

# 佳宁娜：匠心坚守成就品质典范

近日,由数央网、数央公益联合环球经济报道、中国财经网、中国商业网等国内众多财经媒体共同发起的“2021 第二届国际品质节暨全球消费领导力峰会”在北京金龙潭大酒店开幕,国内外知名企业家、投资人、媒体人以及跨领域的商业精英共聚一堂,分享观点,激发思考,共同探寻品质升级路径。

佳宁娜作为口碑品牌、品质品牌的



践行者参与2021国际品质节暨全球消费领导力峰会,凭借多年来的产品品质及消费者口碑,在本届品质节活动评选中,经组委会提名推荐及评委会审议,获评两项大奖。

“佳宁娜”源于1981年,“佳宁娜”之名取自“家己人”的潮州话谐音,在粤港澳大湾区具有广泛影响力,深受消费者信赖和喜爱。

佳宁娜精细潮州菜,于1981年在中国香港湾仔开设首家门店后,由马介璋及马介钦于1988年引入中国内地,并先后在深圳、海口、昆明、益阳、东莞开设多家分店,成为了改革开放之初,深圳乃至内地的第一家外资潮

州菜品牌,经过四十余年发展,以正宗、精细等特色成为了正宗潮州菜的代表品牌。

佳宁娜食品在香港、深圳、海南、昆明四地建立了近10万多平方米的现代化食品生产基地,实现了生产过程全程监控、全方位透明化无菌生产,产品涵盖中秋月饼、端午粽子、糕点饼食、腊味、年糕、西饼面包、休闲手信七大系列。龙头产品月饼主打香港广式及潮汕月饼,享有“香港广式月饼名家”的称号,佳宁娜月饼精选优质原材料,继承潮汕传统工艺,博采现代先进工艺,创新性地开辟了“酥皮”制作工艺,成为国内酥皮类月饼的扛鼎品牌。佳宁娜月饼连续15年荣获“深圳月饼质量信誉奖”,并荣获“中国烘焙广式月饼金奖”、“中国烘焙潮州月饼金奖”、“中国烘焙十佳名牌月饼”、“中国烘焙老字号月饼”等多项荣誉。

佳宁娜在此次活动中收获两项殊



荣,是对佳宁娜多年来打造品质品牌、口碑品牌的认可,也是对近年来佳宁娜在打造产品品牌、开展产品创新、提升信息化水平等方面积极进行老字号企业创新发展所取得成绩的嘉奖和激励。

在时代的光辉下,佳宁娜坚持“品牌

化、规范化、专业化、个性化”的发展目标,坚守在产品、服务、品牌上的“质造”精神,通过多维度赋能打造品牌口碑,在历练中不断沉淀,顺势而上,为消费者呈现始终如一的美味和品质。

(曲雅)

## 延续X系列高品质基因 荣耀X30发布

近日,在2021荣耀周年庆典暨荣耀X30新品发布会上,荣耀X系列推出八年诚意之作——荣耀X30。据了解,荣耀X30主打快充续航,是档位内屏幕最大、边框最窄、快充最强的5G手机,它通过创新科技与过硬底层技术的配合,为用户带来全方位高品质体验。值得注意的是,全新亮相的荣耀X30有晨曦金、钛空银、魅海蓝、暗夜黑四款配色,售价1499元起。



据悉,荣耀X系列8年以来,凭借出色的品质体验斩获千万用户好评口碑。运营商数据报告显示,荣耀品牌的换机周期为29.1个月,高于行业平均水平。作为八年诚意之作,荣耀X30在通信稳定性、系统流畅性、硬件可靠性、快充安全性、产品耐用性和追求极致视觉体验等方面汇集了该系列对品质的坚守,有望成为今年中端市场的明星机型,联合Magic系列和数字系列在旗舰及高端市场取得的突破性成绩,共同助力荣耀市场份额“微笑曲线”继续上扬。

荣耀X30搭载荣耀66W超级快充技术,30分钟即可充满八成电量。此外,每台荣耀X30电池都配备专属安全防护芯片作为“身份证”,让充电器、充电线、电池之间完成3重识别,配合5重安全监控设计,确保全链路的快充安全。通过配备的复合超薄屏和高强度轻质电池盖及高能量密度超薄电池重新结构设计,让新产品电池容量增加到4800mAh,但机身厚度、重量反而减少,实现大容量和轻薄机身兼得。

荣耀X30搭载6.81英寸全视屏或档位最大屏幕尺寸,通过真机点胶工艺、侧翼缓震缝工艺及众多专利技术,最终打造出了左右1.05mm的“卡片级”超窄边框和94%的高屏占比,让荣耀X30成为全球业界边框最窄的直屏手机。

值得注意的是是,荣耀X30全球首批搭载全新一代高通5G芯片骁龙695,是高通全新一代的5GSoC,采用6纳米先进制程工艺,让荣耀X30在热门游戏上能够带来近乎满帧的游戏体验;智慧内存的运存扩展体验也具备显著优势。通过用大文件填充、碎片化过程、重负载测试等场景模拟用户使用三年后的手机老化状态,荣耀X30老化测试结果领先行业,用高品质打造36个月不卡顿的使用体验。

本次荣耀周年庆典上,荣耀畅玩系列5G新品荣耀畅玩30 Plus也正式发布。

2021年对于荣耀而言是创业之年,与此同时也是感恩之年。这一路来自供应链、零售合作伙伴、消费者朋友们的信任和支持,让荣耀在经历黎明前最黑暗的时刻不孤单和彷徨,赋予荣耀历经风雨后笃定前行的力量。面向未来,荣耀期待与全球朋友们一起,用笨鸟的精神共同书写更多精彩篇章,让微笑的弧度更加上扬。(卢文)

# 巧用品牌建构“底色” 擘画隰县面塑蓝图

随着社会经济快速发展,一个个文化产品符号或深刻、或广泛地走入寻常百姓家中,固化成我们这个时代的品牌记忆。品牌建构作为推动文化产品衍生、发展、繁荣的必由之路,在学术界具有举足轻重的地位。因此,山西隰县面塑这项传统手工艺在当前日渐式微、传承困难的背景下,对其进行品牌建构势在必行,依托整体性、目的性、层次性的最优效应。推动隰县面塑品牌建构适用整体性原理,一是要建立品牌定位。

我们可以从春节蒸“卫生”,走亲访友互赠佳品,沉浸式感受节日的喜悦与祝福;我们可以在新婚之日蒸“念怀”,情牵过去的万千思念,憧憬来日的相濡以沫;我们可以在人生第一个本命年蒸桃馍,以圆锁之礼开启星辰大海的广阔道路;我们亦可做寿桃,以期花甲长辈延年益寿、重阳晚霞满天。

二是优化品牌设计。隰县面塑历经子发面、揉面、捏面、点缀、加饰等多项流程,直至最后出锅的画龙点睛,既需要传统工艺的严谨考究,更需要艺术内涵的与时俱进,丰富造型样式和配色体系,提高审美价值。可以通过标志设计反映企业价值理念,加深消费者的企业主体、品牌文化记忆;可以通过招贴设计,巧用简洁、夸张、对比等表现手法,集中体现产品优点,满足消费者心理需求;可以通过包装设计,在物流运输中保护产品的安全,同时促进产品品

牌的一路传播;最后亦可优化展示设计,通过空间布局、颜色搭配和气氛营造达到诠释产品、宣传主题及完美沟通的目的。最终通过优化设计风格、宣传方式和核心价值等核心要素,加强产品设计与视觉形象设计的内在逻辑性,进而促进隰县面塑品牌设计的整体提升。

三是执行品牌营销。目前,隰县面塑通过线上与线下两种销售渠道进行自产自销,销量较低,品牌认知囿于周边县区,难以进行广域推广。为此,隰县面塑在认真进行市场细分、市场定位的基础上,锚定政府宣传频道,借助全国金手指泥塑大赛、山西文化博览会、临汾市“平阳工匠”优秀成果展、县政府例寒食节面塑大赛、隰县文化和旅游局隰县《面塑》传习基地等多元途径,提高隰县面塑品牌的认知度和品牌营销的竞争力。

四是评估品牌价值。先期通过问卷营销调查得知,隰县面塑品牌在外地市场空缺很大,进行品牌建构已迫在眉睫。后期根据问卷结果导向反馈优化品牌,制定企业长远营销战略,将隰县面塑品牌存在问题对症下药,查缺补漏,反馈问题,不断改进,优化品牌,最终得以在市场上立足长存。

方向是比速度更重要的追求。隰县面塑品牌建构的目的性在于白云苍狗、岁月变迁,始终坚持挖掘优秀传统文化手工艺文化,把传承发展放在突出位置,赋予其更多市场动能,为发展农村经济,推进乡村振兴扩音呐喊。

建构隰县面塑是经济建设的需求。在物质匮乏的时代,面塑曾陪伴人们度过千百年的岁月,承载着一代代人的记忆和探索斗志。而在社会高速发展的今天,随着人们的审美和消费观念的变化,一些寄托在农耕社会基础上的

传统节日及节气的民俗活动在渐渐淡化,面塑艺术面临着前所未有的机遇和挑战。面对隰县乡镇空心化、面塑艺术生命力和传播力孱弱等问题,如何传递面塑背后所包含的文化基因,增强面塑的观赏时代、新风貌,赋予其新的时代含义,对于现代人和现代社会仍具有十分重要的现实意义。

建构隰县面塑是文化品牌的需要。在面塑的制作形式上,老一辈人还是以传统的飞禽走兽为主,但年轻人在传统的造型上积极创新,与新时代中国特色社会主义思想相结合,积极宣传新时代、新风貌,赋予其巧巧巧巧、趣味性为主,造型丰富多样,更加贴近现代人的生活和社会需求。从艺术角度分析,面塑文化从自然崇拜、避凶纳福、生养繁衍等主题,增加了大雅之堂、流行文化、快文化、亚文化的范畴,从功能为主变成了观赏为主,形式上的改变,体现了文化生命力的提升,这种提升虽然仅限一隅,但是为面塑的进一步发展奠定了深厚的基础。伴随着现代文化的冲击,面塑艺术也在不断地发展,其中,艺术价值与审美价值日益凸显,逐渐从民俗活动登上大雅之堂,这使得面塑的题材内容更加广泛,更加符合现代社会。面塑艺术人们善于创新、挖掘和改进工艺,使得面塑作品更加时尚,色彩更加丰富,给人们带来全新的感受。

建构隰县面塑是社会价值的体现。面塑作为一门古老的民间艺术,有着千年的历史,依托一代代传承人的深耕,而不断薪火相传。如今,面塑从最初的功能性主导特征转变成为艺术性主导特征,是社会意识在历史中的反映,其以自然手法塑造自然之美,又回归到人们的生活当中,是人们社会生活中的

物质需要,也是涤荡和抚慰人们心灵的精神需要,更突出体现了礼乐教化、兼容并蓄的民族性。

文化若要生存,需要借助经济资本的不断扶持。主体文化因为具有“文化再生产”价值,容易得到资本的青睐。而客体文化的再生产赋能不足,只能作为其它经济体的辅助进行研发,这种有效研发却往往极具可行性。将其迁移运用到隰县面塑上,通过创新设计与产业发展路径相结合,形成一套完整的文化形象和文化标识,广空间、多维度建构品牌,在结构、功能与作用上展现出等级秩序性的层次优势,成为区域其他产业的文化外衣,最终真正放大面塑文化在现代社会的意义。

首先需建立客体文化的创意拓展层次。从各地的实践来看,文化创意设计不仅对我国文化产业发展产生了积极的推动作用,同时也带动了区域经济的发展。基于面塑文化对于整个隰县的经济社会发展大局考虑创意拓展方向,特别是在视觉化拓展方面要做更深入的研究,一是要符合地域文化特色,具有代表性;二是要符合时代特色,充分迎合当代人的审美标准;三是要体现独一性,所有创意产品都要有统一标准,推出隰县面塑的文化形象。

其次需拓展文化形象的品牌推广层次。文化形象从诞生伊始就具有了独立的品牌属性,因此需要有一个专门的企业法人主体进行运营。近几年,卡通文化IP借助互联网社交平台形成了一整套完善的运作机制,文化品牌链接产业上下游,使文化形象本身充满了生命力,显示了社交链条之下的产品推广的巨大势能。因此,其要进行全媒体推广,特别是在互联网上的推广,把隰县面塑同文化形象进行绑定,推出系

# 生态西山 诗画金庭

金庭又名太湖西山,坐落于太湖之心,下辖陆域84.59平方公里、太湖水域715平方公里,包括太湖中最大的岛屿西山岛及周围26座小岛,具有独具一格的镇在湖中、山在镇上、湖岛相映的山水乡镇格局。这里是国家风景名胜、国家农业示范园区、国家森林公园、国家地质公园、全国环境优美乡镇、国家卫生镇、全国小城镇综合改革试点。这里也是全国唯一的整岛风景名胜保护区,拥有长三角经济圈中极为稀缺的生态环境和自然人文资源,15分钟到达苏州市轨道交通5号线,地处苏州市半小时生活圈之内,上海1小时经济圈之内,南京市、杭州市2小

时经济圈之内,是距离城市最近的健康岛、生态岛、休闲岛。

岛上生态宜人,风景秀丽,是著名的洞庭碧螺春茶和青种枇杷的发源地,有着“月月有花,季季有果,天天有鱼虾”的美誉,是名副其实的“花果山”。

西山有着丰富的历史文化遗存,从5000多年前的新石器时代走来,春秋时期,吴王夫差败越于此,南宋建炎南渡,北方贵族后裔迁居而来,逐渐形成“七村八巷九里十三湾”,众多自然古村分布全

岛,如东村古村、角里古村、堂里古村、植里古村、明月湾古村等,其中2个为“中国历史文化名村”,7个为“中国传统村落”,这些古村基本都保留着原有的历史风貌,吸引着很多游客前来追寻原汁原味的自然之美,也是众多摄影爱好者及画家的偏爱之地。

得益于得天独厚的地理位置、生态条件以及文化底蕴,太湖西山岛旅游资源丰富。太湖七十二峰,四十一峰在西山,这里是太湖风景名胜区的核心,全镇明清建筑、宗教寺庙、峰峦湾坞等旅游景点,如明珠般散落岛上,45公里的环岛公路,串起13个开放景点;徐霞客出游第一站天下第九洞天林屋洞、太湖风光最佳观赏地石公山、吴王夫差携西施赏月的明月湾古村,集萌宠、亲子、科普、体验于一体的开心农场,还有太湖第一峰缥缈峰、千年藤缠绕的罗汉寺、纪念大禹治水的禹王庙等等;林屋梅海、石公秋月、缥缈晴岚、角里梨云、西湖夕照等历史“金庭十景”景色迷人;明月古渡、琴山听涛、水映长滩、藤樟交柯、玫瑰花园等新晋“网红打卡地”引人入胜,太湖梅花节、碧螺春茶文化节、枇杷杨梅采摘节等特色活动每年吸引游客超过100万人。

随着全域旅游建设的深入推进,西山岛旅游产业不断转型升级,在坚持做好传统景区景点提档升级的同

时,打造多层次旅游承接新载体,不断丰富旅游产品。在旅游产品的打造上,注重点、线、面结合,充分融合西山岛自身旅游资源优势,涵盖“食住行游购娱”旅游六要素,多维度、全方位丰富旅游产品,推出品农家乐、自驾观光、古村访古、采摘风情、登山健身、亲子研学、农事体验等多种特色旅游产品。同时,根据不同的季节特色和特产,推出春季赏梅线路、碧螺春采茶品茗线路、枇杷杨梅采摘线路、夏日避暑线路、秋季橘子采摘线路、红色廉政文化线路等,既有个性化定制的产品,又有成熟完善的旅游线路,满足不同层次和类型的游客及其多方位的旅游体



验和需求。

伴随着旅游业不断的完善和发展,各类旅游配套产业也是一应俱全,近600家高端民宿、特色农家乐遍布岛上,更是涌现出了柒月北岸、园园如初、粗衣食吾、玖树水月等一批优质民宿,各具风格特色的民宿农家乐,为前来岛上旅游的游客们提供了更多的选择。(周永珍)

