

与其坐等外援 不如下炕出走

——东北振兴中马迭尔带来的启示

文·本报记者 张梦然

从哈尔滨中央大街到北京前门大街、上海南京路……地理经纬与文化风格完全迥异的城市之间,因为一根小小的马迭尔冰棍联系在一起。走出本地,走向全国,走进商场,与人们讨论东北经济困顿时几近默认的“等待”思维不同,这家选择“品牌走出去”的企业,用一场更似进击的“突围”,给了东北振兴一个新的启示。

力两种口味的冰棍。

“在市场经济节奏下,这种心态在许多人眼中近乎于‘不求上进’,但正是如此,今天决定‘走出去’的马迭尔,才能拥有这么一款识别度极高的拳头产品。”业内人士如此评价马迭尔冰棍的产品理论。

观点评说

与其坐等外援,不如下炕走出去。东北经济困顿,一根冰棍儿或许包含着启示。

品牌是东北经济振兴的最佳抓手之一,东北也具备品牌经济之路的一切基础,尤其是消费类产品。首先,深厚的工业基础和制造经验,让东北企业拿得出品质优良的产品。其次,东北地区的传统文化、生活方式,一直在全国各年龄层的消费者当中,拥有很高的知名度。尤其是伴随这些年人口的大量流出,品牌更易于被本地市场理解和接受。把拥有历史传承和优质产品的老字号等品牌企业,推向全国乃至世界,都将为东北经济的复兴带来巨大的积极作用。

——老字号身份—— 品牌能走出去的基础

偏安国土东北角的哈尔滨,如今北国冰城的元素更多地为人所知,其中,就包括已走过110年历史的马迭尔冰棍。作为哈尔滨中央大街特色冷饮,马迭尔冰棍所属的马迭尔品牌,由法籍犹太人开斯普于1906年在哈尔滨创建。马迭尔冰棍已经成为哈尔滨地标的饮食文化。1993年,马迭尔品牌首次获得中国首批“中华老字号”称号。

“这些百年积淀的历史财富,都成为马迭尔冰棍得以走向全国的基础。因为在消费升级下的品牌竞争中,消费者更注重品牌带来的精神价值。品牌背后的文化、历史厚度,将成为决定性的因素。”国内资深品牌研究者尹杰表示。就像一位消费者在大众点评网里所说的:“之所以买冰棍,完全是冲着中华老字号的名头去的。”

——好吃的产品—— 品牌扎实落地的根脉

之所以这根地方特产的冰棍,能获得外地人如此的推崇,靠的无非就是两个字:好吃。

“好吃”可谓马迭尔冰棍百余年来始终如一的最大特色。实际上,餐饮行业与消费者之间的最根本关系,就是一个“味道”。鹅黄色马迭尔冰棍方方正正,入口即化,甜而不腻,奶味浓郁。

当然,这种“好吃”的背后,是马迭尔对产品工艺的维护与坚持。坚持极致单品,是马迭尔的百年企业战略。一百年来,马迭尔从来没有打过广告,靠的就是一切围绕产品的理念。从最早的手工制作到如今的工业化生产,马迭尔冰棍的原料始终没有改变,一直也只生产奶油和巧克

——简单的包装—— 品牌逆流而上的力量

解决了“味道”这一根本问题,产品的外设成为企业间下一个比拼环节。与当前中国食品行业普遍存在的“过度包装”相反,朴实、简单一直是马迭尔冰棍的最大特色。无论是在中央大街上销售的马迭尔冰棍,还是在开在外省的专柜,除个别新品之外,主力的冰棍产品自始至终都没有复杂、精细的包装,冰糕几乎完全“裸”给顾客,更加强化了消费者对马迭尔冰棍与竞品的区别认知。

在纷繁芜杂的商业竞争中,简单有时候反而成了一种逆流而上的力量。因为吃是跨越地域、民族、年龄等差异的人类共同需求,因而有了好吃、识别度高产品的马迭尔,便能够与不同地方、不同文化、不同生活方式的消费者,快速建立紧密的联系,并在当地扎下根来,和当地人融入当地人的生活。

——走出去意识—— 品牌生存延续的前提

当前,我国的老字号群体普遍遭遇发展困境。据商务部统计,半数以上的老字号处于自生自灭的状态,只有近10%的发展尚属优良。

在尹杰看来,老字号发展滞后的根源,主要在于“品牌老化”,而造成品牌老化的主要原因,是企业的经营意识不足。目前,绝大多数老字号还是等待消费者上门的“坐商”理念,不能及时转变为“行商”意识。另外,单一的店铺模式或牌匾模式,严重制约了老字号“店铺品牌”向“产品品牌”的转型升级,威胁着老字号品牌的生存与延续。

“电商经济带来了中国市场全球化程度的加深,每个品牌都必须开始与全世界涌来的替代品牌展开竞争,不可能再想守着自己的一方故土,被动苟活。”尹杰对当前形势的



分析,基于多年品牌市场的观察研究。

可以说,能否“走出去”,已经不仅仅是东北企业脱困的抉择,也是整个老字号群体面临的转型挑战。身兼两个角色的马迭尔冰棍,用实际行动作出了回答。

——高端的路线—— 品牌档次提升的策略

为了走出哈尔滨,马迭尔尝试性地在沈阳和大连开了3家分店。上海拿到授权的经营者在上海南京路开了3个小窗口,这3个小窗口在节假日的日均销售额达到18万元。这些尝试给了马迭尔底气。最终,马迭尔将北京市场定位为走出东北的第一步。

相关链接

技术研发支撑冰棍自然健康

马迭尔打算未来5年内在中国布局上千家门店。北京马迭尔食品有限公司董事长李永清说,基于国企性质的马迭尔集团参与了混合所有制经济改革,加上此前一些小范围尝试大获成功,马迭尔集团才下决心让旗下食品板块走出哈尔滨,让马迭尔成为全国品牌。

考虑到冷链成本、品质控制等因素,2012年北京马迭尔食品有限公司先是收购了北京密云一家食品工厂,一边研发新品,一边试水北京市场。马迭尔在北京开业时,仍然保持哈尔滨马迭尔冰棍店的“裸身”冰棍风格,没有外包装,但北京前门管理者不接受这种想保留原汁原味但容易

2012年,北京奥奇乐工贸有限公司开始与马迭尔集团进行合作,并签署了《商标使用许可合同书》。后来,又签署了合资协议,马迭尔成为中国首个完成混合所有制经济改革的“中华老字号”。

2013年11月,马迭尔在北京前门大街开了第一家店,并花费重金聘请意大利米兰商学院重新为产品设计商标和外包包装,并对门店风格进行了统一。在产品品类上,在北京设立生产基地后,又开发了8个冰棍系列的新品。

如今,马迭尔已在北京、青岛、苏州、杭州和深圳等地开设了加盟店。值得一提的是,马迭尔在店铺的选址上,都遵循一个原则——商圈+商业综合体,坚持不进超市和住宅区。马迭尔的开店策略,显然更有利于提升品牌的档次,其传播也更加集中、聚焦和清晰。在品牌经营的策略上,马迭尔选择了高端路线,更加符合当前消费升级的市场趋势。

■聚焦

古都 绿意 激情

——记第五届中国创新创业大赛新能源及节能环保行业总决赛

文·本报记者 矫阳 李禾



新能源及节能环保行业总决赛颁奖。

烈,也让我们看到了自己的差距。”在候场时,山东艾磁驱动科技有限公司创始人于可浩感慨地说。

是赛场是课堂还是机会

自2012年7月正式启动以来,中国创新创业大赛已经走过五个年头。“五年来,双创大赛从首届不到8000家企业和团队注册参赛,到今年第五届,即使经过严格审核,报名参赛企业和团队也已达到近40000家。”科技部火炬中心基金受理处处长安磊说,“双创大赛以服务企业、弘扬双创文化为宗旨,通过将各种双创要素聚集在一个平台,至今已形成全国双创的权威品牌,比赛至今已累积为新技术项目和企业获取创投100亿。”

双创比赛,是赛场也是课堂,还是机会。五天的时间里,国赛举办了新能源及节能环保高峰论坛、市场与技术对接中国行、创业服务大讲堂、实地考察国家硬科技等丰富多彩的双创活动。

“此次国赛,仍延续前几场的特点,就是一个集论坛、培训、对接、展示等功能于一体的众创大平台。”安磊说。

11月6日,在参观陕煤化集团能源煤炭分质清洁转化重点实验室时,来自新疆兵团的赤峰源生物燃油制造有限公司的创始人牛庆云说,参与双创这个平

台,更多的是见识行业发展的水平、找到和大企业交叉的点,并对自己下一步发展做出正确的判断。

“除了关注评委的打分,也很看重评委给予的建议。”参赛选手南京春荣节能科技有限公司的宋凯认为。

现场比赛形式采取8分钟陈述7分钟问答。在比赛中,当宋凯陈述完企业创新的机房热管节能系统后,除获得90.7的高分外,评委之一、浙江如山投资管理有限公司董事长王涌给宋凯建议,与其他企业合作,把系统中的部分产品以外协方式进行加工。

大小企业的对接同样火爆。11月4日,仅陕西煤炭集团就对接了七家小企业。“有做风力发电叶片的,也有做工业废水循环的,还有做生物质制剂的。”集团科技开发部工作人员张亮说。

对评委来说,这也是发现投资种子的良机。作为大赛评委,田新华认为,这个平台不仅是比赛的平台,也是企业家之间、评委与企业家相互学习和交流的平台。

王涌在接受采访时也表示,从今年的参赛项目看,我们的节能环保技术在全球处于领先地位,该行业在2025年—2030年之间会进入高峰期,创业者们要迅速做大做强,把商业模式、市场拓展放在首位。“项目能够快速融资、快速投入,这是我最大的期望。”王涌说。

11月7日,古城西安。

位于高新区的陕西科技资源统筹中心报告厅内,气氛热烈。经过一天最终的巅峰对决,中国创新创业大赛(以下简称“双创”大赛)之2016年第五届新能源及节能环保行业总决赛排行榜出炉。

18支队伍从208家企业和团队中杀出。其中,杭州林东新能源科技股份有限公司和“荣铸”团队脱颖而出,分获企业组和团队组第一名,此外有101个参赛项目获得优秀奖。

中国双创大赛目前共分六个行业,分别为先进制造、互联网及移动互联网、电子信息、新能源及节能环保、新材料及生物医药。自9月开始,前三行业国赛已完美落幕,行业冠军也先于新能源与环保行业产生。

不愧为国赛水平

“赛场的选手水平都很高,甚至有个别项目水平完全不亚于国家科技计划项目。在这个赛场我们真正看到了中国科技创新的实力,中国创新创业大赛不愧为中国科技界的奥林匹克。”今年第一次担任半决赛评委的深圳市翔明瑞投资有限公司董事长田新华如此评价。

走进陕西科技资源统筹中心双创赛场,100多块易拉宝展示着来自全国创新企业与团队的新技术和新项目。太阳能电池、治理厨房油烟污染、污水处理、再生建材、生物质燃气、循环水处理、数据机房降温……满满的节能与环保,满满的绿色与清澈。

这些新能源及环保创新技术,如一片片初生的嫩芽,正待春风的沐浴。这些嫩芽中,犹以“厨余制氢”与“潮流发电”最绿。

“荣铸”联合创始人杨正益博士是来自台湾的科学家,其带来的“厨余制氢”项目致力于生物质的开发和利用。“研发的HyMeTck系统能将秸秆、厨余、食品工业废水、畜牧排泄物等废料通过生物发酵高速产出氢气与甲烷。”杨正益介绍说,这个项目已经达到三个世界第一:生物产氢效率世界第一;陈氏引擎技术世界第一;运营技术世界第一。直接利用氢气作为能源的“氢能车”,可以真正做到节能减碳。

最终,该项目以高效的循环经济基础和强大的节能作用荣获本次国赛的团队组第一名。

“潮流发电”因其清洁无污染且可再生,一直受到国内外高度关注。杭州林东新能源科技股份有限公司创始人林东,带来了“LHD林东模块化大型海洋潮流能发电机组”项目。

“我们公司坚持科技创新、自主研发和吸收相结合,是国内最早从事海洋潮流能研发工作的高新技术科技型公司。”林东告诉科技日报记者。今年8月,公司在浙江建立总装机容量2000兆瓦左右的海上潮流能发电基地,并逐步向具有丰富潮流能资源的福建、广东、广西等沿海地区延伸。林东在比赛时说,目前世界上最先进的发电机组能源转化效率是35%,而我们转化率已经达到38%以上,是让世界为之震惊的项目。

该项目最终荣获全国节能环保领域企业组第一名。“今天决赛场上的项目水平真是太高了,竞争激

能环保国赛颁奖仪式,为所有获得名次企业和团队颁发了荣誉证书和奖杯。

卢建军在颁奖仪式上表示,陕西省的技术创新需要进一步向后端发力,陕西的高校院所资源丰富,习近平总书记交代我们要挖好、利用好、滋养好陕西的科教资源,来推动陕西的产业结构和区域结构调整。卢建军希望,通过中国创新创业大赛等,真正能推动陕西科技创新和产业的发展。

陕西省科技厅副厅长长史高领在接受记者采访时介绍,陕西在引导社会资源支持创新创业上做了大量工作,出台了《关于大力推进大众创业万众创新工作的实施意见》《陕西“众创空间”孵化基地建设实施方案》等一系列支持双创的政策;围绕加快新能源及节能环保行业技术发展,先后成立了5个技术创新战略联盟及产业基金。“十三五”期间,陕西省将“围绕产业部署创新、围绕创新培育产业”的总体原则,在节能环保和新能源领域组织实施一批重大项目,突破一批核心技术,研发一批战略产品,培育和壮大一批创新型产业集群和龙头骨干企业。

或许是巧合,在第五届中国创新创业大赛新能源及节能环保行业总决赛结束的当天,一场秋雨洗去了西安连续几日的雾霾。当白云散在洗后的蓝天上时,由这场双创吹来的清新之风也将绿遍中华大地。



总决赛获奖选手现场合影。



杭州林东新能源科技股份有限公司创始人林东进行项目陈述。



评委对选手进行提问。