激发中国品牌的澎湃动能

不断提质升级、履行社会责任、扩大国际影响

本报记者　王云杉

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。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。”

当前，国内市场潜力巨大、消费需求持续升级，为中国品牌提供了广阔的成长空间。2024中国企业500强榜单上的入围企业，2023年总营收迈上110万亿元新台阶，中国品牌正向着实力更强、结构更优、活力更足稳步迈进。相信未来将有更多叫得响的中国品牌不断涌现，助力品牌强国建设加快推进。

创新争先，让品牌活力充分涌流

创新是引领发展的第一动力。只有通过持续创新，品牌才能打造差异性、提升含金量。近年来，中国品牌锚定高质量发展，不断推陈出新，让创新活力充分涌流。

产品创新，中国品牌打开新空间。

上市3个月销量突破100万双的跑鞋、备受消费者喜爱的篮球鞋、以国产自研高性能防水透湿材料打造的冲锋衣……作为中国体育用品行业知名品牌，安踏持续专注研发新产品，在不同运动品类中推出多款热销单品及自主品牌。

安踏集团有关负责人表示，将持续探索尖端科技向大众产品的创新转化，加速实现从“专业”到“大众”、从“竞技”到“消费”、从“稀缺”到“普及”、从“人无我有”到“人有我优”的科技成果商业转化过程。

技术创新，中国品牌带来新体验。

4月29日，蚂蚁数科正式对外发布智能体开发平台Agentar，为金融机构提供一站式智能体开发工具。蚂蚁数科首席技术官王维说，蚂蚁数科结合大规模高质量金融行业知识库与低代码可视化编排能力，加速大模型在金融行业的落地应用，为金融机构带来全新数智体验。

在润泽（廊坊）国际信息港A—7智算中心，算力调度大屏上显示着润泽科技在全国建设的算力基础设施实时监控数据。润泽智算科技集团股份有限公司总裁李笠表示，从新一代冷板式液冷制冷技术到自主设计的智算中心，润泽科技坚持以技术创新重塑品牌体验，通过深耕智能算力基础设施建设，为人工智能产业赋能新型工业化、产业数字化提供有力支撑。

生产创新，中国品牌焕发新生机。

仁和集团药品生产园区，中药材草木的味道扑鼻而来。在丸剂生产恒温车间内，炼药机、制丸机、滚圆机等10余台套智能化设备一字排开，六味地黄丸、大活络丸等药品配料经过多道工序，一颗颗落在传送带上……一个车间生动展示了数字化生产的效能。

近年来，仁和集团全面打造“智慧工厂”，实现了由传统制药技术向智能制药技术的转变升级。“除了部分需人工操作的关键工序，中药生产制造已实现自动化、数字化。”仁和集团有关负责人康志华说，“数字化转型深入企业生产各个环节，传统品牌焕发新生机。”

勇于担当，在服务国家大局中彰显价值

叫得响的品牌，既要谋技术、有品质，也要有格局、能担当。中国品牌积极履行社会责任，在服务国家大局中彰显价值，进一步提升了品牌美誉度。

传递传统文化韵味。五粮液传承逾千年的古法工艺，依托五种粮食科学配比与活态古窖池群的优势资源，打造出独特风味；谷雨采用原木瓶盖、柔和釉感瓶身的设计，让产品传递传统文化意蕴；云南白药将文化符号融入产品，通过年轻化、生活化的表达方式，吸引更多消费者关注中华优秀传统文化……搭建桥梁、讲好故事，中国品牌将中华优秀传统文化与现代审美表达创新结合，让“中国味”“中国美”走进更多消费者心中。

精准服务小微企业。中国邮储银行天津分行推出“小微易贷”业务，利用大数据技术与便捷审批流程，精准对接小微企业融资需求，服务近万户客户；中国农业银行广东分行推出科技型企业专属信贷服务体系，为刚起步的科技企业提供差异化信贷支持；中国人寿集团旗下资产公司持续投资金融机构小微专项债及证券化产品，开发普惠金融主题保险资管产品，帮助众多中小民营企业完成设备更新与技术改造。

满足美好生活需要。中国石油打造“人·车·生活”生态圈，通过拓宽加油站传统门店的消费场景，不断满足消费者的多元消费需求；保利发展从高频问题和客户需求出发，打造了一批高品质人居标杆，将“好房子”具象化为“好产品、好服务、好生活”；伊利集团根据不同人群及需求，构建覆盖全生命周期的健康产品矩阵，赢得消费者信赖，多个品牌年销售收入突破百亿元。

多措并举，推动品牌强国建设

十年树企业，百年树品牌。为中国式现代化注入品牌力量，中国品牌需要乘势而上、奋发作为，推动品牌强国建设不断迈上新台阶。

促合作，以更开放姿态提升品牌国际影响力。

以“华龙一号”等自主核电品牌带动核工业全产业链加快“走出去”，已和全球60多个国家和地区建立合作关系；主动开放12个大型核科研设施，与全球伙伴共同促进核能技术进步；积极参与国际原子能机构“核能发展协同与标准化倡议”，为支持小型模块化反应堆全球应用提供中国方案……近年来，中核集团不断强化国际合作顶层设计，以更加开放的姿态，深化与国际组织合作，持续扩大国际影响力。

茅台以文化为媒，加强与国际酒企、经销商、消费者的沟通交流，持续发力国际市场。2024年，茅台国际市场销售收入首次突破50亿元关口，实现两位数增长，国际市场基础不断夯实，品牌文化影响力持续增强。

优管理，推动品牌建设与生产经营深度融合。

1月9日，中国能源建设集团有限公司投资建设的“能储一号”全球首座300兆瓦压气储能示范工程全容量并网发电，项目创造了单机功率、储能规模和转换效率三项世界纪录，填补了多项国际空白。同一天，中国能建压气储能系统解决方案“能储一号”产品品牌正式发布。

中国能建党委书记、董事长宋海良说：“中国能建将全面推进品牌强企建设，持续深化品牌引领行动，升级公司品牌战略，建立‘大品牌’工作体系，加强全员、全流程、全要素的全面品牌管理，推动品牌建设与生产经营深度融合、双向赋能，加快打造世界一流卓著品牌。”

强质量，以更高品质提升品牌信誉。

没有过硬的质量就没有过硬的品牌。为确保产品质量，在原料端，西凤集团建立了50万亩高品质原粮基地，与高校联合开展高粱品种选育和栽培技术研究，还建立了从田园到餐桌的溯源管理体系，对酒的质量进行更好把控；在酿造端，西凤集团严格遵循其独特的酿造工艺，一年一个生产周期，经过立窖、破窖、顶窖、圆窖、插窖、挑窖6个工艺阶段，每年9月立窖、9次投粮、9次取酒……

“品质至上是西凤酒的始终追求，以匠心呵护产品质量，才能赢得消费者的信赖。”西凤集团党委书记、董事长张正说。

新征程，再出发。坚定不移增强创新能力、突破高质量发展的瓶颈、满足人民群众对美好生活的期盼，我国定会涌现更多“百年老店”、立起更多“金字品牌”！

中核集团——

展现硬核实力　彰显时代担当

本报记者　谷业凯

核工业是高科技战略产业，也是国家安全的重要基石。中核集团以“国际核科技发展的引领者”为愿景，在守护能源安全、助力绿色转型、推动核能合作、增进民生福祉中，彰显中国品牌的硬核实力与时代担当。

以科技进步驱动发展。70年前，中国核工业人自力更生、艰苦奋斗，创造了“两弹一艇”的卓越功勋。进入新时代，中核集团积极推进我国“热堆—快堆—聚变堆”核能“三步走”战略。“华龙一号”国内外在运、核准和在建机组总数达41台，成为全球在运、核准和在建机组最多的三代核电技术。“玲龙一号”模块化多用途小堆成功研发并开工建设。今年3月，新一代“人造太阳”中国环流三号首次实现原子核和电子温度突破双亿摄氏度，实现了中国可控核聚变技术的又一突破。在引领科技创新、守护能源安全的实践中，中核集团品牌的价值创造作用愈发凸显。

以低碳实践守护绿色家园。在“双碳”目标下，核能的价值日益显现。目前，单台“华龙一号”机组装机容量超120万千瓦，年发电量超100亿千瓦时，相当于每年减少二氧化碳排放816万吨，相当于植树造林7000多万棵。在浙江海盐，秦山核电站利用核热电联供技术为城市居民供暖，让群众切实感受到绿色能源的暖意；在江苏田湾，“和气一号”蒸汽供能项目每年可减少燃烧标准煤40万吨。目前，中核集团在运核电机组达26台，装机容量位居全球前列，从铀矿勘探到核燃料循环，构建起完整的核工业产业链，为我国能源结构注入了“稳定剂”和“清新剂”。

中核品牌以自主方案助力全球共赢。目前，我国已向海外出口3台“华龙一号”核电机组，“华龙一号”海外首堆年发电量达200亿千瓦时，满足当地200万户家庭用电需求。作为核能“走出去”的领军企业，中核集团主动开放12个大型核科研设施，已成功向7个国家出口核电机组、研究堆和次临界装置，业务遍及全球170多个国家和地区。

以履责担当增进民生福祉。中核集团高质量推进产业链自主可控。目前，核技术已广泛应用于工业、农业、医学等领域，取得了良好的经济和社会效益。中核集团实现数种新型医用同位素国产化，助力解决国内医用同位素紧缺和核医学发展的难题。从超市货架到工业园区，核技术在灭菌保鲜、环境治理等领域多元应用，助力民生改善。

中核集团将继续走高质量发展之路，以“国之重器”擦亮中国品牌金名片。

南方电网公司——

创新驱动发展　点亮万家灯火

本报记者　李　纵

南方电网公司坚定履行能源央企的职责使命，落实“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，塑造了“万家灯火　南网情深”的品牌形象。

能源保供筑防线，守护民生显担当。2024年，面对超强台风“摩羯”等灾害，南方电网公司启动应急机制，在21天内实现了“镇镇通、村村通、户户通”。南方电网抗击超强台风“摩羯”抢修复电攻坚团队获评2024年度“央企楷模”称号。广东、广西、云南、贵州、海南全年五省区全社会用电量达1.7万亿千瓦时，同比增长7.4%；“西电东送”电量2384亿千瓦时，创历史新高。客户平均停电时间同比下降7.8%，供电可靠性保持世界湾区先进水平。

区域协调强支撑，服务大局促融合。南方电网公司“一省一策”精准施策，2024年完成固定资产投资1660亿元，创历史新高。粤港澳大湾区内地9市实现欧标充电桩县区全覆盖，横琴合作区供电可靠率达100%。广东阳江三山岛海上风电柔直输电工程开工建设，广州500千伏狮子洋大跨越改造工程正在施工。广西220千伏海上风电送出工程、云南“四横四纵一中心”500千伏主网架等重大工程相继投运，贵州遵义会议会址核心圈高可靠示范区建成，海南500千伏数字电网建设进度过半，深圳全面建成超大城市数字电网。城乡融合加速推进，建成300个新时代电气化村，农网供电可靠率提升至99.9%。

科技自立攀高峰，创新驱动强引擎。南方电网公司构建高能级创新平台，全国产化直流干式电容器、氢电双向转换装置等10余项技术入选国家级首台（套）装备，“驭电”大模型获世界人工智能大会最高奖、入选央企十大“国之重器”。发布国内首个新型电力系统评价标准，获批建设国家首个新型电力系统质检中心。全国首个大容量钠离子电池储能电站建成投运，填补业界多项空白；全国首个国家新型储能创新中心获批组建，“电鸿”生态圈链接超350家产业伙伴、7亿电力终端。

绿色转型作表率，低碳发展树标杆。南方电网公司引领能源绿色变革，每两度电中就有一度是“零碳电”。“十四五”新增1亿千瓦新能源目标提前一年半完成，新能源装机规模突破2亿千瓦，成为五省区第一大电源。建成首批35个新型电力系统示范区。区域绿电绿证交易量突破1047.5亿千瓦时，同比增长超8.5倍。公司获评中国工业碳达峰“领跑者”企业。“顺易充”平台用户突破千万，单日充电量创700万千瓦时历史峰值。

南方电网将继续以改革破局、以创新赋能、以绿色筑基，为推进中国式现代化贡献力量。

中国品牌日
CHINA BRAND DAY

劈波斩浪，需高扬品牌之帆

邹　翔

观察中国的产业链韧性，第137届广交会提供了一个很好的视角。

打开广交会官网，在搜索栏中输入“汽车”，从整车制造到发动机、散热器，从汽车清洁到座套、收纳装置……1900多家品牌展商、1.5万多件展品映入眼帘，各类配件应有尽有，一站式满足海内外商家的采购需求。这种“全链条覆盖”能力，意味着无论外部环境如何变化，中国都能凭借完备的生产体系，提供从原材料到终端产品的“一站式解决方案”。

多项指标刷新纪录的广交会，凸显了中国品牌的创新创造在全球供应链中扮演的重要角色，也是中国担当作为、保障全球供应链稳定的直观体现。

世界经济格局深刻调整，全球产业链供应链面临风险挑战。但危和机总是同生并存，全球供应链加速重构，既潜藏困难，也孕育新机。越是风急雨骤，企业越需高扬品牌的风帆，在搏击风浪中收获前进动力，在市场大潮中勇立潮头。

向转型发展要品牌美誉度。今天，如何保持向“新”逐“绿”的可持续性，已经成为中国优秀品牌的必答题。例如，云天化集团推进全生命周期绿色管理和低碳发展，实施的煤气化RTO大模型项目可实现每年节煤9100吨、减排二氧化碳超2万吨，改变了许多人对化工行业高污染、高能耗的印象。转型升级、护绿前行，是展现企业担当、赢得消费者青睐的必由之路，更是赢得未来优势的先手棋。

向创新发展要品牌竞争力。AI底盘可扫描车辆前方30米路况，预知路面的坑洼和障碍并对减振器进行适应性调整；钠离子电池在零下40摄氏度的环境下仍可保持90%的可用电量……今年上海车展，中国新能源汽车品牌大放异彩，靠的是领先一步的创新变革，靠的是层出不穷的硬核技术。依靠矢志创新锻造自身在产业链供应链上的“不可替代性”，企业行稳致远的基石便不可撼动。

企业要强，品牌必须强。外部环境变化下的“中国品牌日”，为所有企业提供了一个思考如何准确识变、科学应变、主动求变，进而擦亮品牌、化危为机的契机。

中国经济的大海，是中国品牌最深厚的底气和力量之源。有超大规模市场的托举，有企业创新突破的作为，有广大消费者的选择信赖，中国品牌的征途未有穷期，未来不可限量。

本版责编：巩育华　唐天奕　高　估
版式设计：张丹峰