

2024中国品牌论坛

发展新质生产力 推动品牌强国建设

——2024中国品牌论坛综述

本报记者 刘温馨 王云杉

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”“因地制宜发展新质生产力，打造更多叫得响的品牌”，为品牌强国建设指明了前进方向、提供了根本遵循。

11月28日，由人民日报社主办的2024中国品牌论坛在北京举行，全国人大常委会副委员长彭清华出席并致辞。彭清华表示，加强品牌建设是发展新质生产力、推动高质量发展的内在要求。近年来，各地各部门各有关方面认真贯彻落实习近平总书记关于“三个转变”的重要指示精神，中国品牌的数量和质量呈现快速上升趋势，中国品牌在全球的影响力与日俱增，品牌建设取得可喜成绩。

人民日报社社长于绍良代表主办方致辞，人民日报社总编辑陈建文主持论坛。中央和国家机关有关部门负责同志、地方政府主管部门代表、企业负责人和专家学者等齐聚一堂，围绕“发展新质生产力 推动品牌强国建设”主题展开深入研讨，共话中国品牌未来发展。

与会嘉宾表示，要深入贯彻习近平总书记关于品牌建设的重要指示和党的二十届三中全会精神，深入实施质量强国战略，创新开展中国品牌创建行动，积极营造品牌发展良好环境，为推进中国式现代化贡献品牌力量。

创新驱动，擦亮中国品牌

自2015年至今，中国品牌论坛已连续举办10届。本届论坛设主论坛和“金融高质量发展案例报告会”“党建引领老字号高质量发展论坛”“新质生产力赋能高质量发展论坛”等3个平行分论坛。

创新是品牌发展的活力之源。以自主创新激发品牌活力，用过硬质量夯实品牌根基，中国制造加速向中国创造转变。

讲好创新故事，营造良好氛围。科技创新能够催生新产业新模式新动能，是发展新质生产力的核心要素，也是助推品牌升级与转型的关键驱动力。“我们要讲好中国企业、中国品牌努力培育新质生产力的故事，充分展示优秀企业敢为人先、开拓创新的责任担当，有效激发全社会创新创造活力。”中央宣传部部务会成员、中央精神文明建设办公室专职副主任胡凯红说。

国家市场监督管理总局党组成员、副局长柳军表示，当前我国制造业产品质量合格率达到93.65%，质量竞争力指数达到85.6。接下来，市场监管总局将进一步加强质量支撑，深入推进质量强企、质量强链、质量强县，以质促新、以质赋能，培育有竞争力和引领力的中国品牌。

“企业的高质量发展归根到底要有叫得响的品牌支撑，民营企业在发展实业中要始终把品牌建设抓在手上，让金字招牌越擦越亮，让发展之路越走越坚实。”中华全国工商业联合会党组成员李冰说。

坚持自立自强，攻关核心技术。“近年来，工业和信息化部促进制造业增

种、提品质、创品牌，推动中国制造不断取得新突破。”工业和信息化部总工程师谢少锋表示，当前，我国在大飞机、轨道交通、工程机械、新能源汽车、智能家电等多个领域的领军企业和知名品牌加速涌现，接下来将继续坚持以科技创新引领产业创新，擦亮新型工业化品牌底色。

“我们以装备制造核心主业为主阵地，积极推进一批前沿性、变革性技术研究，开辟新赛道、抢占科技制高点，形成发展新动能。”中国机械工业集团有限公司党委书记、董事长张晓仑说。

“乳铁蛋白能够提升人体免疫力，如何保持乳铁蛋白活性是业界面临的一大技术挑战。”伊利集团副总裁张铁鹏说，经过16年技术攻关，伊利研发出乳铁蛋白定向提取保护技术，将常温纯牛奶乳铁蛋白保留率由10%提高到超90%。

聚焦前沿科技，积蓄发展动能。

“当前，我国企业在新一代信息技术、低空经济、电动汽车、新能源等重点领域打造了一批具有全球影响力的国际品牌。”科学技术部党组成员潘晓东表示，接下来，将大力培育龙头型和高速成长型科技领军企业，塑造更多具有全球竞争力的自主品牌。

“保利集团瞄准前沿，强化核心技术攻关。自主研发的绿色纤维密封材料、超级电容器隔膜、国产环氧沥青等高精尖品牌产品具备国产替代能力。”中国保利集团有限公司党委书记、董事长刘化龙表示。

刚刚闭幕的珠海航展上，中航集团正式成为C929首发用户，将全程参与C929设计、制造、试验、试飞及适航取证过程。“中航集团将重点发力国产民机运营、航空物流、航空器维修、航空租赁、民航数字化和绿色低碳等产业板块，提速推进空地互联等重点项目。”中国航空集团有限公司党委书记、董事长马崇贤说。

服务社会，彰显品牌担当

本届论坛开幕式上，举行了人民日报“跨越山海 共创美好”中国品牌国际传播项目和“走企业，看高质量发展”融合传播项目启动仪式。两个项目聚焦中国企业高质量发展的生动案例和故事，将通过融媒体产品等形式集中展现中国品牌全球化的崭新形象，展现广大企业奋勇前进的实践和精气神，彰显中国品牌的全球影响力和文化自信心。

传播中华优秀传统文化、“新三样”出口助力各国绿色转型、在海外发展民生项目……多年来，一大批中国品牌积极承担社会责任，将品牌建设融入国家发展，为高质量发展蓄势赋能。

服务国家发展大局——品牌形象与国家形象有机统一、相互促进，中国品牌是世界了解中国的重要窗口，是国家形象与文化软实力的重要组成。

“国务院国资委将指导中央企业全面积极走出去，既关注重大标志性工程，也聚焦‘小而美’民生项目，持续提升中央企业品牌国际化水平，扩大品牌全球影响力。”国务院国有资产监督管理委员会秘书长庄树新说。

积极参与全球能源绿色低碳转型和基础设施互联互通建设，在118个共建“一带一路”国家执行项目合同3700余份、总金额近万亿元……“我们已成为国际化程度最高的中央企业之一，下一步，将持续做强国际品牌，助力高质量共建‘一带一路’。”中国电力建设集团有限公司党委副书记姚焕说。

助力提升文化自信——品牌，是质量、技术、信誉和文化的重要载体。农业农村部总畜牧师王乐君表示，农业品牌建设是重要的基础性工程，需要各方大力推进。要深度挖掘我国传统农耕文化的精髓，加强中国农业品牌文化赋能，融入中国乡村多元的文化价值，讲好中国品牌故事。

五粮液集团推出的“和美全球行”跨国、跨界文化交流活动通过艺术、音乐、时尚等多元形式，向世界展示中国白酒的悠久传承、独特魅力和文化追求。“正是坚持文化引领，让五粮液的品牌形象更加具有亲和力、感染力、生命力。”五粮液股份公司副董事长张宇说。

多年来，广州谷雨生物科技有限公司坚持将中华优秀传统文化与现代审美相结合。公司总裁林雨汀介绍，在产品设计上，公司巧妙融合了中华优秀传统文化的经典元素，展现了独特艺术魅力。

加快推动绿色发展——“绿色是品牌可持续发展的前提和保障，对于茅台而言，推动绿色发展更是重要的责任和担当。”中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司党委书记、董事长张德芹表示，茅台坚持生态优先、绿色发展，持续优化能源使用结构，开展生产环节余热回收，不断擦亮茅台品牌的绿色底色。

中国建筑集团有限公司党委书记、董事长郑学选表示，中建集团正着力打造十大低碳零碳标杆产品，研发百项绿色低碳关键技术，推广千个绿色低碳技术应用场景，打造一万个绿色低碳工地，带动数十万家上下游企业共同节能减碳。

“中交集团抓好传统产业的强基转型，用绿色技术改造提升传统产业，提供高效能的绿色低碳产品和服务。”中国交通建设集团有限公司党委副书记刘翔说，中交集团在西部陆海新通道骨干工程平陆运河打造省水船闸、实施运河枢纽生态调度，建设“近零碳”运河样板。

久久为功，提升品牌价值

品牌是企业重要的无形资产，是核心竞争力的综合体现。与会嘉宾表示，品牌建设事关高质量发展，是一项长期性、战略性任务，也是一项系统工程。要久久为功，持续提升品牌引领力，打造更多享誉世界的中国品牌。

深耕质量，铸就品牌力量。提升品牌竞争力，质量是基石。中国平安保险(集团)股份有限公司董事会秘书、品牌总监盛瑞生说，针对行

业存在的产品和服务规则十分复杂、条款细节晦涩难懂、服务品质参差不齐等问题，中国平安将基于客户需求对企业战略进行相应升级，以高质量的产品和服务，为客户带来切实的价值。

紧盯需求，服务美好生活。近两年来，vivo聚合企业自主研发能力，推出自己的技术品牌“蓝科技”，聚力推动基于用户导向、产业链协同、面向未来的系统性创新，加速构筑起科技创新硬实力。“用户需求总是在不停地改变、升级，科技企业要永远跑在用户需求前面，才能形成不竭的新质生产力。”vivo品牌副总裁贾净东说。

抓服务就是强品牌。“有一种叫云南的生活·旅居云南”新品品牌吸引更多国际游客来到彩云之南旅居游玩。“‘旅居云南’就是在一场场跨越时空、逾越山海的旅程中，加深不同国家和人民的相知相亲、不同文明的交流互鉴。”云南省文化和旅游厅党组书记、厅长赵国良说。

“中国移动牢记网信为民、服务为本，创新品牌运营，致力于为客户提供愉悦美好、智慧便捷、安全可靠、热忱贴心的服务。”中国移动通信集团有限公司党组副书记、总经理何飏说。

积极出海，打造国际品牌。国际业务覆盖了47个国家和地区；境外装机规模达到1144万千瓦，其中清洁能源占比达到了72.6%……“国家电投将锚定建设具有全球竞争力的世界一流清洁能源企业愿景，努力在国际能源舞台讲好中国故事、传递中国声音。”国家电力投资集团有限公司党组副书记徐树彪说。

“今年，我们在国际市场上的整体销量同比增长40%。”康师傅控股有限公司执行副总裁王世琦表示，公司产品每年触达超10亿人次消费者。未来，康师傅还将更积极拓展全球市场，让全球消费者都能够感受到中华美食的魅力。

十年树企业，百年树品牌。展望未来，与会代表信心十足——汇聚各方合力，加强品牌建设，坚持创新驱动、质量为先、精益求精，更多中国品牌将脱颖而出，中国品牌建设必将迈出新步伐、跨上新台阶。



图①：2024中国品牌论坛现场，嘉宾在认真听会。 本报记者 伊霄摄
图②：2024中国品牌论坛开幕式现场。 人民网记者 翁奇羽摄

本版责编：沈寅 吕钟正 林子夜
版式设计：张芳曼

跨越山海 共创美好

人民日报中国品牌国际传播项目发布

本报北京12月1日电（记者王云杉）在11月28日举行的2024中国品牌论坛开幕式上，人民日报“跨越山海 共创美好”中国品牌国际传播项目启动。该项目旨在发挥人民日报社融媒体传播优势，打造更多有国际影响力的“中国制造”品牌。

近年来，“品牌出海”作为中国企业寻求高质量发展和新增长点的战略机遇已逐步成为市场共识，越来越多

拥有世界先进水平的中国品牌借势出海。据介绍，该项目将聚合媒体资源、优质渠道、高端智库，开展国际论坛、海外推广、跨境采访、文化交流、图片展览、案例研究等国际传播一站式服务，深度挖掘中国企业逐浪出海的生动案例和发展故事，集中展现中国品牌全球化的崭新形象，彰显中国品牌的全球影响力和文化自信心。

“走企业，看高质量发展”融合传播项目启动

本报北京12月1日电（记者王云杉）2024中国品牌论坛于11月28日在北京举行，论坛开幕式上举行了“走企业，看高质量发展”融合传播项目启动仪式。

近年来，广大企业经风雨、见世面、强筋骨，把坚持高质量发展作为企业的重要目标，崭新的中国速度、中国高度、中国跨度不断涌现。

为深刻理解和把握高质量发展的内涵要求，人民日报推出“走企业，看高质量发展”系列报道。围绕新成果、新作为、新贡献，人民日报

将系列报道升级为“走企业，看高质量发展”融合传播项目，将进一步走到新场景、走近新产品、走入新工程，充分发挥新闻舆论的影响力、媒体融合的传播力、专家智库的支撑力，用丰富的报道形式记录企业积极作为、勇攀高峰的生动故事，展现广大企业在高质量发展之路上奋勇前进的实践和精气神。

据介绍，“走企业，看高质量发展”融合传播项目将陆续启动专题调研，推出系列短视频、年度案例集，讲述品牌故事，记录典型案例，并择期发布调研成果。



2024中国品牌论坛

发展新质生产力 推动品牌强国建设

人民日报