

## 提升质量内涵 增强质量优势

中国国际经济交流中心副理事长 王一鸣

品牌是产品质量的标识,是科技含量的象征。要以发展新质生产力提升中国品牌质量内涵、增强中国品牌质量优势、提高中国品牌质量水平,树立“中国质量”形象。

以科技创新提升中国品牌质量内涵。科技创新是发展新质生产力的核心要素,也是提升中国品牌质量优势的核心驱动力。要加快推进产业数字化智能化绿色化转型,推广数字化研发设计,推出更多科技含量高和引领消费时尚的产品。发挥企业的创新主体作用,提高中国品牌的科技含量。

以发展新兴产业推动中国品牌质量提升。战略性新兴产业代表新一轮科技革命和产业变革的方向。要聚焦新一代信息技术、人工智能、航空航天、新能源、新材料、高端装备、生物医药等领域,加快关键核心技术应用,培育更多具有科技含量高、引领发展潮流的中国品牌。

以培育未来产业拓展中国品牌发展空间

间。未来产业由前沿科技创新驱动,具有巨大发展潜力。要前瞻布局人形机器人、下一代互联网、量子科技、生物制造等领域,鼓励多条技术路线并行探索、同台竞争,在开辟产业发展新赛道进程中拓展中国品牌发展空间。

以传统产业转型升级提升中国品牌形象。传统产业转型升级是发展新质生产力的重要途径。要以数字化智能化绿色化方向,加快修订一批技术、安全、能耗、排放等国家标准,强化标准引领和制度约束,在推动传统产业转型升级和迈向价值链中高端中提升中国品牌形象。

以绿色发展擦亮中国品牌高质量底色。新质生产力本身就是绿色生产力。要加快绿色科技创新和先进绿色技术推广应用,大力发展绿色制造业,积极发展绿色服务业,壮大绿色能源产业,发展绿色低碳产业链供应链,不断擦亮中国品牌高质量底色。

## 强化价值创新 坚持科技引领

中国通用技术(集团)控股有限责任公司党委副书记 马可辉

通用技术集团积极服务制造强国战略、健康中国战略、高质量共建“一带一路”,坚持科技引领、坚持开放合作,矢志打造具有全球竞争力的世界一流企业。

牢记使命担当,铸就品牌之魂。通用技术集团始终积极服务国家战略,践行央企使命,切实肩负起不同历史时期党和国家赋予的光荣任务,以科技进步和品质服务铸就“通用技术”品牌形象。

强化价值创新,夯实品牌之基。近年来,通用技术集团以服务国家战略为导向,转型成为央企在机床装备、医疗健康领域的领军企业,持续塑造企业形象,用“好技术”赋能“好生活”,让高品质成为“通用技术”的金字招牌。

坚持科技引领,激活品牌之核。通用技术集团始终把科技创新摆在集团发展全局的重要位置,将品牌建设推动传统产业转型升级、发展战略性新兴产业、布局建设未来产业紧密结合,以科技创新引领产业创新,加快发展新质生产力,塑造发展新动能、新优势,着力打造引领产业发展、引领美好生活的“通用技术”品牌。

提升国际化视野,拓展品牌之域。通用技术集团坚持品牌国际化发展方向,以高质量共建“一带一路”和国际产能合作为重点,以重要工程、重点项目为依托,传播具有集团特色、体现深厚文化底蕴的国际化品牌形象,以品牌为载体带动中国产品、中国服务、中国标准走出去。

## 提高质量效益 塑造发展优势

中国电力建设集团有限公司党委副书记 姚焱

中国电建坚持把科技创新作为“头号工程”,加快开辟新领域新赛道,塑造新动能新优势,培育发展新质生产力,致力于成为具有全球竞争力的质量效益型世界一流综合性建设投资集团。

做精传统品牌,巩固“大国重器”建造者地位。中国电建承担了全国70%以上大中型水电工程建设、80%以上大中型水电站工程和90%以上抽水蓄能电站的规划设计,先后参与建设三峡、白鹤滩等一大批水电领域重大工程。加快完善水能领域技术服务、技术标准和科技创新体系,积极推动水风光协同开发,技术水平进一步提升,水利、水电传统品牌持续绽放新活力。

做优新兴品牌,服务“双碳”目标如期实现。中国电建是国家能源战略政策建议单

位、能源领域行业标准化管理机构,先后完成全国“十五”至“十四五”可再生能源相关规划研究,是我国新能源开发利用技术跨越式发展的科技战略骨干力量之一。围绕能源高效开发建设和工程建造领域数字化转型,打造中央建筑企业数字化转型协同创新平台,积极培育工业软件领域新兴品牌。

做强国际品牌,助力高质量共建“一带一路”。中国电建在118个共建“一带一路”国家执行项目合同3700余份,先后建成一大批具有全球影响力的标志性工程。在海外业务高质量发展的同时,积极推动中国技术标准和优质产能“走出去”,牵头或参与编制可再生能源行业标准1200余项,累计带动中国装备出口超过2600亿元,扎实打造具有较强影响力的国际知名品牌。

## 做好文化传承 驱动品牌升级

宜宾五粮液股份有限公司副董事长 张宇

五粮液作为民族品牌代表,正全力推进企业高质量发展,推动品牌向高攀登、向优发展、向新转型,坚持文化引领,让品牌形象更具亲和力、感染力、生命力。

向高攀登,自觉肩负文化传承使命,持续厚植“酒文化”品牌底蕴。作为拥有上千年历史文化传承的民族品牌,五粮液始终注重文化的传承与创新。五粮液大力弘扬“和合共生、美美与共”的美学主张,策划发起“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。

向优发展,坚持“优中选优”工艺,酿造卓越品质,奠定品牌发展之基。五粮液建立了全生命周期质量管理体系,聚焦品质

表达体系建设,持续开展关键技术攻关。是行业中唯一入围第五届中国质量奖提名奖、四度荣获全国质量奖的企业,并多次在国际酒类比赛中斩获大奖。

向新转型,推动科技创新与古法匠心深度交融。五粮液积极拥抱时代变革,从生产端的工艺创新、酒体创新、技术创新,到市场端的产品创新、营销创新、商业模式创新,不断探索新的发展模式和技术手段,以创新驱动品牌升级。

未来,五粮液将进一步落实品牌强国战略,弘扬工匠精神,传承弘扬中华优秀传统文化,不断以高质量发展满足人们对高品质生活的追求,以开拓精神、前瞻眼光、国际视野统筹好国内国际资源,立足国内、拥抱全球,让五粮液成长为世界一流品牌。

# 因地制宜发展新质生产力 打造更多叫得响的品牌

## 挖掘旅游资源 丰富文旅体验

云南省文化和旅游厅党组书记、厅长 赵国良

近年来,云南加快打造“旅居云南”新品牌,为“有一种叫云南的生活”注入新的内涵。今年1—10月,云南全省旅游经济指标量质齐升,接待游客数量、旅游总花费同比分别增长14.2%、21.9%,赴滇旅居人数同比增长10.7%。“旅居云南”彰显出蓬勃的发展活力。

云南具有丰富的旅游资源。梅里雪山、玉龙雪山、苍山巍峨耸立,世界自然遗产三江并流壮观无比,石林奇观被称为“世界喀斯特的精华”。

云南气候宜人,寒、温、热三带齐聚,年平均气温15摄氏度,无霜期高达240天以上,有数量众多的天然温泉,是全球少有的避暑避寒旅居胜地。到云南旅居,置身大自然,满眼皆绿。

民族风情多姿多彩。云南有25个世居少数民族,各民族相知相惜,亲如一家。泼水节、火把节等民俗节日精彩纷呈,彝族刺

绣、白族扎染等非遗技艺美轮美奂,傣家竹楼、哈尼族蘑菇房等民居建筑见证历史文化。“旅居云南”就是与热情好客的各族同胞同唱一首歌、同跳一支舞、同吃一桌饭,共享幸福美好,感受丰富的文旅体验。

美味佳肴刺激味蕾。云南得天独厚的自然环境,孕育出丰富多样的绿色生态食材,吃花、吃菌等成为云南旅游新时尚,绿叶宴、长桌宴、“八大碗”等美食带给游客视觉与味觉的别样享受。“旅居云南”就是“春赏花、夏食菌、秋品果、冬吃菜”的四季盛宴。

历史上,马帮踏出了一条闻名世界的茶马古道。今天的中老铁路,已累计发送旅客超4000万人次。外国游客纷至沓来,今年1—10月,云南接待入境游客519.76万人次。“旅居云南”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。

## 聚焦创新驱动 建设一流企业

中国交通建设集团有限公司党委副书记 刘翔

中交集团深入学习贯彻习近平总书记关于新质生产力和品牌建设的重要论述,围绕新质生产力打造更高效能、更高质量、更可持续、更负责任的世界一流企业品牌。

聚焦“创新驱动”核心动能,打造高成长性的科技品牌。充分发挥企业创新主体地位,牵头组建中央企业海洋技术创新联合体,建成港珠澳大桥、深中通道等国家名片,研发建造“天鲲号”挖泥船等国之重器。

聚焦“绿色低碳”鲜明导向,打造可持续发展的价值品牌。抓好传统产业的强基转型和新兴产业的战略布局,打造平陆运河、中法武汉生态城等低碳项目,水电领域建设项目800多个,光伏领域生产绿色电力超3亿千瓦时,海上风电安装领域市场份额占比超50%,流域治理领域覆盖流域面积13.5万平

方公里。

聚焦“开放融合”有效途径,打造有竞争力的出海品牌。在共建“一带一路”国家打造了以蒙内铁路、佩列沙茨大桥、钱凯港、凯乐塔水电站、科伦坡港口城等为代表的“致富路”“连心桥”“发展港”“清洁站”“幸福城”,累计牵头制定国际标准10项,策划开展驻华使节步入中交等品牌传播活动,生动讲好中国故事。

聚焦“人本内蕴”根本立场,打造高美誉度的责任品牌。开展“中交助梦”全球履责行动,在国内结对帮扶云南4县(市)29载、新疆英吉沙县12载,全力推动产业、人才、文化、生态和组织振兴,在国外开展属地人才培养、应急救援、文化融合等活动,绘就民心相通美好画卷。

## 深耕传统技艺 擦亮民族品牌

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

茅台作为“老字号”民族品牌,积极推动茅台专业化、数字化和绿色化发展,努力以更好的产品服务消费者,不断增强茅台的品牌竞争力。

深耕传统技艺,永葆“品质”竞争力。茅台在坚守传统酿造工艺的同时,持续开展茅台酒在物质、生物、环境、生命等领域的基础研究,将科研成果应用于原料育种、制酒制曲、贮存勾兑、产品包装等全产业链,实现全域全生命周期的质量管控和持续改进提升,不断为消费者提供高品质的产品。

加大数字创新,提升“服务”竞争力。紧跟数字化变革浪潮,茅台持续推进“智慧茅台2.0”建设,在行业首创供产销一体化的数字营销平台;持续推进茅台酒数字防伪技术升级;大力推进酒行业工业互联网标识解析二

级节点建设;成功入选“国有企业数字化转型试点企业”,不断提升服务水平。

应用生态技术,增强“绿色”竞争力。茅台坚持生态优先、绿色发展,通过科技创新驱动节能降碳,全面实现茅台酒生产冷却水循环利用,稻草、窖泥、酒糟等酿酒副产物循环利用率达到100%;持续优化能源使用结构,在白酒行业率先实现100%绿色用电;持续开展赤水河流域微生物、水生物、植物植被的科学研究,坚持以绿色科技推动可持续发展,持续擦亮茅台民族品牌的亮丽底色。

茅台是中国的茅台,是民族的茅台。茅台希望与中国的优秀企业一道,深刻把握新质生产力的科学内涵,以科技创新加快塑造中国品牌的全球竞争力,为推动品牌强国建设贡献更多力量。

## 坚守品质意识 助力绿色发展

内蒙古伊利实业集团股份有限公司副总裁 张轶鸥

从一家内蒙古自治区呼和浩特市街道小厂成长为全球乳业五强,伊利始终坚持以消费者为中心,让品牌更具魅力。

坚守品质意识,夯实品牌基础。多年来,伊利始终坚守“伊利即品质”的企业信条。2022年9月,通标标准技术服务股份有限公司携手行业专家,共同“点亮”首批获得金标准认证的伊利工厂。

注入智能动力,满足消费需求。牧场、工厂、物流、研发、销售、客服……作为行业龙头企业,伊利完成全链数智化布局,实现了产业要素的高效配置,持续提升产品品质与服务水平。对内,我们成立数字科技中心,联动内部不同部门共创合作,打造了面向未来的数字化原生组织,持续构建“全周期、全流程、全渠道、全链条、全域运营”的消

费者数字化平台;对外,我们开发智能系统,深度了解消费者需求,聚合全球创新力量,与众多消费者在线协同共创新品。

释放绿色潜力,助力品牌未来发展。伊利始终将环境保护、社会责任和公司治理放在企业发展的重要位置,积极倡导“绿色生产、绿色消费、绿色发展”理念。截至目前,伊利已建设5家“零碳工厂”,41家工厂获得国家级“绿色工厂”称号。低碳、绿色、可持续发展已经成为伊利品牌的重要组成部分,伊利发布的《可持续发展报告》《生物多样性保护报告》等集中展示了在可持续发展领域的成果。

图①:2024中国品牌论坛现场,与会嘉宾在听会。  
图②:2024中国品牌论坛现场。

本报记者 伊霄摄  
本报记者 陈斌摄

本版责编:张彦春 吴凯 孙佩瑾  
版式设计:张芳曼

