



擦亮“潜江裁缝”品牌 赋能企业高质量发展

日前，湖北比帆制衣有限公司（潜江裁缝）被认定为湖北省第一批劳务品牌领军企业，这是对该企业在劳务管理和服务方面的肯定。

湖北比帆制衣有限公司位于潜江市周矶街道，11月26日，该公司生产车间里，智能生产吊挂传输系统抓取袖口、衣领、前襟等一件件组成服装的“零部件”，精准送到各岗位工人面前，而每条生产线前端的电脑，都会实时记录工人们生产的状态。

该公司副总经理郑孝珍说：“企业在劳务品牌建设方面，致力于让员工在生产实践中提高自己的劳动技能和职业素质，做一个合格的潜江裁缝。为适应智能制造流程，企业优化管理模式，采用先进的生产设备和技术，不断改进生产工艺，以提高生产效率和产品质量。”

据悉，该公司在建立初期，响应潜江市委、市政府号召，带领1000多名潜江裁缝回乡创业，培养了一大批优秀管理者、技师，鼓励有能力的从业者自主创业，造就了10多位新一代服装老板、100多名制板师，培训上岗员工5000多人。公司还积极与高校合作，组建研发团队，每年投资1000多万元升级设备技术，实行企业管理数字化、生产智能化，积极投身“潜江裁缝”品牌建设。

比帆制衣始终追求打造一个以生产功能性羽绒服和棉服为主的智能制造工厂，车间实行智能制造、智慧物流、无缝粘合、电脑铺布、电脑裁剪、电脑充绒、电脑充棉、电脑模版的数字化信息化操作。如今，12条高端吊挂生产线通过智慧物流系统把生产流程连成一体，1300多台套先进设备根据生产需求调配使用；一个以生产梭织服装为主的智能制造工厂正在成熟运行中。

比帆制衣副总经理舒丹说：“在获得省级劳务品牌领军企业认定后，我们将继续秉持‘和谐管理、感动经营’的理念，为员工创造更好的工作环境，用‘潜江裁缝’劳务品牌赋能企业的自主服装品牌，用我们潜江裁缝生产的高质量自主品牌服装为我市经济建设作贡献。”

（谭欣）

800多家知名眼镜品牌 亮相鹭岛

11月23日至25日，由福建省厦门市眼镜协会、厦门会展集团股份有限公司主办，厦门会展金泓信展览有限公司承办的厦门国际眼镜业展览会（以下简称“厦门眼镜展”）举办。本届展会整体规模达6万平方米，聚焦亚洲市场，以“惊喜”为主题，从“品牌打造”“国际接轨”与“跨界融创”三大视角，整合时尚潮流、视光学术、科技智能等跨界元素，布局多元主题板块与活动，为眼镜人构筑起“多元、时尚、国际、专业”的一体化平台，吸引了800多家国内外知名眼镜品牌参展。

据主办方介绍，本届展会吸引了来自意大利、德国、美国、日本、韩国等国的5000多种眼镜新品、精品集中宣发，产品涵盖镜架、镜片、视光、配套、设备等多个主题品类；还汇聚了来自贵阳、深圳、厦门、温州、鹰潭等九大眼镜产业基地的机械设备、配件、包装、原料等企业，以及鹰潭眼镜产业园等团组，展示生产端的智能系统与创新研发。

“随着全球眼镜市场需求放开，厦门眼镜展将发挥地缘优势，以打造亚洲眼镜品牌盛会为定位，集结港澳台、日韩及东南亚等亚洲买家团前来商洽，全面激活展会的国际化属性，为境内外企业推广品牌、寻找合作伙伴提供高效便捷的一站式合作平台。”厦门市眼镜协会相关负责人告诉记者，为强化展会商贸撮合效果，厦门眼镜展还跨界联动经销商/零售商/代理商、时尚穿搭、设计师、眼科医疗及视光、教育、电商及商超、时尚运动、产业研发8大眼镜与眼健康应用圈层，全方位开拓有效客商。

展会同期，以“Visionary·焕新视界”为主题的眼镜业鹭岛论坛上，温州医科大学眼视光学院执行院长、国家重点研发计划首席科学家陈浩，中山大学眼视光学博士、新梅眼科医疗集团董事长王新梅，星创视界首席营销官JENA以及巨量引擎本地消费中心行业经理汤亚飞等几位嘉宾，从多维度分享眼镜业发展新思路，共同围绕“传统行业到视光中心转型的机遇与挑战”“线下零售商该如何破局”等主题展开了深入讨论。

作为厦门眼镜展的超级IP活动，今年以“瞳色世界·探索无境”为主题，以“探索”“生命力”与“斑斓色彩”为关键词，构筑起一个充满活力的自然未知空间。现场聚焦入时的生活方式与先锋设计，对2024眼镜潮流方向进行了专业、深入的解读，开启了一场关于眼镜流行趋势的全新探索。

（解磊）

情怀与商机交织下老品牌如何把握新机遇——南宁桂花牌手表爆火的背后

覃雨轩

一块“桂花表”、一台“多丽电风扇”、一辆“天鹅自行车”……这些广西南宁老品牌的产品见证了城市的发展与变迁，蕴含着无数南宁人的情怀。尽管潮流不断更迭，但这些老产品的魅力却历久弥新，俘获不少市民的心。

连日来，南宁本土手表品牌——桂花牌手表突然在社交平台上掀起了一波热潮，线下购买手表的民众热情高涨，即使手表厂临时公告限购、呼吁理性消费，人们购买手表的热度还是只增不减；网络上，网友们也纷纷晒出自己的“桂花表”，写下与“桂花表”的回忆，怀旧情怀被“唤醒”。

“桂花表”为什么突然“火”了？引发南宁老品牌、老企业怎样的思考？未来又将如何变“爆红”为“长红”？记者带着这些问题进行了走访。

情怀撬动新流量 宝藏老牌受关注

“情怀无价。”11月21日，在位于青秀区园湖南路的南宁市手表厂产品展销综合门市部前，市民丁先生向记者展示了他手里的“桂花表”。丁先生表示，自己年轻时就戴过南宁桂花牌手表，这次来购买也是抱着怀旧的心态，希望可以再收藏一块表作纪念。“手表做工精巧，几十年前的老款式价格很亲民，值得收藏。”不少市民告诉记者，“桂花表”凝聚的是自己对童年、青春的记忆。因此在使用价值之外，它也被罩上了一层“情怀的滤镜”。

然而，“桂花表”能够在短时间内“火”出圈，靠的仅仅是情怀吗？

“表链调好，手动上好链，调好时间后，这块和我差不多年纪的表就‘复活’了。”11月8日，市民梁先生在某社交平台上发布了一篇题为《今天买了南宁本土生产的手表》的帖子，表示自己在网络上偶然发现一块精美的“桂花表”，就想着到南宁市手表厂碰碰运气，随后买了一块价格为196元的“桂花表”，“性价比很高，让我很惊喜，于是就发布帖子分享宝藏老品牌。”梁先生说。

帖子发布后，网友们纷纷留言，表示“马上去看看”“今天去买了，遇到好几个人都是看了



图为市民在南宁市手表厂产品展销综合门市部选购手表。

帖子过来的”……越来越多的网友到线下“打卡”购买，并在社交平台上分享、传播，为“桂花表”添了一把“火”。截至记者发稿，该帖子浏览量达2.4万次、点赞量500多个、收藏280多个、评论260多条；在某社交平台上，“南宁桂花牌手表”话题浏览量超139万次；在另一社交软件上，“桂花牌手表”词条的热度在22日达到2824万，相关词条纷纷登上各网络平台热搜。

梁先生说：“‘桂花表’给消费者带来的收藏价值和积极的情感体验，已超越其实用价值。”记者在采访中也发现，消费者对待库存“桂花表”的热销多以收藏纪念、满足怀旧心理、支持老牌国货等为目的。

启发反思促成长 坚持品质赢市场

30年前问世的手表还在滴答作响，历经几十年岁月的手表厂生产线仍然在忙碌……现如今，南宁市手表厂早已转型，为国内外各大手表厂商生产自动机械手表的机芯，持续发展至今；多丽电器深耕南宁69年，不断推陈出新，提高产品品质、改进性能，如今还积极拥抱市场，往智能化、智慧化家居方向发展……时下，南宁老品牌的“高光时刻”，正是品牌多年对质量精益求精、不断取得市场与口碑双重丰收的回应。

此次经网络社交媒体平台带火的“桂花

表”，唤起了市民对这些南宁本土品牌的美好回忆，也给其他南宁老品牌带来了一些启发。

“桂花表”通过社交媒体重回大众视野的成功经验，为多丽电器提供了有价值的参考和借鉴。“南宁市多丽电器有限责任公司办公室主任焦秋月表示，多丽电器在跟进社交媒体传播成功经验的同时，还需不断总结、调整改进策略，以适应不断变化的市场环境和用户需求。“我们会积极关注行业动态和技术趋势，不断学习和掌握新的知识和技能，以稳定的质量、优质的产品保持竞争力和创新力。”

“即使是正在享受流量热度的‘桂花表’，也可能出现因缺乏相关零配件的库存而面临售后保障的风险。”南宁市社会科学院经济发展研究所经济师陈琦分析，“这也提醒老品牌必须在产品质量这一关键竞争优势上下足功夫，在工艺精进、质量监测、售后服务等方面严格把关，保护好品质这一金字招牌。”

补短板不断创新 推动老品牌发展

24日，记者再次来到南宁市手表厂，看到该厂发布公告称：“现部分表款已售罄”“鉴于企业正常生产经营需要，决定暂停销售库存‘桂花’手表。”库存手表所带来的“情怀消费”“火爆流量”很可能戛然而止，如何在瞬息

万变的市场中长久立足，转“爆红”为“长红”，成为当下南宁本土老品牌所面临的新考验。

对此，陈琦表示：“淄博烧烤、柳州螺蛳粉的出圈均借助短视频流媒体平台发力。某社交软件数据显示，“淄博烧烤”关键词热度在今年3月开始不断攀升，到5月中旬达到1.8亿。柳州螺蛳粉相关产品也经常在各大电商主播的直播间出现，并借助美食博主打卡等相关短视频进一步打响知名度。”她表示，“淄博烧烤”等成功案例展现了其独特的实践路径，为各老品牌发展提供了参考。

陈琦建议，南宁老品牌可借助消费者对老字号的情怀与信赖，积极弥补产品线单一的短板，在丰富品类、体验、包装设计创新等方面多下功夫，针对不同消费群体进行品类创新，注重包装设计上品牌文化、传统文化等元素的运用；紧跟时代步伐，挖掘好品牌企业文化，讲好品牌故事；加大社交媒体平台的宣传力度，借助官方流媒体平台账号、网络红人等，多做内容创作与宣传推介，提升品牌的影响力，保持老品牌在大众视野的热度。还可以参考长沙“文和友”的经验，通过本地品牌“跨界”联动推广、怀旧场景打造、本地品牌集聚体验店等方式，提升品牌曝光度。南宁市有关部门还可以在本地品牌的打造与推广上加大政策与资金的支持力度，提升老企业、老品牌复兴的信心和决心，助力本土老品牌焕发新生机。

政府搭台企业唱戏 打响“中国花茶之乡”品牌

张曦文

近日，四川省荣县花茶北京推介会在四川特色产品北京展示展销中心举办，荣县委副书记邓翼川出席致辞并推介荣县花茶。四川省政府驻京办、北京四川企业商会、中国蔬菜流通协会、北京茶业企业商会、天津市茶叶协会以及京津地区近50户专业经销商参加会议。

推介会现场，茉莉花茶香飘四溢，沁人心脾。“茶汤清亮，入口清香，还有回甘。好茶！”与会嘉宾和客商在品茶后，对荣县茉莉花茶赞不绝口。

“随着新茶饮的出现，让我们的茶叶发展有了更多的灵感，也让我们找到了更多突破的空间。”自贡市春兰茶业有限公司(以下简称春兰茶业)总经理黄竟波告诉记者。

春兰茶业是荣县本土企业，也是一家集茶叶种植、生产、销售、研发为一体的国家级重点龙头企业，专注于茶叶加工生产三十余年。公司建有标准化的生产厂房1.15万余平米，拥有国内外先进的制茶生产设备、贮藏保鲜设备300余台(套)，已建成国内领先、省内首创的茶叶自动化、清洁化初加工生产线，日生产能力20万斤。

黄竟波告诉记者，公司茶园平均海拔在700米左右，位于四川盆地北纬30度附近的黄金产茶区，有着得天独厚的自然优势。在产



业发展的同时，更发挥了联农带农的作用，有效助推了乡村振兴。目前，公司累计带动7301户农户、2万多人，种植茶叶45335亩。

据了解，荣县种茶制茶历史悠久，位于北纬30度茶叶种植黄金带，年均气温17.8℃、年降水量1000毫米以上、无霜期333天，茶园分布在海拔600—800米的深丘低山区，茶区森林覆盖率67%以上，有冬季气温高、春季回暖早等气候特点，所产茉莉花“清新淡雅、温润持久”，所产茶叶“出产早、外形美、汤色明、口感鲜”，素有“中国花茶之乡”的美誉。

“近年来，荣县将茶产业作为绿色生态产

业、特色优势产业、乡村振兴产业，已成为‘一县一特色’标志性产业。”邓翼川告诉记者。

品质是荣县花茶产业发展的基础和关键。据介绍，荣县花茶品质上乘的原因在于：种植有法，荣县已建成陈宗懋院士团队茉莉花基地1个、认证茶叶绿色原料标准化基地6万亩和优质茶园20万亩；采摘有道，坚持“九不采”原则，所采鲜叶90%为形美质优的独芽，是加工高档花茶的首选原料；制作有方，以早春名优绿茶和优质茉莉伏花为原料，通过六一提精制而成，造就荣县花茶“香高、味醇、汤清、色阳”的独特风味，每百克茶叶氨基

▶▶▶ [上接 P1]

安徽家电产业 如何续写精彩

发展好智能家电(居)产业不仅要锻长板，还要补短板。安徽有哪些短板？

一般来说，家电产业链价值链中，研发和营销占比较高。但目前，安徽省虽然是重要的家电生产基地，研发及营销却两头在外。来自安徽智能家居行业协会的数据显示，近年来，安徽家电企业研发投入经费投入占销售收入比重徘徊在3%左右，与全国平均水平相比尚有差距。

也就是说，提高安徽省智能家电(居)产业在研发及营销中的占比，安徽在家电产业发展和结构调整中话语权也会进一步增强。

近年来，小家电产品不断推陈出新，销量快速增长，中国小家电之都浙江慈溪“出圈”。与广东、浙江等小家电主产省份相比，我省小家电不强。

在家电行业有“卖大不如卖小”的说法。安徽省小家电企业数量少且规模较小，缺少行业内具有“话语权”的链主企业，创新引领力、生态主导力、市场竞争力、产业带动力明显不足。

“相较冰箱、洗衣机、空调、彩电等大家电，小家电产品的利润率更高。”朱家登说。

而且，安徽省家电产品的产品附加值目前还较低，附加值较高的家电产品相对于广东、山东等家电大省占比较低。

数据显示，“四大件”产量占全国的1/5，但营业收入占比不足1/6、利润占比约1/10。厨电、小家电等其他家电产量及营业收入占比均不足10%。

江苏、浙江两省大家电制造虽弱于安徽省，但得益于小家电占比较高，且市场增长空间大，两省在全国排位上紧跟安徽省。

“新赛道也尚未形成。”朱家登介绍，目前省内的智能家居企业少，还未形成完整的产业链。据统计，目前我国智能家居行业主要企业共有13906家，2022年全年注册企业数量达2800家，为近年来最高，主要分布在东部长三角和珠三角等地，安徽省智能家居企业数量明显少于广东、江苏、浙江等地，智能家居产业规模还较小。

推动智能家电向智能家居、智慧家庭方向转型升级

11月13日安徽省举办的“加快打造世界级智能家电(居)产业集群”发布会上，省经济和信息化厅一级巡视员柯文斌介绍，目前，安徽省正着力推动“大家电做强、小家电做活、智能家居做大、配套产品做优”，持续优化产品结构，加速推进数字化转型，全力推动传统家电向智能家电、智能家居、智慧家庭方向迈进。

如何推动智能家电向智能家居、智慧家庭方向转型升级？

“由省内具有一定基础优势的骨干企业、相关龙头企业布局智能家居产业，推动家电向智能家居转型升级。”朱家登介绍，安徽省要抓住产业结构性重构机遇期，推动家电与建筑、医疗、科教、娱乐、食品、汽车、能源等各行业破圈融合发展，快速做大做强安徽省智能家居产业，培育安徽省智能家居行业头部企业。

“要积极招引和培育总部企业，包括智能家居系统平台总部、研发总部、销售总部等，形成企业总部集聚。”朱家登说。

小家电短板也要补齐。今年上半年，省经信厅编制了《安徽省小家电“一链一策”实施方案》，安徽省将围绕丰富全品类产品，开展“3+5”增品种行动。重点发展厨卫清洁、智能穿戴、适老护幼三类基础较好的小家电产品，拓展个护美健、视听娱乐、智能安防、开关照明、服务机器人五类具有发展潜力的小家电新品。

“结合各市产业实际和自身优势，支持合肥建设功能小家电基地，打造智能小家电直播基地；芜湖建设个人护理小家电基地，滁州建设生活小家电基地，六安建设餐厨小家电基地等，打造一批各具特色的小家电产业基地(园区)，形成产业结构完善的企业体系。”省经济和信息化厅二级巡视员查汉斌介绍。

此外，目前不同品牌的全屋智能家电较难达成标准共识，不同厂商的智能化冰箱、电视机、空调等家电家居，各自匹配智控的App一般不能互联。“目前省里编制的《智慧住宅工程建设标准(征求意见稿)》正在公开征求意见，将统一智慧住宅在技术层面的标准。”朱家登说。