

消博会上看国货——

透视国产消费品牌的突围与突进

传承千年的瓷质餐具、最新款电动水翼冲浪板……2万平方米的展区里,1200多个国内品牌精彩纷呈,另有国货精品馆达5000平方米。正在海南举办的第二届中国国际消费品博览会上,一批国产消费品牌非常亮眼,它们的突围与突进之路给人留下了深深的思考。

国潮涌动消博会

国货精品馆馆长王文育说,国货精品馆紧盯“00后”消费新趋势,展示了国货从“中国制造”到“中国智造”的转变,彰显老字号传承与创新。

一批“中国智造”最新成果亮相。科大讯飞翻译机品牌总监朱礼稳介绍,科大讯飞翻译机4.0在展会首发首秀,新产品支持83种语言在线翻译,能识别用户手势,实现“拿起就说、放下就译”。

主机、发射器、接收器组成共享充电站,将电动自行车停在发射器上方即可隔空充电。在广西主题馆,狐灵灵智能科技有限公司展示着自主研发的无线充电、供电技术。该公司总经理黄新说:“公司深耕新能源电能无线科技产业,已在广西多地布局,消博会期间还在广东、海南设立了分公司。”

值得关注的是,我国制造业向产业链高端跃升,为国货崛起奠定基础。中

国社会科学院发布的《2022国货市场发展报告》指出,我国工业产业内部结构转型升级,制造业尤其是高端制造业占比快速增长。随着科研投入的加大,光伏、新能源汽车、家电、智能手机等重点产业跻身世界前列。

中国社会科学院社会学研究所副研究员高文珺指出,在“中国制造”向“中国创造”转变过程中,国货品质不断提升,涌现出很多原创品牌。这些品牌强调质量和设计,开拓了发展空间。

例如,在户外运动用品领域,与价格不菲的国外大牌相比,国货成为高性价比

比选择。思凯乐、牧高笛等本土露营品牌备受消费者青睐,思凯乐成为北京2022年冬奥会和冬残奥会特许生产商。

另外,传统消费品在发展中求变、求新态势凸现。上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司旗下新品牌“真尝家”敏锐捕捉“回家吃饭”新潮流,携手老字号进军预制菜市场,吸引生活节奏快的年轻消费者爱上老上海风味。

近年来,精品国货在食品、美妆、电器等领域的表现令人刮目。京东消费及产业发展研究院院长刘晖说,国货、老字号品牌认可度持续提升。京东大数据显

示,2018年到2021年,相关商品成交额增长284%,销量增长411%。

国货品牌崛起靠的是什么?

——开辟差异化“新赛道”。

知名咨询机构毕马威发布的报告指出,中国新国货品牌在市场需求大、竞争强度大的大消费品类里从细分品类切入。部分品牌还针对“一人经济”“她经济”等新消费需求入手,开发出“从0到1”的品类。

例如,广泛运用于护肤品生产的透明质酸钠向新应用领域延伸,聚焦各种功能的新产品频频亮相展会。华熙生物科技股份有限公司推出的相关饮用水产品,让消费者在喝水时可补充玻尿酸。

——融合功能与审美。

消博会上,国民老品牌海鸥手表为走近“00后”作出尝试,推出了融合战国杜虎符、小篆字体等文化元素的限量款产品。设计师杜毅锋说,要靠独具创意的设计、合理的价格吸引年轻消费者。

深圳国瓷永丰源股份有限公司加强跨界合作,与国内知名白酒、茶叶品牌推出联名款,生产的手机装饰瓷片远销海外。“只有创造符合当代生活场景的产品,传统文化才能实现传承。”该公司品牌总监肖文科说。

——科技赋能产品升级。

消博会上,参展的石头自清洁扫拖机器人G10S系列,通过技术研发实现自动洗拖布、集尘、补水、抑菌和基站自清洁等功能,解决消费者“痛点”。刘晖说,

充分利用数字技术,通过数智化供应链等方式降本增效,将有效增加国货商品的市场份额。

——新媒介助力品牌塑新。

消博会期间,直播互动、“云探馆”引人注目,不断产生“爆款”。大龙网集团董事长冯剑锋说,通过新媒介力量,让更多国货被看见、购买。新媒介能够强化产品与消费者之间的互动,在塑新品牌的同时有针对性地进行产品创新。

拓展市场需继续提高品质

中国(海南)改革发展研究院经济研究中心研究员匡贤明指出,国货进一步拓展市场需要持续做好品质文章。要在工艺、服务等方面提高标准,让“中国制造”“中国服务”成为品质的保障。

当下,越来越多国货品牌力求精准定位消费者需求。刘晖介绍,京东已和超过2000家企业实现反向定制(C2M)合作,深度了解消费者诉求,帮助制造商提供最适合消费者的商品和服务。

匡贤明还强调,做好品牌建设同样重要。不少国货承载独特的文化内涵,品牌传播要进一步适应受众特点,抓住年轻群体的特征和偏好。此外,企业要注重树立良好社会形象,关注舆情动态。

冯剑锋等参展嘉宾指出,新媒体时代下信息不再是单向传播,品牌形象往往在企业和消费者的互动中构建。一大批以用户原创内容为特征、互动性强的社交媒体平台、垂直社群、移动电商兴起,为企业品牌建设带来广阔机遇。



7月27日,观众在消博会国货精品展区参观。

利润由降转增 工业经济加快恢复

随着产业链供应链进一步恢复,工业企业效益明显改善。国家统计局27日发布数据,6月份,全国规模以上工业企业利润同比增长0.8%,由连续两个月下降转为正增长,呈加速恢复态势。

统计数据显示,6月份,规模以上工业增加值同比增长3.9%,企业营业收入增长8.6%,均连续两个月回升,收入增速已接近近年平均水平。

多数行业利润回升,部分行业利润增长较快。6月份,在41个工业大类行业中,有23个行业利润增速较上月加快或降幅收窄,由降转增,占56.1%。有21个行业利润同比增长,行业增长面为51.2%。

值得注意的是,东部、东北地区企业利润持续恢复,中西部地区保持较快增长。6月份,东部、东北地区加快推进复工达产,企业利润虽然同比分别下降13.5%、2.7%,但降幅较5月份分别收窄6个和27.1个百分点。中部、西部地区利润分别增长14.9%、23.1%。

从行业结构来看,6月份,制造业利润占比提高,上下游利润分化有所缓解。随着中下游行业效益持续改善,工业三大门类利润增速差距有所缩小。制造业利润占规模以上工业的比重为76.2%,较5月份提高2.6个百分点。

装备制造业利润由降转增,消费品制造业利润降幅收窄。6月份,装备制造

业利润由5月份同比下降9%转为增长4.1%,连续两个月回升。随着消费市场继续恢复,消费品制造业效益有所改善,利润虽然同比下降11.7%,但降幅较5月份收窄6.7个百分点。

二季度以来,受部分地区疫情多发散发影响,工业企业效益承压明显,4月份工业企业利润由增转降且降幅较大。针对工业经济运行中出现的困难挑战,党中央、国务院及时出台系列帮扶措施,各地区各部门迅速行动、有效落实,全力促进工业经济稳定和恢复增长。

产业链供应链是工业经济的命脉。今年以来,受疫情影响,工业企业产业链供应链畅通面临挑战。

“聚焦重点区域、重点行业、重点企业和重点民生,围绕防疫医疗物资、战略性新兴产业关键物资等第一时间在全国建立实施企业‘白名单’制度,实施跨部门、跨地区的联动协调,通过推动链上关键节点企业复工复产,以点带链、以链带面促进工业经济平稳运行,全系统解决超过5.4万个问题,取得显著成效。”工信部总工程师田玉龙说。

据介绍,目前,包括2.25万家部省“白名单”企业在内的全国规模以上工业企业均已实现平稳生产,有力支撑了工业经济稳定增长。

大量中小企业是稳就业促增长的重

要基础,有力支撑了工业稳增长。上半年,助企纾困政策加快落地,中小企业享受新增减税降费及退税缓税缓费近1.8万亿元,支持企业恢复元气。1至6月份,规模以上中小工业企业增加值同比增长3.7%,增速高于整体工业。

压力之下,工业企业也在抢抓时间窗口,主动作为、化危为机,通过工业互联网加快“上云”“上链”,推动生产效率提升和供需协同。

安装8000平方米分布式光伏项目、预计每年节约用能成本14万元……川源(中国)机械有限公司负责人说,通过工业设备联网和用能大数据,国网浙江平湖市供电有限公司为企业个性化方案,降低用电成本。目前,风机、水泵等6个系列产品线正开足马力生产。

“总体看,工业企业利润恢复加快,利润行业结构出现积极变化。但也要看到,外部环境更趋复杂严峻,工业企业利润增速仍处低位,企业成本持续上升,企业亏损面仍然较大,部分企业生产经营仍面临较多困难。”朱虹说。

田玉龙表示,下半年,要把握稳工业经济放在更加突出的位置,加快推动稳工业经济一揽子政策落地见效,全力保障产业链供应链稳定畅通,加力帮扶中小企业纾困解难,促进工业经济运行在合理区间。

国际快讯

美国生产商简化包装应对通胀

在美国通货膨胀高企的背景下,物价上涨不仅给消费者,也给生产商带来压力。不少生产商通过简化产品包装来降低生产成本。

美国有线电视新闻网26日援引包装行业龙头企业RRD Packaging Solutions总裁丽莎·普鲁特的话报道,该企业81%客户在过去一年里简化了产品包装。

普鲁特举例说,口红包装盒内壁选择白色纸张会有种时尚高端的感觉,但是成本会比用灰色或棕色的再回收纸张高20%到30%。在通胀压力下,消费者“可能会看到灰色或棕色的(盒子内壁)”。

德国食品连锁超市奥乐齐计划拓展中国市场

据德国媒体日前报道,已在上海立足的德国食品连锁超市奥乐齐计划在中国继续开设数百家分店。

德国《商报》援引奥乐齐中国负责人罗曼·拉辛格的话报道,由于中国中产阶层正迅速扩大,中国食品市场具备“巨大潜力”。

拉辛格表示,上海和长三角地区是奥乐齐“目前优先考虑对象”,“中国的机

会非常大,仅在上海地区,奥乐齐就有可能开设500至600家门店”。

奥乐齐于2019年在上海正式开设线下门店,与德国侧线下门店销售不同,奥乐齐在中国的侧业务通过电子商务和送货服务完成。据相关市场研究公司的数据,奥乐齐今年在中国线下门店营业额有望达到8000万美元。

日本山口市发生人猴大战

据当地媒体报道,自本月8日以来,日本西南部山口市持续发生野猴袭击居民事件,截至27日中午已致58人受伤。

山口县政府环保部门官员守重义孝(音译)告诉美国有线电视新闻网,受害者既有学步期幼童,也有年长者。山口市政府官员齐藤雅人(音)说,受害者有的手部和腿部被挠伤,有的颈部和腹部被咬,好在伤势都不严重。

本月早些时候,当地人发现有野猴从敞开的窗户或滑动门闯入多座民宅和一所学校,袭击多人。齐藤说,这类事件发生后,警方提醒居民关好门窗。现在,袭击多发生在户外。

山口市府说,26日下午5时50分左右,专业捕手在一所中学内用麻醉枪击中一只“嫌疑猴”,大约35分钟后在附

近将其捕获。捕猎人员根据个头、毛色和行为方式,判断它就是连伤多人的罪魁祸首,予以扑杀处理。

然而,到27日中午,又发生6起野猴袭击人事件。市政府判断还有其他野猴肇事,于是猎捕行动继续。

美国有线电视新闻网报道,伤人野猴是日本本土猕猴。神户大学副教授、野生生物管理专家净野美惠子(音)说:“日本多山,一些社区靠近猕猴栖息的山,所以猕猴很容易进入村镇。”

野猴袭人“非常不同寻常”,齐藤说,城市地区先前未有如此多人遭野猴袭击。净野说,这类人猴冲突近些年在日本日渐增多,“越来越多猴子闯入民宅和农场”,原因可能包括猕猴数量因环保措施而增加、自然栖息地减少等。

600公斤“网红”海象挪威“过暑假”

一头600公斤重的雌海象日前现身挪威首都奥斯陆一个码头。这个大块头自2019年首次在挪威北部现身以来“游历”了好几个欧洲国家,成为一头“网红”海象。

据英国广播公司26日报道,这头海象以古代斯堪的纳维亚神话中爱神“弗雷娅”命名。世界自然基金会认为,“弗雷娅”可能是从海象传统栖息地北极南下来到挪威。它今年6月在挪威南部城市克拉格勒现身,最近到了奥斯陆。

除挪威外,英国、荷兰、丹麦、瑞典这两年也有人看到过“弗雷娅”的身影。它常常半趴在码头停泊的小船船舷上,几乎把船压翻。

“弗雷娅”的出现引起人们的好奇和担心。有的人划皮划艇途中遇到它,被吓得够呛。一个男孩玩桨板冲浪时落水,刚好落到“弗雷娅”附近,幸被迅速救起。

一些人建议想办法赶走“弗雷娅”,甚至认为应该对它实施安乐死。不过,挪威渔业部门说,不用干涉“弗雷娅”,他们正与警方合作,防止民众靠近它。

渔业部门说,海象通常不会主动攻击人,除非人离它太近,惊扰到它。英国广播公司援引世界自然基金会的说法报道,海象喜欢在冰水里度过夏天,但近年来气候变化导致海冰减少,海象栖息地随之变少。

嘉兴南湖红色旅游回暖

浙江省嘉兴市南湖旅游区是国家5A级旅游景区,景区内南湖红船、南湖革命纪念馆等红色旅游资源。随着近期国内疫情防控形势趋于稳定,嘉兴南湖旅游市场逐渐回暖。今年6月以来,南湖旅游区单日最大接待量达到1.7万人次,带动周边餐饮、住宿、交通等消费有效增长。图为7月27日,游客在嘉兴市南湖旅游区南湖红船旁游览。

