



中国品牌日 CHINA BRAND DAY

美好博物馆,点亮百姓生活

本报记者 刘志强

近距离欣赏剪纸、麻质画等非遗作品,直观感受硬核科技,还可换上古朴雅致的汉服、马面裙等传统服饰合影留念……中国品牌日系列活动期间,人民日报社打造的“美好博物馆”创意快闪店成为上海世博展览馆的热门打卡地。

“美好博物馆”设置了“山河大意为”“匠心工笔画”“绿色同心圆”“多福幸福图”“人民发布厅”等多个主题区,以新中式国风卷轴为设计造型,将书法、绘画等传统国风设计与美好生活进行创意结合,浓缩了中国品牌发展建设成就。

品牌发展,得益于科技进步。中核“华龙一号”核岛模型、国家电投一体化小堆模型、润泽(廊坊)国际信息港B-1新型智算中心项目模型……一大批硬核科技纷纷亮相,观众可通过图像演示、触摸互动等形式感受中国品牌的创新成果,还可通过百度AI(人工智能)艺术和创意辅助平台“文心一格”,现场进行AI艺术绘画创作。

品牌发展,伴随着绿色转型。在“绿色同心圆”主题区,观众可通过“绿色算力空间”“绿能行动者”“碳中和实验室”等展台感受绿色发展成就,并可参与低碳生活知识答题闯关,获得“美好博物馆碳中和行动者”纪念卡。展区还专门设置了“种子门票”,观众可将门票内含的环保植物种子带回家,植下一抹绿意,共同描绘“绿色同心圆”。

品牌发展,惠及千家万户。在“多福幸福图”主题区,观众通过参观互动,切实感受到中国品牌的发展魅力。在五粮液互动区,参与“投壶”体验;在西凤酒展台,了解历史上的储酒容器——“酒海”;在安踏服饰展区,感受体育运动的魅力……“美好博物馆”内,广大观众共同见证中国品牌的独特魅力。

中华老字号,擦亮金字招牌

本报记者 邱超奕

今年中国品牌博览会上,主打好吃、好玩、好购、好逛的“美好市集”展区十分热闹。展区外,曲艺节目轮番上演,看台上掌声连连。展区内,150余家老字号产品、地理标志产品、非遗手工艺品等品牌展位错落有致,国货潮品、非遗技艺、特色美食等展品琳琅满目。

老字号的魅力,来自对中华优秀传统文化的传承和弘扬。菜百股份展出的颐和园、天坛、北海等联名款首饰造型别致。“近年来,国货潮品走俏市场,作为‘中华老字号’企业,我们要积极挖掘和发扬传统文化魅力,推出更多消费者喜爱的国货。”菜百股份市场拓展部经理李争说。

老字号的魅力,来自推陈出新、锐意创新。“作为有百余年历史的老字号品牌,我们的‘小红罐’龙虎清凉油家喻户晓。近年来,我们积极创新,推出龙虎清凉霜、文创香囊等更多新品。”上海中华药业有限公司展台前,面对观众不时地询问,公司大健康中心总监李春风说,在传承中创新,让老字号焕发新生机。

老字号的魅力,还来自各地各部门的有力支持。“这次参展起到了很好的品牌宣传效果,也增加了学习交流机会。”安徽芜湖歌福餐饮管理有限公司董事长高述红告诉记者,近年来政府部门给予的各项支持让企业信心更强、干劲更足,“我们将加强非遗技艺传承和人才培养,继续做强做优,擦亮老字号金字招牌。”

协同发力 共创品牌新优势

感受中国品牌魅力,共话中国品牌前景。2024年中国品牌日活动期间,有关部门、广大企业及专家学者齐聚上海,围绕推动中国品牌高质量发展各抒己见。

——强协同,部门建品牌。

中华老字号达1455个、专精特新“小巨人”企业超1.2万家、地理标志产品年产值超8000亿元……来到中国品牌博览会主题展区序厅,在“部门建品牌”板块,一串串醒目的数字标注着相关部门推动品牌建设的扎实成效。

“企业是经济发展的直接推动者、社会财富的直接创造者,是实现中国式现代化的重要推动力量。”国家发展改革委产业发展司副司长龚楨栳呼吁,社会各界进一步凝聚共识、砥砺前行,以更加积极有为的责任担当服务经济社会发展,以责任品牌的良好形象更好推动企业发展,共同谱写新时代高质量发展新篇章。

——优环境,地方育品牌。

以“美好生活”为主题的上海馆科技味满满,除了国产电动垂直起降飞行器、国产大型邮轮、人形机器人等创新看点,现场还梳理了上海打造高端产业集群、建设特色产业园区、支持高新技术企业的最新进展。

“10年来,一大批引领消费潮流、特色亮点鲜明的企业品牌在上海成长壮大。”上海市委宣传部分副部长、市国资委副主任王亚元表示,今年初,上海推出最新版优化营商环境行动方案,着力为企业发展提供更强政策助力,“我们将持续优化营商环境,形成优环境、提信心、增活力、促发展的良性循环,吸引更多国内外优质资源来到上海,融入上海、扎根上海。”

河北搭建“冀有特色”品牌培育库,海南打造“海南鲜品”省级农产品区域公用品牌,四川培育“川字号”特色产业集群……各地有关部门群策群力,共促品牌高质量发展。

——促发展,行业亮品牌。

“和合共创”专题展区是今年中国品牌博览会的亮点,中国自行车协会、中国注册会计师协会、中国施工企业管理协会等以专题展示的方式,集中展现行业发展。中国品牌发展大会举行主旨会议和多场平行会议,邀请钢铁、纺织服装等行业企业共商品牌发展。

“我们以品牌建设为抓手,推动行业高质量发展。”中国注册会计师协会有关负责人表示,将在诚信、人才、专业标准、信息化等方面持续发力,提升中国注册会计师事务所的认知度、公信力和影响力。

有社会主义市场经济的体制优势,有超大规模市场的需求优势,有产业体系配套完整的供给优势,有大量高素质劳动者和企业家的人才优势,中国经济韧性强、潜力足、回旋余地广、长期向好的基本面不会改变。乘势而上、久久为功,中国品牌将不断绽放新活力、迈上新台阶!

中国品牌 勇立时代潮头

本报记者

邱超奕

刘志强

建“一带一路”的丰硕成果,也体现出海外客户对中国品牌的高度认可。

海尔15年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一;中交集团打造一大批“连心桥”“致富路”“发展港”;五粮液设立亚太、欧洲、美洲三大国际营销中心,发起成立国际名酒联盟……越来越多中国品牌主动“走出去”,努力成为中国故事的讲述者、中国文化的传播者,国际影响力与日俱增。

国货潮品 引领消费新时尚

国货品牌频频出圈,承载着人们对美好生活的向往,也彰显着中国消费者的文化自信。中国品牌博览会上,国货潮品高质量发展的新成效令人目不暇接。

——聚焦美好生活,不断推陈出新。

小熊电器展馆内,数十款小家电琳琅满目。“这是迷你洗衣机,专门用于洗内衣。这款复古养生壶设有泡花果茶、煮甜品等多种功能。这款电炖盅,能隔水煲汤,卖得很好。”工作人员詹东运告诉记者,公司以用户为中心,不断拓展多元化产品线,更好满足消费者生活需要。

保利将人文融入品牌建设,积极推进智慧养老、城市旧改;中国绿发在长白山、千岛湖等地打造“华美胜地”综合型度假目的地品牌,提供优质文旅服务;中国石化展出防爆智能加油机器人、热舒适智能聚酯纤维等产品……不少中国品牌着眼需求,优化供给,持续推出新技术新产品。

——弘扬工匠精神,精心提升品质。

格调典雅的苏州馆里,光泽细腻的苏绣作品颇受观众青睐。“这块丝巾上的玉兰花采用多种苏绣工艺,仅花瓣就用了12种颜色的丝线。经验丰富的绣娘要绣1.2万多针,至少花费两天。”苏州绣娘丝绸有限公司品牌负责人张寅介绍。

上海凤凰自行车专设实验室,严把质量关,参与自行车新国标建设;江西樟树“药都”品牌坚守炒、浸、炙等传统技艺,展出多款中药经典名方创新产品;西凤酒钻研白酒精细化酿造工艺,提升酿酒品质……践行工匠精神,更多品牌以品质为基,夯实发展硬实力。

——融合传统文化,激发潮流魅力。

步入景德镇馆,陶瓷大师、非遗传承人现场表演拉坯技艺,展台上,一套色泽金黄的陶瓷杯吸引了许多观众。“这是我们改良传统柴烧工艺、高温彩色釉等工艺,融合现代美学设计推出的瓷器,每月推出新款,深受国内外消费者喜爱。”元奇陶瓷有限公司负责人江力说。

北京一轻食品集团擦亮“北平制冰厂”品牌,开发蔬果汁、茶饮、酸奶等多个品类;泸溪河深耕中式糕点,花样迭出、畅销各地;真维斯汲取传统艺术灵感,创新服饰时尚表达……“中国风”劲吹,新国潮澎湃。

科技赋能 锻造品牌新实力

大国重器持续“上新”,国货潮牌广受青睐,品牌出海步履坚实……2024年中国品牌日活动期间,中国品牌博览会同步搭建线上线下展示平台。其中,线上展览5月10日正式上线,常年在线开放;线下展览则在上海世博展览馆举办,规模约7万平方米,集聚了近1800家品牌企业。漫步展馆,人们真切感受到中国品牌建设取得的新成效。

——创新驱动,中国品牌实力更强。

世界最大直径全断面硬岩掘进机“高加索号”、世界首台绿色盾构机、国内首台桩梁一体智能造桥机……中国中铁展台前,一项项“硬核”创新成果引人注目。“我们将持续提升创新能力,推动隧道掘进机领域朝着高端化、智能化、绿色化不断迈进。”中国中铁董事长陈云说。

南方电网展出的世界首台兆瓦级漂浮式波浪能发电装置“南鲲”号以及电力行业首个自主可控大模型“大瓦特”也吸引不少观众。“我们坚持以科技创新为引领,加快培育发展新质生产力,着力构建新型电力系统。”南方电网公司总经理钱朝阳说。

北京首钢展出的“蚕丝钢”耐腐蚀、耐高温,填补国内空白;中联重科带来全球最大吨位全地面起重机,技术指标国际领先;成都主目机器人推出全球首创道面健康自动检测机器人……“中国创造”竞相涌现,中国品牌核心竞争力进一步提升。

——迈向高端,中国品牌舞台更大。

5月10日,国家电投的一体化小堆模型首次和公众见面。相比传统泵驱动冷却剂循环压水堆,该自主研发堆型可实现全自然循环,效率更高、安全性更强,未来可广泛用于居民供暖、海水淡化等领域。

中国建材展出高性能碳纤维、超薄柔性可折叠玻璃等高端新材料产品,比亚迪仰望U9、腾势N7等高端新能源车型引来围观,波司登的高端户外羽绒服精彩亮相……中国品牌加快向产业链中高端迈进。

——扬帆远航,中国品牌市场更广。

位于埃塞俄比亚的非盟会议中心,世界第一高楼迪拜哈利法塔的幕墙,埃及新行政首都中央商务区项目建设……走进中国建筑展台,一幅幅照片展示了高质量共



图①:2024企业社会责任会议现场。

图②:人民日报社“美好博物馆”展区。

图③:2024年中国品牌博览会上,参会人员体验数字单车。

本报记者 伊霄摄

本报记者 蒋雨师摄

本报记者 蒋雨师摄

本版责编:苏显龙 赵晓曦 徐雷鹏
版式设计:蔡华伟

