

中国品牌日
CHINA BRAND DAY让更多中国品牌
闪耀世界

邹翔

敦煌美术研究所老年主题红色卫衣,海鸥牌“秦风虎符”腕表,晨光文具与故宫博物院联名的中国风签字笔……第四届中国国际消费品博览会上,一系列国货“潮品”引人注目。通过国家级展会平台,许多兼具文化味、科技感与时尚范的国货“潮品”,不仅吸引了国内消费者的关注,也向世界展示了中国品牌、中国创造的魅力。

今年5月10日是习近平总书记提出“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”重要论述10周年。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。去年“双11”京东热度前100的品牌里中国品牌占比超七成,入围世界500强的中国企业数量连续多年居世界首位,一大批中国品牌立足本土、闪耀世界,镌刻下中国品牌阔步前行的铿锵步伐。

国货“潮品”承载优秀传统文化,代表当下时尚潮流。“新中式”服装迎来爆发式增长,时尚新颖的国产电子产品备受欢迎,高性价比的国产美妆品牌走俏市场……近年来,国货“潮品”成为新的消费增长点,传递出中国经济的强劲脉动。第五十三次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,近半年在网上购买过国货“潮品”的用户占比达58.3%。在文化传播创新上持续用力,把竞争力锻造得更强,把品牌美誉度经营得更好,才能激发国货“潮品”持久的生命力,变一时潮流为永立潮头。

质量是品牌的生命。中国品牌享誉世界,背后离不开“中国质量”的支撑。在欧洲,匈塞铁路贝诺段开通两年多来累计发送旅客超700万人次,树立起“中国铁路”的品牌形象。在非洲,海尔埃及生态园通过海纳云数字平台实现智能化、数字化、柔性化生产,家用空调即使在50多摄氏度的高温下也能稳定运行。以更高质量的产品和服务满足海内外消费者的多样化需求,这既是中国品牌的责任所在,也孕育着巨大的发展机遇和空间。

创新是品牌发展的活力之源。只有不断创新,才能牢牢掌握品牌发展的命脉。去年全球销量排名前20的新能源车型中,中国品牌多达16款。从液态锂电池到半固态锂电池,从充电一次续航1000公里的麒麟电池,到充电5分钟续航400公里的800伏高压碳化硅平台,中国新能源汽车品牌在海外市场的认知度、认可度迅速提升,底气正源自关键技术不断突破。“谁牵住了科技创新这个牛鼻子,谁走好了科技创新这步先手棋,谁就能占领先机、赢得优势”,这是中国品牌过去发展的经验总结,也是面向未来的深刻启迪。

十年树企业,百年树品牌。立足当下,中国品牌展现出的活力与自信,正是我国经济持续回升向好的缩影。展望未来,全社会共同努力开展中国品牌创建行动,提升自主品牌影响力和竞争力,推动“百年老店”持续涌现、树起更多“金字招牌”,定能为中国式现代化注入更加磅礴的品牌力量。

本版责编:沈寅 韩春瑶 赵景锋
版式设计:蔡华伟

出行、线上购物、学习办公等多个领域。

持续打造核领域原创技术策源地,中核集团涌现出“华龙一号”、新一代“人造太阳”等重大成果;坚持在智能算力、数字经济等领域持续投入,润泽科技业务连年稳步增长;引入包装机器人、自动导向车等智能化设备,西凤集团不断提升品控管理水平……不懈创新、勇于突破,让更多中国品牌立得住。

坚守质量,为品牌建设夯基垒台。

在赛力斯汽车超级工厂,一辆辆新能源汽车下线后,逐个进行全身“CT扫描”。工厂通过对整车400多项功能和上万个信号交互进行自动化测试,严格保障每台出厂车辆的品质。“质量是产品的关键竞争力,也是品牌的基础。”赛力斯集团副总裁康波说,聚焦市场需求,紧抓产品质量,才能在市场竞争中站稳脚跟。

在泸州老窖智能灌装车间,每条生产线均配有杂质检测机和外观检测机,可对灌装过程中产品及包材的细小瑕疵逐项检测,提高了质量、降低了成本;扬子江药业集团通过对药品生产进行实时监控和智能化管理,使质量控制更加精准、可靠;谷雨建设护肤品研发中心,不断提升产品质量……质量为先、精益求精,让更多中国品牌站得稳。

需求引领,为品牌壮大添能蓄势。

中国建设银行持续开展养老金融特色网点建设,提供线上渠道关怀模式,不断提升老年群体金融服务获得感;中国人寿围绕科技型企业全周期多样化需求,创新金融产品与融资服务,去年科技保险风险保障金额达87万亿元;五粮液积极打造和美文化节等主题活动,更好增进消费者对品牌的文化认同……顺应消费和产业升级趋势,更好满足美好生活需要,让更多中国品牌叫得响。

服务大局,中国品牌阔步迈向未来

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现。品牌的价值,既植根于技术创新、产品品质,也来自于努力担当、积极奉献。近年来,许多中国品牌企业主动履行社会责任、服务国家发展大局,得到广泛认可,赢得更多声誉。

助力乡村全面振兴。从光伏租赁合作模式推广到充电桩建设、电磁厨房改造,南方电网公司在广东省清远市新马村构建起一张近零碳新型农村电网;结合草莓特色产业,中国邮政银行丹东市分行创新推出金融产品“浆果贷”,2018年至今累计为当地草莓产业客户投放贷款8.4亿元,惠及种植户及各类企业4000余户;国网宁波供电公司在多个区县探索充电设施村企共建,收益共赢模式,更好服务往来游客,每月为村集体增收万余元;拼多多加大对农研赛事等重点项目投入,通过推动各地打造数字化农产业带,助力乡村产业振兴。

促进绿色低碳发展。打造零碳服务区、开展湿地水质净化工程、建设绿色低碳示范高速公路……去年,中交集团发布10个绿色低碳典型示范项目,涵盖公路、水运、城市综合开发等多业务领域,绿色发展水平稳步提升;发挥产业链龙头企业作用,伊利引领54家供应商完成低碳转型,通过持续推进“种养一体化”新模式,促进供应链间低碳合作。

积极投身社会公益。聚焦公益教育,近年来海尔累计投入希望工程1.34亿元,援建希望学校386所,覆盖26个省份;立足公益助残,圆通在街道、村镇建立“圆梦家园”驿站,截至今年3月,共开设“圆梦家园”近8000家,累计帮助超1.5万名残疾人及其家属就业创业;锚定全民健康,一块医药公司累计服务3.2万余家区县连锁药房。

十年树企业,百年树品牌。进入新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,正为企业发展带来新的宝贵机遇。坚定信心、昂首奋进、砥砺前行,中国品牌前景可期,中国企业前程远大。

中国品牌高质量发展步履坚实

本报记者 韩鑫

“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”;“要把住质量安全关,推进标准化、品牌化”……党的十八大以来,习近平总书记多次对品牌建设作出重要指示,为推动产业转型升级、加强品牌建设提供了根本遵循、指明了前进方向。

牢记嘱托,奋勇前行,中国品牌跃上新台阶,企业发展开启新篇章——

茁壮成长,地位更重。2023年《财富》世界500强企业榜单中,我国企业有142家,数量位居全球榜首。

生机勃勃,活力更足。从高铁飞驰、神舟飞天、“天眼”探空、北斗组网、大飞机翱翔到新能源汽车、智能家电畅销海外……科技引领、创新驱动,新质生产力加快形成,更多中国品牌脱颖而出。

踔厉奋发,更多国货品牌出圈走红

4月13日至18日,第四届中国国际消费品博览会在海南举行。走进各大品牌展区,国货“潮品”引来广泛关注:从海南黎锦到景德镇瓷器,从上海牌腕表到红旗新能源汽车……越来越多中国品牌备受青睐,成为消费新选择。

在守正中创新,“老字号”焕发新活力。

依托数字化生产、全流程冷链,上海消费者15个小时后就能品尝到从原浆生产线灌装的青岛啤酒。“积极拥抱新兴技术,不断增强创新动能,助力百年品牌在经典传承中绽放全新生机。”青岛啤酒集团相关负责人说。

利用数码立体雕模工艺,冠珠瓷砖推出新品“韶华岩板”;自主研发碳纤维公路自行车,“飞鸽”销量再创新高……勇于探索、推陈出新,一家家“老字号”把“金字招牌”越擦越亮。

从跟跑到领跑,众多新品牌步入快车道。

喜茶从12个茶叶产区引进近20款优质茶叶应用于新茶饮,全球门店数量去年底突破3200家;三棵树联合故宫宫廷文化,研发推出系列国色艺术漆,涂料跻身行业前列……竞相涌现、蓬勃向上,新品牌释放巨大潜力。

京东消费及产业发展研究院发布的《2024国货消费观察》显示,相比2020年同期,今年生产国潮产品的品牌数量同比增长超3倍,商品种类提升超5倍,尤其在服饰、家具、家装等领域“新中式”产品持续热销,越来越多高品质、高价值的国货品牌和产品受到关注、赢得认可。

从国内到国际,更多“中国造”闯出大市场。

从文莱淡布隆跨海大桥到巴基斯坦PKM高速公路,从埃及新首都中央商务区项目到科威特央行新总部大楼,近年来,中建集团打造出一张张“中国建造”名片。中建集团有关负责人介绍,目前,企业已在140多个国家和地区累计建设超过8000个工程项目,并牵头制定多项建筑制图国际标准。

贵州茅台产品销往64个国家和地区,去年出口额占中国白酒出口额的77%;上汽集团去年海外市场销售超过120万辆,连续8年保持整车出口国内行业第一;海信激光电视去年在德国、法国等国家销量同比增长超70%……扬帆出海、开拓市场,大批中国品牌闪耀国际市场。

创新驱动,铸就中国品牌更强实力

“中国风”频频出圈,“中国造”蔚然成风,凭的是什么?持续创新,为品牌发展注入活水。

“创新并非一蹴而就,必须持之以恒。”百度相关负责人介绍,锚定人工智能技术,公司过去10年持续投入近1700亿元。如今,公司自主研发的文心一言大模型用户累计已突破2亿人,日均调用量达到2亿次,广泛应用于交通