

2023中国品牌论坛

推动品牌建设 助力中国式现代化

——2023中国品牌论坛综述

本报记者 喻思南 刘温馨

习近平总书记指出，“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”“实现技术自立自强，做强做大民族品牌”，为加强品牌建设指明了前进方向、提供了根本遵循。

12月15日，由人民日报社主办的2023中国品牌论坛在北京举行，全国人大常委会副委员长郝明金出席并致辞。郝明金表示，近年来，中国企业从制造到创造、从跟跑到赶超，全社会的品牌发展理念也与时俱进，品牌发展氛围日益浓厚，不断推动品牌竞争力、美誉度和影响力迈上新台阶，我国品牌建设取得显著成效，为推动经济社会高质量发展发挥了重要作用。

人民日报社社长虞震代表主办方致辞，人民日报社总编辑于绍良主持论坛。政府主管部门代表、企业负责人和专家学者齐聚一堂，围绕“推动品牌建设 助力中国式现代化”主题展开深入研讨，共话中国品牌发展未来。

与会嘉宾表示，要认真贯彻落实习近平总书记关于品牌建设的重要指示精神，全面提升品牌发展总体水平，让更多中国品牌成为世界名牌，推动我国从品牌大国向品牌强国迈进。

汇聚各方合力，中国品牌建设再上台阶

品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径，也是推进中国式现代化的题中应有之义。

与会嘉宾认为，中国品牌高质量发展，需要包括企业主体、政府部门、专家学者、新闻媒体在内的社会各界共同努力。

优化品牌发展环境，品牌发展氛围浓厚。

自2017年起，将每年5月10日设立为“中国品牌日”；2022年，国家发展改革委、市场监管总局等部门联合制定实施《关于新时代推进品牌建设的指导意见》；今年，中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》。高质量推进品牌建设，政策支持力度不断加大。

从2015年起，由人民日报社发起的中国品牌论坛已成功举办9届。

国家发展改革委副秘书长张世昕表示，近年来，国家发展改革委联合中宣部、工业和信息化部等部门，以及各地区、各有关单位扎实推进品牌建设各项工作。下一步，将持续办好“中国品牌日”活动，加快形成政府引导、企业主导、社会参与、消费者关爱的品牌建设工作格局。

“推动高质量发展需要加强高水平的品牌建设。”市场监管总局党组成员、副局长，国家标准化管理委员会主任田世宏表示，进一步夯实品牌的质量基础，市场监管总局等18部门制定发布产品、工程和服务质量提升行动方案，一个一个行业、一类一类产品抓质量提升、促品牌创建。

加强企业品牌培育，知名品牌不断涌现。今年“双11”期间，京东上热度前100的品牌中，中国品牌占比超70%，老字号产品种类同比提升四成。国货自强、品牌出海，中国品牌茁壮成长。

工业和信息化部副部长、致公党中央副主席、全国妇联副主席徐晓兰介绍，工业和信息化部着力打造产品品牌、培育企业品牌、塑造产业品牌，支持优质中小企业成为具有核心竞争力的“单打冠军”和“配套专家”，在强链补链稳链中发挥更大的作用，不断擦亮“专精特新”企业、高新技术企业的金字招牌。

农业品牌如何建设？农业农村部总畜牧师张天佐表示，在新发展阶段，锚定建设农业强国目标，我国农业品牌建设面临新形势新任务。必须立足分散的农业生产特点、厚重的农耕文化底蕴、丰富的“土特产”资源，遵循品牌建设的基本规律，走出一条中国特色的农

业品牌之路。

讲好品牌发展故事，树立品牌良好形象。

“中国经济韧性强、潜力足、回旋余地大，回升向好、长期向好的基本趋势没有改变，这是中国品牌发展的信心所在、机遇所在。”中宣部副秘书长汤恒表示，希望新闻媒体一如既往勇担使命、抢抓机遇、积极作为，围绕中国品牌发展讲故事、出精品，为中国品牌树口碑、展形象。

书写责任担当，中国品牌服务发展大局

从产品到品牌，提升的不只是性能、技术和质量，更是精神、格局和责任。近年来，一大批中国品牌主动担当、积极作为，在服务国家大局中展现价值。

积极融入国家战略——

国务院国有资产监督管理委员会秘书长庄树新表示，国资央企将以共建“一带一路”为重点，坚持品牌国际化发展，着力增强品牌美誉度，努力将中央企业这块“金字招牌”擦得更加“金光锃亮”，打造更多“国家名片”“百年老店”。

“我们在中亚、非洲投资，并布局多个黄金生产基地，带动我国黄金开采技术、标准、理念广泛传播、深入人心，为当地群众改善了环境、带去了就业、提升了收入，成为民心相通、文化相融的典范工程。”中国黄金集团有限公司党委书记、董事长卢进说。

中国能源建设集团有限公司党委副书记、工会主席马明伟介绍，依托“一带一路”国际合作高峰论坛、进博会等平台，企业举办了一批品牌推介活动，参与“文化丝路”计划和跨文化融合项目，打造一批“中国书架”“鲁班工坊”等优质品牌项目，讲好与属地国家硬联通、软联通、心联通的品牌故事。

满足人民美好生活——

提供一流信息服务。中国移动通信集团有限公司党委副书记、总经理董昕说，中国移动打造一流网信基础设施，巩固5G和千兆宽带“双千兆”优势，强化数据中心布局，增强多元算力供给能力，打造国家级、产业级的能力中台。

保障人民健康生活。“作为最大央企医疗集团，我们将积极推动以治病为中心向以健康为中心的转变，关注每个人不同阶段的身心健康的需求，打造以人为本的企业态、全方位、全生命周期的医疗健康服务新生态。”中国通用技术(集团)控股有限责任公司党委书记、董事长于旭波说。

提高品质消费水平。内蒙古伊利实业集团股份有限公司副总裁张铁鹏介绍，企业整合全球的创新研发资源，在欧洲、大洋洲、东南亚等地建设了15个创新研发中心，持续打造全生命周期、全人群、全消费场景的健康产品，助力提升人民的生活品质。

努力践行社会责任——

担起绿色发展的企业责任。“我们年售电量超过1.26

万亿度，每2度电就有1度来自清洁能源。”中国南方电网有限责任公司董事、党组书记刘启宏说，企业提出建设数字电网，深化数字化绿色化协同，推动新型电力系统和新型能源体系建设。

“坚持绿色化、智能化、高端化方向，大力推动传统房地产业务向低碳城市转型升级。”中国绿发投资集团有限公司党委委员、工会主席孙文燕介绍，企业连续两年完成两批十大“双碳”示范项目创建，联合建设国家建筑绿色低碳技术创新中心，打造低碳建筑产业链链长。

康师傅控股有限公司执行副总裁王世琦介绍，今年世界地球日，企业联合跨界伙伴，用废弃饮料瓶制作的拉杆箱受到市场欢迎，为行业提供了减碳新思路。

提升品质价值，中国品牌发展前景光明

品牌建设是一项长期性、战略性任务，也是一项系统工程。与会嘉宾表示，高质量发展为企业品牌建设提供了新机遇，要持续发力，久久为功，促进品牌建设再上新台阶。

夯实品牌建设基础，打造中国精品。

具有自主知识产权的“华龙一号”建成投运，四代核电高温气冷堆投入商用……“质量是品牌的生命，安全是核工业的生命。”中国核工业集团有限公司党组成员、副总经理曹述栋说，集团把推动品牌建设与打造核领域原创技术策源地、核工业现代产业链链长建设等重要任务结合起来，筑牢核品牌“压舱石”。

中国电力建设集团有限公司党委常委、副总经理刘源表示，企业紧紧围绕碳达峰、碳中和生态文明建设的总目标，推动产业转型升级，打造产业电建品牌。在水的领域，企业参与了国家水网建设、地方重大调水工程，加大水务与水资源市场的开拓力度，水资源、水环境综合治理达到领先水平。

坚持创新驱动，激发内在动力。

全国工商联党组成员、副主席汪鸿雁表示，民营企业要把自主创新作为培育品牌的内核，扎实推进以科技创新为基础的品牌战略。通过不同所有制企业、大中小企业、产学研力量融通创新，加强关键核心技术和关键零部件的自主研发，形成自主知识产权和品牌优势。

自主研发的中建万吨级多功能实验系统，成为全球加载能力最强、加载空间最大、功能最领先的土木工程实

验室。中国建筑集团有限公司党组书记、总经理张兆祥说，40多年来，中国建筑始终把创新作为企业发展的第一动力，未来将继续擦亮品牌创新底色。

凭借出色创新成果，中国电子信息产业集团有限公司连续3年获得国家科学技术进步奖一等奖。中国电子信息产业集团有限公司党组成员、副总经理周进军介绍，集团要坚持科技自立自强，推进技术创新与品牌创新有效联动，让创新成为品牌建设的原动力。

坚定文化自信，丰富底蕴内涵。

境外业务覆盖47个国家和地区，境外发电装机容量936.9万千瓦。国家电力投资集团有限公司党组成员、副总经理陈海斌说，国家电投以讲好“绿色发展故事”为载体，不断丰富品牌内涵，通过发布标志性成果、品牌IP等，向世界传播中国绿色发展的好声音。

“我们不断丰富茅台品牌美的表达，向世界展示中国品牌的时代活力。”中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司党委副书记、工会主席高山说，茅台将以美酒、美食、美文化为载体，在更广领域、更高层次参与全球品牌推广，讲好中国好故事，推动品牌高质量发展。

路虽远，行则将至。展望未来，与会嘉宾信心满满：只要全社会共同努力、形成合力，我国一定会涌现更多“百年老店”、树起更多“金字招牌”，为中国式现代化注入品牌力量。



图①：与会嘉宾在2023中国品牌论坛现场参观交流。

本报记者 蒋雨师摄

图②：与会嘉宾在参展商展位参与现场互动。

谢明摄(人民视觉)

图③：与会嘉宾在参观中核集团品牌展区。

本报记者 伊霄摄

图④：2023中国品牌论坛企业家峰会现场。

本报记者 伊霄摄

本版责编：纪雅林 张伟昊 邓剑洋
版式设计：蔡华伟

