

从家喻户晓的轻工业“翘楚”，到淡出视线成“藏品” 曾经没落的济南“老字号”正杀回市场



记者 于泊升
见习记者 徐晓磊

行业翘楚回归 “老字号”重回市场“拼杀”

“小鸭洗衣机回来了？”近日，有济南市民发现，小鸭洗衣机“登陆”线上平台，旗舰店开始直播卖货。此事传出后，迅速引起热议。除小鸭外，眼尖的市民还发现，另一老品牌康巴丝钟表在线上也有网店和销售渠道。

作为从济南起家的家电品牌，“小鸭小鸭呱呱”这句广告语，曾“风靡一时”，小鸭也一度成为国内洗衣机产品的代名词。

由于某些原因，小鸭曾在某段时间沉寂，以至于让不少市民以为，小鸭消失了。康巴丝也得到了同样“关切”，在不少人印象中，该品牌已是上世纪的产品。

1月24日，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者在某社交媒体平台发现，一家名为“小鸭官方旗舰店”的网店已在该平台入驻，介绍中显示，该网店持续更新洗衣机选购技巧和好用的洗衣机产品。

除社交平台外，小鸭洗衣机也“杀”进了网购平台，多家平台都有小鸭官方旗舰店。除洗衣机外，网店也有冰箱、冰柜、空调等家电产品。

当天上午，记者走访了小鸭电器多家线下门店。走进北园银座店，小鸭集团的标志性logo非常醒目，店内的陈列产品也是以洗衣机为主。周围虽有美的、格力等品牌门店，但小鸭洗衣机依然受到市民欢迎。

康巴丝亦是如此，多家网购平台都可购买康巴丝最新产品，其线上官方旗舰店一直处于活跃状态。在线下，济南一些卖场和超市也能看到康巴丝的身影。

“小鸭一直在。”24日，小鸭集团品牌宣传主管师先生告诉记者，小鸭集团主要是在老百姓熟知的洗衣机业务上，有一段时间沉寂，但小鸭一直处于发展中。

除小鸭外，康巴丝如今也在继续生产，风靡半个多世纪的济南轻骑摩托车，也能看到新车型在大街小巷穿梭。

济南工业种类齐全，工商业基础雄厚，曾诞生过多个国内知名品牌。小鸭洗衣机、轻骑摩托车在内的“济南造”曾是轻工业翘楚，在全国风靡一时，家喻户晓。但由于某些原因，火了半个多世纪后，小鸭电器、康巴丝在内的众多老品牌逐渐淡出居民视线。如今，济南“老字号”产品有的已经消失，成为藏品；有的正在重整防线，调整状态杀回市场。



上世纪七八十年代济南轻骑“黑老鹅”摩托车



现在的济南轻骑摩托车产品

等地。如今，年青一代市民已对春燕牌手表没有印象，春燕牌手表多出现在收藏圈中。

康巴丝比春燕牌幸运，非但没有停产，种类及价格也更加丰富。“对康巴丝最大的记忆莫过于儿时的教室。”热衷收藏的市民刘先生称，学生时代，教室里总会有一块康巴丝钟表，上课下课以及考试时，一抬头就能看到“康巴丝”三个字。

记者发现，除了钟表，康巴丝目前也在生产电子钟、智能闹钟、石英表、机械手表等产品。

“老山东人的心里，都有一个泰山牌电视机。”上世纪曾被

封神的家电产品中，山东电视机厂生产的泰山牌电视机必有一席之地。

据了解，上世纪80年代初，“泰山牌”12英寸黑白电视机是紧俏品，不但要凭票购买，还要预约登记才有可能买到。有居民回忆，那时买一台“泰山牌”12英寸黑白电视机要400元。

“‘泰山牌’电视机带回家，都是用白鹤牌自行车驮着。”在网友回忆的上世纪生活场景中，白鹤牌自行车也常被提及。该品牌由老济南自行车厂生产，普及率虽不如当时青岛产的大金鹿，但也是名噪一时的济南轻工业产品。

业内人士指出，随着市场需求不断变化，有的品牌已经彻底消失，成为记忆和藏品，还符合需求的“老字号”重新进入市场“拼杀”，新消费场景出现后，老品牌崛起之路充满机遇与挑战。

收回品牌杀向线上 小鸭寻求归来之路

老品牌在“江湖”继续拼杀，都有哪些方式可以提高竞争力？

作为亚洲第一台滚筒洗衣机的生产者，小鸭上世纪八九十年代火遍大江南北。2001年到2010年，在经历两次重组后，小鸭洗衣机在全国推广中断。“因为经历了几次重组，南京斯威特那个时间段把洗衣机主业抛出，我们又把它收了回来。”师先生表示，2010年，小鸭集团重新接手洗衣机业务后，把洗衣机的全产业链条重新理顺，对市场销路、经销商、代理商再次梳理，并进行了生活小电器扩充，让产品线更全面。

“小鸭开拓线上市场已经有段时间，2023年的线上销售额突破1亿元。”师先生说，除电商外，小鸭在济南还有4家直营店，在济宁、潍坊、德州等地有经销商代理。

在社交平台上，小鸭店铺有40多种商品，基本以洗衣机为主，有多种型号及样式，价格在几百元至几千元。“小鸭官方旗舰店”每天都有较长时间直播，夜场直播围观人数较多，位列羽绒洗衣机排行榜前十。

“现在出口是一个新的销售点，2022年，小鸭集团出口洗衣机的单品市场份额排到全国第三。”师先生说，其中，针对美国市场，小鸭集团主要出口滚筒洗衣机、干衣机，以及房车、游艇用的壁挂洗衣机。

小鸭滚筒洗衣机从两公斤做到了200公斤，对于铁路、矿场、畜牧养殖、医院等大型客户，有大的工业洗衣机。师先生介绍，他们在蓬莱设有小鸭洗涤工厂，专门做洗涤设备类的大型洗衣机。在迷你洗衣机这个单品套类里，小鸭集团能做到全网头部。

“目前在市场推广上，我们正着手与地铁、公交、航空等户外门类广告合作，在过街天桥、楼宇等位置投放广告。”师先生说，他们正努力提升受众面，让更多人了解到小鸭还有洗衣机业务。

示，现在的公司名为“济南轻骑摩托车有限公司”，成立于2010年，注册资本8000万元，是中国兵器装备集团有限公司的全资子公司。

现如今，济南轻骑主要营业范围得到扩充，除摩托车外，还有舷外机、电动车、小型发动机、普通机械及相关零配件、汽车零部件的设计、开发、生产、销售及服务等。

据媒体报道，2022年，轻骑销量达7.57万辆，收入超过10亿元。虽然距离当年的辉煌还很远，但也能看出，轻骑在渐渐走出困境。

从济南轻骑目前的经营方向看，该品牌越来越重视向海外市场“进军”。

济南轻骑曾发文介绍，2023年，其海外市场不断拓展，加速在国际市场的布局。与土耳其新兴摩托车制造商和经销商龙头完成洽谈；与东南亚客户达成初步意向并下达样车订单，提出报价申请。去年，轻骑新品车型在批量出口土耳其和日本市场的基础上，又与伊朗客户达成合作，获得订单。

济南轻骑曾对外透露，后期将以海外访及海外客户到访为抓手，在现有基础上利用并拓展“轻骑”“骠胜”两个平台客户资源，克服全球经济下行的现实困难。同时，济南轻骑还将深化与外商的业务合作，联系老客户，寻求新合作。

抓住“工业强市”战略 老品牌如何适应新场景

济南工业成绩辉煌，曾在工业领域创造了70多个全国第一，建立起门类齐全的工业体系，有全部41个工业大类，是全国拥有工业门类最多的城市之一。小鸭、轻骑、康巴斯……这些曾风靡全国的轻工业品牌的发展，得益于济南完备的工业体系。如今，装备制造已是济南的产业发展方向之一，随着“工业强市”战略推进，济南工业发展“更上一层楼”。曾经的“老字号”的轻工业品牌该如何抓住这个机会，在市场竞争中形成自己的优势，是需要重点考虑的。

济南工业门类齐全，带来的是全产业链优势。以摩托车产业为例，位于济南高新区的智能装备制造城是济南市智能制造与高端装备产业主要集聚区，园区五大主导产业中的交通及工程机械产业中包括工程机械、乘用车与商用车、摩托车、汽车零部件四个板块。这里已形成从研发、生产到销售、售后服务等相对完整的产业链，品牌崛起“近水楼台先得月”。在今天瞬息万变的 market 环境中，品牌稍有不慎就会老化、衰退，小鸭、轻骑等品牌的发展过程中，市场同类产品竞争压力增大，作为本土品牌，在市场中角逐需要找到自身的优势和特点，通过精准的市场调查瞄准当今用户的消费喜好，适应消费场景变化。小鸭集团品牌宣传主管师先生说，他们将加大广告投入，让消费者能了解他们，在这个过程中，品牌也需要去了解用户的需求，然后确定选择什么产品路径，进行怎样的销售。

冬季森林防火期，防患于未“燃”



森林防火是一种突发性强、破坏性大、处置扑救极为困难的自然灾害。近年来，随着全球气候变暖和异常天气增多，森林火灾等级持续升高。

近年森林火灾呈高发趋势，受气候变暖趋势影响，全球正进入新一轮森林火灾高发期。特别是近几年，希腊、澳大利亚、美国等国相继发生历史罕见的森林大火，损失惨重。防范森林火灾，应警钟长鸣。

我国森林火灾防御系统较

为完善，目前，我国已经建立了较完善的森林火灾防御体系，尽可能在火灾初发阶段就投入力量，迅速扑灭。

我国每年发生的森林火灾中，人为引起的森林火灾占火灾发生总数的绝大部分，应当引起我们的高度警觉和注意。广大公众要从自我做起，带头自觉遵守国家和当地政府制定的森林防火法律法规，做到在林区不带火、不玩火、不在野外放鞭炮，发现别人玩火或随意用火时，要上前制止，对不听劝阻的人员要及时向消防部门报告。

(来源：中国应急信息网)

轻骑扩充营业范围 拓展市场进军海外

除开辟线上市场外，拥抱海外市场也是老品牌“打硬仗”的重要手段。

济南是中国摩托车行业的发源地之一，也是国内主要的摩托车生产基地。早在1956年，民用15型轻便摩托车就在济南轻骑诞生，名噪一时。1993年，济南轻骑摩托车股份有限公司成立，并于当年在上海证券交易所上市，1997年公司发行B股，成为中国摩托车行业第一家上市并同时拥有A、B股的公司。

后来，由于某些原因，轻骑发展遇到困境，经历了一系列自救与他救，进行重组。该企业官网显