

做中国企业的思想者

# 企业家日报

## 中国品牌

Chinese brand weekly 双汇集团协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第092期 总第11060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

2024年4月14日 星期日 甲辰年 三月初六

一家之言 | Statements of a school



## 土特产不再甘当“隐藏款”

刘瑾

近日,“天水麻辣烫”多次登上热搜,带火了当地旅游,也拉动了甘谷干辣椒、天水油泼辣子、定西土豆粉等当地特产的热销。今年以来,从年初“尔滨”蔓越莓掀起一场全国“土特产”大摸底,到甘肃众多特产走进大众视野,“土特产”的发展备受瞩目和期待。

我国幅员辽阔、气候多样,造就了百花争艳的乡村“土特产”发展格局,形成了一些产业链完整、品牌影响力较大的乡村“土特产”。与此同时,由于产品结构单一、附加值低、不注重差异化营销等原因,多数地方的“土特产”产业形态仍以原料生产和初级加工为主,并不广为人知。随着一个个“隐藏款特产”成为“爆款”,不少网友善意地调侃称,“我的家乡特产就是特地瞒着我产”。

今年中央一号文件提出,鼓励各地因地制宜大力发展特色产业,支持打造乡土特色品牌。产业振兴中“土特产”是一篇大文章。发展乡村特色产业,要立足乡村特有的物质和非物质文化资源,开发具有鲜明地域特点的产品产业,从乡村产业的全链条提升,推动“土特产”成为带动农民增收致富产业、促进乡村全面振兴的重要引擎。

**推动农户与现代农业发展有机衔接。**推广“公司+农户”模式,建立利益联动机制,让各方共同受益。各地供销社系统要通过社有企业引领、农民专业合作社带动、行业协会参与等方式,推动地方“土特产”培育壮大,促进乡村特色产业发展。特别是要做好对小农户的服务,帮助小农户解决好一家一户干不了、干不好、干起来不划算的事,把更多农业增值收益留在农村、留给农民。

**壮大农产品加工流通业。**目前,我国农产品加工业产值与农业总产值之比为2.5:1,低于发达国家的3:1至4:1,产业链条较短,综合效益不高。要引导企业到产地建设原料基地、布局加工产能,发展农产品初加工和深加工;要瞄准做好品牌、提升品质的目标,延长产业链,增强市场竞争力和效益;要加强农产品产地仓储保鲜冷链物流设施建设,运用新技术降低损耗率,补上储藏、运输等方面的短板。

**加快农村电子商务发展。**酒香也怕巷子深。要充分发挥各地农产品展销平台作用,通过结合直播带货、进驻互联网销售平台、主题推介等活动进行不定期促销,组成“线上+线下”双管齐下、功能互补的多种销售渠道,帮助土特产实现跨区域产销对接。

展望未来,依托农业农村特色资源,推动乡村产业全链条升级,一个特而优、特而美、特而强的“土特产”将更好助力乡村振兴。

## 本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。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付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621  
企业家日报社



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

## 餐饮业圈定品牌化路线图

郭缤璐 张天元

近日,商务部等9部门联合印发《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》(以下简称《指导意见》),22项具体政策措施涵盖实施地域餐饮品牌培育工程,培育“名菜”“名小吃”“名厨”“名店”,打造地方特色餐饮品牌、加快制定完善预制菜标准等内容。作为促消费、惠民生、稳就业的重要领域,餐饮业收入占社会消费品零售总额比重达10%以上,足以见出台政策措施、推动行业高质量发展的重要性。在业内人士看来,《指导意见》向市场传递出对餐饮业发展的重视和支持,有助于提升行业发展质量和消费者体验,从而促进市场活力。

### 实施地域餐饮品牌培育工程

《指导意见》主要从提升餐饮服务品质、创新餐饮消费场景、增强餐饮业发展动能、弘扬优秀餐饮文化、促进绿色发展、优化餐饮业营商环境、加强组织保障7个方面提出22项具体政策措施,进一步释放餐饮消费潜力。

具体来看,食品安全依旧是重中之重。《指导意见》提出落实食品安全“四个最严”要求,也就是最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚和最严肃的问责,从原料准入、供应链和末端监管方面提升食品安全水平。严格食品原料进货查验,严把食品原料准入关。积极推广“互联网+明厨亮灶”等模式,大力推广“餐饮环节菜品配料和制作方法自主明示”制度,推广“餐饮外卖封签”制度,开展餐饮环节食品添加剂减量使用、非必要不添加、自觉抵制非法添加非食用物质承诺。

在创新餐饮消费场景方面,提出优化餐饮结构,培育认定一批中华美食街区,发展社区餐饮、老年助餐服务,促进业态融合创新。通过促进餐饮企业下沉、支持返乡入乡创业、完善



配套设施和设施等支持发展乡村休闲餐饮。鼓励各地因地制宜打造“美食名村”“美食名镇”。

在增强餐饮业发展动能方面,发展“数字+餐饮”,营造平台与商户共生发展的良性生态。实施地域餐饮品牌培育工程,鼓励地方深入挖掘传统烹饪技艺和餐饮文化,培育“名菜”“名小吃”“名厨”“名店”,打造地方特色餐饮品牌;支持国家级夜间文化和旅游消费集聚区、旅游休闲街区培育区域特色美食品牌;加强对老字号餐饮品牌、饮食类非遗项目的宣传和保护。

《指导意见》还提出,优化餐饮业营商环境,规范清理涉企收费、健全融资渠道;维护经营秩序,依法查处餐饮领域不公平竞争、侵犯消费者权益等方面违规行为。

可以看到的是,《指导意见》内的部分措施在一些头部企业的管理体系里已经落实践践。海底捞质量安全管理中心总监郭双喜告诉记者,海底捞已在去年10月启用了全新的“主体

责任制”管理信息系统。这一系统的上线标志着大中华区运营的所有海底捞门店,现已实现日常、周度以及月度自检信息的全面数字化管理。这套数字化系统将对食安信息做识别、分类和归集,并以“数字食安驾驶舱”模式,呈现海底捞门店食品安全数据的趋势。

### 用餐饮撬动消费

餐饮业作为拉动经济增长的重要行业之一,也正逐步恢复并呈现出积极的发展态势。完善餐饮业标准体系、促进下沉、发展“数字+餐饮”、支持境内外上市、推动中餐厨师、开拓海外市场……《指导意见》的方向和目标紧密贴合行业发展趋势以及消费端的需求。星巴克中国、鱼你在一起、西贝餐饮集团的不断下沉,库迪咖啡、喜茶、瑞幸咖啡在海外持续拓展市场,更有夸父炸串等一众餐饮品牌更是在餐饮数字化上做功课等。

实际上,《指导意见》的发布也给企业指

明了方向。中国全聚德(集团)股份有限公司党委书记、董事、总经理周延龙表示,随着客流恢复,餐饮市场消费得到明显释放,叠加各类利好因素,餐饮市场迎来强势复苏。作为老字号,企业要激发以消费为轴心的创新力,从卖方主导下的创新转向深入贴近消费者需求的创新。未来,老字号在经济活动中想要承担更重要的角色,就必须牢牢把握住守正创新。新形势之下必须学会创新、研究市场、重新进行品牌定位,去迎合与我们相差百余岁甚至几百岁的年轻消费群体。

中国数史融合50人论坛智库专家洪勇指出,《指导意见》的出台标志着国家对餐饮业高质量发展的系统性规划与政策引导,旨在推动行业由规模扩张向质量效益型转变,提升整体竞争力与抗风险能力,优化产业结构,形成新的经济增长点。就企业端而言,《指导意见》为餐饮企业提供明确的发展导向与政策支持,助力其把握市场趋势,调整经营策略。 [下转 P4]

## 打造更具影响力的“中国制造”品牌 雅迪这样做

近日,由国家互联网信息办公室网络传播局指导,中国公共外交协会、环球网联合举办的“2024‘走进中国’国际媒体交流项目”走进雅迪,了解“中国制造”品牌故事,看见数字化赋能下的中国智造。

### 电动两轮车大有作为 提前布局抢占先机

国产“三蹦子”的走红海外,让不少企业看到了海外市场的巨大潜力。近年来,中国企业扬帆出海已经成为一大趋势。据国家统计局和汽车工业协会数据,我国电动自行车、电动摩托车的产能全球占比超过80%。从关键部件如电机、电池和控制器,到下游的整车企业,多年发展和广阔市场已经形成了完整成熟的产业链,为出海创造了良好条件。对于中国两轮电动车产业而言,“扬帆出海”也是打破产业增长瓶颈、开拓增量市场的重要手段。如何快速打开海外市场,作为销量连续七年全球第一的中短途出行头部品牌雅迪已经交上了一份不错的答卷。

雅迪早在十数年前就开始出海战略相关布局,实现了研、产、供、销、服全面出海,目前已出口100多个国家和地区,获得8000多万用户的青睐,在国际上已形成较大的品牌影



响力与品牌号召力。

此外,雅迪在全球布局有八大产研基地。聚焦加速发展的东南亚市场,雅迪在越南北江、印尼布局的产研基地已投入使用。

此外,雅迪还频繁亮相CES(国际消费类电子产品展览会)、EICMA(意大利米兰国际两轮车展)、EUROBIKE(欧洲国际自行车展)等国际展会,品牌旗下路骑、跨骑、E-bike等全品类车型备受与会观众及行业人士等关注,品牌国际影响力持续增强,较强的品牌知名度也对品牌打开国外市场有着强大助益。

### 坚持科技创新 为品牌出海带来无限可能

据中国海关总署官网相关出口数据显示,2023年我国电动两轮车出口超1505万辆。目

前,中国是全球最大的两轮车生产基地,也是全球最大的两轮电动车消费国和出口国,其总销量占2022年全球总销量的74.3%。

但行业普遍认为电动两轮车出海仍处于早期阶段,面对众多影响电动两轮车出海的问题,雅迪作为产业带动者,给出了可行的绿色解决方案。

一是当前市场仍存在产品品质良莠不齐的情况。在新国标政策数年推行过程中,中国电动两轮车品质得到整体提升。但放眼全球市场,由于不同地区政策不完整、市场不规范等客观情况仍然存在,使得部分劣品流入市场。面对这一情况,雅迪给出的解决方案是以用户为中心,用优品驱逐劣品。

二是新能源技术的革新问题。在全球绿色转型的背景下,绿色化的电动车是全球交通出行的发展方向,而电池技术的进步,是电动车发展的核心。为此,雅迪持续多年投入大量人力、物力、财力,在电池能源领域不断深耕,最终研发出更安全、更高效、更便捷、更清洁的钠离子电池,并推出行业首款具备装车应用水准的钠离子电池产品——极钠一号。

对于用户更关注的安全性,雅迪专注钠离子电池的研发,钠离子电池具有材料安全、过放电安全、过充电安全、精准钠电管理、防水安全、自灭火安全6大超强安全特性,还可通过

最严苛的安全实验之一的针刺实验,在各种极端条件 and 环境下都能保证电池安全。同时,雅迪还于近日在深圳率先推行“钠电换电”新模式,进一步寻求解决用户便捷出行新方案。

三是当前全球不同市场对电动两轮车的差异化需求。雅迪作为行业知名品牌,始终以用户为中心,秉承“让亿万人享受美好出行”的企业使命,在用户关心的安全、便捷等方面不断投入,并深入了解不同地区用户特点、研究不同市场法律法规及用户使用习惯进行针对性研发,不断扩充全品类产品矩阵,以满足不同地区用户的个性化需求。

四是不断发展的市场格局对产品创新的要求。当前全球市场格局不断变化,如何抵御市场带来的动荡、快速适应市场,是每个出海企业亟待思考的问题。雅迪在新能源出行领域深耕十数年,当前已经具备完善的生态链及出色的零部件、整车设计能力,以面对时刻变化的市场格局。近日,雅迪还收购行业顶尖的控制器企业——无锡凌博电子技术股份有限公司,持续完善自身技术储备,不断提升生态链能力。

面对当前国际市场的机遇与挑战,以雅迪为代表的新能源出行品牌擦亮中国制造名片,始终坚持以用户为中心,为全球更多用户带去中国绿色出行方案。 (据新华网)



成都嗨吃科技有限公司  
河南嗨吃家食品股份有限公司  
品牌热线:400-883-5661

广告