

经济新方位 品牌的故事(上)

中央经济工作会议提出，“大力提振消费”。2月10日召开的国务院常务会议提出，“强化消费品牌引领，支持新型消费加快发展”。

叫得响的品牌，是企业的鲜明标识，也对消费者具有很强吸引力。当前，一批新品牌顺势而起，他们是如何满足消费需求，做出好产品，提供新体验、创造新场景的？一批老品牌令人耳目一新，他们是怎样重塑生产、营销流程，实现潮起来、火“出圈”的？本报今起推出两篇报道，分别关注3个新品牌和3个老品牌的发展故事。

——编者

消费市场正在变化，形式与内容不断推陈出新。这个春节，从年轻人返乡携带的“新年货”，到春晚节目中“扭秧歌”的机器人，再到热映电影的周边潮玩，年味未变，消费新潮流却在不断涌现。引领潮流的，不乏近年异军突起的新兴品牌，它们创新产品，带来多元消费体验，在差异化中寻找潜力增长点，在个性化里牵引消费新需求，提升对消费者的吸引力。

近日，本报记者采访3家新兴品牌，看他们如何创新产品服务、满足消费需求，实现自身成长壮大。

泡泡玛特——

“为消费者提供更新鲜的体验”

截至2月12日22时，电影《哪吒之魔童降世》票房已超过94.81亿元，雄踞全球单一市场票房冠军。在影片上映次日发布的衍生产品——泡泡玛特天生羁绊系列手办，在天猫旗舰店销量突破10万件，线上线下均取得不俗的销售成绩。

从2016年首款产品上市开始，泡泡玛特商品不断吸引关注并屡次“出圈”。2024年，搪胶毛绒公仔拉布布成为潮流玩具“顶流”，相关系列产品热销，海外粉丝也纷纷到店打卡分享。

包括拉布布在内的2024年上半年，泡泡玛特旗下7个IP收入过亿，总营收超45亿元，净利润10.2亿元、同比增长90%；海外市场线上收入增长同比均超300%。“把潮流玩具卖给大人。”泡泡玛特创始人王宁创业时说的话成为现实。

通过将潮流艺术家的作品建模，形成可感知可触可拥有的潮流玩具产品，泡泡玛特同步运营相应IP并提升其商业价值。王宁介绍，泡泡玛特还根据消费者反馈，丰富IP的创意形象，持续打造系列产品。

潮玩IP为何让消费者“上头”？“这些玩具治愈、可爱，看着它们，可以忘却很多烦恼。身边很多朋友也喜欢，我们一起关注新款，找喜欢的收藏，还给它们定制衣服，创造出独一无二的玩具。”浙江杭州女孩丁馨月说。

潮玩IP蕴含的情绪价值满足消费者的精神需求，成为他们个性表达、自我愉悦的载体。

“我们特意来这里跟拉布布互动。”周末，北京市民刘米来到位于朝阳公园的泡泡玛特城市乐园，“最期待的就是拉布布的表演。”不少粉丝身穿拉布布的装扮，提前半小时等待真人大小玩偶的出场。

拉布布的人气得益于IP创新的厚积薄发，泡泡玛特不仅开发一系列搪胶毛绒产品，还在城市乐园内开粉丝见面会，拓宽消费场景、打造沉浸式体验，让IP形象更加生动鲜活。

2024年上半年，拉布布IP收入6.27亿元，同比增长近300%。“一个IP的生命力和商业价值取决于公司的投入和运营，我们始终在为不同的IP找到最适合的产品开发方向，深挖IP内核、开发多元产品模式和创新玩法，为消费者提供更新鲜的体验。”王宁说。

宇树科技——

“用科技创新点亮消费新场景”

蛇年春晚，一段机器人穿着红棉袄转红

布、跳秧歌的视频，在网络上广为传播，只见它们不时变换队形、舞动身体，还会多角度转手绢、耍花活。这些来自宇树科技的H1型机器人，自带高精度自主定位导航、多智能体协同规划、先进组网方案以及全身人工智能运动控制等高科技，能够实时调整动作，确保步伐稳健、动作整齐。

而在不到两个月前，宇树科技发布的视频里，新款四足机器人“翻山越岭”，具有灵活运动控制能力，同样在网上引发广泛讨论。

频繁引发热议，宇树科技是家什么样的公司，又和现实生活有什么关系？

步入宇树科技，一台外形极简的电驱四足机器人十分醒目，这是公司创始人王兴兴读研时研发的。2016年，王兴兴创办宇树科技，在机器人领域深入探索。

“当时我们察觉到，低成本、轻量级、高性能的四足机器人将成为发展趋势。”王兴兴说。通过模仿自然界中四足动物的运动方式，宇树的四足机器人凭借独特的构造和平衡控制算法，能够行走、跳跃、爬楼梯，自由穿梭于各种复杂环境，也因此在工业领域以及安防巡检、勘测探索、公共救援等场景中得到运用。

如今，宇树科技拥有国内外专利超180项，其中授权专利超150项，覆盖机器人核心零部件、运动控制和感知等多个领域。工业领域的科技积累，也为面向消费市场的商业化机器人打开了空间。

“主人，有什么是我能帮助你的吗？”“摇摇尾巴，向前走一步。”话音刚落，这只柴犬



图①：在一家泡泡玛特店内，一名顾客在拉布布玩偶前自拍。

新华社记者 孙玮彤摄

图②：宇树科技人形机器人产品。

宇树科技供图

图③：一名顾客在超市内挑选元气森林产品。

元气森林供图

本期统筹：郭雪岩

版式设计：蔡华伟



大小的机器狗，就摇动起身体，迈开了脚步。

今年春节前，家住杭州滨江区的王澜在电商平台花了不到1万元，下单了宇树的Goz2机器狗。跳支舞、驮快递、陪散步……本来只为尝鲜，拿到货没多久，多才多艺的机器狗已成为家庭“新成员”。王澜说：“5岁的女儿爱不释手，每天晚上，都要让它给自己讲故事。”目前，这款机器人每月可在电商平台销售数千台。

“让更多的人先把机器人用起来。”王兴兴说，宇树机器人的部分核心零部件，如电机、减速器、编码器等，均为自主研发，可以更好地控制成本和产品的性能质量。

而像“扭秧歌”机器人一样的人形机器人，也有望走向市场，在工业、家庭等场景提供通用服务能力，带来巨大规模的市场机会。“人工智能相关技术的成熟，让人形机器人有机会进化出真正智能的大脑，变成有自主感知、决策、执行能力的智能体。”王兴兴说，“我们已经推出了人形机器人的新产品线。随着技术的进步和优化，人形机器人的价格会像目前公司热销的四足机器人一样，向消费级靠拢，用科技创新点亮消费新场景。”

“未来出门，买菜不用提，机器狗上爬山不用带背包，机器狗驮；累了直接坐上，机器狗载我们到处玩。”看着女儿和机器狗在家中玩耍的场景，王澜觉得，这笔钱花得值。

聚焦顾客体验打造特色产品。这些品牌在深入研究和满足顾客需求的基础上，通过为顾客创造独特的消费体验，建立起差异

潮流玩具借力“哪吒”、人形机器人亮相春晚、瓶装饮料主打养生——

新品品牌，激发消费新活力

本报记者 林丽鹂 窦皓

“不健康”。随着消费者越发注重健康饮食，近年来，不含糖、配料表“干净”的饮料成为市场爆款，比如气泡水、无糖茶等。

“好喝不甜是我对饮料的要求，既想要有点有味道的，也要控制糖分的摄入。尤其亲朋聚餐，大吃大喝少不了，饮料必须喝点健康的。”广东广州市民张岱的迷你饮料柜里，摆满多种口味的无糖饮料，其中一款红色饮品最多，这是张岱近来的“最爱”——元气森林的红豆薏米水。

刚满8岁的元气森林通过“0糖0脂0卡”的苏打气泡水，迅速进入消费者视野。中式养生水则是元气森林近两年推出的产品，红豆薏米水、红枣枸杞水、清爽绿豆水……这些饮品一经上市便大受欢迎，仅用4个月就实现销售额破亿。

为什么推出中式养生水？

“这是消费者告诉我们的。”元气森林联合创始人王璞说，想做好产品，就一定离不开用户调研。元气森林在调研中发现年轻人对饮料的要求很多，要喝真原料，不能太甜，还要好喝，最好还能帮助缓解长期吃外卖、坐办公室造成的肥胖、疲劳等问题。针对这些需求，元气森林开发了第一款产品燃茶，又开发出“有味道的水”——中式养生水。

产品创新出来，关键是如何落地，让概念成为消费者手中的商品。几百人的团队从100多种食材中选定三种养生水口味，仅



红豆就尝试过40多种，耗时大半年才选定东北的“珍珠红”。

因为配料表简单，好不好喝更依赖食材品质与工艺。走进该公司安徽滁州工厂，看不到大多数植物饮料生产线上的萃取塔，反而代之的是一口“大锅”。大锅中，红豆先经大火煮沸，再文火慢煮，最后关火用余温焖煮，车间中满是食材的香味。

“萃取红豆水不仅和现煮红豆水口感差异大，营养成分也会流失。我们坚持还原‘妈妈的味道’，向设备供应商定制了大锅，让自主创新的熬煮工艺在生产线上落地。”王璞说，第一批试销结束后，研发团队花了一年多时间做产线调试，试了远不止100次。

饮料市场新品层出不穷、竞争激烈。“我们要坚持的，就是做符合消费者需求的好产品。”王璞说。

元气森林—— “做符合消费者需求的好产品”

“这两年卖得最好的是茶饮料，现在很多顾客会选糖分少的饮品。”河南郑州市金水区一家便利店的店主于妮说。

传统瓶装饮料糖分高，一直被认为

专家点评

人气品牌成长的秘诀是什么

吴芳

近年来，随着我国经济发展和消费结构不断升级，消费者对产品和服务提出更高要求，更加注重品质，讲究品牌消费，并呈现出个性化、多样化、高端化、体验式等消费特点。市场上涌现出泡泡玛特、宇树科技、元气森林等一批快速成长的新兴人气品牌，它们具有以下几方面共同点：

品牌成长融入时代发展趋势。这些品牌迎合了消费者对健康生活、文化体验以及科技发展的消费需求升级趋势，从而迅速获得市场认同。

品牌定位聚焦细分市场“新赛道”。泡泡玛特深耕文化创意产业，依托IP形象开发文创产品，不断提高知名度。宇树科技专注机器人领域开发，并形成一系列可落地、面向市场的高性能四足机器人产品。元气森林在传统饮料行业的完全市场竞争环境下，成为健康水饮品这一细分赛道的领军企业。可见，准确的市场定位是品牌快速成长的重要驱动力量。

聚焦顾客体验打造特色产品。这些品牌在深入研究和满足顾客需求的基础上，通过为顾客创造独特的消费体验，建立起差异

化的品牌资产。泡泡玛特不仅生产IP形象的玩具，更重要的是为消费者提供文化价值和精神追求方面的认同感和归属感。宇树科技在探索高新技术的同时，注重为消费者提供更具性价比的产品，让机器人也能走入千家万户。元气森林高度重视用户反馈信息，不断完善其产品口感，通过好产品赢得大市场。

创新是品牌快速成长的有力推动器。泡泡玛特不仅创新IP产品，更创新商业模式，引领行业发展。宇树科技作为一家科技创新企业，更是以产品的持续创新迭代作为其打造品牌核心竞争力的原动力。元气森林则在产品成分、包装样式、渠道建设等方面不断开拓创新，巩固其在细分市场的优势。

新兴品牌的快速成长，为国内更多品牌的发展提供了有益借鉴。品牌要顺应市场发展趋势，聚焦消费者的实际需求，坚持质量第一和创新驱动，不断开发好产品、好服务，持续提升品牌价值，激发更多消费潜力。

(作者为中国标准化研究院副研究员，本报记者林丽鹂整理)

“谢谢吴警官，心里的一个结算是解开了。以后我们肯定好好生活。”2月7日，听到这番话，吴善民心中一块石头总算落了地。

吴善民是上海市公安局杨浦分局四平路派出所的一名社区民警，为了辖区居民能过个好年，他与驻所的人民调解员、律师在春节假期“联动”起来，为化解纠纷忙活了好几天。

“那对母子又吵起来了，这次还蛮严重！”前几天，有社区干部告诉吴善民。

听到这话，吴善民的心一下子就提了起来。

干了十来年的社区民警，这对母子的情况他非常熟悉：母亲阿芳(化名)过去忙于生意，儿子小江(化名)自小由外婆带大。外婆去世时留给小江几十万元，交由母亲保管。小江成家立业，近些年母子俩仍住在一起，但却为这笔钱争执不断。

为什么大过年的，矛盾反而更厉害了？纠纷得化解在萌芽状态，吴善民立马就联系了双方。

“那笔钱是外婆留给我的，她凭什么扣在手里？”儿子问。

“钱给了他，他乱用怎么办？还是在我手里牢靠！”母亲说。

双方各执己见、互不相让。

吴善民从侧面了解到，这两年小江收入不稳定，还有孩子要抚养，压力不小，这或许成了母子矛盾加剧的导火索。

了解事件原委及双方诉求后，吴善民一边对双方耐心安抚，另一边启动“三所联动”机制，联系街道司法所指派的人民调解员刘忠海，以及相关律所安排的驻所律师陶慧婷，正月初三在四平路派出所的“三所联动”纠纷调解室里，专门组织了调解。

“这笔钱归谁支配，首先要从法律上搞清楚。”陶慧婷发挥律师的专业优势细致分析，小江早已长大成人，阿芳不再是其监护人，那么这笔钱款理应归小江支配。

“三所联动”

解一对母子心结

本报记者 张璁 巨云鹏

这一番法律问题的答疑解惑，母子二人都表示了认可，但更关键的心结却未解开。

母子二人从20多年前的往事说起，各说各的理，一说就是一个多小时。刘忠海明白，问题的症结是亲情出现了裂痕，调解的突破口也在于解开心结。

刘忠海与民警、律师合计之后，三人决定进一步聚焦亲情，“法理情”并用化解矛盾。

“都是一家人，怎么能一分一厘都分得清清楚楚？”

“血浓于水，终究是母子情深，儿子更是母亲以后的依靠，这份亲情不是钱能衡量的。”

“家里都有第三代了，大过年的吵吵闹闹，想没想过对孩子有多大影响？”

经过两个多小时苦口婆心的沟通，母子二人的情绪终于缓和下来，心结也一点点被打开。

“其实谁不想一家人团团圆圆、和睦相处呢？”

经过调解，母子二人坦露心迹，决心彻底拔掉扎在他们心中多年的“刺”：双方同意，等春节假期一结束，阿芳就到银行办理转账，把剩余的钱款交还儿子；儿子也不再生气冲动，有话好好说，一家人仍住在一起。

假期后，母子双方如约落实了调解协议，这起纠纷看起来得到圆满化解，但吴善民的工作还没结束。“许多矛盾是冰冻三尺非一日之寒，‘三所联动’后续还得跟进，像这样的家事纠纷往往比较复杂，要多关注、多疏导，让大家的生活越来越和谐。”说着，吴善民又往社区的方向走去。

统计部门将进一步深化统计核算改革

完善国内生产总值核算

本报北京2月12日电 (刘志强、宋佳航)2月11日至12日，全国统计工作会议暨国家统计局党建工作会议举行。会议提出，2025年，统计部门将牢牢守住统计数据质量生命线，扎实做好各项重点任务，为高质量完成“十四五”规划目标任务、实现“十五五”良好开局提供优质统计服务。

重点任务包括：持续优化完善统计制度方法，健全统计分类标准，加快推广经营主体活动发生地统计，建立健全数字经济、网上零售、粮食和大食物、乡村振兴、城市高质量发展、文化、人口就业等领域统计制度；进一步深化统计核算改革，完善国内生产总值核算，改进全国资产负债表编制方法，认真编制投入产出表和供给使用表，加快推进重点领域统计核算改革；加强统计法治建设，多措并举防治统计造假，扎实做好统计立法普法工作，加强统计监督与其他各类监督贯通协调；扎实组织开展普查调查，深度开发利用第五次全国经济普查成果，认真筹备第四次全国农业普查，组织实施好各项常规统计调查；强化统计监测分析和发布解读，加强对新质生产力、碳排放、消费投资、社会民生等领域统计监测，做优常规统计数据发布，强化经济热点、群众关切问题解读。

生态环境部要求逐步降低填埋处置量

加强危险废物环境治理

本报北京2月12日电 (记者寇江泽)生态环境部近日印发《关于进一步加强危险废物环境治理 严密防控环境风险的指导意见》。

指导意见提出，到2026年，全国危险废物环境重点监管单位实现全过程信息化监管全覆盖。到2027年，全国危险废物相关单位基本实现全过程信息化监管全覆盖，危险废物填埋处置量占比稳中有降，利用处置保障能力和环境风险防控水平进一步提升。到2030年，危险废物全过程信息化监管体系进一步完善，全国危险废物填埋处置量占比控制在10%以内，危险废物环境风险得到有效防控。

在严格管控危险废物填埋处置方面，指导意见要求，逐步降低填埋处置量。强化环境监管，逐步限制通过利用、焚烧等处理方式可减量的危险废物直接填埋。同时，大力推动危险废物填埋处置量占比稳中有降，促进危险废物源头减量和资源化利用。

在医疗废物收集处置方面，指导意见提出，推动建立市域医疗废物集中处置能力有保障、偏远地区集中处置与就地处置相结合、动态完善“平急两用”处置能力作备用的医疗废物收集处置体系。继续推行医疗废物集中无害化处置。