

# Xinhua Silk Road: “แบรนด์แห่งชาติ” ของจีน ตบเท้าเข้าร่วมเทศกาลน้ำแข็งและหิมะ “Harbin Ice-Snow World”



24 แบรนด์แห่งชาติของจีนในโครงการ National Brands Project ของสำนักข่าวซินหัว ต่างตบเท้าเข้าร่วมเทศกาลน้ำแข็งและหิมะ “Harbin Ice-Snow World” ครั้งที่ 21 ซึ่งจัดขึ้นที่มณฑลเฮยหลงเจียง

บรรดาแบรนด์แห่งชาติของจีน เช่น Moutai, King’s Luck, Xifeng, Chery, Brilliance Auto, Gree, JD.com, Yili และ JOMOO ต่างนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ และวัฒนธรรมองค์กรผ่านประติมากรรมน้ำแข็งหลากหลายรูปแบบ

Moutai ผู้ผลิตสุราชื่อดังของจีน สร้างสรรค์ประติมากรรมน้ำแข็งรูปเทพธิดา ในฐานะแบรนด์แห่งชาติ Moutai อุทิศตนให้การสืบทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมของจีนและดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมมาโดยตลอด

King’s Luck ผู้ผลิตสุราจากมณฑลเจียงซู เจ้าของแบรนด์ Guoyuan, Jinshiyuan และ Gaogou ก็เข้าร่วมเทศกาลนี้เช่นกัน คุณโจว ชูหมิง ประธานและผู้จัดการทั่วไปของ King’s Luck เปิดเผยว่า บริษัทมุ่งมั่นตั้งใจที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หมักแบบดั้งเดิมที่คนจีนเรียกว่า “ไป่จิ๋ว”

Xifeng อีกหนึ่งแบรนด์สุราของจีน ได้สร้างสรรค์ประติมากรรมน้ำแข็งรูปนกฟีนิกซ์ คุณจาง เจิ้ง ประธานบริษัท Xifeng Group และ Shaanxi Xifeng Liquor Co., Ltd. กล่าวว่า ทางแบรนด์จะเดินหน้าพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งโดย

เน้นไปที่การโปรโมทแบรนด์ การขายสินค้า การยกระดับการบริหาร การผลิตและการดำเนินงาน การปรับโครงสร้าง การปฏิรูป และการปรับปรุงให้ดีขึ้น

Chery และ Brilliance Auto ผู้ผลิตยานยนต์ชั้นนำ รัสเซอร์ค์ประติมากรรมน้ำแข็งรูปรถยนต์รุ่น Arrizo GX, Tiggo 8 และ Brilliance V7 ทั้งนี้ Chery มุ่งมั่นรับใช้ชาติด้วยการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ บริษัทช่วยสร้างงานเกือบ 50,000 ตำแหน่งในจีน และกว่า 10,000 ตำแหน่งในต่างประเทศ

Brilliance Auto ผู้ผลิตยานยนต์เอกชนชั้นนำของจีนจากมณฑลเหลียวหนิง มุ่งมั่นส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและบริการที่ใส่ใจให้แก่ผู้บริโภค พร้อมกับสร้างสรรค์รถยนต์ราคาประหยัดที่ใช้ภูมิปัญญาระดับโลก ซึ่งนำเสนอโดยคุณหยาน ปิงเจ้อ ประธานบริษัท Brilliance Auto

Gree ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าชั้นนำของจีน ได้สร้าง experience area เพื่อนำเสนอวัฒนธรรมองค์กร ผลิตภัณฑ์ของบริษัททางจำหน่ายในกว่า 160 ประเทศและดินแดน ครอบคลุมทั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน อุปกรณ์ไฮเอนด์ และอุปกรณ์สื่อสาร

JD.com ยักษ์ใหญ่ในวงการอีคอมเมิร์ซจีน สร้างสรรค์ประติมากรรมน้ำแข็งรูป JD Joy ซึ่งเป็นมาสคอตของบริษัท ในเดือนกรกฎาคม 2562 JD.com ติดทำเนียบองค์กร Fortune Global 500 เป็นครั้งที่ 4 และมียอดผู้ใช้งานกว่า 1 พันล้านราย ปัจจุบัน บริษัทกำลังเดินหน้าปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานและวัฒนธรรมองค์กร

Yili ผู้ผลิตนมยักษ์ใหญ่ของจีน ร่วมนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายในเทศกาลนี้เช่นกัน คุณผาน กัง ประธาน Yili Group กล่าวว่า “Yili ยึดมั่นในกลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่สากลและการพัฒนานวัตกรรมตลอดกระบวนการพัฒนาองค์กร ผลิตภัณฑ์ของเรามีคุณภาพสูง เทคโนโลยีขั้นสูง และมูลค่าเพิ่มสูง จึงได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค”

JOMOO ผู้ผลิตสุขภัณฑ์รายใหญ่ของจีน ร่วมรังสรรค์ประติมากรรมน้ำแข็งเพื่อดึงดูดผู้มาเยือนเช่นกัน ทั้งนี้ การพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องส่งผลให้บริษัทมียอดขายต่อปีทะลุ 1 หมื่นล้านหยวน

นอกจากนี้ แบรินด์เก่าแก่ของจีนอีกหลายรายก็เข้าร่วมเทศกาลนี้เช่นกัน

โซนจัดแสดงประติมากรรมน้ำแข็งที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะสำหรับโครงการ National Brands Project ของสำนักข่าวซินหัว จะตั้งตระหง่านอวดความงามยาวนานกว่าสามเดือน

สามารถดูข่าวต้นฉบับได้ที่ <https://en.imsilkroad.com/p/310466.html>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20200114/2690220-1-a>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20200114/2690220-1-b>