



松下电器赵炳弟：中国高质量发展是一个非常好的商机

■ 吴家驹

松下是全球知名的电子产品制造商,也是中国消费者非常熟悉的家电品牌。近日,松下电器(中国)有限公司总裁赵炳弟表示,作为改革开放后第一批进入中国的外资企业之一,几十年来,松下与中国一路同行。

“我们是中国改革开放的努力者、贡献者、受益者”

“松下集团的中国事业始于 1978 年,我们是中国改革开放的努力者、贡献者,同时也是受益者。”

赵炳弟表示,45 年来,中国营商环境的不断改善,为公平、透明、公开的市场化运作,创造了非常好的空间,对此松下有切身体会。

他表示,松下在中国目前有 64 家法人平台,近 5 万名员工。松下每年在中国市场的产值,超过 1280 亿人民币,占松下全球产值的 27%。这足以证明,中国对于松下来说是非常重要的一个市场。

自进入中国市场以来,松下的家电就受到了不少中国消费者的欢迎。

在赵炳弟看来,松下在中国市场取得的成功,一方面要归功于,松下作为一家以家电起家的百年老店,在家电上拥有的良好积累和基因。

同时,赵炳弟表示,松下始终秉承着创始人松下幸之助所提出的“企业是社会公器”的经营理念。在赵炳弟看来,按照中国国家、社会和老百姓的需求,把松下的能力,融入中国的国策和发展趋势,与中国进行合拍发展,是松下保持长盛不衰的原因之一。

“在全公司范围内推广中国市场好的做法”

2019 年 4 月,松下集团成立了“中国事务在中国决策”的区域性事业公司:松下电器(中国)东北亚公司,并将总部设在了北京。

赵炳弟表示,松下作为一家采用事业部制的企业,在日本以外成立事业公司,由日本总部进行决策,转变成由现场来进行决策,这是松下百年多历史中的第一次,体现了对中国市场的重视。

他说,松下电器(中国)东北亚公司的成立,使得松下能够最近距离、最前线地进行分析 and 决策。该公司成立后,松下借鉴中国本土的发展速度、成本意识和创新模式,与战略合作伙伴进行进一步的沟通和合作,使得松下的产品和解决方案更加丰富,产业竞争力不断提升,对社会贡献的机会和能力不断加强。

赵炳弟表示,松下电器(中国)东北亚公司成立四年以来,在中国做了很多实践,很多产品在中国首发。同时,该公司围绕成本降低,按照客户需求,打造出新的产品,形成了一系列的解决方案。

“中国市场好的做法,不光在中国国内进行应用,同时也在日本,在全公司范围内进行推广。”

“中国高质量发展是一个非常好的商机”

“面向未来,中国正在推动高质量发展,这对松下来说,是一个非常好的商机。”

赵炳弟表示,中国不光是制造中心,同时也是消费大国和创新大国。目前松下在中国有近万名的技术和研发人员,在中国进行研发的产品非常多。

他介绍,近年来,“中国首发”已成为松下相关产业里非常明显的变化。松下在家电、“住空间”等领域的很多产品,都在中国实现了首发。同时,松下明确,把“健康智能住空间”、智能制造、新能源汽车解决方案等,作为松下在华事业的重点来进行推动。

近年来,中国电子商务发展势头迅猛。赵炳弟表示,松下 To C 端的产品,在过去大多是线下交易,而如今中国互联网应用、数字化经营,特别是电商,发展得非常快。

他说,松下在数字化、智能化方面,做了非常多的努力。目前,松下电器在中国市场的线上交易额,每年都在增加,而且幅度非常大。

“中国未来的潜力非常大,中国的创新力对我们有正向的影响和带动。我们对中国的未来充满期待,也希望作出新的努力和贡献。”

老干妈不再火辣？

■ 左宇坤

近期,老干妈备受舆论关注,“老干妈销量暴跌”“老干妈被年轻人抛弃”等话题层出不穷。

现在的人真的不爱吃“老干妈”了吗?“国民女神”重回十年前?“以前半夜饿得实在受不了,或者下午嘴馋的时候,就去厨房挖一勺老干妈吃。”在社交平台上,有人如此分享着自己与老干妈的回忆,得到了不少人的共鸣。

贵州人爱喝酒,遂有茅台;贵州人爱吃辣,故有老干妈。当地有一个说法:贵州有“两个瓶”,一个是茅台,另一个是老干妈。足见长时间里,老干妈和茅台同是贵州的知名标志。

只不过眼下,这“两个瓶”命运齿轮的转动仿佛出现了一些变向。争议的源头也是一份来自贵州的榜单,有网友发现,“2022 贵州民营企业 100 强”榜单中,老干妈罕见跌出十强,2021 年的营收为 42 亿,位列总榜单的第 11 名。

对比贵州企业联合会、贵州企业家协会此前持续发布的榜单发现,2014 年老干妈营收便已突破 40 亿元,便有人感慨“辣酱巨头一夜之间回到近十年前”。

“老干妈?当然还是有人买的,不管咋说,进货时说起辣椒酱,我们第一选择肯定还是老干妈。”在北京开了十多年超市的沈老板表示。

老干妈创始人陶华碧曾说过一句话:“有华人的地方,就有老干妈。”这种对于渠道覆盖的自信并非没有缘由,北京各类商超、便利店、精品超市和社区小店里,老干妈产品皆可见。此前更是有机机构发布的报告数据提到,老干妈在全国各地市的覆盖率已经达到 90%以上。

中商产业研究院发布的《2020-2025 年中国辣椒酱行业市场前景及投资机会研究报

告》也显示,老干妈品牌辣椒酱占据着我国辣椒酱市场约五分之一的市场份额,李锦记和辣妹子分别占比 9.7%和 9.2%,二者的总份额与老干妈旗鼓相当。

前电商时代,老干妈和为数不多的几个辣酱品牌,让数以亿计的国人实现了“多吃几碗饭”。如此看来,“老干妈”的位置还是坐得相当稳,但并不能掩盖“老干妈”如今受到的一些冲击。

站在传承与创新的十字路口

“之前来店里买辣椒酱的人,差不多有一半会买老干妈。现在嘛,差不多只能占个两三成吧。”沈老板提到,近些年市民对辣椒酱乃至佐餐酱的选择也出现了一些变化,“我年轻那会儿做过建筑工,当时能吃到啥好的呢,就用老干妈夹个馒头、拌个面条就觉得香得不行了。现在条件好了,口味也丰富了,都得讲究营养搭配。”

沈老板的几句话,也道出了不少消费者如今的感受。翻看社交平台上对老干妈的“负评”,无非集中在“味道变了”“太油了”“有其他更健康的选择”这几个方面;当然也有一批坚定的拥趸者,认为“味道没差,还是很好吃”。

在“90 后”王鸣(化名)的记忆里,老干妈陪伴了他整个大学时代:“主要还是十几年前外卖没现在这么方便,现在,烧烤小龙虾烤冷面臭豆腐炸鸡,哪个不比馒头加老干妈好吃?”

如今王鸣的冰箱里也留着几瓶佐餐酱。沙茶酱、香菇酱用来拌面条,0 脂辣椒酱用来配馒头,老干妈也还有,但“一般会在炒方便面的时候用一下,吃得不如以前多了”。

“随着吃辣人口的增长,入局辣酱赛道的品牌也越来越多。有的走高端路线,有的走少油低卡的健康路线,有的已成为网红产品,在社交平台有着较高曝光度。”在食品产业分析师朱丹蓬看来,在新零售时代,新生代更偏爱创新型、差异化的产品,老干妈明显在此发力

传承家风 祉猷并茂

——记鼎胜建设集团有限公司总经理万振宇

11 月 30 日,万振宇应邀出席了 2023 中国企业慈善公益 500 强研究成果(涪陵)发布大会,并荣膺“2023 中国企业慈善公益 500 强”称号。

在与来自全国各地热爱慈善事业的企业家们一起交流学习中,万振宇不无感慨地说道:“各界把慈善事业做得这么大,这么强,我觉得自己还做得很不够,还有很大差距,以后还得向各位虚心学习,努力看齐。”

据了解,鼎胜集团创始于上世纪六十年代。那时候,在林州市(原林县)大地上,“人工天河”红旗渠建成后,涌现出了一大批建筑工匠,他们开始把目光瞄向了林州之外的建筑领域。

万荣魁老前辈是万振宇的爷爷,生前,他在外辛苦创业,攒下了一定的积蓄。他没有想着改善自己家的生活,而是把所有积蓄共 20 万元投入了当地的教育事业,捐建了采桑镇



●“老干妈”辣酱吸引参观者。

中新社记者 骆云飞 摄

不够。

佐餐市场里,竞品纷纷崛起,数据显示有 5000 多家辣酱企业正在瓜分市场,虎邦、饭爷、佐太狮、李子柒等新兴辣酱品牌迅速崛起。可能是为了获得更高溢价,或是绕开与老干妈的竞争,新兴的辣酱似乎在向“菜”的方向发展,虾肉、牛肉、金针菇、竹笋等料纷纷被加入了酱中,甚至还有品牌加入鲍鱼、松茸等食材。

比起竞品们在迎合新需求的道路上动作频频,坚持“不贷款、不参股、不融资、不上市”的老干妈的传承之路也走得步步惊心。儿子投资房产失利、更换辣椒原材料等一系列传闻,无不在考验着这家企业。

如何追上“年轻的口味”?

好在 2023 年末,老干妈可以“暂舒一口气”。最新发布的“2023 贵州民营企业 100 强”榜单显示,老干妈重回十强之列,以 2022 年 52.6019 亿元的营收位于总榜单的第七位,同比增长约 25%。

去年年底,老干妈也曾回应道:“营收短暂下滑完全在意料之中,这是正常的市场波动,之前就做过预判和预案,目前已经实现了恢复性增长,多款新产品即将上市。另一家分公司的扩能升级也已启动,海外市场也从

2019 年的不到 90 个国家和地区拓展至 130 个。”

不只是老干妈,追上当代人的口味对于其他调味品相关企业来说也不是一件容易的事。梳理各大上市企业前三季度财报可发现,排名前十的调味品企业中有一半出现营收、净利润双双下滑的局面:“酱油茅”海天味业营业收入、净利润双降,中炬高新、加加食品亏损,佳隆股份净利润同比下降 1421.43%。

“咸不住”“油不了”“甜不下”成为了养生风潮下人们的胃口倾向。有业内人士曾表示:不只是辣酱市场,整个调味品甚至食品工业都在迎接健康化趋势,而且今天的消费者在调味品上的选择越来越多,对产品的要求也越来越严苛,好吃、健康、便利、高性价比,缺一不可。

是否要转向?如何转向?从产品口味和品类创新,到品牌定位、营销概念上的探索,洞察年轻群体的需求和生活方式的变化,无论是对传统龙头还是新兴品牌来说,都是寻求突围时不得不思考的路径。

“别说辣椒酱了,现在老人来店里买菜,都得问一句有没有不太咸的。”沈老板随手一指,货架上“0 脂辣酱”“低盐榨菜”的摆放位置很是醒目,“现在大家来爱找这个,咱也得跟随潮流是吧?”

界的广泛认可。

在工作中,他坚持爷爷及父亲的慈善理念,也以此为荣。在事业不断发展壮大的同时,他总是考虑做更多的公益事业,把家风祖训中的慈善事业发展得更加辉煌。

从万荣魁到万福生,再到万振宇,祖孙三代人在慈善事业上的贡献,已成为当地的家族榜样、慈善标杆,也客观上带动了地方慈善事业的发展与繁荣。据不完全统计,万氏家族在慈善公益事业上的投入已超过 3200 万元。

明末清初诗人屈大均曾赋诗:“静宁见春,祉猷并茂。”寓意福气和事业蓬勃发达、和谐共生。万振宇荣膺“2023 中国企业慈善公益 500 强”称号,实至名归。传承家族遗风,万振宇立志把慈善事业进一步发扬光大,不敢有丝毫懈怠和满足,正一如既往地勇往直前,努力实现慈善公益和集团发展双丰收。



●王传清在观察经过加热炉加热后的掺水出口温度。

然气,对付优质的天然气,王传清有一套办法。而今采油二厂立足内部挖潜,改用自己油井产出的天然气,王传清也有自己的“绝活”。

今年,采油二厂在王集油田实施回收套管气供锅炉加热项目后,自产气每日稳定在 1000 立方米。为了防止锅炉“闹脾气”,王传清给集输站值班室安装了停炉报警装置,并把解决问题的方法教给了员工。员工可以随时发现问题,随时解决问题,保证了加热炉始终保持最佳燃烧状态。

“老王对机械、电器是无师自通。机械、电器类的设备,他只要看一看,就知道结构、原理。”在王集采油站员工心中,都对王传清非常佩服。

中原建工洛阳乙烯工程地基处理项目开工建设

12 月 5 日,由石油工程建设公司中原建工公司承建的洛阳分公司百万吨乙烯工程地基处理项目,随着强夯施工第一锤的落地,标志着该项目正式开工建设。

据悉,项目建成后,将加快洛阳市打造绿色石化先进材料产业基地,重点围绕乙烯下游产业进行链链补链,持续做大做强乙烯下游高端化工材料产业链,推动中原地区石化产业向规模化、高端化、绿色化方向转型升级,最终打造成为国内一流的绿色石化先进材料产业基地。王传利 黄俭 摄影报道

