国汽车进入东南亚提供了“口碑支持”。

上汽“海外互联网汽车模式”在泰国市场取得初步成功之后,今年又向印度市场加

第三季度全国消协投诉解决率达 77% 售后服务投诉占近三成

■ 钟婧

中国消费者协会 10 月 29 日消息,2019 年第三季度全国消协组织共受理消费者投诉 236,144 件,解决 181,832 件,投诉解决率 77%,为消费者挽回经济损失 33,157 万元。

2019 年第三季度全国消协组织共受理消费者投诉 236,144 件,解决 181,832 件,投诉解决率 77%,为消费者挽回经济损失 33,157 万元。其中,因经营者有欺诈行为得到加倍赔

偿的投诉 584 件,加倍赔偿金额 128 万元。各级消协组织接待消费者来访和咨询 30 万余人次。

根据投诉性质分类,在所有投诉问题中,售后服务投诉 69,827 件,占总问题的 29.57%,质量投诉 57,952 件,占投诉总量的 24.54%,合同投诉 38,542 件,占比 16.32%,虚假宣传投诉 15,557 件,占比 6.59%,安全投诉 15,470 件,占比 6.55%,价格投诉 12,311 件,占比 5.21%,假冒投诉 7,949 件,占比 3.37%,

人格尊严投诉 6,560 件,占比 2.78%,计量投诉 3,924 件,占比 1.67%,其他投诉 8,050 件,占比 3.41%。售后服务问题、产品质量问题和合同问题仍是引发投诉的主要原因,占投诉总量的 70% 以上。

2019 年第三季度,全国消协组织受理商品类投诉 103,219 件,其中家用电器类共 31,395 件,占商品投诉总量的 30.42%,位居商品类投诉第一。交通工具类投诉共 16,949 件,占商品投诉总量的 16.42%,位居

商品类投诉第二位。日用商品类、服装鞋帽类及食品类的投诉量分别居第三到第五位。

2019 年第三季度,全国消协组织受理服务类投诉 132,925 件,服务类投诉中,互联网服务类投诉有 41,322 件,占服务类投诉总量的 31.08%,位居服务类投诉第一。生活社会服务类投诉有 30,145 件,占服务类投诉 22.68%,排名第二。教育培训类服务投诉共 12,668 件,占服务类投诉 9.53%,排名第三。销售服务和电信服务位列第四和第五位。