



风正好扬帆 同舟共发展

周祖翼率福建省代表团访问马来西亚

A02

“福”字号“出圈” 闪耀品博会

在中国品牌博览会上,我省以“福见福品”为主题参展,促进更多优质“福”字号品牌走向全国、走向世界

五月的上海,第七个中国品牌日活动如期举行。在这场品牌嘉年华上,中国品牌正向世界展现“新成色”。

国潮、新消费……在中国品牌日举行的系列活动上,品牌建设不断传出新风向,彰显中国品牌发展的新趋势。其中,在中国品牌博览会上,我省以“福见福品”为主题,展示了门类齐全的“福”字号品牌。

如何让“福”字号在快速变化的消费市场上“出圈”?记者从中国品牌日活动上带来观察。



泉州市德化县陶瓷厂生产的陶瓷版兔年吉祥物

新国潮崛起,老字号打造“新网红”

今年不仅是我国新消费品牌的破局之年,更是新国潮崛起的当打之年。

中国品牌日活动上发布的《2023 中国品牌发展趋势报告》显示,传统节日和文化形成的国货消费日渐盛行。

报告显示,中国品牌推出了更多符合消费者审美的潮流产品。2019 年至 2022 年,以国潮为设计理念的产品种类扩充了 231%,生产国潮产品的品牌数量增加了 223%。众多老字号产品也实现了“破圈创新”。

走进“福见福品”福建展区,首先映入眼帘的就是一张大茶台。春伦、坦洋工夫、江山美人等知名茶叶企业轮番上阵,请参观者品尝特色茶品。

闽茶,是福建的文化标识。福建有 34 个茶叶品牌获评中国驰名商标。武夷岩茶(大红袍)、铁观音、福鼎白茶、福州茉莉花茶、坦洋工夫茶、漳平水仙茶等制作技艺,是非遗代表性项目。目前,我省茶叶产量、单产、全产业链产值等六项指标均居全国第一。

茶产业如何抓住国潮崛起带来的品牌发展新机遇?“中国茉莉花茶传承品牌”企业福建春伦集团事业部业务经理杨雨欣介绍,春伦新推出的速溶花

茶,采用低温冷凝技术,将茶汤浓缩后制成茶粉,“直接把茶粉倒入水中就可饮用,简单又美味,很受年轻人的欢迎”。

福建省工艺美术有限公司主要销售寿山石和脱胎漆器工艺品,公司销售部副经理林莺芳告诉记者,迎合国潮新消费需求,公司推出了大漆耳饰,在年轻人中热销。

在中国品牌日的区域品牌创新发展论坛上,京东集团副总裁曾晨表示,随着中国品牌高速成长,国潮在消费者特别是年轻消费者中有着越来越强的影响力,这将进一步丰富国潮商品,吸引更多消费者关注和认可国潮。

国潮出海,同样为福建品牌带来了新的生机。德化陶瓷产品销往世界 190 多个国家和地区,陶瓷产品出口比例位居全国第一。

记者在现场看到,一款获卡塔尔世界杯官方授权的“小蛮腰啤酒杯”,成为德化陶瓷又一潮品。

“文化认同感”助推“国潮经济”。眼下,人民群众日益增长的物质文化需要,正为更多福建品牌厚植成长土壤。紧抓消费潮流,创新文化传承,讲好更多“福建品牌”故事,将推动更多“福”字号走上“出圈”之路。



5月10日,中国品牌博览会上,参观者观看一个由OLED柔性屏组成的“品牌树”(本版图片均来自新华社)

新消费破局,打响“福”字号品牌

暮色四合,平潭君山片区海域,又迎来了一拨追寻蓝眼泪的游客。

今年4月以来,平潭蓝眼泪首次“爆发”后,当地旅游拉开了全面复苏的大幕。

通过抖音、快手、小红书等“种草”平台,近年来,平潭蓝眼泪直达消费者,快速崛起为福建旅游新品牌。

这就是新消费推动新品牌崛起的典型案例。

所谓“新消费”,是指由数字技术等新技术、线上线下融合等新商业模式以及基于社交网络和新媒介的新消费关系所驱动之消费行为。

记者从中国品牌日活动上了解到,今年是我国新消费品牌的破局之年。

从淄博烧烤,到村BA

赛事,再到数字人李白……各类新消费场景加速涌现,不断激发人们的消费热情,成为推动中国经济的创新活力。

如何把握新消费趋势,打造更多“出圈”的“福”字号?深挖区域品牌,形成渠道合力,成为嘉宾们一致认同的方向。

去平潭看蓝眼泪、去武夷山坐竹筏、去泉州游古城……有“山海画廊、人间福地”美誉的福建,近年来打造出了一批特色鲜明、竞争力强、市场信誉好的区域品牌。

在“中国品牌发展国际论坛·区域品牌创新发展论坛”上,国家发展改革委产业司副司长龚楨楮表示,区

域品牌建设首先要尊重市场,从消费者的需求出发,塑造符合市场期待的产品;其次要勇于创新,从企业内生动力出发,实现产业链转型升级;再次要汇聚力量,从本地特色共建出发,引导区域品牌形成合力。

也有专家表示,良好的区域品牌,可以成为地方经济高质量发展的“金名片”。当地政府需要发挥好“战略定位者”“组织统筹者”“运营扶持者”的作用,从区域资源禀赋、产业现状、未来定位等角度,选好定准特色产业,制定区域品牌发展的目标、线路图、任务、保障措施等。

近日印发的《福建省质量强省建设纲要》提出,打

响“福”字号品牌。进一步打响“清新福建”、“福”文化等品牌,培育“福”字号优质农产品品牌,打造福茶、福酒、福装、福鞋、福渔、福果、福菜、福稻、福菌、福九味等价值清晰、形象统一、品质可靠的“福”字号公共品牌,促进福品闽货、万福商旅等优质“福”字号商品走向全国、走向世界。

这彰显福建把握区域品牌建设的主动性。

“区域品牌建设需要长期主义精神,其体系的构建与完善需要多方合力,久久为功。”中国发展改革报社党委书记、社长徐强认为,有为政府、有效市场、有实力的龙头企业三大要素不可或缺。