

“广货行天下·中山百货进N城”入黔首秀:

从“卖产品”到“立品牌” 一场东西部协作的品牌跃迁

8月29日上午,贵州省贵阳市观山湖区万达广场上,60个标准展位整齐排列。恢弘的万达综合体项目在晨光中矗立,见证着这场跨越千里的商贸之约。现场工作人员正在做活动开幕前最后的准备工作——智造中山展区里,智能艾灸机器人静静等待开机测试;凉都风物展区中,一箱箱刺梨制品刚刚拆封。两个展区相距不过几十步,却浓缩了粤黔协作六年的纵深。

这是“广货行天下·中山百货进N城”第一次落地贵州,也是该系列走进的第十二座城市。但贵阳站的意义,远不止于又一个地理坐标的扩张——它是“广货行天下”行动从1.0迈入2.0的标志性节点,更是东西部协作从“卖产品”走向“立品牌”的一次生动预演。

■采写:新快报记者 李红云 通讯员 胡坚桐 黄杰
■摄影:新快报记者 李红云



■“广货行天下·中山百货进贵阳”活动在贵州省贵阳市观山湖区万达广场启幕。

从“卖产品”到“立品牌”:2.0版的核心跃迁

当天上午10时许,距离活动启动还有半小时,新快报记者来到观山湖区万达广场。七大主题展区在广场上依次铺开——智造中山、家居照明、智能家居、特色农产品、岭南美食、非遗文创、宜居置业,覆盖了中山与六盘水70余家企业、超500款产品。展位前已陆续有市民驻足,不少参展商趁着启动前的间隙,再做一遍最后的陈列核对。

最引人注目的是智造中山展区。20个标准展位集中展出200余款前沿创新产品。智能艾灸机器人、脉诊仪、行走助力康复设备等科创产品一字排开,将传统中医康养理念与现代数字科技融为一体。一位正在调试设备的企业技术人员告诉新快报记者:“这些产品在沿海已经落地应用了,这次带到贵阳,不是单纯来铺货的,而是想看西南市场对我们品牌的认可度。”

这句话,道出了2.0版与过往的本质区别:过去是“把货卖出去”,现在要“让品牌留下来”。

上午10时半许,“广货行天下·中山百货进贵阳——双城同心 优品共享”活动正式启动。启动仪式后,现场人流迅速升温。

一旁是享誉全球的“世界灯都”展区。欧普照明、雷士照明、雷蒙照明等龙头企业带来了航天级护眼照明、全屋智能灯光系统等高端产品。智慧消防监测设备、数字健康视听产品、智能厨电、户外智能装备也一并亮相。一位参展商边整理展品边对记者说:“贵阳的消费升级势头很猛,我们这次带来的不是低端走量款,而是代表中山智造水平的旗舰产品,目标是在这里建立品牌认知。”

而在舞台的另一侧,“美味中山”“中山香农”展区正打造一座沉浸式岭南美食集市。石岐乳鸽、中山脆肉鲩、黄圃腊味等国家地理标志产品陈列其间。与以往“摆摊即卖”不同,此次设置了粤菜名厨实操展演,现场烹制经典岭南风味——用体验带动认知,用文化沉淀品牌。文旅中山展区集中展出非遗文创精品,宜居中山展区则释放重磅安居红利,现场发放3万元专属购房优惠券,将“中山”从一个产地名称,升级为一种生活方式品牌。

凉都风物:协作品牌的“双向共塑”

凉都风物展区是贵阳站最特别的存在。这里没有智能硬件,没有灯光系统,摆满的是刺梨制品、岩脚面、盘县火腿等六盘水名优特产。

自2021年粤黔协作深化以来,中山与六盘水结对共建,持续探索“东部企业+六盘水资源”“东部研发+六盘水制造”“东部市场+六盘水产品”“东部总部+六盘水基地”四大协作模式。近6年来,两地共建6个产业园区,落地企业90余家,到位投资超70亿元。铝产业集群获评国家中小企业特色产业集群。累计采购、帮助销售贵州农特产品超39亿元。

就在一周前的8月22日,中山市区,“凉都手伴中山店”正式开业。店铺负责人牛燕忙到下午近2时才端起早已放凉的盒饭,上午营业额已破万

元。从六盘水到中山,从展销到开店,“黔货出山”正在从“走出去”走向“扎下根”——这本身就是品牌落地的过程。

而此次贵阳活动设立的凉都风物专属展区,正是这种双向流动的缩影。一位六盘水参展企业负责人对新快报记者说:“以前是我们的东西运过去卖,现在中山的企业也过来展销,而且两边都在打品牌、讲故事,这才是真正的互通。”

值得注意的是,凉都风物不再只是“帮扶产品”的代名词,而是被当作一个区域公共品牌来打造——从包装设计到展陈方式,都在向“品牌化”看齐。这正是东西部协作新实践的要义:不是单向“输血”,而是共同培育市场主体、共同塑造品牌价值。

东西部协作的新实践:从“帮”到“需”

随着时间的推移,广场上的人流渐渐多了起来。有带着孩子的年轻父母在智能康养展区驻足体验,有老年市民在岭南美食展区前询问石岐乳鸽的做法,也有本地采购商在照明展区与企业代表交换名片。

新快报记者了解到,“广货行天下”行动实施以来,今年上半年广东全省开展重

点活动超900场,3万多家企业参与,带动直接销售及产销对接意向金额超6500亿元。步入秋季行动2.0版,更加突出垂类化、精准化、品牌化导向——这“三化”之中,品牌化是灵魂。贵阳站正是2.0版的重要落地场景。

观山湖区万达广场上,中山智造与凉都风物并肩而立。现场一位工作人员对记者说了一句朴素的话:“以前讲协作,总觉得是‘我们帮他们’;现在站在这里看,其实是互相需要,而且都在做同一件事——把各自的好东西,做成能立得住的品牌。”

上午的活动持续升温,直至临近正午,各个展位前依然人来人往。8月30日,这场跨越山海的展销还将继续一天。而粤黔协作的故事,早已超越了这一次展会的边界——它在中山的“凉都手伴”店里延续,在六盘水的产业园区里生长,在每一个“东部研发+西部制造”的协作项目中沉淀。

贵阳是第十二城,但远不是终点。对于“广货行天下”2.0而言,真正的终点,是让每一个好产品,都长成一个被记住的品牌。

▼贵州省当地市民现场体验高科技产品。



▼贵州省当地市民咨询护眼灯饰产品相关情况。

▼贵州省当地市民购买六盘水特色产品。

