国货崛起

宁波制造面临哪些机遇与挑战？

记者 史旻

洪华

核心提示

近年来，“新国货”这个词频频出现在一些消费品牌的战略布局中，这个概念中既包括几经沉浮焕发新生的传统国货品牌，更包含近些年崛起的新兴国产品牌。

在刚刚落下帷幕的“双11”电商大战中，“新国货”的能量以更直观的方式进入大众视野——有16个登陆天猫不足3年的新品牌交出了超亿元成交额的成绩单。

历数新国货崛起的几个关键时间节点，以及已经崭露头角的品牌，不难发现，以小米为代表的新经济生态，在这条赛道中扮演了一个重要角色，其推出的产品屡屡获得消费者追捧，甚至影响着消费者们的生活习惯。

这些爆品背后有着怎样的成功路径？在国货崛起的背景下，与制造业联系紧密的宁波企业将面临哪些冲击与机遇呢？

日前，记者就此采访了小米谷仓爆品学院院长洪华博士。他曾参与孵化7家小米生态链企业，以及137家新国货企业。在常年的产业观察及孵化运营中，他对于新时期消费趋势和品牌塑造有着深刻的理解。

MADE IN CHINA