

# 擦亮中国品牌 点亮美好生活

本报记者 李心萍



中国品牌日  
CHINA BRAND DAY

特别报道

## 以高质量品牌助力高品质生活

杨梅鱼

依靠京东为当地量身打造智能云仓,革命老区山东平邑县的金银花、水果罐头走出深山;得益于格力电器新推出的家用空调“十年包修政策”,更多消费者在使用时少了后顾之忧;依托中国银联峰值每秒24万笔交易的保障能力,用户在“买买买”时有了更好的体验……近年来,中国品牌迅速成长,不仅让品牌的价值不断提升,也契合消费升级的大趋势,成为满足人们高品质生活需求的有力支撑。

如今,大众消费日益进入品质消费新阶段。对于消费者而言,以前注重量,现在追求质;过去买商品,如今买服务;曾经考虑的是“买得到”,现在琢磨的是“买得好”。今天的消费者,期待的是更智能的家电、更健康的食品、更优质的服务,是更高品质的生活。以高质量的产品和服务,满足消费者更加多元化的需求,这既是中国品牌的责任所在,也恰恰是新的发展空间所在。

品牌,一头连着消费者,一头连着企业。从企业的角度来看,品牌是质量、服务与信誉的重要象征,是企业参与市场竞争的核心资源。今天,单纯“拼价格”并不能包打天下,“拼品质”才是每个企业发展的必然选择。可以说,品牌质量决定着企业能否在竞争激烈的市场中站稳脚跟,品牌建设则决定着企业能走多远。

不管时代怎么发展,无论市场如何变化,品质永远是品牌发展的内在支撑,质量始终是企业应有的价值追求。发展永无止境,服务于人民群众的高品质生活需求同样永无止境。事实上,每个人对高品质生活的向往和追求,都是企业发展的重要推动力。增强品牌意识、把握发展机遇,推动中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变,这样就能更好满足人民群众对美好生活的需要,不断提高人民群众的获得感、幸福感、安全感。

“所当乘者势也,不可失者时也。”未来一个时期,我国国内市场主导经济循环特征会更加明显,经济增长的内需潜力会不断释放。“十四五”规划和2035年远景目标纲要明确提出,“开展中国品牌创建行动”“提升自主品牌影响力和竞争力”。以匠心铸精品,以质量树品牌,在助力高品质生活中擦亮中国品牌的“金字招牌”,这样的历史机遇,中国企业不能错过,也不会错过。

### 引领消费,创造美好生活

输入年龄、性别、症状,AI(人工智能)辅助诊疗系统会自动匹配专业医生,1400多名医生参与在线问诊……疫情防控期间,以平安集团旗下平安好医生为代表的“云问诊”受到欢迎。“远程医疗,让我们能在有限的时间内治疗更多患者。”首都医科大学附属北京儿童医院一级主任医师杜忠东说,一块小小的手机屏幕,让空间距离不再成为求医阻碍,让更多人能够高效便捷地享受医疗服务。截至2020年12月底,平安好医生累计注册用户量达3.73亿,日均咨询量达97万人次。

京东大数据显示,2020年全年,京东平台上销售过亿元的品牌中,超过80%的品牌为中国品牌;销售额增速超过50%的品牌中,中国品牌占比近90%。如今,国产品牌正从衣、食、住、行等各方面引领消费,助力创造美好生活。让衣着更时尚。“有‘颜值’、有科技含量,给国产球鞋点赞!”北京的篮球爱好者王帅说,近年来,从李宁到安踏,国产运动鞋一次次凭借绝佳的设计吸引消费者。

让饮食更健康。不少人因“乳糖不耐受”无法享受牛奶的营养与美味。伊利应用LHT

乳糖水解技术,研发出舒化无乳糖牛奶,有效破解了“乳糖不耐受”难题。

让出行更便捷。起步、加速、转弯、变道超车、靠边停车……体验了百度自动驾驶出租车Apollo后,在北京工作的程序员小王很兴奋,“如果你闭上眼睛,基本分不出开车的是人还是机器。”正是凭借Apollo领先的自动驾驶能力,今年1月11日,百度宣布正式组建一家智能汽车公司,以整车制造商的身份进军汽车行业。吉利控股集团将成为新公司的战略合作伙伴,共同打造下一代智能汽车。

让城市更宜居。在广东佛山碧桂园凤桐花园项目工地上,工程师在平板电脑上一键下发任务,“身高”1.7米的地坪打磨机器人随即启动工作。随着机器人磨盘的转动,原本粗糙的地面很快变得光滑清洁,沙尘被全部吸进集尘袋中,现场再也看不到传统地坪打磨灰尘弥漫的场景。在粤港澳大湾区,在武汉、太原、西安、郑州……近年来,保利发展控股大力开展城市更新业务,已建成城市更新项目超40个,项目总投资超3000亿元,助力4万户居民从低矮“握手楼”迁入明亮宽敞的新居。

习近平总书记高度重视中国品牌建设,明确要求“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。

在浩瀚太空,北斗三号全球卫星导航系统正式开通,全球已有120余个国家和地区成功使用北斗系统;在神州大地,中车集团复兴号高寒动车组来回穿梭,具有特殊“战寒”性能的动车组可在零下40摄氏度环境下安全运行;在繁忙港口,往来船舶满载中国制造的口罩远渡重洋,助力全球抗疫……过去一年,面

对新冠肺炎疫情带来的严重冲击,中国企业坚持创新发展、优化升级,中国品牌成色更足。

在中国品牌日到来之际,本报今起推出三期特别报道,反映中国品牌高质量发展的生动实践,聚焦中国品牌服务人民美好生活的良好形象,展示中国品牌屹立潮头走向世界的坚实脚步,让中国品牌彰显中国气质,让中国品牌汇聚中国精神,让中国品牌点亮美好生活。

——编者

图①:广东深圳恒大集团总部所在地。  
图②:华润集团亮相首届中国国际消费品博览会。  
图③:格兰仕电器配件制造一线的工人正在工作。  
图④:广东深圳欢乐港湾。

版式设计:张丹峰

资料图片  
资料图片  
何桂泉摄(人民视觉)  
资料图片

### 创新发力,追求更高品质

“站在新起点,我们要抓住构建新发展格局带来的重要机遇,依托强大国内市场,不断提升企业品牌建设的专业化、市场化、国际化水平和能力。”国家发展改革委产业发展司一级巡视员夏农说。近年来,中国企业依靠技术创新、质量提升、履行社会责任等不断擦亮品牌的底色。

——立足创新驱动,打造品牌竞争力。“科技是宝能发展的第一引擎。”宝能集团相关负责人说,以新能源板块为例,宝能聚创新能源自主研发软包电池技术(LBP)在行业内实现技术突破,将软包电池集成功率从30%—40%提升至50%—60%,大幅降低零部件及制造成本。

华侨城集团希望通过不断创新产品形态,满足群众多样化的文旅需求。“文化产业和旅游业正处在转型发展的重要节点,品牌转型升级迫在眉睫。”华侨城集团有限公司总经理姚军说,华侨城将积极拥抱线上化和智慧化,以技术创新驱动应用创新和产业创新。

近千项卫浴核心技术、超过4000平方米的全品类研发中心、产品屡获斩获IF、IDEA等国际性设计大奖……在23年的发展中,恒洁集团不断创新,致力提升消费者的生活品质。

——坚持以质取胜,提升品牌美誉度。荣获“卓越质量品牌”大奖,位居空调行业顾客满意度及各项指标行业第一……凭借产品和服务的良好质量,格力电器连续26年在家电行业处于领先地位。

“企业要为人们的美好生活服务,格力的产品和服务都要高于行业标准。”珠海格力电器股份有限公司董事长董明珠说。3月6日,格力电器发布公告,宣布对3月1日起销售的家用空调实行“十年包修”,更大程度保障消费者利益。

——履行社会责任,增强品牌认可度。捐赠保险保障总额超1.2万亿元,助力打赢疫情防控阻击战;积极参与脱贫攻坚,4个定点扶贫县成功脱贫摘帽,1534个结对帮扶贫困户全部脱贫出列;支持污染防治,推出央企首笔绿色供应链融资,新增绿色投资306亿元……一个个务实举措彰显着中国人寿的责任担当。

“最大限度地为国家和社会多作贡献,是茅台最想做、也是该做的事。”茅台集团党委书记、董事长高卫东说。泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼表示,具有强烈社会责任感的企业,才能行稳致远,永葆基业长青。

### 扩大影响,深耕国际市场

“这辆车外观时尚,性价比还高。”在比利时,根特大学学生马修·范德勒对选购的凤凰牌自行车十分满意。

不仅是自行车,中国品牌的电动自行车和电动滑板车在海外也广受欢迎。比利时赛百思中欧商务咨询公司首席执行官弗雷德里克·巴尔丹介绍,近年来中国电动滑板车销售额在意大利增长近9倍,在英国增长近8倍,在法国增长近4倍。

“海尔冰箱不仅质量好,而且服务好。”在澳大利亚,墨尔本市民露西表示,中国的海尔在疫情来袭时坚持提供配送、安装等服务,令消费者十分感动。2020年,海尔海外市场业务逆势增长,营收达千亿元,利润率创10年来新高,海外8个大区市场份额进一步扩大。

埃及新行政首都中央商务区、俄罗斯莫斯科地铁、中巴经济走廊“两大”公路……在“一带一路”沿线国家和地区,不少醒目的地标都

由中国企业承建。“中国建筑承建了全世界60%的高层建筑,这些遍布世界的建筑树起了中国建造的品牌。”中建埃及新行政首都CBD标志塔项目总工程师田伟说。

日前,“2021全球工程机械制造商50强榜单”公布,徐工集团、三一重工、中联重科分列全球第三、四、五位;我国最大的专业化设备制造商铁建重工挺进全球30强,资产回报率和营业利润率均位居全球第一;银联受理网络已覆盖全球180个国家和地区,全球发卡量超过90亿张,成为全球发卡量最大的卡品牌。夏农表示,近年来,我国自主品牌的影响力逐渐扩大,认可度和美誉度显著提升,越来越多的自主品牌受到国内外消费者的青睐。

质量上精益求精、创新上勇于攀登、责任上敢于担当,中国品牌在国际市场上树立了良好口碑。

