

加快推动中国品牌走向世界

刘平均

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现,也是参与经济全球化的重要资源。拥有国际品牌的数量和质量,体现了一个国家的经济实力和科技水平。习近平同志高度重视品牌建设,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”。这“三个转变”,为推动我国产业结构转型升级、打造中国品牌指明了方向、目标、任务和路径,具有重大而深远的意义。

打造中国品牌,向“微笑曲线”高端攀升

随着经济全球化深入发展,世界进入品牌经济时代,全球市场各个领域的竞争已经越来越集中地体现为品牌竞争。习近平同志早在担任浙江省委书记时就高瞻远瞩地指出,积极探索浙江特色的自主创新路子,必须以实施创新工程为抓手,实施一批创新工程,力争取得重大突破,实现技术跨越。以加强自主品牌建设为突破口,积极推进“品牌大省”建设,充分发挥品牌集聚要素、整合资源的重要作用,以品牌战略带动自主创新,以自主创新支撑品牌战略。党的十八大以来,习近平同志多次就品牌工作作出重要指示。2013年7月,他在湖北调研时指出,“工业是我们的立国之本,要大力发扬自力更生精神,研发生产我们自己的品牌产品,形成我们自己的核心竞争力,推动国家繁荣富强,工人阶级要把这个历史责任承担起来!”2014年5月,他在河南考察时提出“三个转变”重要思想。2015年7月,他在吉林考察时进一步指出,“中国有13亿人口,要靠我们自己稳住粮食生产。粮食也要打出品牌,这样价格好、效益好。”

改革开放近40年来,我国经济社会发展取得了巨大成就,产品和服务质量明显改善,已经成为世界第二大经济体和制造业第一大国。我国生产的500多种主要工业品中有220多种产量位居全球第一。然而,在我国出口产品中,大多数是贴牌产品和代工产品,自主品牌产品所占比重仅仅略高于10%,我国出口产品赚的大多是“血汗钱”。这主要是由于我国大部分产品缺乏核心技术和品牌优势,在全球价值链中处于“微笑曲线”底部。而国外一些知名品牌通常在行业中占有较大的市场份额,并通过品牌溢价获得高额利润。因此,只有通过自主创新,打造中国品牌,努力向“微笑曲线”

高端攀升,才能在全球经济竞争中占据主动。

当前,我国经济发展已经进入新常态,速度变化、结构优化、动力转换的特征越来越明显。习近平同志关于品牌建设的重要论述,深刻把握品牌建设与结构转型升级之间的关系,要求我们积极探索有效路径和方法加强品牌建设,并充分发挥品牌的引领作用,大力改善供给结构,提高供给质量,为经济发展提供持续动力。加强品牌建设,有利于激发企业创新创造活力,促进生产要素合理配置,提高全要素生产率,提升产品品质,实现价值链升级;有利于引领消费,创造新需求,更好发挥需求对经济增长的拉动作用,满足人们更高层次的物质文化需要;有利于促进企业诚实守信,强化企业环境保护、资源节约、公益慈善等社会责任。

建立科学的品牌价值评价机制,提升中国品牌竞争力

当前,我国品牌建设水平仍然落后于经济社会发展,主要表现为国际知名品牌的数量不多。这一方面说明我国企业的核心竞争力与世界一流企业相比还有一定差距,另一方面也反映出我国企业对品牌建设不够重视,尤其对品牌价值评价还不够重视,导致我国品牌价值评价在国际上缺少话语权。

品牌价值是指一个品牌所蕴含的利益与资产。对品牌价值进行评价不能仅仅局限于其货币价值,还要揭示有资产、质量、服务、技术创新和无形资产等要素对品牌价值的影响。只有这样,品牌价值评价才能充分发挥自身作用,引导企业尤其是中小企业有针对性地采取改进措施,加强品牌管理、提升品牌价值,增强企业竞争力。企业利用品牌价值要素培育品牌的过程,实质上就是提升质量、改善服务、开展技术创新的过程,同时也是实现资产增值的过程。因此,对品牌价值进行科学公正的评价,有利于激发企业发展的内在动力,有利于增强员工的发展信心。

近年来,我国不断加强品牌价值评价研究,取得了阶段性成果。从2013年开始,连续4年开展品牌价值公益评价,通过制定科学公正的评价指标,不断探索建立中国特色品牌价值评价机制。总体来看,这一评价机制实

现了四个方面的创新。一是形成科学完整的品牌价值评价要素。现有国际标准对品牌价值的评价以财务指标为主要参考,难以全面反映品牌的综合价值,难以有效指导品牌建设和品牌管理。有鉴于此,我国提出了以有形资产、质量、服务、技术创新和无形资产5个要素为基础的品牌价值发展理论,并以此对品牌价值进行评价。二是实施分类评价。目前,国际上一些品牌价值评价体系不分行业和类别,难以科学反映不同行业品牌的价值。而我国实施分类评价,针对不同行业的特点开展品牌价值评价。三是实施区域品牌价值评价。对于以获得地理标志保护的农副产品、实施标准化建设的旅游示范区、示范产业聚集区等为代表的区域品牌开展价值评价。四是以发明专利为切入点,对自主创新企业的品牌开展价值评价,目的在于推动创新创业,支持具有核心技术的中小微企业健康发展。

我国对品牌价值评价理论和实践的探索,为其他国家提供了有益借鉴。同时,我国也积极参与研制品牌评价国际标准。2013年,中美联合提案成立国际品牌价值评价标准化技术委员会(ISO/TC289),得到世界各国支持,并于2014年1月经国际标准化组织(ISO)正式批准成立。该委员会由中国担任秘书国,旨在以有形资产、质量、服务、技术创新、无形资产这5个要素为基础,建立并推行一套全球认可、科学公正的品牌评价标准体系。目前,我国和奥地利牵头负责研制的品牌评价国际标准已形成草案,计划于2018年正式发布。这标志着我国在参与并主导品牌评价国际标准化工作方面迈出了扎实的一步,有利于增强我国在品牌评价中的国际话语权。

抓住历史机遇,推动中国品牌走向世界

品牌是一种无形资产,是全社会的共同财富。品牌建设具有很强的带动作用,能够为经济转型升级、持续健康发展带来新动力。回顾历史,我国品牌建设既有成功的经验,也有失败的教训。在新的历史时期,我们应充分发挥市场决

定性作用、企业主体作用、政府推动作用和社会参与作用,努力培育中国品牌,积极推动中国品牌走向世界。

以自主创新为中国品牌奠定坚实基础。自主创新是提升产品性能和质量、提高产品附加值和美誉度的根本途径,也是企业加强品牌建设的底气所在。因此,搭建创新平台,推动企业加强具有自主知识产权的核心技术的研发和应用,能够为打造更多中国品牌奠定坚实基础。应支持有实力的企业牵头开展行业共性关键技术攻关,加快突破制约行业发展的技术瓶颈,推动行业创新发展;鼓励具备条件的企业建设产品设计创新中心,提高产品设计能力,针对消费趋势和特点不断开发新产品;支持重点企业利用互联网技术建立大数据平台,动态分析市场变化,精准定位消费需求,为开展服务创新和商业模式创新提供支撑。

以“中国品牌日”为抓手提升全民品牌意识。经国务院批准,自2017年起将每年5月10日设立为“中国品牌日”。这充分体现了我国对品牌建设的高度重视,展示了我国实施品牌战略的坚定决心,必将进一步提高全民品牌意识,推动中国产品向中国品牌转变。应鼓励社会各界增强品牌意识,共同关注品牌、培育品牌、保护品牌、宣传品牌,营造品牌发展的良好氛围;培养消费者自主品牌情感,树立消费信心,扩大自主品牌消费;发挥好行业协会桥梁作用,加强中介机构能力建设,为品牌建设和产业升级提供专业有效的服务;坚持正确舆论导向,关注自主品牌成长,讲好中国品牌故事,提升中国品牌竞争力,共同促进中国品牌做大做强。

以“一带一路”建设为契机推动中国品牌走向世界。“一带一路”建设为我国企业扩大对外合作、提升品牌影响力提供了前所未有的条件和机会。应抓住“一带一路”建设深入推进的历史机遇,以高铁、核电等核心产品为龙头形成产业集群,走出国门参与国际品牌经济的竞争;构建本地化的品牌传播网络,用当地人听得懂的话语扩大中国品牌的知名度。

(作者为中国品牌建设促进会理事长、国际标准化组织品牌评价技术委员会主席席阔组主席)

思想纵横

当前,全面深化改革已进入攻坚期和深水区,既面临复杂多变的形势,又面对一系列突出矛盾与挑战,前进的路上还有不少暗礁和荆棘,亟须一批敢于担当的领导干部攻坚克难、披荆斩棘。正如习近平同志所指出的,改革推进到今天,比认识更重要的是决心,比方法更关键的是担当。

俗话说,“只要思想不滑坡,办法总比困难多”。有困难和问题并不可怕,可怕的是面对困难和问题消极懈怠、畏缩不前。要做到思想不滑坡,关键是要有敢于担当的精神。全面深化改革是解决我国经济社会发展中各种矛盾和问题的根本途径,也是在复杂激烈的国际竞争中赢得主动的必然选择。改革推进到今天,大政方针、方法路径已经明确,更重要的是决心,更关键的无疑是担当。因为是否具有担当精神,决定一个人对待事业和困难的态度,而这种态度是决定其贡献大小乃至事业成败的关键,也是决定改革成效的关键。

改革越深化,担当越重要。我国经过近40年的改革历程,一路披荆斩棘,好啃的骨头基本上都啃完了,剩下的大都是难啃的硬骨头。当前,我们不仅面临发展中的问题和发展起来后的问题、一般矛盾和深层次矛盾,还面临许多新情况新任务和难以预料的矛盾问题,可谓矛盾交织叠加、问题错综复杂。狭路相逢勇者胜。推动改革向纵深发展,切实担负起我们这一代人的历史重任,必须敢于啃硬骨头、涉险滩,勇于担当、敢于负责。“惟其艰难,才更显勇毅;惟其笃行,才弥足珍贵”。在推进全面深化改革的关键时期,丝毫容不得怠惰懒散、推诿犹疑。

改革越困难,担当越关键。改革涉及利益格局的调整,总是与克服困难相伴而行。全面深化改革,必然触及深层次利益问题,要动一些人的“奶酪”,甚至刀刃向内进行自我革命,其困难可想而知。但是,只要敢于担当,办法总比困难多。经过几十年的实践探索,我们不断深化对改革规律的认识,积累了比较丰富的经验,总结了许多行之有效的方法。现在,关键是要以更大的政治勇气和智慧把这些经验和办法用好、用活,通过一场场攻坚战来破除利益固化的藩篱,向积存多年的顽瘴痼疾开刀。只要方向正确、方法稳妥,对推动全面深化改革有利,对党和人民事业有利,领导干部就要敢于担当、勇往直前。

改革越需要奉献,担当越珍贵。要奋斗就会有牺牲,改革就是一场有破有立、有失有得的奋斗。改革好比一场“硬仗”,有什么样的精神状态,会在很大程度上决定其走向和结局。改革越深入、越困难,越需要大局意识、奉献精神。如果总想左右逢源、四平八稳、皆大欢喜,把具体的改革方案磨成一个圆蛋蛋,或者患得患失、优柔寡断,甚至因自身利益可能受损而虚与委蛇,带来的只能是变味、走样的改革。因此,改革需要一种服从大局、牺牲小我的奉献精神。在全面深化改革的关键时期,利益关系调整的考验面前,领导干部要满腔热情地投身改革、推动改革,自觉做到“我与改革共命运,我以改革为己任,我为改革作贡献”,切实做到担责不误、临难不却、履险不惧、受屈不计。

在关键时期、攻坚阶段更能看出一个领导干部有没有事业心、责任感和担当精神,这些品质是党性和觉悟、立场和胸襟的具体体现。推进改革的担当精神,既源于对理想信念的坚定执着,也源于登高望远的政治站位,还源于对真理的追求和坚守。只有牢固树立“四个意识”,坚决向党的理论和路线方针政策看齐,始终以党和人民事业为重,才能敢于担当、善于担当。

改革离不开担当

顾伯冲

靠教育更靠制度

用法治思维整治为官不为

王 静

为官不为问题,降低人民群众对政府的评价,消解政府的公信力,阻碍经济社会发展,是当前影响党群干群关系的重要因素。习近平同志指出,当前干部队伍存在一定程度的为官不为,对这个问题我们要高度重视,认真研究,把情况搞清楚,把症结分析透,把对策想明白,有针对性地加以解决。

为官不为是由主客观多重因素相互作用而形成的问题。一些人注重从主观上分析为官不为问题,认为是一些党员、干部党性修养不强、作风不端导致懒政、怠政,所以应从思想教育入手解决这一问题。这当然是十分重要的视角。但从客观因素看,正是一些制度上的缺陷使为官不为有滋生的土壤。比如,群众在办事时,一些部门的办事人员用“不归我管”等托词躲事。这种不作为的根源是部门间职责界限不清,有交叉重叠,让为官不为者有了冠冕堂皇的挡箭牌。又如,权责不对应,有权无责与有责无权并存,这也容易导致为官不为。再如,有些部门的行政职能、行政程序不公开、不透明,这使其工作人员缺少来自群众的监督,容易滋生懒政、怠政。群众利益无小事,事事关乎执政的群众基础。能不能及时整治人民群众痛恨的为官不为问题,不仅关系经济社会发展、人民群众利益,更关系党的执政地位能否巩固。当前,对于行政机关来说,整治为官不为问题,一方面要加强思想教育,另一方面要运用法治思维完善相关制度。

坚持依法行政,严格规范行政行为。行政行为与人民群众的日常生活密切相关,必须严格规范、依法行政。依法行政,首先要通过法律法规明确不同部门的职能权限,减少同一事项由多个部门参与管理的“九龙治水”局面,从制度上解决“谁都可以管,谁都可以不管”的弊端。在详细规定行政机关法定职能权限的基础上,

(作者单位:中央党校政法教研部)



打造“文化+”的产业形态

推动文化产业与相关产业融合发展

尹 晖

市场导向与政策支撑并行。当代文化产业发展的典型特征之一是以创意、设计实现与相关产业的融合,注重生产性服务功能的发挥。因此,市场需求成为产业融合的主要动力,获得市场回报成为产业融合的主要目标。以文化产业与制造业的融合为例。传统制造业发展往往趋于同质化,导致盈利下滑、竞争力下降。文化产业通过高端创意设计和品牌营销等,可以提高产品附加值,增强市场竞争力,进而促进传统产业由制造到创造的转变。显然,如果仅凭政策引导而疏于对市场需求的捕捉,就无法充分发挥文化产业的优势,也难以实现其与相关产业深度融合。所以,在推动文化产业与相关产业融合的过程中,市场导向和政策支撑二者缺一不可。其中,市场需求对产业融合提

出现实要求,政策支撑为产业融合提供有利环境。市场导向与政策支撑并行,将文化产业发展的动力由侧重外部生成转化为内外结合,有利于实现产业融合的常态化发展。

创新驱动与产权保护并重。创新是文化产业发展的关键,是任何资本和政策支持都无法替代的文化产业发展驱动力。失去创新和创意,文化产业就失去了生命力。而永葆创新活力的基本前提,就是对创新成果产权的尊重和保护,这也是后续进行成果转化、实现产业融合的必然要求。我国文化产业起步较晚,相关知识产权保护机制尚不健全。侵权盗版导致社会创新热情下降、优秀成果短缺,制约了文化产业发展,更遑论其对相关产业的渗透、融合、提升、带动了。当前,在由要素驱动转向创新驱动

的大背景下,中央出台了一系列保护知识产权的政策措施。应抓住有利契机,健全知识产权保护法律法规,坚持严格执法,以保护和激发创新热情,推动我国文化产业健康蓬勃发展,为其与相关产业深度融合提供足够的成果产出和坚实的产业基础。

人才培养与产业集聚共生。文化产业发展的关键在于创新,而创新的关键在于人才。推动文化产业与相关产业深度融合,打造“文化+”的产业形态,对人才的要求更高。为此,应根据文化产业链条结构与产业融合需求制定人才培养计划和人才引进机制,为文化产业发展提供智力支持。但是,人才培养和引进切不可脱离文化产业环境,而应和产业集聚区建设同步考虑、通盘规划。产业集聚除了可以为文化产业与相关产业融合提供必要的协作便利,还可以为人才培养和成长提供适宜平台。文化产业人才不仅要培养好,引进来,而且要留得住,干下去。因此,应致力于人才培养与产业集聚协同,依托政策支持和配套服务,实现复合型人才与关联型产业的双重集聚,为文化产业持续发展及其与相关产业深度融合提供有力支撑。

(作者单位:中国地质大学艺术与传媒学院)

基础上成功实践的总结与提炼。从书通俗易懂,但并未止步于让读者读懂,而是力求让读者会用。为此,丛书努力将复杂的问题简洁化,将社会责任理念与企业产供销等生产经营环节、人财物等职能管理有机结合起来,根据不同的情境提供不同的工作方案。

新书推介

将社会责任融入企业运营管理

——“供电企业社会责任管理工具丛书”简评

殷格非

企业社会责任管理不仅是企业社会责任发展的新阶段,也是全球企业管理的新内容、新趋势。国家电网公司组织编著的“供电企业社会责任管理工具丛书”(以下简称“丛书”,中国电力出版社出版)提供了一系列切

实有效的社会责任管理工具,对企业开展社会责任管理具有一定借鉴意义。

丛书选择企业社会责任管理中的责任议题管理、责任边界管理、利益相关方沟通管理、公益管理和社会责任信息披露管理五个常见问题,对每

个问题都从概念、方法、实务和工具四个方面构建框架。这些问题是全球各个企业在社会责任管理中普遍面临的重点和难点问题。丛书提出的思想理念是结合中国企业实际进行的理论创新,方法和工具则来自对理论创新