

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第074期 总第10708期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:周君 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2023年3月26日 星期日 癸卯年 闰二月初五

一周观察 | Observation

以产业、业态、产品创新 激发优秀传统文化 生命力

■ 王晨

文化兴则国运兴,文化强则民族强。中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基。全面建设社会主义现代化国家,比以往任何时候都更加需要思想的引领、文化的滋养。党的二十大报告立足强国建设、民族复兴战略高度,强调要“坚持创造性转化、创新性发展”“传承中华优秀传统文化,满足人民日益增长的精神文化需求”,为传承中华优秀传统文化,做好新时代文化工作提供了根本遵循。

党的十八大以来,习近平总书记多次强调,要坚定文化自信,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,继承革命文化,发展社会主义先进文化,不断铸就中华文化新辉煌,建设社会主义文化强国。中华优秀传统文化是中华民族突出优势,是中华文明的智慧结晶和精华所在。推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,是坚定文化自信,建设社会主义文化强国的必然要求。我们要坚持古为今用、以古鉴今,坚持有鉴别的对待、有扬弃的继承,通过文化产业、业态、产品等具体载体创新发展,努力实现传统文化的创造性转化、创新性发展,使之与现实生活相融相通,共同服务以文化人的时代任务。

优化文化产业布局,增强文化传播力影响力。习近平总书记指出,优秀的文艺作品,最好是既能在思想上、艺术上取得成功,又能在市场上受到欢迎。在推进文化体制改革、繁荣发展文化事业和文化产业过程中,坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一,把握文化产业发展特点规律和资源要素条件,优化产业布局,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。例如,近年来,拥有丰富传统文化资源的河南,围绕星罗棋布于中原大地上的历史文化遗存,打造出《唐宫夜宴》《洛神水赋》《龙门金刚》《墨舞中秋帖》等一系列叫好又叫座的精品力作,让源远流长的中原文化春潮涌动,与时代同频共振、与人民共情共鸣,就是优化文化产业的有效例证。

壮大各类文化市场主体,培育文化产业新动能。文化产业高质量发展需要激发全社会创造活力,需要源源不断的文化市场主体的源头活水。人才是推动文化产业发展的第一资源。唯有营造人尽其才的良好生态,方能形成人才尽来的发展态势。应突出企业在文化产业发展中的主体地位,在加快文化创新发展步伐中不断推动市场主体规模扩大、整体实力提升。存量市场主体是文化产业的基础,必须综合施策、精准发力;新增市场主体是文化产业的新生血液,应优化环境、创造条件。此外,还要支持专精特新中小微文化企业发展所长,在提供个性化、多样性、高品质文化产品和服务方面形成比较优势,让人才创新创意的活力竞相奔涌。由此在实践中守正创新,在开放中博采众长,推动“两创”落实落细。

培育新型文化业态,扩大优质文化产品供给。中国特色社会主义进入新时代,人民对美好生活的向往与日俱增,对精神文化生活更加看重,文化需求高品质、个性化的特点更加明显。因此,推动文化产业高质量发展,要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势,重视与数字技术的结合,让数字化赋能文创,更多满足人民文化新诉求、新要求。推动文化产业与互联网、大数据、人工智能等深度融合,培育数字出版、数字艺术、数字创意等新型文化业态。文化产业和旅游产业联系密切,要坚持以文塑旅、以旅彰文,全面多元彰显传统文化之美,推动文化和旅游深度融合发展,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区,让更多文化遗产“活”起来、“动”起来,不断满足人民多样化、多层次、多方面的精神文化需求,激发中华优秀传统文化的蓬勃生命力。



**千年福祿寿
万家海葫芦**

製造单位:貴州 铜仁仁怀市王民乾茶业有限公司
出品单位:貴州 铜仁仁怀市乾泰茶业有限公司
服务热线:18608036123 (沈先生)
13608052997(張先生)



新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台
二维码



中国企业家网
二维码

以“家”做局,佛山打造超级品牌角逐未来



●“320国际幸福日·美好家居节”正式启动。戴嘉信 / 摄

■ 叶洁纯

北京大学教授周其仁最近一次在佛山公开演讲时,曾表达过一个观点:企业活下去不能光靠意志,还要讲究方法。其中,就包括“做局”。眼下,佛山政企正合力做一个以“泛家居”为主题的局。

3月20日,佛山迎来“有家就有佛山造”产业IP及“320国际幸福日 美好家居节”启动仪式。这场活动是佛山打造泛家居城市品牌的工程之一,背后是被称为国内工业第五城的佛山筹划的一个“局”:打造“有家就有佛山造”的城市产业超级IP,超级品牌,通过壮大泛家居产业,壮大佛山城市竞争力。

从“操盘”阵容看来,佛山的决心很大。佛山市委书记郑柯和市长白涛,都高度关注和支持此事。算上当天的活动,自去年佛山启动打造“有家就有佛山造”产业IP以来,白涛已六次出席参与相关主题活动。

市委书记指导、市长挂帅的同时,有着企业家“娘家”之称的佛山市工商联也来加持。其本届班子把这项工作列为重中之重,以佛山市工商联主席李连柱为代表,一批佛山企业界的“顶流”们率先冲在了一线。

如此高规格的阵容,让人产生了一系列的问题:在全国各地都忙着抢订单的时候,在大家都深感今年仍然是充满挑战,不确定性极高的情况下,佛山政企界为什么要大动干

戈,力出一孔地把精力花在一个“看似毫无价值”的城市品牌塑造上?

何况佛山对外本身不是已经有“佛山功夫”“佛山陶瓷”等从文旅到产业的城市品牌了吗?佛山到底在做什么局?

品牌,城市竞争之重器

被誉为全国最牛地级市之一的佛山,如今想干一件大事:为佛山企业打造一个“有家就有佛山造”的公用品牌,并将其上升为城市产业品牌。

佛山为什么突然要打造一个城市产业品牌?

一是解企业眼前之困,帮助企业另辟蹊径抢订单。润米咨询创始人刘润说过一个生动的比喻:所谓造品牌,就是当一名高级的猎手。高级的猎手,总是以猎物的形式出现,他通过对外营销自己的好,让客户主动来找上门,而不是像过去的销售模式,靠自己主动去找客户要订单。

在目前在国内多个行业全面产能过剩,流量红利已过去的情况下,企业如果单纯只靠制造赚钱,那就是千军万马走独木桥,寸步难行。

加上,在疫情防控措施放开以后,全国各地都在抢订单,佛山也需要另辟蹊径。即通过把一个产业上升为城市品牌,具化为行业内,客户资源共享的抱团行动,让佛山的抢订单从“单打独斗”走向“联合作战”,实现抢订单

的“差异化”。

二是做强城市竞争力,挺进品牌价值链最顶层。品牌有很多种,企业品牌、产业品牌、城市品牌……作为佛山此次打造城市IP行动的首批50多家发起企业,他们大多本身就是品牌响当当的企业,比如美的、万和、维尚等。

但在品牌价值能级的排序中,城市品牌的能量明显强于企业品牌和产业品牌,城市品牌一旦立起来,就像一个“价值容器”,会形成一种“场效应”。只要你进入了,你就能获得它的能量。也就是说,佛山泛家居城市品牌做起来后,就是造了一支品牌的航母,对外,它能够让商不招自来,对内,只要企业一“上船”,就能嫁接到品牌影响力。

放眼全球,靠城市品牌打造城市竞争力的成功案例不胜枚举。

在国内,改革开放之初,“深圳速度”这一城市品牌的树立,直接让深圳电子产业享誉全球。

在全球,最有名的莫过于日本的“熊本熊”,一个落后的小县城,在造出“熊本熊”的城市IP后,五年内让该城市逆风翻盘,带动的相关销售额高达1408.742亿日元。

以城市为主体,各地都在积极参与到城市品牌的竞争赛道中,他们清醒地认识到,城市超级IP和超级品牌一旦树立起来,不仅能带动经济效益,更重要的是它是对城市的特

色特点凝练出一个具体的、有着广泛吸引力和传播力的超级符号,能在软实力上塑造城市的形象。

这也是佛山要做的,造城市竞争的品牌武器。

为什么是泛家居?

为什么选择泛家居来造城市品牌?要厘清一个问题:佛山并非没有城市品牌,而是要造一个超级的城市产业品牌。

毕竟城市品牌分很多类。目前在国内相对成熟的主要是文旅类的城市品牌,一提到国内不同的城市,大家首先想到的标签,实际上就是已打入消费者心智的文旅类的城市品牌。佛山也有,比如“佛山功夫”。

相比之下,佛山要做的“有家就有佛山造”的泛家居属于城市产业IP,即城市产业类品牌。目前,佛山有一定知名度的城市产业品牌也有,比如“佛山陶瓷”,品牌影响力好到常年有着要到处打假的烦恼。

而选择造佛山泛家居作为打造超级的城市产业IP,原因有三点:

一是有基础。佛山在对外打造泛家居的超级产业品牌时,核心推广的IP内容中,有这样一句话:“有家就有佛山造”,对于这句话,人们并不陌生。因为这是市场上为了表达对佛山泛家居产业的认可,逐步演化出来。从过去至今,在佛山的城市推广中,常常都会用到这句话,并非横空出世。

由于拥有这样的基础。佛山民间一直都有一股关于“泛家居”的建设热潮。

二是有实力。佛山泛家居产业的实力雄厚,完全能担当得起城市品牌的重任。看体量。佛山泛家居产业规模近万亿,占到佛山工业总产值30%-40%,占到全国泛家居产业近七成,中国同样是全球泛家居的主要基地。可谓是全球泛家居看中国,中国泛家居看佛山。看质量。去年,国家工信部公布45个先进制造业集群的名单,佛山市、东莞市泛家居集群赫然在列。要知道在当时的评选中,光在广东省内,佛山市泛家居就PK掉了同期另外20多个产业集群。

[下转 P4]



●位于顺德龙江的家具城。戴嘉信 / 摄

攥牢种业“芯片”,做强“当家品牌”

■ 白佳丽、刘惟真

草长莺飞时节,国家会展中心(天津)迎来了今春的首展。户外万物萌发,生机盎然,展会上的粒粒良种也为农业高质量发展带来了新的希望。

3月18日,第十四届中国国际种业博览会暨第十九届全国种子信息交流与产品交易会在天津市开幕,2023年中国天津种业振兴大会、2023天津国际种业博览会同步举行。来自全国多地1200多家科研院校、种业企业、制种基地的参会参展人员,围绕攥紧种业“芯片”的话题热切讨论,碰撞出智慧的火花。

从事水稻育种工作近40年的福建省三明市农业科学研究院党组书记、院长许旭明,在“福建·三明”展馆中,为来往的参观者们介绍着三明市水稻育种的新特点。“三明是杂交水稻品种‘汕优63’的诞生地,对我国杂交水稻的更新换代具有里程碑意义。”许旭明说。

“感受到了大家对种业的重视,更感受到了创新发展的信心。”许旭明感慨,近年来,我



●展会上小麦种子展示品。李然 / 摄

国在推动农业关键核心技术攻关、实施种业振兴行动上持续发力。目前,生物育种技术也在不断迭代升级,育成更优的“中国种子”,已成为育种家们的共同追求。

种业的振兴,既有科研人员的努力,也离不开种业企业的参与。来到河北巡天农业科技有限公司的展区,清甜浓郁的玉米香气扑鼻而来。“这是我们的‘超甜糯玉米’,一穗玉米甜、糯两种籽粒各占一半。”公司董事长兼总经理温君一边将刚刚蒸熟的玉米递给观众品尝,一边向记者介绍道,“我们从十年前就开始布局谷子、玉米全产业链建设,通过终端

消费和产业发展需求推动种业科技创新。”

温君说,近年来,我国种业企业的科技创新积极性不断提升。我国知识产权保护制度更为完善,力度全面加强,这对于种业企业而言是明显的利好。“在‘一县一业’‘一村一品’的乡村经济发展过程中,种业企业将是义不容辞的‘主力军’。”温君说。

来自内蒙古兴安盟的科尔沁右翼前旗农牧业科学技术发展中心主任徐红茹,今年是首次来天津参会。开幕当天,她将国家会展中心(天津)内的几个展馆细细地浏览了一遍,不时地在展台前驻足咨询。虽然旅途劳顿,但她却颇感振奋。“不仅收获了丰富的种业信息,也在业界交到了不少‘新朋友’。”她笑道。“这次来天津观展,我特意与单位里几位种业领域的专家同行,就是计划共同挑选良种,了解种业发展的最新情况,与优秀的种业公司建立联系。”徐红茹说,近年来,常在田间地头与农民并肩工作的她,切身感受到了一粒小小的种子所具有的强大力量。

“过去,种地最头疼的就是草荒、虫灾两

件事。”徐红茹说,如今随着种业和农业科技的发展,两个难点都得到了较好的解决,有效减少了粮食损失,农民普遍非常认可。她说,希望未来自己在种业企业、科研院所与农民间发挥好“桥梁纽带”的作用。

种业振兴的土壤更加“肥沃”,我国种业企业也加快了“走出去”的步伐。袁隆平农业高科技股份有限公司总裁马德华介绍,近年来,企业不断尝试拓展海外市场,水稻种子出口到巴基斯坦、菲律宾等国,蔬菜作物种子出口到印度、孟加拉国、巴西等国,我国企业正在积极参与到国际种业市场中。

今年中央一号文件提出,深入实施种业振兴行动。中国工程院院士万建民在会上表示,我国粮食生产实现多年丰收,口粮绝对安全,谷物基本自给。

如今,我国农业“当家品牌”不断做强,种业创新体系不断完善。“通过展会,科研院所、头部企业齐聚天津,共话种业振兴蓝图,也搭建起了优良品种展览展示的重要平台。”天津市农业农村委员会种业管理处处长齐志伟说。



東 | 漢中心 毫
CHINESE GREEN TEA

『东裕汉中仙毫』获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司
招商热线:029-87809659

广告



双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味

广告