



新闻传播实践教学丛书
XINWEN CHUANBO SHIJIAN JIAOXUE CONGSHU

总主编：张晋升

品牌

中国梦

广货行天下

边贸万里行大型调研报告

主编 朱磊

副主编 李苗 莫智勇 陈桂琴 叶培森



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



新闻传播实践教学丛书
XINWEN CHUANBO SHIJIAN JIAOXUE CONGSHU

总主编：张晋升

品牌

中国梦

广货行天下

边贸万里行大型调研报告

主 编 朱 磊

副主编 李 苗 莫智勇 陈桂琴 叶培森



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌中国梦·广货行天下: 边贸万里行大型调研报告/朱磊主编; 李苗, 莫智勇, 陈桂琴, 叶培森副主编. —广州: 暨南大学出版社, 2014. 12
(新闻传播实践教学丛书)
ISBN 978 - 7 - 5668 - 0978 - 0

I. ①品… II. ①朱… ②李… ③莫… ④陈… ⑤叶… III. ①边境贸易—研究报告—中国 IV. ①F752. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 059983 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 17

字 数: 325 千

彩 插: 4

版 次: 2014 年 12 月第 1 版

印 次: 2014 年 12 月第 1 次

定 价: 43.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

新闻传播实践教学丛书编委会

顾 问：林如鹏 范以锦

主 编：张晋升

委 员：支庭荣 杨先顺 张晋升 姚淑兰
林爱珺 陈伟军 申启武 邱一江
星 亮 朱 磊 林少娴 陈文举

《品牌中国梦·广货行天下》编委会

策 划：杨先顺 星 亮 郭亦乐

主 编：朱 磊

副主编：李 苗 莫智勇 陈桂琴 叶培森

委 员：（按姓氏笔画排序）

王天权 叶培森 冯子铭 朱 磊

刘 熠 李 苗 吴 哲 陈桂琴

林少娴 钟 啸 莫智勇 彭国华

谢 梦 谢思佳

【内蒙古东部·黑龙江篇】



【内蒙古篇】



【吉林篇】



【广西·云南篇】



【西藏篇】



总序

杨先顺

有一种梦想，凝聚了多少年来中华儿女浴血奋战、攻坚克难的共同期盼——这就是“中国梦”；

有一种理念，将抽象干枯的理论植根于鲜活滋润的社会实践中，从而产生强大的创造力——这就是“知行合一”。

2013，暨大新传追逐梦想，锐意行动！

为进一步加深对“中国梦”内涵的认识，了解各行各业的中国人（特别是边防战士和基层群众）如何为实现“中国梦”而恪尽职守、默默奉献，暨南大学新闻与传播学院以国家级大学生校外实践基地为支撑，创造性地将大型社会实践活动与专业实践教学活动、党建品牌活动有效结合起来，策划并实施了我行我动“中国梦”深度采访与调研活动，成功申报暨南大学党建品牌项目，并于2014年被评为暨南大学“十佳党建品牌项目”。

这堪称暨南新闻教育史上的一次壮举！

活动之广：纵横数十万公里！调研之深：边疆边贸和灾区都有大家的足迹！规模之大：8个子项目，14个团队，100多名师生。

这8个子项目为：

- (1) “揭梦三沙”南海深度采访行；
- (2) 寻梦中国·海疆万里行；
- (3) 广货行天下·边贸万里行；
- (4) 寻访美丽中国——川藏行；
- (5) 基层深呼吸——湖北宜都县经济社会发展采访调研；
- (6) 寻梦廊桥深度采访行；
- (7) 我是记者——瑶乡行；
- (8) “中国梦”海外华文媒体深度调研（伦敦行）。

我们惊讶：“寻梦中国·海疆万里行”活动踏遍了中国沿海的重要口岸、

港湾、海岛，钩沉历史，洞察现实，思考未来。我们惊奇：“广货行天下·边贸万里行”活动历时3个月，行程4万公里，零距离接触俄罗斯、朝鲜、蒙古国、越南、尼泊尔、老挝、缅甸7个国家，走访了9个一级边境口岸，完成了约15万字的调研报告。我们惊心：“寻访美丽中国——川藏行”团队不辞劳苦、不畏颠簸赶往四川映秀镇、威州镇、水磨镇和西藏林芝地区，探寻汶川震后重建的精神力量，挖掘广东援藏的感人事迹。我们惊服：“中国梦”海外华文媒体深度调研（伦敦行）团队，跨越国境，远赴海外，克服生活的不适，挑战文化的差异，就“外国人对中国国家形象的认知”、“海外华文传媒生存现状”、“海外华工生存现状”等问题进行了深入的采访和调研。

活动的成果令人瞩目：通过媒体传播，彰显了新闻与传播学院学子的专业素质和境界，赢得了良好的社会声誉。活动共发表纸媒报道35篇，广播电视媒体报道20多次，网络报道1000多条，业界和学界好评如潮。总计撰写了20多万字调研报告。拍摄了《守·望》《强国风雨路》《揭梦三沙》3部微电影，并获得广东省教育厅“最美中国”主题微电影创作大赛的一等奖和二等奖。与活动相关的挑战杯立项3项。在英国华文媒体《欧洲商报》建立了新闻与传播学院第一个海外实习基地。

有梦想，才有行动！有行动，才有体验！有体验，才有思考！

这套丛书汇聚了你们执着真切的梦想，见证了你们不畏艰辛的行动，渗透着你们刻骨铭心的体验，蕴藏着你们深邃缜密的思考！

感谢你们——带队的老师们！你们肩负重任，一路排忧解难，悉心指导，完成了比课堂教学更为艰巨的任务。

感谢你们——参与的同学们！你们冒着酷暑，扛着重物，忍着痛苦，经历了象牙塔里从未遇见的磨难，将新鲜的报道呈现于多样化的全媒体中，将严谨的调查报告汇聚成册，公开出版。

若干年后，你们是否还记起这激情燃烧、青春飞扬的岁月？

（作者系暨南大学新闻与传播学院党委书记兼副院长、教授）

前 言

我国开展边境贸易的省、自治区有广西、云南、西藏、新疆、内蒙古、黑龙江、吉林，分别与越南、老挝、缅甸、印度、尼泊尔、巴基斯坦、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、俄罗斯、朝鲜、蒙古等国边境地区开展贸易活动，中国民族品牌（包含广货）也随着这些边贸活动对周边国家产生了积极的影响。作为经济重要形式的商品品牌是强大中国梦的有力武器。同时，在全国经济中占有举足轻重地位的广东省，其商品行达天下，享誉中外，因此深入了解广货及其品牌在中国边贸中的影响力和在中国边境城市的发展状况就显得尤为必要。

2013年7月，依托“国家大学生校外实践教育基地”、“广东省大学生校外实践教育基地”建设项目，暨南大学新闻与传播学院着手开展大型暑期调研实践活动“广货行天下，边贸万里行”，拟通过实地考察、访谈、问卷调查等形式，了解中国边贸城市的品牌传播现状，在此基础上对中国品牌在中国周边国家的影响力进行深入分析，并提出可行性建议。

8月15日，“广货行天下，边贸万里行”调研活动在暨南大学正式启动。随后，由42名本科生、研究生、教师、记者共同组成的5个调研团队，分赴吉林、黑龙江、内蒙古、西藏、广西、云南等边境贸易区开展实地调查，并于9月初成功完成任务安全返校。此次活动旨在通过了解中国边贸城市的品牌传播现状，广货及其品牌在边境贸易中的市场状况，广货在边境贸易区的品牌认知与认同情况等信息，对广货在边贸中的处境、品牌影响及局限性有一个客观、清晰、全面的认识，并在此基础上给予广货边贸发展建议，最终对边境贸易发展产生积极促进作用。

活动由暨南大学新闻与传播学院联合南方日报共同举办。5个团队根据自身需要，开展了为期8至15天不等的实地调查，行走总里程达4万公里，走

访了7个重要陆路口岸。调研队伍通过实地调研，深度走访了边贸地区，获得了大量珍贵的第一手资料，并形成了深度报道、人物专访、调研报告书、调研日志、影像记录等多种形式的调研成果。

黑龙江线团队（组长：李四方）的调研活动为期半个月，整个行程约9 500公里。6名学生在李苗、林少嫻老师的带领下，深入内蒙古、黑龙江等边境省份，走进满洲里、哈尔滨市商场，通过发放问卷和随机在街头采访当地居民的方式，了解我国边境城市居民对广货（广东货物）品牌的态度和消费习惯，广货在边境居民心目中的态度倾向，收集边境居民对广货品牌反映的问题和意见。

由王天权老师带领的6名大学生组成的内蒙古线调研团队（组长：姚珺；指导教师：陈桂琴），行程约6 000公里，通过参加中国·二连浩特中蒙俄经贸合作洽谈会，从宏观上把握内蒙古市场的发展方向；通过访谈在内蒙古的广东商会商人，从微观角度了解广货在内蒙古的现状；结合走访市场的数据，全面了解广货在内蒙古市场的发展现状及品牌影响力。

吉林线5名学生（组长：焦何结）在莫智勇老师的带领下奔走于吉林省境内，先后走访了长春、延吉、珲春三个城市。在近8 000公里的10天调研行程中，师生们对吉林省广东商会、吉林广东工业园、延吉市政府外经贸处、工业与信息发展处、延边长白山印务有限公司、珲春口岸、珲春长德国际商贸城筹备处等相关的政府部门和企业，进行了深入采访与座谈，获得了大量的第一手资料。

由朱磊老师带领的广西、云南线小组（组长：王悦），行程6 000公里，途经两大省（云南、广西）、三邻国（缅甸、老挝、越南）、四个国家级口岸（瑞丽、打洛、磨憨、友谊关），并在结束之时参加第十届中国南宁“东盟博览会”，“走边贸之路，领异国风情”，由此感悟出千百年中国品牌和中国制造辐射东盟的厚重历史。

由叶培森、冯子铭老师带领的西藏线调研小组（组长：罗晓艺），历时16天，行程逾11 000公里，走访了拉萨、日喀则、樟木口岸等多个地方，通过观察、访谈、调查问卷等多种形式，多角度、全方位地了解广货在西藏地区市场上的销售、口岸进出口贸易、边境贸易市场上的销售、品牌分布和产品认知度等相关情况。

本次调研活动得到南方日报社的大力支持。南方日报社经济部前主任郭亦乐女士、副主任谢思佳女士、资深记者谢梦女士在调研活动的策划、实施、宣传等方面提供了宝贵的建议和具体的协助。南方日报社经济部彭国华、谢梦、钟啸三位资深记者随队采访并参与指导，谢梦、吴哲、刘熠三位记者为本次调研活动做了大量协调和指导工作。

本书为暨南大学党建品牌活动“‘中国梦’深度采访与调研”成果之一。

暨南大学出版社张仲玲副社长及编辑张学颖女士为本书顺利出版做了大量工作。在此表示衷心的感谢。

编 者

2014 年 10 月

课题组成员

内蒙古组

陈桂琴、王天权团队

组员：姚 珺 郑秋盈 于 磊 林敏琛 李颖超 付婧青

随队记者：钟 啸

内蒙古东部·黑龙江组

李苗、林少娴团队

组员：李四方 王 潜 陈思婕 郑艺莎 黄玮铮 郑嘉欣

吉林组

莫智勇团队

组员：焦何结 陈婉盈 陈云婷 李 洁 朱家豪

随队记者：谢 梦

广西·云南组

朱磊团队

组员：王 悦 邹 倩 李雪琳 崔嘉祺 张培超 郑仰芝

西藏组

叶培森、冯子铭团队

组员：罗晓艺 姚婷婷 易 婷 张柳静 兰忠伟 黄 敏

随队记者：彭国华

篇章摘要

内蒙古篇

在政府的大力支持下,“广货”开始北上。由出口转向内销的广货在中国的北方省份内蒙古具有怎样的市场地位和影响力,广货在内蒙古地区主要的竞争对手有哪些等问题都是值得调查和研究的。所以,2013年7—9月,由暨南大学新闻与传播学院1名老师、2名研究生、4名本科生组成的调研队伍来到了内蒙古自治区开展调研活动,在此期间调研队伍先后在呼和浩特和二连浩特,对内蒙古自治区的大型城市和边贸城市的市场经济状态进行了实地调查。同时,调研队伍参加了2013年中蒙俄经济贸易洽谈会,同内蒙古广东省商会成员和创维内蒙古生产基地的管理人员进行了深度访谈,进一步了解了广货在内蒙古以及中蒙边贸中的市场地位和特点。最后,调研队伍对调研结果进行分析,形成了一篇3万字的调研报告和《内蒙古广货现状调查》、《中蒙边贸中的广货》两篇文章。

内蒙古东部·黑龙江篇

随着近年来广东省政府广货北上和广货网上行活动的持续推进,广货在北方市场的发展也呈如火如荼之势。然而,在中国北方边境线上的内蒙古东部和黑龙江省,目前广货发展呈现何种景象、其品牌认知和认同情况如何等问题仍需具体考量。就此,2013年8月底,由暨南大学2位老师、2名研究生、4名本科生组成的8人调研队伍深入两地进行了实地调研。调研团队将满洲里、哈尔滨市场作为调查重点,通过问卷调查、实地观察、深度访谈等方法对两地广货消费者、经销商、商会进行了深入了解,获得了关于广货在两地市场发展现状、在中俄边境贸易发展概况、在当地居民中的态度倾向、相关商会组织等珍贵的第一手资料。调研活动为期半个月,一行人路遇洪灾大水辗转两地,总行程约9500公里。目前通过对调研结果进行分析,形成了《繁荣、衰退与复兴:广货品牌满洲里市场分析》、《黑龙江粤商商会分析》、《广货品牌哈尔滨市场分析》三篇文章,总字数逾4万。

吉林篇

在广货北上及广货全国行的持续推进下,广货在北方市场及边境贸易中的具体发展情况受到了极大的关注。就此,2013年8月底,暨南大学新闻与传播学院的一支调研队伍奔赴吉林进行实地考察。调研团队吉林组由1名老师、5名学生组成,团队先后走访了长春、延吉、珲春三个城市。在近8000公里的10天调研行程中,师生们对吉林省广东商会、吉林广东工业园、延吉

市政府外经贸处、工业与信息发展处、延边长白山印务有限公司、琿春口岸、琿春长德国际商贸城筹备处等相关政府部门和企业，进行了深入采访与座谈，获得了大量的第一手资料。最后调研成果形成了《粤企、广货在东北》、《吉林广货发展情况评估》、《政府、民间组织、企业——三驾马车共促广货在吉发展》三篇文章，总字数逾3万。

广西·云南篇

2013年9月，第十届中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会在广西南宁举行，中国与东盟地区各国的经贸合作正式走入第十个年头。值此时机，暨南大学新闻与传播学院师生组成调研小组，以边贸为出发点，走访广西、云南两省，观察中国与东盟地区的经贸发展状况和广货在该区域边贸中的品牌影响力现状。本次调查自2013年8月25日至2013年9月4日，历时11天；在朱磊老师的带队下，师生一行共7人，从广东广州出发，途经云南昆明、瑞丽、打洛、磨憨，广西南宁、凭祥等地，行程约5820公里。在调研中，师生们深入云南、广西两大边贸省份，零距离观察中国与三国（缅甸、老挝、越南）民间边境贸易现状，走访五大国家级一类口岸（瑞丽口岸、打洛口岸、磨憨口岸、凭祥铁路口岸、友谊关口岸），目前已形成的报告包括《牵手东盟第十载，民间边贸新观察》、《隔阂、磨合、融合：广货与东盟贸易升级转型》、《雾里看花：东盟边贸中的广货品牌传播》等，共3万多字。

西藏篇

在“广货全国行”不断推进、西藏经济近年来快速发展的背景下，开拓广货西藏市场也是广货西进的一个重要战略。“广货行千里·边贸万里行”社会实践西藏分队一行8人（指导老师2人，学生6人），从广州出发，途经西宁，先后对拉萨、日喀则、樟木三地进行了历时10天关于广货在西藏地区和边境贸易中品牌形象与销售情况的调查。调研结束后，形成了西藏线《“广货”在西藏地区及边境贸易中的品牌形象调研报告》。报告由《广货：西藏地区经济快速发展的“助推器”》、《西藏地区广货消费现状扫描》、《樟木口岸——西藏边贸的缩影》、《探寻广货品牌在西藏地区及边境贸易中的未来》等四篇文章构成，共3万多字。