

2021中国品牌论坛 特别报道

加强品牌建设 推动高质量发展

全国人大常委会副委员长 沈跃跃



出,“立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展”,为中国品牌建设指明了方向与路径。我们要深入贯彻落实习近平总书记重要讲话和党的十九届六中全会精神,更好认识把握、遵循运用发展规律,推动中国品牌高质量发展。

第一,加强中国品牌建设,推动高质量发展。深刻理解、精准把握新发展阶段的特点,是加强中国品牌建设的重要基础。品牌是推动经济高质量发展、提升国际竞争力的核心要素之一。我们要抓住机遇、直面挑战,用好物质基础雄厚、人力资源丰富、市场空间广阔等优势,加强中国品牌建设,为高质量供给创造更多市场需求,为高质量发展提供新的增长动力,为扩大国际合作增添竞争活力。

第二,加强中国品牌建设,贯彻落实新发展理念。要完整准确全面贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。坚持创新引领。把创新摆在更加突出的位置,充分发挥企业的创新主体作用,积极推动技术创新、管理创新、业态创新,让中国品牌获得更强劲的发展动力;追求绿色发展。要将绿色发展理念

纳入企业社会责任体系,把节能减排、减污降碳贯穿到生产、经营、销售全过程,助力中国品牌赢得更持久的竞争优势;促进对外开放。要完善境外生产服务网络和流通体系,加快金融、咨询、会计、法律等生产性服务业国际化发展,推动更多中国产品、服务、标准走出去,为中国品牌创造更广阔的成长空间。

第三,加强中国品牌建设,助力构建新发展格局。要把握和适应以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的内涵要求和现实路径。一方面,中国企业和中国品牌要顺势而动、积极作为,有效对接消费升级,提高供给体系对国内需求的适配性,在供需良性互动中实现产业优化升级、品牌发展壮大。另一方面,中国企业和中国品牌要联通国内国际市场、坚持“引进来”和“走出去”并重,学习国际优秀品牌经验,借助全球品牌资源要素,更好地在国际市场上历练成长,不断迈向全球产业链价值链中高端,树立中国品牌的良好形象,为经济高质量发展和品牌建设增添新动力、开辟新空间。

第四,加强中国品牌建设,满足人

民高品质生活需求。人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标。高质量品牌是满足人们高品质生活需求的有力支撑。中国品牌建设要坚持以人民需求为导向,顺应人民对高品质生活的期待,从“有没有”转向“好不好”。要发扬工匠精神,坚持质量第一,以质量树品牌,提供更多优质产品和优良服务,更好满足人们消费升级迭代和生活品质提升的需求,持续增加人民群众的获得感、幸福感、安全感。

加强中国品牌建设,离不开完善的法律和制度,离不开市场化、法治化、国际化的营商环境。要进一步发挥知识产权保护在服务创新驱动发展、加强品牌建设、维护良好市场环境、促进扩大对外开放等方面的积极作用。要不断改革完善知识产权保护体系,健全新领域新业态知识产权保护制度,推进法律有效实施,坚决依法惩处侵犯知识产权行为,用法治思维和法治方式为中国品牌高质量发展保驾护航,让“中国质量”享誉全球,让“中国品牌”闪耀世界。

(摘自在2021中国品牌论坛开幕式上的致辞)



努力为品牌建设营造良好舆论氛围

人民日报社长、总编辑 虞震

习近平总书记强调,要“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”。总书记的重要指示,为品牌强国建设指明了努力方向、提供了根本遵循。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,“开展中国品牌创建行动,保护发展中华老字号,提升自主品牌影响力和竞争力”,这为品牌强国建设提供了中长期的战略指引。

人民日报社认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神,积极履行党中央决策部署,积极履行党中央机关报职责使命,努力当好品牌强国建设的宣传者、参与者、推动者。我们加大宣传力度、加强舆论引导,在重要版面开辟“中国品牌 中国故事”专栏,围绕“中国品牌日”策划推出重点报道和融媒体产品。为促进沟通交流,凝聚社会共识,自2015年起,人民日报连续举办7届中国品牌论坛。历年的主题分别是“中国品牌 中国力量”“创新与引领:迈向中高端”“新时代 新供给 新动力”“改革新动力,品牌新未来”“质量立国,品牌强国”“中国自信 品牌力量”,今年论坛的主题是“加强品牌建设 推动高质量发展”。

从近年来品牌宣传报道的实践中,我们看到,许多中国企业瞄准前沿领域、结合市场需求,推进技术创新、产品创新和商业模式创新,适应、引领和创造新需求,推出了更多适销对路品牌产品。从久负盛名的“老字号”重现辉煌,到新能源汽车、智能家居等备受青睐,越来越多的中国品牌在国内国际市场得到认可、赢得声誉,中国品牌的综合实力日益增强,中国品牌的市场热度稳步提升,中国品牌的发展环境持续向好。

党的十九届六中全会通过的《决议》强调“立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展”。推动品牌强国建设,有助于中国经济稳中向好、实现高质量发展,有助于企业适应消费升级趋势,增强市场竞争能力,有助于改善民生福祉、满足人民美好生活需要,意义重大、影响深远。

习近平总书记关于“三个转变”的重要指示,站在发展全局的高度,深刻阐明了创造、质量和品牌建设的重要性,为深化供给侧结构性改革、提升产业基础能力和产业链现代化水平,为企业扎实推进自主创新和品牌建设提供了科学指引。我们要发挥全媒体传播优势,深入宣传阐释习近平总书记关于“三个转变”的重要指示精神,努力为中国品牌高质量发展鼓与呼,传播品牌强国建设正能量。要坚持守正创新,主动担当作为,丰富报道内容,创新传播方式,深入挖掘中国企业树品牌强品牌的先进典型、生动案例,大力推广大企业的好经验好做法,讲好中国企业品牌建设的故事。要积极宣传各地区各部门鼓励支持品牌建设的新举措新成效,弘扬品牌文化,展现品牌建设合力,在全社会营造培育品牌、创造品牌、尊重品牌、呵护品牌的浓厚氛围,努力为品牌强国建设加油鼓劲,为推动中国品牌高质量发展作出积极贡献。

(摘自在2021中国品牌论坛开幕式上的致辞)

共同书写品牌发展的时代答卷

中宣部副部长 吕岩松



活力、自信,正是中国经济持续稳定健康发展的底气所在、信心所在。为品牌发展营造良好环境,带动中国品牌产品再优化、服务再提升、品质再升级,进而走向国门、走向世界,成为世界品牌、世界名牌,离不开包括媒体在内的社会各界共同努力。近年来,人民日报社等中央新闻媒体,充分发挥舆论引导作用,讲好品牌故事、展示品牌成果,积极发挥桥梁纽带作用,搭建对话平台,凝聚思想共识,推动全社会形成支持品牌、关爱品牌的浓厚氛围。

我们已经踏上全面建设社会主义现代化国家的新征程,正在向第二个百年奋斗目标迈进。这为品牌建设带来了新的发展机遇,也提出了新的更高要求。如何共同书写品牌发展的时代答卷,助力“中国号”巨轮行稳致远,在此,我愿和大家交流4点认识体会。

第一,融入国家战略,抢抓发展机遇。要将品牌建设深度融入国家大局,使品牌发展与国家发展紧密联系在一起,在服务落实国家重大战略中展现新作为、作出新贡献。我们要抓住国家发展机遇,提升品牌价值认知,真正把品牌建设放在培育经济增长新动能、激发消费市场新活力、塑造国际竞争新优势、实现高质量发展的全局中思考,锐意进取、为国担当,进一步彰显中国品牌力量。

第二,担当社会责任,创造美好生活。在壮大经济效益的同时兼顾社会效益,在承担经济责任的同时承担社会责任,这样的企业才最有竞争力和生命力。要切实将责任意识融入品牌基因,使技术、产品、服务都深深植根于人民对美好生活的向往,根植于人民的获得感、幸福感、安全感,做时代所需、人民所盼的优秀品牌。

第三,弘扬创新精神,赢得发展主

动。当前,新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,谁牵住科技创新这个“牛鼻子”,谁就能占据先机、赢得主动。企业要充分发挥创新主体作用,不断在技术创新、产品创新、营销模式创新上下功夫,研发更多的优质产品,擦亮更多的金字招牌。要深化国际交流合作,用好用足全球创新资源,让中国制造、民族品牌受到更多国家的认可和信赖,赢得更广泛的全球市场。

第四,讲好中国故事,彰显文化自信。如今,许多中国品牌靠实力“圈粉”世界,成为向世界展示中国智慧、中国方案、中国自信的一张亮丽名片。品牌承载着一个国家的文化自信。中国品牌要做传播中华文化的使者,将品牌语言融入中国话语和中国叙事体系,推进中国声音的全球化表达,让世界更好了解中国。

(摘自在2021中国品牌论坛开幕式上的致辞)

习近平总书记指出:“新时代新阶段的发展必须贯彻新发展理念,必须是高质量发展。”认真贯彻落实总书记重要指示精神,加快推进制造强国、品牌强国建设,是立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的必然要求。

党的十八大以来,得益于我国经济稳中向好、长期向好的基本面,得益于良好的政策环境、法治环境、营商环境,中国品牌满怀信心、勇立潮头,立足中国、放眼世界,从供给侧和需求侧两端发力,向着创百年企业、树一流品牌的目标阔步前进,为我国经济高质量发展注入澎湃动力。中国品牌所彰显出的



图为2021中国品牌论坛现场。

本版责编:张首周小宛
 钱一彬
 本版摄影:伊雷 张武军
 版式设计:秦华伟