



### 联合国将采取节支措施 以应对严重财务危机

联合国决定将采取严厉节支措施,以应对目前面临的“近10年来最严重的财务危机”。

联合国秘书长古特雷斯的发言人迪雅里克11日向媒体记者转交了古特雷斯10日写给联合国各部门、办事处以及区域委员会负责人的一封信。古特雷斯在信中通报了联合国当前面临的财务困难,要求联合国各级官员采取节支措施,凡公务出差“将仅限于最重要的活动”,“尽可能减少所有与人员开支无关的支出”。古特雷斯还下令推迟购买商品和服务,实施节能措施减少水电开支。所有总部会议场所将不再安排在官方会议前后及周末举行任何活动,对已递交的活动申请要重新审核。同时,联合国还将严格限制招聘新人。联合国主管管理战略、政策和合规事务的副秘书长凯瑟琳·波拉德在11日召开的记者会上说,截至2019年10月9日,联合国常规预算现金赤字达3.86亿美元,已经耗尽1.5亿美元的周转基金以及2.03亿美元的专用账户资金。波拉德说,到10月底,今年的现金赤字将超过去年创纪录的4.88亿美元。她说,近年来,联合国常规预算面临“严重的流动性问题”,且有不断恶化的趋势,每年的情况都比上一年更加严峻。(新华)

### 研究显示使用电子烟可能导致肺癌

一项新研究发现,接触电子烟的尼古丁烟雾可能引发肺癌。这一研究为电子烟危害增加新的证据。美国纽约大学医学院研究团队7日在美国《国家科学院学报》上发表报告说,他们让40只实验鼠连续54周暴露在含尼古丁的电子烟雾中,结果有9只(22.5%)出现了肺癌。此外,有23只(57.5%)出现了膀胱增生,患癌风险增加。

传统香烟中添加的硝酸盐和亚硝酸盐等化合物可发生亚硝化反应,将尼古丁转化为亚硝胺物质,后者是一种致癌物。电子烟中这类化合物的水平比传统香烟低95%,因此有宣传称其“更加安全”。然而,新研究发现,哺乳动物细胞自身含有一种离子也可与尼古丁发生亚硝化反应,产生亚硝胺物质,从而导致肺癌和膀胱处的癌前期增生。近年来美国青少年吸电子烟已达到了“流行性级别”。据统计,2018年有超过360万美国中学生吸电子烟,较2017年激增150万。电子烟主要由电池、加热装置和一个装有烟液的烟管组成,可通过雾化手段将含有尼古丁的烟液变成蒸汽让使用者吸入。世界卫生组织曾发布报告说,没有充足证据表明电子烟有助于戒烟,吸烟者只有完全戒除尼古丁才能最大程度受益。(新华)

### 美国航空延长波音737 Max 停飞计划 赔偿金额仍待定

涉及两次空难的波音737 Max 飞机返回美国航空的计划比其他航空公司更加艰难。美国航空宣布,将波音737 Max 飞机的停飞计划,延长到至少2020年1月中旬,这可能扰乱年底繁忙的假日季。据报道,监管机构没有透露何时允许航空公司再次使用737 Max 飞机。这个机型5个月内两次坠毁,造成346人死亡,自今年3月中旬以来一直不被允许飞行。停飞迫使航空公司取消了数千个航班,抬高了成本,损害了航空公司的利润。美国航空9日表示,第三季度取消的9475趟航班,使同期税前收入减少了约1.4亿美元。波音公司已经表示,希望美国联邦航空管理局FAA能够允许飞机在第四季度飞行。在坠机调查人员认为飞行控制程序出现故障,在两次灾难中都反复将飞机的机头压低后,波音已为飞机开发了软件修复程序,但FAA尚未批准。包括欧洲在内的许多监管机构已经对737 Max 飞机的设计表示了担忧。波音公司首席执行官丹尼斯·穆伦堡上个月表示,世界各地的官员们可能不会同时批准飞机重新飞行。美国航空表示,时间表变更将迫使每天取消约140个航班。该航空公司此前曾预计飞机会在12月返回机队进行商业飞行,就像其他航空公司一样,但不得不再推迟飞机的返回时间。美国航空表示,计划在2020年1月16日开始,“逐步使用”其Max 飞机,并将在2月之前增加对该飞机的使用。目前,美国航空拥有24架737 Max 8飞机,订购的有76架。(新华)

## 国货崛起密码：

# 坚守主业+专注创新



原本作为运动品牌的李宁近年来的设计越来越亮眼,甚至在2018年登上了纽约时装周和巴黎时装周。可以说李宁的崛起,直接影响国潮在国人心中的地位,这也让更多人选择了“Made in China”。

无论是传统的衣食住行,还是新奇的电子数码,不难发现,近年来一批国产消费品牌已经开始越来越频繁地出现在我们身边。“中国制造”烙印正从产品向品牌延伸,而“国潮”这一新词应运而生。这其中折射出消费者对“国货”的认可与信赖,在这背后,则得益于近年来供给侧结构性改革持续释放的活力,以及企业在创新上的坚守。记者近日走访浙江、广东、福建、北京等地的企业,探寻国货品牌崛起的密码。

### 国货“爆款”引领潮流 “粉丝”遍布海内外

在运动、家居、电器、母婴等领域,越来越多的民族品牌成为各自领域的潮流风向标。民族品牌开始抛弃过去“广播种”产品研发路径,而是以“爆款思维”引领产品设计生产。

广东清远市广硕鞋业有限公司生产的严选毛毛虫童鞋,售价仅为其代工国外知名运动品牌同类产品的四分之一左右;浙江银座箱包公司推出的7款严选产品,售价不到其合作的韩国某品牌的五分之一……通过“互联网+工厂”模式,国内率先发展的DTC(直接面对消费者)模式电商品牌网易严选从制造业中挖掘高质低价商品,总数超过2万款的商品受到越来越多消费者的青睐。

曾经,受产品质量、品牌认知度等因素限制,国产消费商品相较进口品牌“矮一头”,从一个事例便可见一斑——尽管智能马桶盖在20世纪八九十年代已经开始进入中国,但部分中国企业制造的产品市场接受度比较低。直到2015年前后,它才在中国消费者赴日本抢购引发的话题中走进公众的视野。如今,一切正在悄然改变。

数据分析公司尼尔森发布的今年第二季度中国消费趋势指数报告显示,68%的中国消费者偏好民族品牌,62%的消费者表示,即便会购买国外品牌,但民族品牌仍是首选。

2018年京东排名前100的搜索词中,有31个是涉及品牌的,其中17个关键词与中国品牌相关;华为、小米和vivo是搜索量较高的中国品牌代表。来自阿里巴巴的数据显示,2018年阿里零售平台中国消费品牌市场占有率达71%。

不单是市场份额上打上了个“翻身仗”,越来越多的民族品牌成为各自领域的潮流风向标。小米公司在业内率先提出“全面屏”概念,其发售的MIX系列手机随后被各大手机厂商纷纷效仿,MIX手机已被芬兰设计博物馆、法国蓬皮杜艺术中心和德国慕尼黑国际设计博物馆收藏。

在运动、家居、电器、母婴等领域,民族品牌同样表现亮眼。浙江星星便洁宝有限公司推出的智能马桶,能监测人体心率、体脂率等生理参数,将智能马桶变成一个家庭健康检测管理平台;福建九牧卫浴与华为合作打造5G时代的智能卫浴设施,让行业看到了“未来”更多可能性。

“现在越来越多的消费者对国产品牌‘低端’‘廉价’的成见已经改变,近年来像李宁、回力等这些日常消费品的走红就是最好的说明。”杭州市民翁先生说,一个品牌首先要明白自己想做什么,这样才能避免一味模仿跟风国外产品,或是低端同质竞争的老路。

不少企业负责人表示,在改革开放之初,企业供应的产品主要是解决老百姓吃穿住行的基本需求,产品功能单一,倾向于同质化。随着经济社会不断发展,具有消费力的80后、90后群体走向社会,在消费升级趋势下,他们更愿意为基本功能之外的“美”买单,“颜值经济”呼之欲出,因此好的民族品牌通常都高度重视工业设计。

此外,从华为智能手机的崛起,到名创优品异军突起,越来越多的民族品牌开始抛弃过去的“广播种”产品研发路径,而是以“爆款思维”引领产品设计生产,从而让面世的产品更能经受住市场的考验。

“广播种的思维就是广撒网,认为企业生产的产品总有一款会适销,而爆款思维就是要精准分析市场需求点,围绕需求对产品进行极致设计,使其一经面世就引起世人关注,必须确保万无一失,否则一失万无。”名创优品创始人叶国富说。

今年7月,安踏一款名叫“KT4-‘报答’”的篮球鞋在美国奥运克首次亮相,引发美国近千名球迷彻夜排队抢购,有的球迷甚至提前30多个小时排队。

近年来,国产消费品牌不仅成为国内“爆款”,在国外也凭借质量和设计收获大批拥趸。小米手机的

“米粉”遍布全球70多个国家和地区;大疆无人机连续多年占据全球无人机市场70%以上的份额;不少好莱坞影星使用的婴儿推车和儿童安全座椅品牌Cybex,便是中国好孩子集团旗下产品。

业内人士认为,随着国货得到越来越广泛的认可,消费市场逐步建立起的品牌自信与做大做强民族品牌形成了一种良性循环,这对广大国内企业来说是一个很好的发展契机。

### 供给侧结构性改革 持续释放活力

在民族品牌崛起的背后,是企业坚守主业,专注创新发展,通过差异化发展,满足多元需求。

对于杭州西奥电梯有限公司总裁周俊良来说,企业如何与有着几十年甚至上百年的历史底蕴的外国品牌,以及国内同行竞争,最终走向行业金字塔的顶端?这个问题萦绕在他的心中。

“要争取客户的信任,民族品牌企业只有付出成倍的努力,持续加强自主创新,用品质和服务赢得口碑。”每年占收入3%左右的研发投入,占3600多名员工约十分之一人数的研发团队……对研发的投入让周俊良获得了回报——西奥电梯突破技术难关,中标多个高铁配套项目,成为国内电梯行业市场份额领先的国产品牌。

记者在采访过程中发现,从昔日的“代工谋生”到今自主创新并收获国内外消费者的信任,不难发现国货领军企业表现出的一些共性特点。

——坚守主业,专注创新发展。2015年前后,智能马桶盖真正打开市场局面,一家浙江企业等了足足16年。“公司自1998年成立以来,就一直从事相关产品的研发生产和品牌建设,但受制于市场环境,连年亏损,集团不得不用冷柜等其他盈利的主业进行补贴。”浙江星星便洁宝董事长管敏宏说,“但我们坚持看好这个行业,认为打开市场只是时间问题,我们首先要静下心来,把自己的事情做好,因此公司每年将营业额的9%至10%用于研发。”

杭州老板电器股份有限公司首席营销官叶丹芃说,公司每年将3%左右的营业额用于研发新产品,

主要瞄准中高端市场,其生产的油烟机售价约4500至5000元,而行业平均价不到3000元。

——差异化发展,满足多元需求。不少企业瞄准不同消费人群的差异化需求打造产品,以“性价比”和“特色”为王牌,在竞争激烈的市场占据了一席之地。

“并不是所有车企都要生产高端车。”一家位于西南的汽车企业负责人表示,该公司生产的售价仅3.5万元的面包车非常受欢迎,这是由于一线城市对货车通行有严格限制,庞大的物流需求促使商家使用“小面包”送货,这就是差异化发展带来的甜头。

波士顿咨询和阿里研究院联合发布的报告将消费需求分为四类,高端产品服务、健康与品质生活方式、平价享受型消费、快消类生活必需品,例如奢侈品属于第一类,有机食品属于第二类,休闲零食属于第三类,而洗发水则属于第四类。研究结果显示,一个所谓的“高端”客户,也会同时消费四类商品。

叶丹芃认为,顺应消费升级的趋势和经济社会的发展,国内消费平均水平将趋向趋优,但一个品牌很难覆盖各级市场,因此企业必须根据品牌及目标市场定位,推出适合相应消费群体的产品。

——通过数字化手段提升供应链效率。“数字经济”已然成为这个时代的关键词之一,大批中国企业都建立了覆盖研发、生产、营销、物流等领域的全链路全周期管理机制。

仅仅是一杯小小的咖啡,也大有玄机。瑞幸咖啡董事长助理臧中堂说,瑞幸利用移动互联网技术构建了“数据咖啡馆”,可以用最高效率、最小成本做一杯好咖啡;每个门店可根据客户消费数据决定配多少果仁和奶,完全改变了咖啡产业的成本结构。

“在以往相当一段时间内,国产品牌商品相较于外国品牌,在一定程度上存在‘形似而神不似’的问题。”在浙江省工业和信息化研究院院长兰建平看来,如今“国货”的崛起离不开近年来持续推进的供给侧结构性改革取得的成效,许多细分领域内,民族品牌的商品无论在品质还是附加值上都有了很大提升。

在经营理念上,企业也经历了从甘居幕后“发闷财”到身先士卒“创品牌”的转变。从华为、小米、名创优品、瑞幸咖啡等国产品牌旗舰店选址来看,他们均选择在二线城市的核心商圈,地处人流量最大的黄金位置,给人一种“高端大气上档次”的印象,并确保风格的统一和一贯,而不是传统的大卖场风格。

受访专家表示,“世界工厂”支撑了中国制造的发展,但也让不少企业习惯于甘居幕后,成为半成品供应商,为避免与终端品牌“喧宾夺主”,往往甘居幕后。但随着中国经济增速放缓,国内市场扩大,已经脱胎换骨的世界工厂也开始向微笑曲线两端延伸,越来越注重品牌营销。

### 多措并举推动 民族品牌根深叶茂

提升品质和服务,这是做好品牌的前提,是国内企业迈向高质量发展的重要途径。同时,相关部门需要多方面入手,为优秀民族品牌营造良好的发展环境。

一款设计时尚、功能实用的蒸汽一体机上市半年,市场占有率即

达到20%,单款产品销售额突破1亿元。这样的成绩单让叶丹芃直言“惊喜”。“对用户及市场进行‘深耕’,国内市场可挖掘的潜力依然很大。”他说。

2017年,国务院批准将每年5月10日设立为“中国品牌日”,民族品牌迎来发展良机。母婴品牌“爸爸的选择”创始人王胜地表示,社会对民族品牌愈加宽容,媒体对民族品牌的关注也营造了良好的氛围,给企业专注主业、不断提升产品品质提供了好的土壤。

在采访过程中,不少企业家坦言,在一些领域尤其是高端制造业,民族品牌与国外竞争对手相比还是有不小的差距。“专注于提升产品的品质和服务,这是做好品牌的前提,虽然需要一个积累和沉淀的过程,但这也是国内企业迈向高质量发展的重要途径。”管敏宏说。

当前,一些大型制造企业不断创新升级,产品媲美同类进口产品,但在市场上仍“抬不起头”。有关专家认为,消费者对进口商品的追捧,暴露出我国相关产业的品质短板,也挤压了优质国货的生存空间,相关部门需要从多个方面入手,进一步为优秀的民族品牌营造良好的发展环境。

首先是破除准入歧视,强化引导“示范效应”。“消费者对民族品牌的认可不是一夜之间形成的,而是伴随着经济社会发展的阶段,自然形成的状态。以前我曾到日本调研,发现日本民众对本土品牌的意识也经历过逐渐加强的过程。”叶丹芃说,借助现在国潮兴起的东风,应形成一批有引领性的品牌。

一家汽车企业负责人向记者表示,政府采购不仅是一个市场机会,政府部门对自主品牌认可的示范效应比短期销量意义更大,同时能在一定程度上清理准入歧视问题,让民族品牌得到公平的竞争机会。

二是扶持工业设计与文创产业融合发展。中国工业设计联合会秘书长应放天认为,工业设计是撬动制造业转型升级的有力支撑,国家应加大对工业设计行业的扶持,“苹果本质上就是一个设计公司,生产线主要迎合设计,而不是设计去迎合生产”。

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍说,国外很多品牌的汽车、服装、香水、红酒在销售时,都力图营造一种独特的文化氛围,形成一种潮流和时尚,让消费者心甘情愿地花钱,为文化附加值买单。“民族品牌要实现品牌提升和打造国际品牌,需要充分认识和利用中国文化的魅力,通过跨界思维,将文化内涵融入到设计当中。”

三是加快重建品牌质量认证体系。专家建议,应重建国家产品质量评价体系。可考虑由商标行业协会和各产业行业协会牵头制定标准,企业自主申报、专家打分,同时增加消费者互动评价因素,从而推出真正有实力的民族品牌。

九牧厨卫董事长林孝发建议,严格市场秩序监管,加大对假冒伪劣商品的查处力度,坚决杜绝劣币驱逐良币的逆淘汰情况,为优质企业腾出更广阔的市场空间。

“在市场体系不断完善、竞争日益充分的环境中,企业坚信并看好国内市场,除了市场的巨大潜力,各级政府对企业的支持,以及社会对民族品牌的信任包容都是我们前进的动力。”周俊良说,“国产品牌建立是一条任重道远的路,但我们会坚持走下去。”(新华)

### 环评公示

南京大学环境规划设计研究院股份公司受盐城市大丰区高鑫投资有限责任公司的委托,开展对“盐城市大丰区高新技术产业规划项目”的环境影响评价,现根据国家相关法律法规,向公众进行信息公开。

园区位于盐城市大丰区,规划范围西至五一河,东至大丰干河,南至二卯西河,北至通港大道。规划用地面积18平

### 环评公示

方公里。园区产业定位为:电子信息(重点发展智能终端)、新能源汽车及零部件、通用设备制造(重点发展工业机器人)等产业。

环评初步结论: 园区产业定位合理,区域环保基础设施完备,污染防治规划可行,清洁生产及入区项

### 招标公告

目控制条件明确,在落实本报告书提出的各项环境保护和风险防范、应急措施、生态绿地建设及规划调整建议后,环境影响可以接受,园区依据本轮规划进行开发建设具备环境可行性。

规划实施单位联系人: 姚工(18921821693) 环评单位联系人: 陈工(025-83686096-8025)

### 招标公告

请申请人于2019年10月15日至2019年10月17日(节假日不休),每天8:30至17:30到正信伟业工程咨询管理有限公司(地址:大丰区疏港路77号电商产业园4楼421室,联系电话:18261202233)报名并领取招标文件,报名者需携带授权委托书原件、营业执照及资质证书复印件(加盖公章)。

招标人:盐城市大丰区丰堰现代农业发展有限公司 2019年10月15日

### 招标公告

盐城市大丰区林场现有部分风倒树木进行清理销售,现对外公开招标。

招标为一个标段,树种为杨树及水杉,按吨位招标。请各投标申请人于2019年10月18日前到大丰区林场生产技术科报名并实地踏查了解标情。联系人:南场踏查:下剑,联系电话:13815569850 北场踏查:陈伟,联系电话:13814308631 报名:袁皓,联系电话:15151073801。盐城市大丰区林场 2019年10月14日

# 创建国家森林城市、国际湿地城市,提升城市竞争力,促进人与自然和谐相处