

做中国企业的思想者

## 品牌“小号”锻造记

跨界经营不仅需要保持原有核心业务的竞争力,还需对新的目标行业有深入的理解。 [详见 P2]



沙棘:  
“维C之王”如何突破困局 [详见 P3]

蒙牛宁夏工厂  
何以获“灯塔工厂”殊荣 [详见 P4]

每周时评 | Observation

## 古镇开发 需守正创新

■ 李治国

金泽古镇的江南文化生活节暨2024金泽乡村旅游节、枫泾古镇的“笑天地”专场演出、泗泾古镇的国潮市集……今年国庆假期,上海各大古镇将独具区域特色的民俗文化、特色美食融入江南水乡风貌,推出“古镇新发现”系列假日文旅活动。

我国古镇众多,它们不仅是地理空间的坐标,更是文化传承的载体,承载着丰富的历史信息和文化基因。随着时代发展,如何在保护与开发之间找到平衡点,让古镇焕发新生,成为亟待解决的课题。上海浦东新场古镇近日传来消息,今年1月至8月,古镇区域接待游客达545万人次,创历史新高;一系列文化主体还将在新场古镇打造文化新高地、旅游新场景。新场古镇有“新韵”,源自其守正创新的发展理念,也为古镇焕新提供了可资借鉴的思路。

守正,是古镇保护与开发的前提和基础。守正并不意味着固步自封,而是要在传承的基础上进行创新。时下,不少古镇面临保护与开发的双重压力。一方面,其作为历史文化遗产的重要组成部分,需要得到有效保护;另一方面,其作为旅游资源的重要组成部分,需要得到合理开发。因此,在古镇保护与开发过程中,需突出彰显文化特色,积极引入新技术、新元素和新兴文化主体。

深入挖掘文化特色,是古镇保护与开发的关键。每个古镇都有自身的文化特色,这是古镇的灵魂,也是其核心竞争力。只有保护好古镇历史风貌和传统建筑,传承好文化基因,才能让古镇在现代化浪潮中保持自身独特魅力,避免同质化发展。

积极引入新技术、新元素和新兴文化主体,是古镇焕发新韵的重要途径。随着科技发展和进步,新技术、新元素和新兴文化主体不断涌现,为古镇保护与开发提供了新的可能。例如,可利用现代科技手段对古镇的历史建筑进行数字化修复和保护;可引入现代艺术、时尚元素等新兴文化主体,为古镇注入新活力;可开发具有地方特色的文创产品,满足游客多样化需求。值得一提的是,创新不仅体现在技术和项目上,还体现在管理和服务上。古镇要想吸引更多游客,还必须提高管理水平和服务质量。例如,一些古镇加强了对旅游市场的监管,规范旅游秩序;一些古镇加强了对游客的服务,提供更加便捷、舒适的旅游体验;一些古镇还积极开展旅游营销,提高古镇的知名度和美誉度。

坚持久久为功,是古镇保护与开发的重要保障。古镇的保护与开发是一个长期而复杂的过程,需要政府、企业等各方面的共同努力和持续投入。在古镇的保护与开发过程中,必须制定科学合理的规划和策略,注重长远发展和可持续发展。加强监管和评估,确保古镇的保护与开发工作能够按照规划和策略有序进行。

当然,古镇保护与开发并非一蹴而就,难免会遇到各种困难和挑战,比如资金短缺、人才匮乏、旅游市场波动等。在面对困难和挑战时,要坚定信心、开动脑筋,持之以恒地推进保护和开发,使古镇既守住“家底”,又走出新路,展现出持久的生命力。

# 从产品出口到品牌出海 泉州如何成为新兴跨境电商重镇



■ 戈振伟

当历史商贸名城与跨境电商这一外贸新业态碰撞会擦出什么火花?泉州或许可以提供答案。这座东南沿海的港口城市正以其独特的地理位置和产业集群优势,成为跨境电商发展的新热土、中国品牌出海的重要门户。

记者从泉州市商务局获悉,自2019年12月成为全国第四批跨境电商综合试验区以来,泉州市跨境电商累计出口额超700亿元,出口年均增长率超1倍,连续三年在商务部全国跨境电商综试区考核中获评“成效较好”。2023年,泉州市2个跨境电商产业园获批国家电子商务示范基地。

“当前,跨境电商已经从传统产品出口迈向了品牌‘出海’的时代,泉州有条件、有优势、有机遇、有政策,更有环境大力发展跨境电商,推动泉州外贸转型升级提质增效。”泉州市商务局局长张小红说。

作为外贸新业态,跨境电商具有线上交易、非接触式交货、交易链短等优势,已成为越来越多海外消费者购买中国产品的首选。泉州海关相关负责人表示,今年上半年,泉州海关共监管泉州综保区跨境电商出口货物789.74万件,同比增加7.4倍。“国潮泉州”品牌也通过跨境电商加速“出海”,成为泉州外贸发展的一抹新亮色。

### 不再做“牛马” 品牌出海正当时

泉州是福建三大中心城市之一,地处福建省东南部。作为古代“海上丝绸之路”的重要节点,马可·波罗笔下盛赞的东方大港,泉州自古以来商贸便很发达。如今,泉州也是全国知名的产业基地,晋江的鞋服、南安的水暖、安溪的藤铁、惠安的石雕……泉州这座GDP超1.2万亿的城市,拥有9个千亿级的产业集群,是我国著名的“品牌之都”。

值得一提的是,泉州的品牌大多集中在鞋服领域。20世纪90年代开始,安踏、特步、361度、匹克、鸿星尔克等品牌在国内市场大放异彩,鞋服运动类品牌也成为泉州唯一的一个世界级产业。在鞋服产业带,泉州有望孕育出更多的跨境电商企业与出海品牌。

“泉州的跨境电商卖家很多是围绕鞋服品类展开,毕竟泉州有作为鞋服之都的产业链优势。此外,泉州卖家的品牌意识会比较先行,因为他们在国内做出过很多知名品牌,这些经验、模式放在跨境电商领域也可以被借鉴甚至复制。”泉州通沃网络科技有限公司(下称“通沃网络”)总经理吴剑超说。

“每一家出海的中国企业,其实都背靠中国的供应链优势,产品大差不差,但如果是非品牌化类目,产品就很容易同质化,同质化就容易打价格战,容易去卷,牺牲利润,所以我们很需要在品牌方面做一些突破。”吴剑超称。跨境电商研究机构易势的创始人陈雄认为,很多国际品牌的生产都多多少少依赖于中国供应链,但这个优势并没有被中国企业发挥好,大量的卖家只会盯住中国低成本的优势,大打价格战,过度内卷。

“所以,在跨境电商行业,中国卖家的规模占比很大,但利润却很少,扮演着‘牛马’的角色。大量的利润流向了品牌方和渠道商。”陈雄表示。

目前,通沃网络旗下有十几个品牌,以产品的品类特性或者属性形成品牌矩阵。通沃网络做了品牌之后,公司的利润率比之前提升了30%-50%。

吴剑超还提到,公司在品牌出海的过程中,政府也有一些鼓励措施,比如公司在海外注册商标,政府会有资金补贴,相当于公司可以零成本去注册商标。

泉州啫啫科技有限公司(下称“啫啫科技”)总经理蒋与政也体会到,具有品牌的产品,在价格上更稳健、更具竞争优势,公司的利润更有保障。

“新冠疫情之后,整个跨境电商的形势其实不是很乐观,因为疫情期间备货大,导致价格非常卷,但那些具有品牌的产品价格相对稳健。”蒋与政表示。

作为一家主营家居工艺品的跨境电商企业,啫啫科技2022年底开始做品牌,做客户黏性,专注提升产品的复购率,“因为广告成本太高,所以只有做品牌附加值,才能增加产品利润”。目前,啫啫科技旗下品牌接近30个,重点打造的大概有5个。做品牌之后,啫啫科技的产品复购率提升了约5%,整体利润率至少提升了大概3—5个百分点。“广告成本目前还是比较高,整体利润率仍然比较低,需要一个过程。”蒋与政说。

### 由点及面 打造新兴跨境电商重镇

进入21世纪后,国内电商逐步崛起,泉州的工厂和品牌也开始拥抱电商。在这个大潮中,跨境电商作为一种更为直接面向海外消费者的新业态,开始在泉州这片热土上生根发芽。

2015年前后,在泉州市东海片区,以泉州师范学院、黎明职业大学在校大学生及毕业生为主体的创业者以燎原之势发展跨境电商贸易。

如今,泉州已成为国内新兴跨境电商重镇,泉州由点及面,孕育出越来越多的跨境电商企业与品牌。

“从企业类型看,泉州主要有工贸一体型企业与跨境卖家两类,共1万余家,其中工贸一体型企业占六成,跨境电商卖家占四成。从出口商品结构看,以鞋服、箱包、工艺品、对讲机等轻工产品为主,其中鞋靴类占比最大,约43%,其次是服装类约35%。”泉州市商务局电商科科长黄凯表示。

据黄凯介绍,泉州产品的出口主要以美国、欧洲市场为主,约占80%,东南亚增长快且是主要直播基地,俄罗斯及中亚五国等增长也较快。从销售平台看,大部分企业通过第三方平台销售,新时颖服饰、道诚集团、亘古科技等企业则采用“独立站+第三方平台”方式销售。

从产业园区看,实施“一带一园”“一县一园”发展计划,推动跨境电商集聚化发展,泉州拥有丰泽东海跨境电商生态圈、石狮国际商贸城、晋江跨境电商洪山园等10多个跨境电商产业园区。线上方面,打造1+N线上综合服务平台。升级上线泉州跨境电商综试区线上综合服务平台2.0版本,创新开通异地口岸数据落地、海外仓供需对接、出口信保等公共服务功能,推动丝路码头、领秀跨境电商等区平台与泉州公服平台实现数据互联互通。

此外,泉州还有一个显著的特色,它是全国著名的侨乡,拥有分布在170多个国家和地区的950多万海外华侨华人。为搭建海外华裔青年交流平台,东南亚采购集散中心在全国首创设立海外华裔青年跨境电商实训基地,并连续两年举办海外华裔青年(小语种国家)跨境电商线上线下培训,被商务部评选为优秀实践案例。

记者了解到,泉州当前正在通过打造跨境电商产业园区聚集样板,来加强品牌的培育孵化。

2023年,泉州的东海跨境电商生态圈、石狮国际轻纺城跨境和直播电商产业园获批国家电子商务示范基地。其中,东海跨境电商生态圈开通了“泉州跨境电商综合服务大厅”,搭建了领秀跨境电商综合服务平台,目前已聚集跨境电商企业超1000家,就业人数超1万人,实现区域年产值超100亿元。

在石狮国际轻纺城跨境和直播电商产业园,建成了全省首个跨境电商公共服务中心,由政府购买第三方跨境电商服务体系,免费为企业拓展跨境电商新渠道提供一站式、连锁化、全开放的综合跨境电商优质服务。目前已先后举办跨境平台孵化培训、产业带供需对接等多场活动,已累计孵化跨境电商品牌超20个。

“山东制造·齐鲁精品”主动迎接来自世界各国的激烈竞争,凭借好品质和高性价比在全球市场脱颖而出,成为“山东制造”品牌的代言者和传播者。另一方面,电加热服装、踏板摩托车、浸胶手套等“齐鲁精品”产品,积极利用电子建模、3D打印、精雕等新技术,持续发展产品和技术创新,不断丰富“山东制造”品牌技术含量,持续提升“山东制造”品牌核心竞争力。从大胆“走出去”到坚定“扎下去”,“山东制造”品牌的出海力度愈发强劲,越来越多“山东好品”成为全球消费市场舞台上的闪亮“主角”。

### 擦亮“山东制造”品牌 助推工业经济高质量发展

“山东制造”品牌建设是一项系统工程,山东统筹谋划、久久为功,如成立质量强省及品牌战略推进工作领导小组,印发《山东省质量强省建设纲要》等政策文件,聚焦强链补链、着力提升产业质量竞争力、夯实质量基础、增强服务发展支撑能力。2024年“山东制造·齐鲁精品”名单出炉,随着全省各地各级的宣传推介力度不断加大,“品牌宣传+产品推介”拓宽营销渠道,将有力激发企业进一步加强技术创新和质量品牌建设的主动性和积极性,让“山东制造”不断增强品牌影响力和核心竞争力,助推“大企业不断提升持续发展能力,持续研发更多‘齐鲁精品’,为山东工业经济高质量发展、新时代现代化强省建设作出更大贡献。”

近日,山东公布了2024年“山东制造·齐鲁精品”名单,山东宏济堂制药集团股份有限公司的“金鸣片”等105项产品经企业申报、部门推荐、专家论证和网上公示等程序进入名单之列。

面向新时代新征程,山东踔厉奋发、勇毅前行,奋力谱写新时代质量强省、品牌强省建设新篇章。山东从全省11条标志性产业链领域,遴选出105项产权明晰、节能环保、创新性、质量卓越、品牌卓著、经济和社会效益显著的产品,认定为2024年“山东制造·齐鲁精品”,充分发挥示范带动作用,进一步做强“山东制造”优势品牌、提升品牌影响力和核心竞争力,为全省工业经济高质量发展、新时代现代化强省建设提供有力支撑。

科技赋能,“山东制造”品牌激活新兴产业引擎。百舸争流,奋楫者先。一批批“齐鲁精品”集中亮相,映照一个个新兴产业正加速振翅。多家新质生产力企业申报的产品被认定为2024年“齐鲁精品”,在这背后,是山东制造科技创新务实措施持续释放成效。依托链主企业和高校院所布局建设制造业创新中心,培育认定“一企一技术”研发中心和科技创新示范企业……通过创新资源整合、共性技术研发、创新服务平台等方式,科技赋能

增收致富的农特产品,又有极具区域特色的地理标志消费品,还有承载着传统手工艺的非遗产品。“山东制造”品牌建设推动当地众多“老字号”创新提质,让独特的“山东味道”走向全国各地,从传统产品走向现代品牌,把传播“流量”变为销售“留量”,让“老字号”蓄积新活力、焕发新生机。

乘势而起,“山东制造”品牌助推“山东好品”闪耀全球经济舞台。一方面,山东众多企业抢抓经济全球化机遇,乘势而为推动品牌出海,浪潮计算机、高档数控机床、轴承钢等

**双汇熟食**  
SHUANGHUI DELI

三味入魂

广告

**本报监督公告**

凡本报工作人员必须持有有效证件。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到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621  
企业家日报社

责编:周君 版式:黄健  
新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:qb49@china.com  
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn  
官方微博: http://weibo.com/jrwbd http://weibo.com/qjrb



“山东制造”品牌激发创新活力,为关键核心技术攻关、科技成果转化及产业化等方面提供有力支撑。

向新求质,“山东制造”品牌激活“老字号”焕新活力。齐鲁大地遍布的“老字号”,是山东工业经济的发展印记,同时记录着深厚的齐鲁历史文化。“山东制造”品牌如何助力“老字号”守正创新?入选2024年“山东制造·齐鲁精品”的企业及产品给出了答案。周村烧饼、红曲米醋、国香国井酒、桃花姬阿胶糕……既有在乡村振兴中担纲产业振兴、助农

根发芽。

2015年前后,在泉州市东海片区,以泉州师范学院、黎明职业大学在校大学生及毕业生为主体的创业者以燎原之势发展跨境电商贸易。

如今,泉州已成为国内新兴跨境电商重镇,泉州由点及面,孕育出越来越多的跨境电商企业与品牌。

“从企业类型看,泉州主要有工贸一体型企业与跨境卖家两类,共1万余家,其中工贸一体型企业占六成,跨境电商卖家占四成。从出口商品结构看,以鞋服、箱包、工艺品、对讲机等轻工产品为主,其中鞋靴类占比最大,约43%,其次是服装类约35%。”泉州市商务局电商科科长黄凯表示。

据黄凯介绍,泉州产品的出口主要以美国、欧洲市场为主,约占80%,东南亚增长快且是主要直播基地,俄罗斯及中亚五国等增长也较快。从销售平台看,大部分企业通过第三方平台销售,新时颖服饰、道诚集团、亘古科技等企业则采用“独立站+第三方平台”方式销售。

从产业园区看,实施“一带一园”“一县一园”发展计划,推动跨境电商集聚化发展,泉州拥有丰泽东海跨境电商生态圈、石狮国际商贸城、晋江跨境电商洪山园等10多个跨境电商产业园区。线上方面,打造1+N线上综合服务平台。升级上线泉州跨境电商综试区线上综合服务平台2.0版本,创新开通异地口岸数据落地、海外仓供需对接、出口信保等公共服务功能,推动丝路码头、领秀跨境电商等区平台与泉州公服平台实现数据互联互通。

此外,泉州还有一个显著的特色,它是全国著名的侨乡,拥有分布在170多个国家和地区的950多万海外华侨华人。为搭建海外华裔青年交流平台,东南亚采购集散中心在全国首创设立海外华裔青年跨境电商实训基地,并连续两年举办海外华裔青年(小语种国家)跨境电商线上线下培训,被商务部评选为优秀实践案例。

记者了解到,泉州当前正在通过打造跨境电商产业园区聚集样板,来加强品牌的培育孵化。

2023年,泉州的东海跨境电商生态圈、石狮国际轻纺城跨境和直播电商产业园获批国家电子商务示范基地。其中,东海跨境电商生态圈开通了“泉州跨境电商综合服务大厅”,搭建了领秀跨境电商综合服务平台,目前已聚集跨境电商企业超1000家,就业人数超1万人,实现区域年产值超100亿元。

在石狮国际轻纺城跨境和直播电商产业园,建成了全省首个跨境电商公共服务中心,由政府购买第三方跨境电商服务体系,免费为企业拓展跨境电商新渠道提供一站式、连锁化、全开放的综合跨境电商优质服务。目前已先后举办跨境平台孵化培训、产业带供需对接等多场活动,已累计孵化跨境电商品牌超20个。

[下转 P4]