

品牌仅靠情怀能走多远

李苑

近日,某明星创立的服饰品牌被曝光衣服存在印花掉色、肩线发黄、异味重等质量问题,与其高售价不匹配。粉丝出于对明星的喜爱,愿意为其品牌买单,但产品却连基本的质量标准都难以达到,无疑辜负了消费者的信任。无独有偶,某国产饮用水品牌在多年前进军童装市场失利后,近日又推出饮品主题运动鞋,本想继续靠“回忆杀”唤起消费者情怀,结果却因外观设计毫无新意、材质廉价、穿着体验差而饱受诟病。

这表明,如果没有坚实的产品质量作为支撑,没有持续的创新动力作为驱动,仅靠情怀支撑的品牌难以在市场中站稳脚跟。要知道,品牌经营的核心目标之一在

于挖掘新市场、寻找新利润增长点,进而提升品牌影响力与市场价值。

从消费者角度来看,很多人对品牌的认同,或是源于童年回忆、过往使用经历,或是对其存在感情,使他们愿意为那些承载着情感和回忆的产品买单。因此,情怀在品牌经营中有独特作用,能在短期内吸引消费者目光,为产品带来流量和曝光度。

当前,新生代消费者逐渐成为市场消费主力军。他们有着更强的产品鉴别力和价值判断力,虽会被情怀所吸引,但真正让其心甘情愿掏腰包的,还是产品本身的价值。这传递出一个信号:品牌经营不能让情怀唱“独角戏”,品质与创新才是决定品牌成败的“重头戏”,想要在市场中立足,就必须回归产品本身。

从品牌方角度来看,建立系统战略思维至关重要。首先,学会做减法。在众多潜在发展方向中,精准筛选出与自身核心能力相匹配的领域,避免盲目扩张,分散精力和资源。其次,善于做乘法。借助技术创新力量,实现自身能力迁移和价值增长,只有不断推陈出新,才能在市场中占据领先地位。最后,做好加法。构建起适应新领域的运营体系,确保产品从研发、生产到销售、售后等各个环节都能高效、顺畅运转。这些层面相互关联,共同构成品牌战略的完整闭环。

情怀消费是有限度的,在短期内能换来一定销量,但从长远来看难以持续发展。仅靠情怀驱动的商业尝试,是将品牌战略问题简单等同于营销方式,无异于本

末倒置。当消费者发现产品和服务未及预期,新鲜感和热情迅速消退时,品牌失去的不仅是消费者的信任,更是宝贵的市场发展机会。

在品牌经营中,营销与创新犹如平衡木的两端。在重视营销与流量作用的同时,也要着重提升产品硬实力,满足消费者多样化需求,给予其优质体验,方可赢得消费者的认可与持续支持。商家应多一些对品质的坚守,以严谨态度把控每个生产环节,确保产品符合甚至超越消费者期望;多一些对创新的探索,不断挖掘消费者潜在需求,推出具有竞争力的新产品和服务;少一些对情怀的倚重,避免陷入营销误区。毕竟,能让消费者心甘情愿买单的是好看且实用的产品。

公开征求意见

工业和信息化部日前公开征集对《汽车车门把手安全技术要求》强制性国家标准修订计划项目的意见。该技术要求对电动式、隐藏式车门把手的布置、标志、安全功能、结构强度等作出规定。

新华社 朱慧卿 作



期待“全职太太”的价值被更多人看见

樊树林

近日,湖北省荆门市中级人民法院对一起延续数年的离婚纠纷案件进行再审宣判:女方因多年的婚姻隐性付出,离婚后获家庭劳务补偿8万元。

民法典明确规定,夫妻一方因抚养子女、照料老人、协助另一方工作等负担较多义务的,离婚时有权向另一方请求

补偿,另一方应当给予补偿。这一规定的背后,正是对婚姻关系中权利与义务平衡的考量。在该案当事人家庭中,女方在20多年时间里独自扛起照顾家庭的重担。而男方常年在外,很少参与家庭事务,且经济支持有限,情感关怀更是寥寥。离婚后获家庭劳务补偿8万元,是法律对“全职太太”做出的明确保护。

现代社会中,“全职太太”并不少。家庭劳务虽然没有直接的经济收益,但它对于家庭的稳定和幸福起着不可或缺的作用。那些洗衣做饭、照顾孩子和老人的琐碎日常,看似平凡无奇,实则是家庭得以正常运转的基石。这一判决不仅是对女

方多年付出的认可,更是对婚姻中家务责任分配问题的一次深刻提醒:家务不是一方的独角戏,而是夫妻双方共同的责任;家务劳动看起来很琐碎,但不代表没有价值。

往更深一层讲,在婚姻存续期间“全职太太”的生活状态同样值得社会关注。因为“全职太太”并不比职业女性轻松,而且没有独立的实质上的货币收入,在家庭生活中也往往被“边缘化”。让“全职太太”的劳动价值被肯定,不能是一句空话。我们既要在社会观念上唤起对她们的尊重,也需要制度层面有更多的刚性约束。由此,在具体的家庭生活场景中,才能维护她们的家庭地位和尊严。

遗失公告

长兴建投环保科技有限公司,社会统一信用代码91330522MA29K9CRXC,遗失财务专用章一枚,印章名称:长兴建投环保科技有限公司财务专用章,印章编码:3305221001192,现声明该印章作废。

声明人:长兴建投环保科技有限公司 2025年5月12日

雷明明与杜鹃债权转让通知暨债务催收联合公告

根据法律及财政部、银监会的有关规定,以及雷明明与杜鹃签署的《债权转让协议》,雷明明已将其对下列借款人及其担保人项下享有的全部权利(包括但不限于主债权、担保债权、违约金债权、利息债权、损失赔偿权)依法转让给杜鹃。雷明明与杜鹃联合公告通知各借款人及担保人以及其他相关方。

杜鹃作为上述债权的受让方,现公告要求下列借款人及其相应的担保人或其继承人,从公告之日起立即向杜鹃履行主债权合同及担保合同等相关法律文件项下约定的偿付义务或相应的担保责任。特此公告。

雷明明 杜鹃 2025年5月12日 单位:人民币元

注:1.清单中“担保人”包括保证人、抵押人、出质人、担保人的担保范围以签署的合同等法律文件约定为准。如公告中债务人、合同编号、债权金额、担保人等信息与事实不符的,以签署的合同等法律文件约定为准。2.本公告清单仅列示截至2020年6月30日的债权本金余额,借款人和担保人应支付的利息、罚息、违约金及其它应付款按借款合同、担保合同及中国人民银行的有关规定或生效法律文书确定的方法计算,实际计算与欠息金额不一致的,以实际计算为准。3.若借款人、担保人因各种原因更名、改制、歇业、吊销营业执照或者丧失民事主体资格等情形,请相关承债主体或清算主体代为履行义务或者承担清算责任。

浙江金合信投资管理有限公司与吕勇债权转让暨债务催收联合公告

浙江奥兰金属制品有限公司、浙江飞特工贸有限公司、浙江金鼎鑫户外用品有限公司、施伟君、吕晓敏、陈文明、陈丽春、陈华威、韦凌云:

上海浦东发展银行股份有限公司义乌分行与浙江奥兰金属制品有限公司、浙江飞特工贸有限公司、浙江金鼎鑫户外用品有限公司、施伟君、吕晓敏、陈文明、陈丽春、陈华威、韦凌云金融借款合同纠纷一案,已由义乌市人民法院依法审理,依法作出(2016)浙0782民初2774号裁判文书【执行案号:(2016)浙0782执11265号】(下称“标的债权”)。

上述标的债权已从原债权人上海浦东发展银行股份有限公司义乌分行先

全部转让给中国中信金融资产管理股份有限公司浙江省分公司,后又全部转让给杭州富吉资产管理有限公司,再又全部转让给浙江金合信投资管理有限公司。

现,根据相关法律规定及转让方浙江金合信投资管理有限公司与受让方吕勇达成的债权转让协议,受让方吕勇已向你们邮寄《债权转让暨债务催收通知书》,特以公告形式再次通知各位借款人、担保人以及借款人、担保人各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或者丧失民事主体资格等情况的相关承债主体或清算主体,浙江金合信投资管理有限公司已将其对公告清单所列

借款人及其担保人享有的主债权及借款合同、担保合同、抵债协议、还款协议和其他相关协议项下的全部权利,依法转让给吕勇。公告清单所列全部借款人及其担保人,即日起向吕勇履行主债权合同及担保合同约定的还本付息义务或者相应的担保责任(若借款人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或者丧失民事主体资格等情形,请相关承债主体或清算主体代为履行义务或者承担清算责任)。特此公告。

浙江金合信投资管理有限公司 吕勇 2025年5月12日

联合公告清单 单位:人民币元

序号 借款人名称 本金(本金计算至2024年6月10日) 欠息(利息暂计算至2024年2月20日)

1 浙江奥兰金属制品有限公司 9,950,000.00 5,111,884.03 (2017)浙0782民初2316号/(2018)浙0782执935号

担保人

浙江飞特工贸有限公司、浙江金鼎鑫户外用品有限公司、施伟君、吕晓敏、陈文明、陈丽春、陈华威、韦凌云

注:1.以上债权为(2016)浙0782民初2774号民事判决书项下的债权,该案执行案号为(2016)浙0782执11265号。2.上述债权清单为截至2024年2月20日债权本金、欠息等的暂估金额,如与法院裁判文书或债权文件确认的方式计算金额不同,则以该等法院裁判文书或债权文件确认的方式计算为准。