



三十而励 甬动未来 2014甬商年会发出“重新出发”宣言

商报讯 (记者 殷浩) 昨日, 三十而励, 甬动未来——2014甬商年会在南苑饭店举行。这是本报与宁波甬商发展研究会为纪念邓小平发表“宁波帮”指示30周年而联合主办的一次活动。

本次活动传承“宁波帮”精神, 发布了2014甬商发展报告、2014宁波品牌百强榜、2014甬商最值得投资的城市、2014新锐甬商等榜单, 并成立甬商研究院。这是宁波企业界的一次大聚会, 也是对宁波品牌的一次大检阅。

昨天的活动现场发布了《2014甬商发展报告》。报告指出, 以宁波籍企业家为主体的“宁波帮”足迹遍布海内外, 他们把经商当做自己的“天职”, 一心一意, 兢兢业业, 努力扩大再生产。他们乐善好施, 造福桑梓, 为宁波的发展作出杰出的贡献。当前宁波的发展需要“优势再造”, 需要企业家们发挥智慧, 勇于探索, 重新谱写新的发展辉煌。

甬商研究院高级研究员、宁波大学科技学院法商分院副院长袁红清认为, 宁波企业家未来发展需要重点关注的是: 物联网、大数据、服务外包、供应链管理、电子商务、精益生产、盈利模式、资本运作、休闲娱乐、养老等十大方面。

在昨天的甬商年会上, 舜宇集团常务副总裁王文杰代表全体到会甬商宣读了《三十而励·重新出发》的宣言。宣言指出, 30年前邓小平发出了“把全世界的宁波帮都动员起来建设宁波”的号召, 激发了宁波商人创业的雄心, 点燃了宁波的发展之光。如今, 站在宁波发展的历史节点, 俗称“三十而立”。新一代甬商应该秉承甬商精神, 自强不息、坚韧不拔、勇于拼搏、敢于冒险, 继承前辈的宁波帮精神, 重整创业之心, 互相抱团、齐心协力, 为宁波经济发展再出一份力。宣言号召全体宁波企业家, 三十而励, 重新出发。

近三年“宁波品牌百强榜” 入围品牌所属产业分布



制图 周思聪 梁宁

“2014宁波品牌百强榜”昨日发布

方太首次夺魁 15个新品牌入围

本次活动还发布了“2014宁波品牌百强榜”, 这无疑是最受瞩目的。宁波品牌百强榜被誉为本土品牌界一年一度的“奥斯卡”盛典, 自2012年首次发布以来, 已引来社会各界的高度关注和强烈反响。

15个品牌跌出“百强榜”

“2014宁波品牌百强榜”显示, 方太以163.8亿元的品牌价值名列首位, 这也是方太首次超越雅戈尔, 成为宁波本土的品牌冠军。雅戈尔、宁波港分列第二、第三位, 品牌价值分别是146.9亿元和142.5亿元。值得注意的是, 史翠英、波导、三生等15个品牌跌出了百强榜, 被宁波大学、镇海中学等15个新入围的品牌替代。

据介绍, “2014宁波品牌百强榜”由甬商品牌研究院联合中国社科院品牌战略研究课题组、中国市场学会、中国品牌研究中心等国内权威机构共同主办、制订, 并在昨天发布。评选过程分为初评、复评、终评、价值估算和公布阶段。评选委员会由65位大众评委和9位专家评委组成, 大众评委基本涵盖了宁波及外地各行业、阶层、年龄层次的代表。评选按照目前国际通用的品牌评价方法——世界品牌实验室的评估方法和“经济适用法”对品牌价值评估和排序。

在制作榜单过程中, 专家组还参考了来自工商、质监部门记录的有关消费者投诉记录。专家组对进入“2014宁波品牌百强榜”的品牌, 不仅要求具备优质的产品, 没有发生过严重的质量问题, 而且企业和品牌运作规范, 无违规记录。

品牌总价值 3307.4 亿元

“2014宁波品牌百强榜”的总价值较2013年的3082.1亿元增长了225.3亿元; 平均财富也由30.83亿元增加到了今年的33.07亿元, 增幅达7.31%。

从上榜的门槛来看, “2012宁波品牌百强榜”的上榜门槛为3.1亿元, “2013宁波品牌百强榜”的上榜门槛为3.8亿元。从排位变化来看, 100个品牌中有38个品牌的排位出现了上升。其中上升幅度最多的达32位。上升位数超过20位的有7个品牌。

从品牌价值的量级上看, “2014宁波品牌百强榜”中, 100亿以上的宁波品牌有8个, 与2013年持平。方太、雅戈尔、宁波港、宁波银行、奥克斯、太平鸟、杭州湾跨海大桥、杉杉纷纷跻身宁波品牌百亿元的阵营。在今年上榜“2014品牌百强榜”的100个品牌中, 有50个品牌的品牌价值实现了增长。最低增速为1.36%, 最高增速为204.47%, 增幅超过100%的有5个品牌, 分别是公牛、狮丹努、沁园、宁波博物馆和宁波老外滩, 分别增长了204.47%、200.00%、108.21%、104.26%和102.90%。

过去一年宁波品牌也经历了一些“磨难”。与去年相比较, “2014宁波品牌百强榜”中排名下降的品牌有41个; 品牌价值缩水品牌有35个; 品牌价值下跌30%以上的有9个品牌之多。其

中宏润的品牌价值由去年的26.1亿元缩水为今年的10.3亿元, 排名也由去年的第35位下降到了今年的第74位, 宏润成为“瘦身”幅度最大的一个品牌。

而从地域品牌数量上看, 与2013年相比, 今年上榜的100个品牌中, 鄞州、海曙、北仑依旧是品牌的大本营, 分别以22、21、12的品牌数依然牢牢占据了前三的位置。

品牌所属行业“退二进三”

从最近3年来看, 入围宁波品牌百强榜的品牌所属的行业, 也呈现出“退二进三”的态势。这一方面说明第三产业企业品牌意识的增强, 另一方面也体现出第二产业企业的品牌经营需要加大力度。

榜单上, 尽管制造业品牌在“2014宁波品牌百强榜”中仍然占了很大的优势, 然而比起去年58个制造业品牌, 今年减少了11个, 而2012年, 品牌百强中的制造业品牌有68个。曾经榜上有名的洛兹、波导、如意、长城、梦神等皆跌出品牌百强之列, 品牌价值大幅缩水。尤其是纺织服装业品牌, 入围品牌的数量比上一年度缩减了2个, 品牌总价值也从2013年的812.0亿元减少到2014年的755.6亿元。

对比第二产业品牌, 第三产业的牌子有了明显的增长。从2012年的30个, 到2013年的41个, 再到2014年的53个, 第三产业的牌子意识正在不断体现。其中要数商贸业最为惹眼。比较2013年, 商贸品牌从2013年的16个增长到2014年的19个。同时, “2014宁波品牌百强榜”上文化教育品牌云集, 共有10个品牌上榜。教育品牌的增加成为亮点, 共有6个品牌上榜。

相关链接

15个新品牌入围 15个品牌跌出榜单

跌出2014品牌百强榜的品牌(15个): 大红鹰、三生、洛兹、龙元、波导、史翠英、乐町、新乐、浙东、艾谱、如意、梦神、长城、八戒、中意。

首次上榜宁波品牌百强榜的品牌(15个): 宁波大学、保国寺、宁波诺丁汉大学、宁波帮博物馆、石浦渔港、大丰、宁波建工、镇海中学、效实中学、凤凰山乐园、杉井奥特莱斯广场、鼓楼、黄古林草席、吉德、月湖盛园。