

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第308期 总第10942期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 全年定价:450元 零售价:2.00元

2023年12月3日 星期日 癸卯年 十月二十一

一周观察 | Observation

“有进有出”激发干劲 老字号向“新”而行

■ 王文博 孙清清 刘振坤

去年我国中华老字号企业实现营业收入超过1.2万亿元,今年前三季度营业收入已超过2022年全年水平……近日商务部发布的一组数据引发关注,见证老字号在传承创新摸索中焕发出新的活力。与此同时,相关管理机制也在进一步完善,日前55个品牌被移出中华老字号名录,“有进有出”的管理机制进一步激活老字号企业的发展动力。

接受记者采访的业内专家纷纷表示,向“新”而行是老字号的出路,但创新能力有待提高依然是老字号面临的问题。随着相关管理机制和支持政策的完善,以及老字号企业在创新转型上的探索,万亿级市场规模还将进一步增长,并在促进消费、产业升级、文化引领等方面发挥更为重要的作用。

老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”,历史悠久,拥有世代传承的独特产品、技艺和服务。2006年以来,商务部部署开展了中华老字号认定工作,分两批认定了1128家中华老字号,广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等领域。

近年来,支持老字号创新发展的政策不断出台。2022年,商务部等8部门联合印发关于促进老字号创新发展的意见,鼓励老字号发展新业态、新模式,营造消费新场景。2023年初,商务部等5部门发布《中华老字号示范创建管理办法》,调整了老字号的评定标准,建立了“有进有出”的动态管理机制,旨在促进老字号创新发展。

在政策支持和市场需求双重推动下,一些老字号加快了求新求变的步伐。

与此同时,越来越多老字号开始“触网”转型。以餐饮类为例,中华老字号餐厅在线上化发展过程中打造品质IP,挖掘经典口味优势,受到消费者认可。今年中秋国庆假期,美团平台上中华老字号交易额同比增长52%、订单量增长48%,成为假日餐饮消费亮点。

另外,年轻化也是老字号创新的重要方向。比如凤凰自行车与潮流网购社区得物App合作,针对平台上年轻人喜爱骑行运动的新潮流,推出近60款匹配不同骑行场景的装备,带动销量同比增长近9倍,新增用户中“95后”占比达65%。还有内联升布鞋的潮牌联名、跨界咖啡、文创衍生等,不断“圈粉”年轻消费者。

老字号的探索也获得了市场认可。2022年,中华老字号企业实现营业收入超1.2万亿元,近七成企业实现盈利,税收贡献达2700亿元,吸纳就业87.2万人。2023年前三季度,中华老字号企业营业收入已超过2022年全年水平,发展势头强劲。

不过,也有部分企业因为经营不善等原因退出市场。近期,商务部联合相关部门公布中华老字号复核结果,将长期经营不善甚至已经破产、注销、倒闭或者丧失老字号注册商标所有权、使用权的55个品牌移出中华老字号名录;对经营不佳、业绩下滑的73个品牌要求6个月内予以整改;继续保留1000个经营规范、发展良好的品牌。

对此,商务部研究院流通与消费研究所研究员关利欣对记者表示,“有进有出”的动态管理机制更加符合品牌和企业的发展规律,强化市场竞争优胜劣汰的机制,有利于支持深耕品牌发展的中华老字号发挥历史文化优势,提升经营管理水平,增强创新发展能力。

在落实“退”的基础上,商务部还表示,将抓紧部署开展新一批中华老字号认定工作,并进一步建立健全老字号保护传承和创新发展的长效机制,持续出实招、出硬招,把“金字招牌”擦得越来越亮。

这也激发了更多老字号的干劲,一些老品牌正在以自身的传承创新,争取进入“中华老字号”队伍。

企业的积极性为中华老字号的发展注入新活力。商务部流通发展司副司长李刚此前表示,可以预见,将来还会有很多大家耳熟能详的新品牌成为中华老字号,真正实现绵绵不绝、生生不息。

安徽家电产业 如何续写精彩



■ 朱卓

11月9日,长虹美菱迎来了自己的40岁“生日”。作为安徽本土企业,也是中国最早的家电企业之一,长虹美菱过去见证了中国家电产业发展史,今天依然是安徽省家电产业创新发展的重要参与者。

上世纪80年代中后期到90年代中期,荣事达、美菱等安徽本土品牌崛起,引领中国家电产业发展。2000年以后,安徽家电产业发展环境进一步改善,实力进一步增强。目前安徽省家电产业规模全国第二大,全国每三台冰箱、每四台洗衣机、每五台空调就有一台“安徽造”。

随着人工智能、物联网等技术的快速发展,以及居民消费习惯改变,当前家电产业发展面临新机遇、新挑战。适应产业发展新趋势,安徽省提出大力发展智能家电(居)产业,推动家电产业转型升级。

从单品智能走向全屋智能是大势所趋

11月13日,在位于合肥经开区的长虹美菱股份有限公司,记者看到了美菱M鲜生冰箱等众多创新产品。“它采用了水分子激活保鲜技术,新鲜玫瑰放进该冰箱后,可以保鲜33天。不只鲜花,我们平时用到的肉类、蔬菜和水果都可以放在这个冰箱里保存得更久更新鲜。”长虹美菱股份有限公司副总裁戴大年介绍。

针对消费者需求,如今各类智能家电家居产品不断出现。跟随人自动调节角度的电视机、兼顾保鲜和除菌的嵌入式冰箱、能实时监测空气质量的智慧空调、集消毒除味等功能一体的衣物护理机……居民生活品质不断提升,“聪明”的智能家电备受青睐。

智能家电成为家庭“标配”,家居家装也得搭配好,做到家电内嵌、风格统一,全屋整体规划。目前,场景智能化是大势所趋。

扫地机器人卖不动了? 中国清洁电器企业出海探路

随着国内清洁电器市场增速放缓,包括科沃斯在内的中国清洁电器龙头企业加快推进全球化。

科沃斯在新加坡的首个办公室11月20日揭牌;石头科技今年惠州新工厂投产,也有助于进一步做大出口业务。追觅相关负责人向记者透露,今年前七个月其海外收入同比增长110%。

“新加坡是连接亚洲和世界的重要桥梁,可以以东南亚货运中心为基地,沟通欧洲、澳洲、中东等重要市场。”科沃斯集团副董事长、科沃斯机器人CEO钱程表示,作为集团在东南亚市场的商业枢纽,新加坡办公室将进一步推动科沃斯的全球业务发展。

据其财报和公开数据,2023年上半年,科沃斯品牌海外业务收入同比增长26.5%,添可品牌洗地机等智能生活电器的海外业务收入同比增长24.2%;今年第三季度,科沃斯机器人和添可品牌的海外收入分别同比增长47%和53%,海外收入增速高于集团的整体收入增速。

有关数据显示,2023年-2030年,亚太智能家电市场预计将以22%的年复合增长率增长。科沃斯2017年开始进入东南亚,未来亚太地区将是其进一步推进全球化的重点市



● 科沃斯

场。科沃斯在海外不断扩张产品线,包括扫地机器人、擦窗机器人、空气净化机器人和智能割草机器人,以及洗地机、烹饪料理产品等,并和亚马逊(Amazon)、虾皮(Shopee)、来赞达(Lazada)等电商平台合作扩张新加坡、越南和印尼市场份额。

石头科技在惠州的扫地机器人工厂今年投产,新工厂接应供应链和港口,方便出口。石头科技总裁余刚今年9月告诉记者,石头科技将进一步做大出口业务。他今年9月初在IFA(柏林国际消费电子品展览会)上感受到,中国的扫地机器人品牌在欧洲市场正逐渐树立起来。

追觅的相关负责人表示,追觅目前已在东南亚、俄罗斯及东北欧、西南欧几个地区发

展。2023年追觅又进驻了中东非、印度、南美等新兴市场。2023年1-7月,追觅海外业务收入同比增长110%。今年双十一促销期,追觅在东南亚市场的总销售额破亿。未来,追觅将会进一步完善其在海外市场的布局。

清洁电器纷纷出海的背后,有人称“扫地机器人卖不动了”。一方面是受宏观经济环境、房地产市场的影响,另一方面扫地机器人追求高端化,整体均价较高,同时清洁能力、免维护能力仍有提升空间,而新兴的洗地机分流了部分市场。据GfK、中怡康、NPD和Stackline的数据,2023年上半年,全球扫地机器人市场27.6亿美元,同比下降4.9%;中国扫地机器人市场63.6亿元人民币,同比下降0.6%。2023年前三季,科沃斯营收同比增长4.01%至105.32亿元,增速放缓。

不过,今年“双十一”大促刺激下,国内清洁电器市场在此期间实现了增长,第四季度的增长有望让今年全年中国扫地机器人的销量与去年持平。记者从奥维云网(AVC)线上监测数据看到,2023年双十一促销期,国内扫地机器人线上销售额34.4亿元,同比增长17.5%;洗地机线上销售额同比增长10.8%至25亿元。北京紫轲洞见数据有限公司COO彭煜向记者说,预计2023年中国国内扫地机

翼”,马鞍山、六安、蚌埠、阜阳、宣城、宿州等多节点产业布局。合肥着力打造智能家居产业首城;芜湖布局厨卫及生活小家电;滁州以“招龙头、补链条、聚集群”推进“屏一芯一端”高效协同;六安构建智慧餐厨产业链;马鞍山致力发展家电整机及核心零部件。

抓住转型机遇优化产业链布局

青岛海尔改名“海尔智家”,美的成立“美的美居”事业部,格力成立“格力+”,华为发布全屋智能4.0,小米设立米家……越来越多的主导企业正积极布局智能家电家居市场。

用户家中拥有智能产品的数量持续增加,年轻人带动新型消费模式加快发展,智能家电家居市场整体规模逐年增长,智能家电和家居逐渐被消费者认可。

不管是从消费市场还是产业发展趋势来看,安徽省大力发展智能家电(居)产业都面临机遇。“知名品牌集聚、制造基础雄厚、市场占有率高……”安徽省发展智能家电(居)产业有着自身的优势。”安徽省智能家居行业协会副会长朱家登介绍。

据了解,安徽省家电品牌集中度居高,囊括了从本土到国内、国际绝大部分知名品牌,海尔、美的、格力、TCL、长虹、京东方等中国知名品牌,美菱、荣事达、荣电、扬子、尊贵、惠科金扬、新欧力等本省知名品牌。

“作为全国重要的智能家电制造基地,安徽省产业链供应链相对完善,资金、人才、技术、渠道、管理、物流等生产经营要素完备,制造基础雄厚。”朱家登说,安徽拥有合肥、滁州2个国家级新型工业化示范基地;拥有芜湖美的厨卫、滁州康佳电子、美智空调、格力电器等国家级智能制造示范工厂、国家级智能制造优秀场景。

[下转 P4]



● 双汇熟食生产线

器人市场的销量同比持平。

面对增速放缓的国内市场,“出海”成为中国清洁电器企业的共同选择。据GfK的数据,近年中国品牌推出的扫地机器人在技术上不断革新,截至2022年底,中国生产的扫地机器人已占据海外市场近50%的份额,但在不同区域中国品牌的市场份额有差距,其中,东南亚和欧洲占比较高,分别为68%和55%。

“中国吸尘器产业在技术创新和上下游产业链方面已经取得领先地位。”GfK中国家电事业部高级经理马佳认为,除了扫地机器人“出海”,由于当前洗地机在中国以外地区尚处于起步阶段,现在正是中国品牌抓住海外市场先机的时间窗口。他预计,洗地机和扫地机器人的功能将以某种形式融合,持续技术创新将是未来清洁电器行业发展的原动力。

不过,这也意味着各家将面临更激烈的市场竞争。iRobot等欧美扫地机器人企业比中国企业的国际化步伐更早。iRobot在2022年8月宣布被亚马逊全资收购,在全球市场有更稳定的渠道资源。不过,iRobot目前经营处于亏损状态。中国清洁电器企业要在海外扩大市场份额,需有更快的产品创新速度、更高效的供应链。

(据第一财经)



山西特产 霍州年馍
中国年馍之乡
“舌尖上的美食” “指尖上的艺术”
联系电话:18534090188
霍州市农村集体经济发展有限责任公司

广告



广告

责编:周君 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众号
二维码



中国企业家网
二维码