



中国品牌日 CHINA BRAND DAY

# 品牌之树繁茂 标注发展成果

本报记者 韩鑫

走进中国品牌博览会主题展区序厅，一棵别样的“品牌树”映入眼帘。上前细看，每一片“叶子”实为一片薄薄的柔性显示屏，展示着一个品牌的成长历程。承载着上千个品牌故事的叶片茂密繁盛，汇聚成这棵硕果累累的中国品牌之树。

这是一株具有互动功能的“科技树”。“树叶”全柔性显示屏由我国企业自主研发生产，不仅可以动态呈现内容，还能与现场观众实时互动。”工作人员介绍，一方面，“树叶”上的视频展示二维码，用手机扫码后便可进入活动页面；另一方面，观众在页面输入的祝福语也能实时显示在屏幕上。

根深叶茂，离不开一方沃土的滋养。序厅内，几块硕大的展板上记录着合力创品牌的部门实践。连续7年举办中国品牌日活动、开展制造业“增品种、提品质、创品牌”行动、实施“农业品牌精品培育”计划、深入挖掘中华老字号国货潜力……近年来，国家推动、部门协同、地方探索、社会参与，上下一心加强品牌建设，为中国品牌迈向高质量发展夯实基础、蓄势赋能。

品牌之树茁壮成长，品牌之花姹紫嫣红。在序厅的重要位置，中国航天科技集团带来的中国空间站1:10模型“飘浮”在半空。作为今年中国品牌日线下活动的明星产品，该模型吸引诸多观众驻足观看。

品牌见证前行，岁月镌刻奋进。行走在序厅里，可以清晰感受到，品牌建设成果更为丰硕，品牌发展氛围更加浓郁。正如展厅序言所说，“中国品牌，繁华铺路，前景可期！”

# 在美好博物馆 感受美好生活

本报记者 巨云鹏

场景化呈现品牌发展成就、沉浸式感受产品魅力……中国品牌日活动期间，由人民日报社打造的创意快闪店“美好博物馆”在上海世博展览馆精彩亮相，吸引众多游客前来参观体验。

时光长河，见证品牌成长历程。步入展馆通道，通过全息投影技术，仿佛经历一场时光穿梭：2003年首次载人航天飞行成功、2006年青藏铁路全线通车、2018年港珠澳大桥正式通车……改革开放以来，我国在各领域取得的一项项辉煌成就渐次浮现眼前，让人不禁心潮澎湃。

穿过光影隧道，一股年代感扑面而来：上世纪80年代的国产缝纫机、冰箱、电视机等老物件真实还原在观众面前，唤起人们的美好记忆，也刻下中国品牌快速崛起的坚定身影；移步下一个展区，一大批国之重器纷纷亮相，不少观众走进天宫一号空间实验室体验馆，借助VR技术感受神舟飞船发射的场景。

以十二时辰为主线，展馆还别出心裁搭建了一个美好生活空间：晨起穿上一双鸿星尔克跑鞋，中午在饿了么外卖平台下单，用格兰仕智能预制菜微波炉加热美食，午后喝一杯伊利安慕希酸奶，夜晚盖上万事利丝绸被……无处不在的中国品牌已融入人们日常生活的方方面面。

“重温走过的历程，感慨身边的中国奇迹”“看到这么多国之重器，心中满满的自豪感”……观展过程中，不少观众由衷发出感叹。展馆上空，中国品牌日年度主题曲《梦想的远征》久久回响，激越嘹亮：“这是青春激昂的远征啊，向未来出发。”

# 携手推动品牌建设高质量发展

五月十日至十四日，二〇二三年中国品牌日活动在上海举办

本报记者 韩鑫 刘志强

中国空间站1:10模型、《流浪地球2》中的“钢铁螳螂”、全球首款全时无人驾驶新能源商用车……5月10日至14日，2023年中国品牌日活动在上海举办。同期举行的2023中国品牌博览会上，近千家中国企业约6万平方米的展馆中，首发一批新产品、新技术、新服务，秀出品牌发展新成果。

品牌见证前行，也镌刻奋进。让我们从一件件硬核的中国制造，一张张闪耀的中国名片中，感受品牌发展魅力、展望品牌前进方向。

## 大国重器集中亮相，彰显中国品牌新力量

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，也是经济高质量发展的重要象征。从制造到建造，从跟跑到领跑，从国内到全球……在央企展区，38家中央企业汇聚一堂，参展数量是2021年线下展的两倍，一批“上天入地”的大国重器集中展示，展现出中国品牌的强劲实力。

创新能力更强。头戴核岛安全壳顶部造型头盔、脚踏核工业安全鞋、主体屹立于堆芯燃料组件的底座之上……5月10日，国家电投在展会举办“国和一号”IP形象发布会，炫酷又可爱的形象一经揭晓，便吸引不少观众上前观看。

作为我国三代核电自主化标志性成果，“国和一号”是我国自主创新能力的一张名片。“从燃料组件到关键设备，从核心材料到系统平台，观众在现场就能看到模型或实物，感受我国高端装备的技术实力。”国家电投党组副书记、董事栗宝卿说。

国产首制大型邮轮、极地科考破冰船“雪龙2”号、全球首艘LNG双燃料超大型原油船……在中国船舶展区，一个个精美模型背后的一项项“中国第一”，诉说着我国船舶工业从小到大、由弱变强的发展历程。中国船舶党组书记、董事长温刚说：“作为全球最大的造船集团之一，我们将按照产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的一流企业标准，加快建设世界一流船舶集团。”

市场足迹更远。在中国建筑展台，一个偌大的沙盘上，标注着一座宏伟的“中国建造之城”。埃及新行政首都中央商务区项目区域，一幢模型高楼拔地而起，它高385.5米，是在建的“非洲第一高楼”。据介绍，共建“一带一路”倡议提出以来，中国建筑在沿线国家和地区承建了2400多个项目。

随着民航客运市场逐步恢复，中国航空正加速全球布局。夏秋航季，国航上海始发的国际通航点7个、地区通航点2个，覆盖了东京、新加坡、曼谷、法兰克福、伦敦等热门航线。新客舱内饰、客舱娱乐设施……在展厅现场，不少观众在航空服务专区，近距离感受国航推出的最新服务产品。

发展底色更绿。宽敞舒适的座椅、智能照明系统、600公里超长续航……中国中车发布了最新绿色低碳技术成果——氢

能源市域列车。车辆不仅能实现自动唤醒、自动启停等智能行车功能，还可通过使用清洁能源真正实现“零排放”。

国家能源集团展台带来风光火储氢综合能源基地模型，生动展示宁夏腾格里沙漠新能源基地全貌；中交集团在主题展区，展出世界单体最大的自动化集装箱码头沙盘；中国中铁展台设置“雪域先锋号”盾构机模拟驾驶舱，通过科技感十足的互动体验让观众如同身临其境……展厅里，一件件大国重器集体亮相，展现出中国品牌的无限势能。

## 创新精品竞相展出，助力迈向品质新生活

人民对美好生活的向往，是高质量发展的出发点，也是落脚点。漫步在博览会上，一系列创新精品打造的品质新生活令人感受深刻。

数字驱动，激发品牌创新活力。步入浙江馆，万事利丝绸互动展区人头攒动。依托人工智能图像算法技术，只需输入生肖、性别等信息，平台便能自动生成个性化丝巾图样。“通过数字化改造，工厂可以实现每条丝巾定制化生产，最快24小时便能交付消费者。”万事利丝绸董事长李建华表示，数字化已成为品牌的核心竞争力。

展会上，哔哩哔哩联动众多老字号品牌推出5500款数字藏品。“短视频平台联手老字号IP，这样的跨界创新，将为提升老字号品牌知名度和影响力注入新活力。”哔哩哔哩有关负责人说。

需求引领，拓展品牌成长空间。移步福建馆，安踏带来的冠军跑鞋成为明星展品。“通过搭载氮科技与碳管悬架系统，这双跑鞋能提供高效缓震与稳定性能。”展会工作人员介绍，在全民健身风潮下，安踏将面向更多大众跑步群体，为人们提供更加舒适、稳定、安全的跑步体验。

“亮度和舒适性是消费者挑选投影产品的重要指标。”极米科技展台负责人说，顺应消费升级趋势，此次极米展出搭载第三代投影光源技术的智能投影设备，能更好实现投影亮度、观影色彩和观影舒适性之间的平衡。

乡村振兴，提升品牌发展底色。年销售额超200亿元的安慕希，在展台重磅呈现“新农人”帮扶计划。自去年项目运营以来，这一计划已深入吉林通化、广东徐闻、四川攀枝花3个原料产地，累计培训170名小微企业主和合作社骨干，帮助超千名从业者增收。

北京烤鸭、新会陈皮、富平柿饼、秬归脐橙……今年中国品牌日创新推出乡村振兴展区，多达93种的特色农业品牌吸引了众多观众。

品牌助力美好生活，一直在路上。5月11日，中国品牌日活动期间，中国企业社会责任高峰论坛上启动了“人民美好生

活共创共享计划”，未来将携手优秀中国品牌，发起美好生活系列公益活动，开展多场论坛对接举行，来自相关部委、地方主管部门和企业的代表共聚一堂，为中国品牌发展建言献策、凝聚共识。

## 加快推进品牌建设，阔步迈向高质量发展

推动品牌建设要各美其美，也要美美与共。此次中国品牌日活动期间，多场论坛对接举行，来自相关部委、地方主管部门和企业的代表共聚一堂，为中国品牌发展建言献策、凝聚共识。

坚持创新驱动，持续增强品牌发展动能。“创新是打造世界一流企业的根本路径。”中交集团党委书记、董事长王彤宙说，近年来中交集团在高原冻土、离岸深水港等领域掌握了一批关键核心技术，未来将充分发挥创新主体作用，以高水平科技自立自强创世界一流企业。

国家发展和改革委员会主任郑栅洁表示，下一步将加快构建以企业为主体、产学研用相结合的创新体系，进一步加强知识产权保护，支持专注主业的“专精特新”企业发展，弘扬企业家精神、工匠精神，培育产品卓越、品牌卓著的世界一流企业，不断激发全社会创新活力和动力。

促进全球共享，不断拓展品牌发展空间。

“全球化时代，深度参与全球产业分工和合作，才能拓展品牌发展的领域和空间。”中国核工业集团有限公司董事会秘书、新闻发言人潘建明介绍，目前，由中核集团研制的自主三代核电“华龙一号”全球首批4台机组全部按期建成投运，未来还将积极参与“一带一路”建设，为全球核能发展提供更多中国方案、中国经验。

近年来，上海以开放胸襟汇聚品牌，用好进博会平台，建设国际消费中心城市，让中外优秀品牌在上海这个大舞台竞相绽放。据介绍，下一步，上海将不断加强品牌保护，建设品牌专业化服务平台，助力更多中国品牌走出国门、走向世界。

勇担社会责任，更好擦亮品牌价值底色。

“价值创造是做优做强做大国有企业的关键词，也是提升企业全球竞争力的本质要求。”中国保利集团有限公司党委书记、董事长刘化龙表示，近年来保利持续助力增进民生福祉，接下来还将秉持责任为本、发展至上的价值观，在服务国家战略落实落地中实现高质量发展。

百度副总裁魏静说，通过深耕人工智能领域，百度不断以技术进步助力城市管理、民生服务、乡村振兴，未来将始终立足本分，充分发挥企业社会责任，持续用科技让世界变得更加便捷、更有温度。

真抓实干，久久为功，不断加快推进品牌建设，塑造发展新动能新优势，中国品牌的未来将更加美好。



图①：观众在人民日报“美好博物馆”进行VR航天体验。

图②：观众在中国品牌博览会参观。

图③：5月15日，中国品牌发展国际论坛现场。

以上图片均为本报记者伊霄摄

本版责编：沈寅 白之羽 林子夜  
版式设计：蔡华伟