

老牌国货频出圈 “网红”如何变“长红”

“妈妈辈”国货“重出江湖”，品质和创新才是关键

□ 据新华社报道

蜂花、郁美净、孔凤春等国货美妆产品销量成倍增长；“活力28三老头”一夜爆卖500万元……近年来，在直播带货加持下，老牌国货纷纷“重出江湖”，圈粉众多消费者。

“妈妈辈”老牌国货为何受到消费者的热捧？

“老面孔”变身“新网红”

近日，河南一男子通过视频晒出一台1997年生产的威力洗衣机，并猜测厂家或已倒闭。没想到，威力厂家官方号当天在其评论区回应“没倒闭，还在坚持”，并决定为其免费提供“以旧换新”服务。此事随即登上热搜，不少网友纷纷亮出自家的威力洗衣机，有网友表示“30年了还能正常使用”。

“厂家和网友的互动是一种很巧妙的品牌公关。它强化了消费者对品牌产品质量好、购买服务好的认知，为老牌洗衣机提供了借鉴。”上海广告研究院研究员孟令光说。

以“质量过硬”出圈的威力洗衣机，其实是20世纪八九十年代人们熟知的“老面孔”。1989年实现产销量全国第一，1995年被授予“中国洗衣机大王”称号……“威力”是中国洗衣机行业发展史上一个绕不开的名字。

“如果巅峰留不住，那就重走来时路。”这是老牌国货活力28在新媒体账号的简介。

2023年9月，三位大叔组成的“中老年主播团”在工人生产场景中直播带货，凭借不懂操作、不会整活，却真诚朴素、自带喜感的差异化呈现，吸引600万粉丝，一夜销量达到500万元。流量与销量的新高峰，为濒临破产的湖北活力集团带来希望。

在2023年9月的“国货大联欢”中，“津门老字号”郁美净也“连夜通网”，入驻各大平台。截至目前，郁美净在天猫火爆的单品“郁美净儿童霜袋装”销售量显示已超30万。

从家电、洗护到服饰、美妆，各个品类的老牌国货品牌纷纷“杀”入直播电商赛道。

天猫数据显示，过去一年，淘宝天猫上有2840个中国品牌成交额破亿元，在所有过亿元品牌中的占比高达75%；还有创立不到三年的新锐国货品牌超越国际大牌，成为细分品类第一。而在“95后”“00后”消费者的购物车里，超过八成是国货。

抓住风口 老牌国货“走俏”

国货“老面孔”变身“新网红”，老牌国货焕发新生、持续走俏的背后，是对风口的敏锐把握。

“中国产业链供应链趋于完备，从微笑曲线底端的‘世界工厂’逐渐走向世界价值链的上游。”浙江大学经济学院研究员张川川说，对民族品牌的认同度提高，也是老牌国货崛起的重要原因。

直播经济与顾客价值选择的双向奔赴是老牌国货“翻红”的重要因素。商

务部数据显示，2023年前10月，全国直播销售额超2.2万亿元，拉动了消费需求，为经济发展注入活力。

“大小小直播间将国货推荐给更多消费群体，让国货成为大众喜爱的‘俏手货’。”美腕（上海）网络科技有限公司董事长戚振波说。

“相对于现在领券、优惠、售后送礼物等花样繁多的套路式营销，老品牌‘质价’取胜的‘朴实商战’策略反而更能直击年轻消费者的心灵。”“00后”杭州姑娘小胡表示。

老牌国货重获消费市场青睐，更在于企业的守正创新。

创始于1862年的孔凤春是中华老字号品牌。杭州孔凤春化妆品股份有限公司董事长吴文琴表示，不掺假、货真价实是企业多年坚守的底线。在直播电商加持下，2021年到2023年，公司销量成倍增长，其中70%以上消费者为中青年群体。

“产品力永远是国货发展的基石。”吴文琴介绍，2023年，孔凤春的研发投入接近销售额的6%。

在各种合力助推下，国货品牌的市场竞争力进一步增强。

根据商务部数据，2022年，中华老字号企业实现营业收入超1.2万亿元，近七成企业实现盈利，税收贡献达2700亿元，吸纳就业87.2万人。2023年前三季度，中华老字号企业营业收入已超过2022年全年水平，发展势头强劲。

品质和创新才是硬道理

老牌国货集体出圈，流量带来的利好让不少品牌销售额成倍增长。但流量热潮终究会消退。国货要引领市场、长销长红，品质和创新才是关键。

“消费浪潮过去后，如何保持热度，继续借力直播经济，推动自身转型发展是摆在国货品牌面前的全新考验。只有铭记初心，在开放包容中赋能创新，才能让国货消费久立风口。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心研究员盘和林表示。

“老牌国货突然走红凸显典型的媒体传播特性，如果没有持续吸引人的点，很容易在短时间内褪去热度。还是要从根本上转变经营方式和思路，进行模式的创新迭代，才能赢得市场。”上海财经大学数字经济系教授崔丽丽说，老牌国货“热卖”不能仅靠情怀；想要活得好，甚至重回巅峰，还得靠持续的创新能力和系统的经营能力。

名创优品董事会主席、首席执行官叶国富认为，品牌自信来自技术和文化的自信，只有技术赶超国际品牌，只有创意源源不断输出，中国品牌的自信才有底气。

“无论是老牌国货还是新国货品牌，目前都处在品牌塑造和推广的起步阶段，需要依靠科技创新和质量提升，久久为功。”新国货品牌诗裴丝创始人、CEO郑如晶说，做强做优国货品牌不仅机遇难得，也关乎经济高质量发展；从创新投入、品质升级，到运营机制、品牌溢价，国货仍需破解多重难题。



消除交通隐患,让“回家路”更通畅

□ 据新华社报道

连日来，罕见的雨雪冰冻天气席卷湖北省全境，湖北各地加强路面巡逻、救助受困群众和车辆，在受冰冻灾害部

位开展除冰融雪、警车带道压速等工作，消除交通安全隐患，护航群众回家路。图为2月6日，民警在宜昌兴山县高桥乡209国道烟灯垭路段清理积雪



“壁垒”变“共治” 沪浙建“平安边界”

（上接A1）如，金嘉平三地法院共同建立全市首个跨省“小三角”协作执行机制，每年召开协作例会、每月通报案件相关信息，三方在应急联系、信息共享、委托执行、财产处置和执行联动等问题上长期合作，目前已委托执结案件千余件，执行到位金额3亿余元，合力破解“执行难”问题。

社会治理方面，金山检察院联合沪浙“两地八家”基层检察院于2020年6月共同会签《关于建立湾区检察公益诉讼协作配合机制的意见》，形成长三角跨区域检察公益诉讼，针对湾区内11个大型化工园区200余家石油化工企业聚集、近海养殖捕捞发达、沿海采砂采矿业集中等方面存在的治理难题，联合开展跨区域空气水源污染、非法处置固体废物、海岸海洋资源保护、野生动物保护四大专项行动，共同保护湾区生态环境资源。

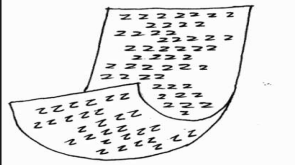
记者：刚才您提到平安边界给“南北山塘”带来的喜人变化。那么由点及面，放大到这近百公里的沪浙交界和两地数以万计的群众，又从中得到了哪些实实在在的益处呢？

唐卫星：我们紧扣民生需求，开创跨省治理新格局。沪浙两地“地相邻、水相连、业相近、人相亲、情相融”，

长期以来一直保持友好，但也存在着一定地区发展差异和行政壁垒难题。为此，我们着眼于资源共享、优势互补、合作共赢，大力推进省际“断头路”等重点难点工程建设，建成沪浙对接道路20条，开通公交化省际客运班线1条、毗邻公交线路6条，两地公交卡全面互联互通，打通了跨省公交运营瓶颈。紧密建立医疗合作关系，帮助嘉兴市提高化学伤害救治能力和危急重病治疗水平。在全国率先探索跨省医疗机构“点对点”实时联网结算，嘉兴平湖市民到金山医院月均就诊量达9000余人次。去年10月，区委政法委组织开展金山区坚持和发展新时代“枫桥经验”十佳示范案例和优秀案例评比，涌现了《《毗邻共治》促共赢，协调联动解纷争》《深化毗邻地区协作联动，预防化解边界矛盾纠纷》等典型案例，鲜活呈现了“平安边界”的基层生动实践。去年10月30日，沪浙毗邻执法联勤工作站揭牌暨廊下、广陈两地行政执法队员专题培训举行，依托两地平安办、司法所、派出所、市场监管所、村居等单位，充分发动沪浙两地物业保安、楼组长、村组长、网格员等群防群治力量开展日常平安巡防、联合执法等工作，将共建共治共享的基层社会治理目标真正落到实处。

环保公益广告

重复使用,多次利用

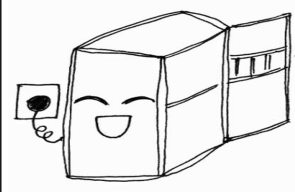


双面使用纸张
=减少1/2的废纸产生

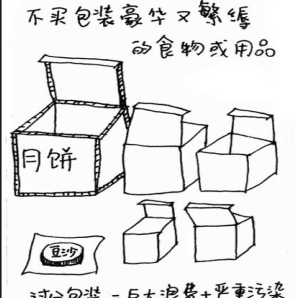
优先购买绿色食品



6000~8000双一次性筷子
≈一株20岁的大树



使用无氟冰箱
不会造成臭氧损耗



不买包装豪华又繁复
的食物或用品



废电池放入专门回收箱,
以免污染环境

分类回收 循环再生