

布局体育 恒源祥加速拓展细分市场

日前,国产品牌恒源祥走进清华大学和100多名来自于清华大学、人民大学、北京师范大学等高等学府的大学生们共同为“青年恒好”公益创业行动助力。业内认为,这是恒源祥年轻化的重要举措。服装品牌是坚守自身深耕细分市场的“专”,还是齐头并进多元化发展的“广”一直是行业有争议的话题。恒源祥作为国内老字号品牌,专注于打造高质量产品。与此同时,恒源祥没有盲目扩张,年轻化成为其拓展市场的主要方式。走进校园、布局体育产业、品牌触网等举动都让这个传统品牌以年轻的方式重回大众视野。

除了助力大学生创业外,恒源祥大力推广体育运动和赛事,致力于以文化的方式为消费者打造健康、娱乐的体育生活方式。8月27日-9月10日,2017年恒源祥世界全项目轮滑锦标赛在“轮滑之都”南京举办。恒源祥作为首届轮滑全项目世锦赛的全球合作伙伴,推进这项运动在中国朝着更加普及化、年轻化和潮流化的方向健康发展。近年来,恒源祥集团相继成为2008年奥运会、2013-2016中国奥委会赞助商。2014年,恒源祥正式成为体育界的奥斯卡——2015年劳伦斯奖颁奖典礼主办方。有报道称2017年恒源祥决定

成立体育产业公司。未来,恒源祥体育产业公司将依托自身品牌资源、生产经营网络,深耕体育赛事赞助、体育服饰、体育用品、体育培训、体育旅游等细分市场。

在年轻化过程中,老字号的“触网”也让品牌焕发出了更强大的生命力。尽管在过去相当长的时间内,许多老字号品牌由于市场营销能力、渠道能力方面的劣势,在传统市场丧失了一定竞争优势,但互联网的崛起帮助企业打通了供给侧和消费端的通道,重新建立与消费者的亲密连接,重新激活了老字号品牌。恒源祥品牌这一老字号的互联网化,恰恰吻合了国家

供给侧改革的内在需求。

其实,恒源祥品牌早在十年前就开始尝试通过互联网的形式与消费者进行互动,主动开展新模式的探索与转型,依托于互联网平台打造新时代的“老字号”。伴随着电子商务爆发式的增长,恒源祥品牌在电子商务领域积累的优势也逐渐显现。2017年,恒源祥电子商务运营体系已初步成型。据了解,恒源祥目前拥有100余家加盟工厂、500多家加盟经销商以及7000多个加盟销售网点。中国省级市场销售网点覆盖率为100%,地、市级市场网点覆盖率超过94%,县级市场网点覆盖率超过60%。

全渠道体验的建设是恒源祥的重要举措,原有的单一线上或是单一线下各自相对独立运营的模式已经远远无法满足消费者对产品服务的要求,只有打通传统渠道和虚拟渠道之间的壁垒,创造出属于恒源祥品牌独有的全渠道运营模式,才能带给消费者完整的品牌服务体验。

目前,恒源祥已在全国开设了数家“全渠道体验店”。店铺通过线上线下互动销售的模式,打破时间、空间的局限,打破店员坐等顾客上门的局限,变“坐商”为“行商”,为消费者提供一对一的个性化服务,结合店铺端、互联网端、数据运营端,三端合一打造超级体验平台,为消费者打造出有恒源祥品牌特色的生活方式。

据恒源祥官网介绍,该企业是创立于1927年的中国老字号品牌。2010年,恒源祥(北京)公司正式成立。恒源祥集团产品涵盖绒线、针织、服饰、家纺等大类,旗下有“恒源祥”、“彩羊”、“小囡”等品牌。绒线和羊毛衫综合销量常年保持同行业第一。作为中国乃至全球羊毛使用量最大的企业,恒源祥年羊毛使用量达1万吨以上,世界上每十只羊的羊毛就有一只供恒源祥使用。

北京商报记者 钱瑜 鲁佳乐/文
宋媛媛/制表



14度荣膺“中国最受尊敬企业” 青岛啤酒：用高质量供给引领美好生活

2017年即将过去。从匆匆的脚步中驻足回望,蓦然发现我们已经站在重要的历史节点上,新的时代已经到来。对于中国企业而言,如何通过持续发展为“美好生活”的时代命题贡献价值?中国最受尊敬企业榜单的发布,对创造美好生活的主体之一企业而言,呈现出标杆的力量。

日前,“2017中国最受尊敬企业”颁奖典礼在京举行,本次评选以“使命引领未来”为主题,通过企业业绩、经营管理、创新实践、公益慈善等维度,嘉奖那些不仅在经济指标上突出,更在社会整体发展中做出贡献的“利”又有“义”的企业。青岛啤酒与阿里巴巴、京东、宝马等企业一道荣获“2017中国最受尊敬企业”,这也是青岛啤酒十四次获此殊荣,青岛啤酒股份有限公司总裁黄克兴代表公司出席了颁奖典礼,并荣获“2017年度致敬企业家”称号。

作为“中国最受尊敬企业”榜单中历史最悠久的中国公司,青岛啤酒用114年的可持续发展诠释了责任的价值担

当。正如《经济观察报》执行总编辑文钊的解读:一家受到尊敬的公司,理所应当为股东创造物质财富,但一家能赚钱的公司,恐怕未必能够做到让人尊敬。而不受尊敬则很难持续进行价值创造,也无法做到基业常青。在颁奖典礼上,黄克兴发表题为《中国品牌:用高质量供给引领美好生活》的主题演讲,向与会者介绍了青岛啤酒围绕以供给侧改革为主线,为美好生活提供高质量供给的生动实践与案例。

青岛啤酒的使命是为生活创造快乐,在这一使命的引领下,青岛啤酒通过质量引领、创新引领、文化引领、责任引领的持续驱动,为全球消费者的生活创造快乐,这既是百



年青啤的使命,也是中国企业的担当。

质量是百年青啤立身之本。青岛啤酒依靠“质量引领”,以历史的长度、覆盖的广度和品质的厚度,通过对食品安全、基础质量和特色质量的不懈追求,成为舌尖上的中国荣耀。

创新是引领发展的第一动力。通过“创新引领”,满足消费者基本需求,引领消费者变化

需求,并不断挖掘消费者潜在需求。加快产品创新和商业模式、管理模式创新,加速由规模速度型向质量效益型转变。

品牌的背后是文化。青岛啤酒通过“文化引领”打造品牌特色,坚定文化自信,传递文化自信,让世界真正了解和接受中国文化,让中国文化在融合世界文化的过程中得到升华,赢得了大批海外消费者的青睐与点赞。

作为新时代的企业,青岛啤酒以“责任引领”可持续发展,更加注重经济效益和社会效益的平衡,以中国品牌的责任担当夯实可持续发展的基石。

使命引领未来,使命呼唤担当。以拥有全球影响力品牌的国际化公司为愿景,青岛啤酒将持续深化供给侧改革,锻造可持续发展的内生力量,用高质量供给引领美好生活。