



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

草编制作体验成热门 地方产业集聚引领行业 草编老手艺焕发“新活力”

□ 本报记者 卢岳

“挑出去、拉过来、往下压,这三个手法连起来就是‘压一’编法……”草编,作为我国少数民族传统工艺,曾几何时已被岁月遗忘在角落。但如今,无论是潮人汇集的时尚卖场,还是其乐融融的亲子手工坊,草编已被越来越多的人重新关注和了解,巨大的市场需求也让这一传统工艺焕发出新的活力。

中国少数民族用品协会秘书长徐谷宝在接受消费日报记者采访时曾表示,草编、蜡染等少数民族工艺品蕴藏着精湛技艺和传统文化,让民族传统工艺与现代消费需求相结合,是整个少数民族用品行业为之发力的方向。

“草编”成文旅热门体验

近日,记者在走访中注意到,包括北京王府井、西单商场等商圈的不少高端礼品店内,颇具传统民族气息的草编产品售价不菲,草编帽、草编包等琳琅满目。“草编工艺技术考究又蕴含中国传统的美感,尤其受到高端消费者和国外游客的青睐。”一位销售人员表示,近年来随着消费市场品质升级,这类蕴含传统文化的少数民族工艺品开始走热,店内一件高端草编作品的售价可达数万元。

除了草编成品走俏外,亲子DIY及旅游市场的草编制作体验也开始频繁进入到消费者视线。北京、深圳、上海等大城市众多商业综合体中,草编、木作、扎染等受到商家和消费者追捧。利用空闲时间与孩子共同完成一件草编作品,让孩子在提高动手能力的同时也对中国传统工艺技艺有了进一步认知,成为亲子市场中家长们的新选择。“孩子制作过程中不但体验到了民族手工艺的复杂,更感受到中华文化的魅力。作品虽然和少数民族的草编作品品质相差甚远,但还是非常有意义。”一位家长在接受记者采访时说。

草编品牌彰显“硬实力”

少数民族的老手艺如今焕发出新



记者注意到,尽管工业自动化的飞速发展一度让包括草编在内的费工费时的手工艺逐渐远离消费者视线。而如今,在品质消费及“慢生活”概念的驱动下,这些蕴含传统文化和民间工艺精髓的手作市场开始回温,更成为越来越多行业重要的营销点和发力方向。记者注意到,国内不少热门旅游地体验当地传统的“草编”技艺成为吸引游客的亮点,2019年4月,徐行草编首次受邀前往上海大世界参加全国非遗传承人展演,不同门类的草编精品在身边,在发扬传统工匠精神同时,更营造出当地文化新名片;而有着“中国帽业名城”“中国编织帽之乡”的浙江温岭,如今更被誉为“草编第一村”,吸引着一批又一批游客前去体验。

活力,离不开地方一代又一代匠人的坚持。记者了解到,以温岭为代表的少数民族草编有着悠久的历史,如今更远销欧美等70多个国家和地区,“中国帽业名城”“中国编织帽之乡”可谓名副其实。2018年底,浙江省文化和旅游厅、浙江省经济和信息化厅联合发布了第一批浙江省传统工艺振兴目录,“温岭草编”作为编织扎制类别的一项入选。疫情之后,温岭狠抓产能,目前当地生产的草帽出口创汇金额接近去年同期水平。

作为温岭草帽的“领头羊”,浙江舜浦工艺美术品有限公司不仅牵头起草了《草帽帽行业标准》,成功将“温岭草编”申报为浙江省省级非物质文化遗产项目,还将传统的中国“女红”送入了国际市场,在沃尔玛、玛莎等五大超市的卖场里卖得风生水起,更是Zara、H&M等国际服饰品牌的长期供应商。浙江凯佩诗雅工贸有限公司一直致力于开拓日韩、欧美等市场。其负责人说,草帽是时尚快速的消费品,客户比较注重产品设计、品质与工艺,他们每

周都会推出几十款新样。有了差异化的产品,就等同于留住了客源,加深了后续的合作。

“如今,温岭草帽在行业发展过程中,逐渐摒弃了单一生产草帽产品的传统理念,发展和延伸到草、纸业工艺品行业。”业内人士表示,日本、荷兰、瑞士、美国以及东南亚许多国家和地区的帽业经销商均在温岭有长期商务代表。“温岭草帽企业不再满足于贴牌合作,而是更多地倾向于打造自主品牌。”记者了解到,1997年舜浦草帽就在国家商标局注册了“高龙GL”商标,成为温岭最早注册的商标之一,此外,企业还通过《商标国际注册马德里协定》,在18个国家成功注册了“高龙GL”商标。

发力“老手艺”融合“新需求”

作为少数民族用品的官方组织,中国少数民族用品协会也始终在为推广少数民族传统工艺、促进相关产业发展上进行着不懈努力。中国少数民族用品协会秘书长徐谷宝在接受消费日报记者采访时表示,草编、蜡染等少数民族工艺品蕴藏着精湛技艺和传统文化,让民族传统工艺与现代消费需求相结合,是整个少数民族用品行业为之发力的方向。

“我国优秀的草编作品广受国际市场青睐,这是传统文化、民族用品国际化发展趋势的重要体现,而当前国内草编产业的复苏也是整个行业的巨大机遇,对于草编等少数民族传统工艺,徐谷宝秘书长指出,“传承”工作不仅仅是对传统工艺和文化的继承,更应将“老手艺”赋能新思维、新活力,将传统产业与现代消费市场和消费需求相结合,这是民族传统用品从业者的发力方向,也是我国少数民族用品产业必须牢牢抓住的新机遇。

评论

精益管理——助力中国品牌建设

改革开放四十多年来,中国经济早已融入到世界经济之中,各行业都处在与世界同行竞争的舞台上。就当前管理方式发展变革而言,备受企业关注的莫过于精益管理,比如裁减不必要的部门,集中力量发展核心产品和业务,突出主业及核心优势,努力发展品牌核心竞争力等。

精益管理是在丰田生产方式精益生产的基础上总结升华而来,是一套更具普适性的方法体系和管理思想,它的原动力来自于对最优的经营绩效的追求,本质是面向内部进行优化变革。“工匠精神”是精益管理的重要基本原则,也是企业精益求精的体现。对于品牌建设来说,必须加大对产品的研发力度,把产品创新作为品牌建设的首要任务,培养员工精益求精的工匠精神,完善对产品的质量把控。基于精益管理模式,丰田、本田、日产等日系汽车品牌从廉价的中小型汽车起家,节能环保、设计优美,注重用户体验,从而成为享誉全球的世界级品牌。

企业在品牌建设中实施精益管理,成为一种帮助企业获取核心竞争力较为成熟的系统方法。精益管理包含了如下六项基本原则:现场6S(生产现场的安全、干净、整洁、有序)、JIT生产(just in time按照用户需求制造产品及及时交货)、六西格玛质量管理(产品缺陷率近似于零)、发挥主观能动性的团队、目视管理及持续改进不断地追求完美。同时,精益管理认为,有七种浪费,分别是生产过剩、等待、过度加工、搬运、库存、不良品、动作浪费。生产过剩的主要改善方法有单元线、看板生产、一个流、均衡化生产等。

近年来,天津大学博士生导师牛占文教授等专家撰写的《精益管理的理论方法、体系及实践研究》《精益水到渠成——城市供水企业精益之道》等,通过阐述精益管理体系,帮助企业实施精益管理。君乐宝集团是书中案例之一,在引入精益管理体系的五年里,实现了销售增长四倍的奇迹。

品牌战略与企业管理脱节,将加大品牌建设的难度。因此,精益管理从企业管理者的角度出发,以改造机制、构建新的管理模式为目标,通过优化机制和流程,激发员工主动参与改善和自我挑战,获得知识,提高素养,在员工实现自我价值的同时助力企业管理转型升级,最大限度地追求客户、员工、企业、社会四方共赢。

牛占文教授表示,精益管理是当前中国企业转型升级的重要手段,更是企业面对竞争的制胜之道。推进实施机制建设、方法和工具系统应用是精益成功的关键要素。一个单位主管以上的管理者,为了确保能够执行,最好建立工作日

志,通过不断地总结和计划提高管理能力。精益管理不仅从物质上给员工带来财富,还从精神上给员工带来满足,提升价值,形成良性循环。精益管理思想博大精深,不仅体现在工具方法技术层面,还体现在文化价值观方面。实施精益管理,企业将在短期内显现卓越成果:质量合格率持续上升,生产效率大幅提高,成本降低,资金利用率明显提高,对品牌建设非常有利。

在当前激烈的国际竞争形势下,中国品牌要想创新发展,就必须自我完善,通过导入精益管理,形成创新发展的动力,改造企业的体质,为打造百年品牌奠定基础。精益管理只有上升到企业文化价值观的层面才可能持续推行下去,全员参与、持续改善,最终形成企业的核心竞争力。只有不断加强品牌建设,以商标、专利等为代表的无形资产为品牌价值的实现提供行之有效的方式。

精益之道,上善若水。中国品牌只有不断创新,才能在市场上赢得更多荣耀。(李彦彬)

“匠心+创新”打造海派国潮品牌集群

走进10日开幕的“2020第十四届中华老字号博览会”现场,随处可见的直播间成了展会上的一道特别的风景区——每个时段都有主播为消费者推荐场内好物,还有大量主播边逛展边直播,聚焦传承与创新,连接老字号与年轻人。

直播镜头下,年轻主播们究竟在推荐什么?多位主播说,老字号品牌产品“会发光”:以“绝活”为核心的衍生品矩阵、以“跨界”促灵感的文创产品以及老字号的“新玩法”,都很容易在年轻消费者心中“种草”。

以“绝活”为核心 形成衍生品矩阵

一大早,上海南翔馒头第六代传人游玉敏就站在豫园集团展台前做起了示范,手指翻动间,打上十八道褶的小笼包就做好了。主播站在游玉敏身边,也学起打褶的手法,互动中,不仅普及了南翔

小笼包的百年技艺,也推荐了一批小笼新品。

直播镜头扫过展台,豫园集团携旗下17个老字号品牌亮相,几乎都带来了新品,每样都有故事可说。老城隍庙梨膏糖鼎鼎有名,今年推出创新衍生品“秋梨膏”,同样采用古法工艺,但针对年轻白领润喉的市场需求,开发出随时可取的便携装。擅长中医养生的童涵春堂在传承中创新,研发出针对年轻群体养生需求的21天参茶和参汤。

此外,这几年,豫园集团以餐饮食品包装化为营销策略,集中研发推出各具特色的创新产品——上海老饭店的八宝

鸭、松月楼的净素烧麦、绿波廊的点心等都深受消费者欢迎。豫园文化食品饮料集团品牌市场部总经理葛一华介绍,今年新推的八宝鸭礼盒已入围上海伴手礼第二轮测评。

以“跨界”促灵感 带动品牌创新力

走到上海制皂有限公司展台,很多主播就“走不动了”——该企业旗下蜂花、上海药皂等老字号品牌这些年相继推出100多种新品,展台上字字铺开,随便挑一个都能说上半天。

今年摆在C位的是蜂花与北京故宫文创合作的联名款产品——液体香皂。

文创伴手礼,一件是融合国家级非遗“上海绒绣”及上海市级非遗“海派绒线编结技艺”的“海上绒情”礼盒,用丰富的层次展现浓郁的上海风情、上海技艺、上海文化之美;另一件“花语瑞境”四件套在今年疫情期间推出,设计灵感源自海派画家张秋波绘的《瑞红鸟落樱图》。

文创伴手礼,一件是融合国家级非遗“上海绒绣”及上海市级非遗“海派绒线编结技艺”的“海上绒情”礼盒,用丰富的层次展现浓郁的上海风情、上海技艺、上海文化之美;另一件“花语瑞境”四件套在今年疫情期间推出,设计灵感源自海派画家张秋波绘的《瑞红鸟落樱图》。

文创伴手礼,一件是融合国家级非遗“上海绒绣”及上海市级非遗“海派绒线编结技艺”的“海上绒情”礼盒,用丰富的层次展现浓郁的上海风情、上海技艺、上海文化之美;另一件“花语瑞境”四件套在今年疫情期间推出,设计灵感源自海派画家张秋波绘的《瑞红鸟落樱图》。

文创伴手礼,一件是融合国家级非遗“上海绒绣”及上海市级非遗“海派绒线编结技艺”的“海上绒情”礼盒,用丰富的层次展现浓郁的上海风情、上海技艺、上海文化之美;另一件“花语瑞境”四件套在今年疫情期间推出,设计灵感源自海派画家张秋波绘的《瑞红鸟落樱图》。

加速优质产品品牌培育推广 四川启动国际直播电商节

近日,四川国际直播电商节新闻发布会在成都举行。本届电商节将于12月10日在成都市成华区东郊记忆启幕,活动以“培育四川品牌新经济 打造直播电商新高地”为主题,旨在进一步加速优质农产品、扶贫产品、文创产品、消费电子产品品牌培育推广,充分运用科技影视新模式,推动经济高质量发展,助力新经济发展。

四川国际直播电商节线上、线下活动共持续10天,活动现场设置360度全景式直播间,线上设置“云上直播节”,百名头部网红现场直播带货,涵盖农副产品、扶贫产品、文创产品、消费电子产品、服装配饰、母婴产品、儿童系列、日化用品、家居建材等多种产品品类,并联动电商直播平台等多家大平台融媒体进行直播,预计直播电商节期间实现销售额亿元以上,并通过逐年持续举办,塑造“四川国际直播电商节”活动品牌,助力四川打造全国领先的直播电商经济产业园,实现年直播电商销售额100亿元,带动产值500亿元。

第二届“丰饶辽乡”品牌博览会 将于10月16日启动

由辽宁省商务厅、辽宁省国资委主办的2020辽宁省首届电商直播节暨第二届“丰饶辽乡”品牌博览会,将于10月16日启幕。活动为期3天,将持续至18日,将通过“线上‘丰饶辽乡好物节’大型直播电商活动”与“线下品牌博览会”联动的模式,为消费者开启美食之旅。

辽宁省商务厅相关负责人表示,此次活动的举办是辽宁省商务厅、辽宁省国资委进一步加大产业扶贫力度,全力打赢精准脱贫攻坚战,把新产业、新业态、新模式、新技术等新经济发展作为助推高质量发展的重要引擎。希望通过本次活动,将省内各地特色好物汇聚展示,以直播电商大数据推动本地产业链建设,打响“丰饶辽乡”地域性品牌,为省内经济发展增添新动力。

服装产业促进消费扶贫 陕西品牌服装集中亮相西安



随着动感的旋律,模特们身着“华服”走上T台。大胆鲜明的混搭,明亮跳跃的色彩,宽松洒脱的线条,陕西品牌特色服装闪耀亮相。

近日,由陕西省工业和信息化厅主办的“陕西服装T台秀”在西安举行。汉服、校服、时装、西服、羊毛防寒服等五大类服装精彩呈现,为消费者送上一场时尚的视觉盛宴。

“作为陕西省名优特新产品展示会暨消费扶贫月主题活动之一,此次活动首次汇聚全省优秀服装品牌和业界精英,集中展现了陕西服装界近年来的发展成就,有效推动了陕西服装等消费类产品品牌建设。”陕西省工业和信息化

厅副厅长刘波表示,将以“一带一路”和西部大开发为契机,用消费升级带动产业跃升,不断擦亮陕西品牌,扎实推进消费扶贫,实现陕西消费品工业高质量发展。

陕西省服装行业协会会长寇增文介绍,陕西服装北有羊毛防寒服生产集群,关中有功能性服装生产基地,陕南有传统丝绸服装厂家,构成了陕西的服装特色。此次参展服装产品凝结着贫困户的辛勤劳动,陕西服装企业将坚持改革创新,瞄准数字化、智能化、信息化发展方向,融合陕西元素和设计,不断提升服装品牌国际影响力,带领贫困群众脱贫致富。

百年的经典产品也可以有不一样的“玩法”。“以阿胶粉为原材料,可以制成奶茶、酸奶、水果捞,很受年轻人欢迎。”

记者了解到,百联集团的直播间排期很满,各岗位员工都能变成主播。第一场直播主角是百联旗下的老字号企业,亨得利钟表等多款经典产品展现浓郁的“上海腔调”,联手超市则介绍崇明大米等爆款商品;第二场直播由第一百货的老字号商品领衔,在主播专业讲解下,中华老字号产品既勾起对老上海的经典认知,也赋予年轻消费者更多创新体验。

老字号引领新国潮,本届博览会还推出“美团&大众点评一周六老字号专场直播”“抖音—中华老字号博览会话题”“盒马‘海派国潮’专题页”“美团达人探展直播”等一系列互动活动,用互联网挖掘拓展老字号品牌价值,以匠心精神打造新时代优质国货品牌集群。(文汇)