

IIIA

年轻一代的崛起,对品牌提出了更高要求,少即是多、大简即奢如何实现?创新、审美、艺术应该成为中国品牌年轻化的第一站。



李光斗

Transforming brands from instant hits into household names
品牌战略专家李光斗:
品牌要从「爆红」走向「长红」

打造更多全球知名品牌典范企业

电商时代的到来,加速了品牌认同的更替和营销模式的迭代。昨天,在2022中国直播电商产业发展大会上,品牌战略专家李光斗接受本报专访,谈电商时代的品牌格局之变。

“其实直播电商的一个销售手段,就是给每个人赋能,如果只是通过渠道把货物卖出去而没办法让消费者重复购买,那么这个生意就没有品牌价值,没有商业模型,只是一锤子买卖,积淀也就无从谈起,是做生意而不是做品牌。”李光斗说,中国企业要想更好发展,中国经济要想保证长远稳定的发展与提升,最终还是要以全球视野谋划和推动发展,打造更多全球知名品牌典范企业。

李光斗表示,衡量一个国家品牌竞争力的强弱,很大程度上是看它有多少世界性的品牌。中国作为世界第二大经济强国,品牌战略已经成为中国的国家战略,市场对品牌的要求发生了深刻变化,对品牌战略也提出了更新的要求。品牌如果能借力消费升级,抓住高端化趋势,将获得消费者更高的认同度和忠诚度,品牌的价值也将随之提升。

常做常新
让品牌年轻化

“事实上,消费心理和消费行为变化的背后,是中国整体消费结构变化的缩影,也是中国文化自信提升的一个侧记。”李光斗说,当下新生代消费者出生在“文化自信”显著增强的氛围中,他们逐渐成为新消费主力人群,中国品牌的崛起迎来红利时代。

如何实现品牌的弯道超车?品牌又要如何完成从“爆红”的昙花一现到“长红”的价值跨越?“年轻一代的崛起,对品牌提出了更高要求,少即是多、大简即奢如何实现?创新、审美、艺术应该成为中国品牌年轻化的第一站。”李光斗说,找到一个新鲜刺激的支点,消费热情仍然可以被撬动。国际化、时尚化和年轻化的未来发展趋势,需要将商业和艺术相结合,要求中国品牌不仅要重构品牌结构,而且还要重新发现产品,从产品价值到品牌价值再到艺术价值,品牌从“爆红”到“长红”是全链条的品牌更新,是品牌再造,更是服务升级。

文/厦门日报全媒体记者 沈彦彦
图/厦门日报全媒体记者 卢剑豪

这是我们第一次参加投洽会,很高兴能通过这个平台,向来自中国与世界各地的客人介绍毛里求斯,宣传我们的文化、经济和金融投资环境。



西萨古尔·汉斯

两国建交50周年
希望不断丰富双边合作

今年恰逢毛里求斯共和国和中华人民共和国建交50周年,接受本报记者采访时,汉斯说,两国相互尊重、相互支持、主动加强经贸合作,树立了经济与贸易合作关系双赢的典范。

如今,毛里求斯已经在中国重点贸易地区和城市建立了许多贸易枢纽。2019年10月,两国签署了《中华人民共和国政府和毛里求斯共和国政府自由贸易协定》,并于2021年1月1日生效,涉及货物贸易、服务贸易、投资和经济合作等多方面内容,实现了互惠互利。

根据毛里求斯统计局贸易数据,2021年,中国成为毛里求斯第一大贸易伙伴和第一大进口来源国,其中,在毛里求斯和中国的贸易伙伴中,福建省位列前五。“希望通过日益密切的双方交流合作,进一步推动毛里求斯企业发掘中国市场,同时为中国企业在毛里求斯并通过毛里求斯向非洲投资创造有利条件。”汉斯说。

首次参加投洽会
与厦门关系日益密切

“这是我们第一次参加投洽会,很高兴能通过这个平台,向来自世界各地的客人介绍毛里求斯,宣传我们的文化、经济和金融投资环境。”汉斯说,展会期间,毛里求斯的展位迎来不少对毛里求斯兴趣浓厚的嘉宾。

作为由毛里求斯岛和其他小群岛组成的岛国,毛里求斯拥有丰富的海洋资源,与同样具有海洋资源优势的厦门也有不少渊源。汉斯告诉记者,2012年,毛里求斯首次对友好国家赠送国宝,一对成年亚达伯拉象龟来到厦门;2018年,厦门再次从毛里求斯获赠3只亚达伯拉象龟,为两地友谊传承再续新的篇章。

汉斯表示,未来也希望能继续和厦门加强经济贸易方面的合作,在渔业科技、海洋发电等领域共谋利益与发展。与此同时,他还有不小的“野心”:非常希望明年毛里求斯可以作为主宾国参与投洽会,获得更多关注。

文/厦门日报全媒体记者 柯笛
图/厦门日报全媒体记者 张江毅

能够见证中匈两国人民间美好的情谊,我们感到十分幸福与自豪。未来将继续加强和丰富两国间的文化体验与交流活动,让更多民众参与进来,增进彼此的了解和友谊。



唐安哲

Hungary boasts robust cultural exchange with Xiamen

匈牙利与厦门文化交流密切

匈牙利驻广州代总领事唐安哲:

中匈密切交流
与市民生活息息相关

匈牙利同厦门的交流有多密切?唐安哲举了几个和市民生活息息相关的例子。

“据我所知,匈牙利的葡萄酒备受厦门市民青睐,它经常出现在本地餐厅和酒吧的菜单上。”唐安哲说,目前,匈牙利最大的葡萄酒出口商之一——Wink葡萄酒已进入厦门市场,市民所享用的葡萄酒产品和葡萄酒文化体验,可能来自于匈牙利。

2015年,鼓浪屿举办匈牙利音乐周活动。当时,匈牙利文化交流团为市民组织了精彩的系列音乐会演出,还向鼓浪屿捐赠了“钢琴之王”李斯特的铜像。如今,每每从厦门市音乐学校鼓浪屿校区音乐厅门口经过,师生、市民都能看到这一雕塑。

值得一提的是,此次参会,匈牙利方面也特别关注文化交流体验。除了带来以科学技术为导向的医疗创新产品外,还为市民设置了体验葡萄酒的区域。

“能够见证中匈两国人民间美好的情谊,我们感到十分幸福与自豪。”唐安哲说,未来将继续加强和丰富两国间的文化体验与交流活动,让更多民众参与进来,增进彼此的了解和友谊。

“投洽会极具规模
且主题鲜明”

“我参加过至少五届投洽会了!”在唐安哲看来,投洽会已发展成为世界上最具影响力的国际投资盛会之一。“投洽会极具规模且主题鲜明,经过多年来的完善优化,积累了丰富的经验和资源。”

唐安哲表示,匈牙利是一个具有地理、联通性优势,富有创新精神,投资政策优惠可观的国家。“‘一带一路’倡议给匈牙利带来了巨大的机遇,匈牙利也一直保持着对该倡议的支持。”唐安哲说,在此基础上,近年来,中国在匈牙利的投资有较大增长,而匈牙利对中国的出口也呈现持续增长态势。如今,中国已有许多大型跨国公司在匈牙利建立工厂、办事处或研发中心,其中,包括华为、联想、比亚迪、蔚来、宁德时代等,中国银行、万华化学等也在匈牙利布局了重要项目。

唐安哲表示,希望中匈两国能持续保持并深化友好关系与合作,共同为促进两国经济发展、创造更多投资合作机会而努力。

文/厦门日报全媒体记者 罗子泓
图/厦门日报全媒体记者 许秋珩

盼与厦门深化「海洋情缘」
Closer maritime bonds with Xiamen anticipated
毛里求斯共和国驻华大使馆经济商务参赞西萨古尔·汉斯:

人物名片

西萨古尔·汉斯(Seesaghur Hans Nilshan),本硕博就读于武汉大学,取得国际关系硕士学位、行政管理博士学位。2019年至今,任毛里求斯经济发展局上海代表处首席代表;2021年至今,任毛里求斯共和国驻华大使馆经济商务参赞。

人物名片

唐安哲(Mr.Elod Tasnady),毕业于布达佩斯考文纽斯大学,2015-2017年任匈牙利驻上海总领事馆外交官、领事、经贸顾问;2017-2021年任匈牙利驻上海总领事馆贸易及投资主管;2014年至今,任匈牙利青年企业家协会亚洲部副部长;2021年,任匈牙利驻广州总领事馆副总领事;2022年8月至今,任匈牙利驻广州总领事馆代总领事。

厦门日报

B03

朋友圈

2022年9月10日
星期六
责编/朱子渝
美编/张宁

CIFIT



国际投资促进导刊
The 22nd China International Fair for Investment & Trade

厦门市商务局
厦门日报社