

2021中国品牌论坛 特别报道

党的十九届六中全会通过的《决议》强调“立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展”。推动品牌强国建设，有助于中国经济稳中向好、实现高质量发展，有助于企业适应消费升级趋势、增强市场竞争能力，有助于改善民生福祉、满足人民美好生活需要，

意义重大、影响深远。

11月30日，由人民日报社主办的2021中国品牌论坛在北京举行，政府主管部门代表、企业负责人、专家学者共聚一堂，以“加强品牌建设 推动高质量发展”为主题，开展多领域、深层次、高水平对话交流，解读政策机遇，共绘

品牌发展蓝图。

本周起，本版推出2021中国品牌论坛特别报道，深入挖掘中国企业品牌强品牌的先进典型、生动案例，大力推广大企业的好经验好做法，努力为中国品牌强国建设加油鼓劲，为推动中国品牌高质量发展作出积极贡献。

——编者

京东：打造出海“新基建”

本报记者 康朴

今年以来，新冠肺炎疫情在全球范围持续肆虐，市场对线上零售的需求增长旺盛。中国电商品牌如何把握机遇通全球？对此，京东交出了一份亮眼答卷。

“京东是令人惊喜的合作伙伴，助力我们在欧洲的全渠道履约效率高速增长。”拥有百年历史的欧洲内衣品牌香蔻慕乐 CEO 菲利普·芒福德由衷感叹。

前不久，芒福德来到位于荷兰的京东智能仓库参观，他看到仓库中搬运机器人将货架搬运到工作台，可以实现作业人员拣货路径的极大优化，在上手操作京东自主研发的搬运机器人后，对其效率赞不绝口。在京东智能仓支持下，香蔻慕乐的订单生产时效提升了3倍多。

在英国，京东CTU料箱机器人通过传感器和导航，在仓内实现“自动驾驶”，穿梭于架间的货架间精准拣货，效率最大提

升6-8倍。

今年“双11”期间，京东在欧洲的多座自营本地仓投入数百台物流机器人。截至2021年上半年，京东在全球拥有约50个保税仓库和海外仓库，覆盖美国、英国、德国、荷兰、澳大利亚、马来西亚、越南、印尼、泰国、阿联酋等国家。

不同于传统的跨境电商，京东通过搭建全球航线网络和本地仓网络，打通了航空运输、海外仓储和末端配送的全链路，大幅提升了跨境货运速度。这一出海“新基建”，不仅帮助海外品牌提升效率，也让中国品牌迅速扎根当地市场。

自2015年开始，京东先后在印尼、泰国与当地合作伙伴成立电商合资公司，帮助100多个中国品牌落地东南亚，覆盖数码3C、家电、日用品、时尚产品等品类。

作为知名国产家电品牌的长虹，尽管有着20多年出海经验，但在进入泰国市场时，在市场准入、品牌推广、仓配安装和售后服务等方面也面临不少困难。

京东仓配、送装一体的突出优势，为长虹提供了一种出海新方案。没有外派一名员工、没有布局一个线下渠道，短短6个月时间，长虹成为京东泰国今年“6·18”期间空调品类销量最高的品牌。长虹国际副总经理兼东南亚大区总经理蒲宗辉说：“京东在家电零售上拥有顺畅、成熟且专业的能力，京东泰国布局的仓配一体和送装一体服务，受到了许多国产家电品牌的青睐。”

“我们将持续升级全球智能供应链基础网络，携手助力更多中国品牌开拓海外市场，将更优质的商品和更全面的客户服务带给全球客户与用户。”京东集团副总裁、京东国际物流部总裁黄星表示。



京东泰国仓的工作人员。

京东供图

华大基因：首创“火眼”识新冠

本报记者 谭涵文

面对未知的新冠病毒，检测手段是阻止疫情蔓延的关键防线。2020年初，新冠肺炎疫情爆发。大规模的检测需求亟待满足，华大基因首创“火眼”实验室，为全球抗疫贡献了中国方案。

疫情初期，为解决武汉检测通量不足问题，华大基因在武汉启动建设新冠病毒核酸检测实验室，命名为“火眼”实验室。整合全球新冠病毒核酸检测技术、核心产品设备以及华大多年积累的实验室运营经验，实现高通量核酸检测，将武汉及周边城市每日检测量迅速提升到1万，后提升到2万。

这是全球首个可以提供新冠疫情防控全套解决方案的项目，可以快速解决各国急迫的抗疫需求。疫情全球蔓延，“火眼”实验室也从中国走向全球，成为抗疫行动的“中国名片”。

“第二波疫情暴发后，华大基因紧急响应文莱政府要求，在不到一周时间内协调专家和设备抵文，东南亚首座移动气膜‘火眼’实验室迅速投入使用，短时间内大幅提升了检测能力。”中国驻文莱大使于红说。该实验室日检测能力可达5000份以上。

在埃塞俄比亚，华大在博莱国际机场建成首个机场快速核酸检测实验室，为该机场入境的各国乘客提供新冠核酸检测和血清抗体检测。可在3小时内为最多400名乘客提供检测服务，这对当地疫情的缓解及国际航线安全起到了关键作用。“我们不仅带去技术和设备，还为当地人员提供培训和技术支持，我们希望中国的疫情防控经验能够帮助各国迅速建立这方面的能力。”该实验室负责人陈松恒表示。

去年4月接到沙特政府委托后，华大沙特“火眼”项目团队协助沙方在2个月内建成了6座“火眼”实验室，合计检测能力达到每日5万份，并先后培训当地实验人员100余名，为沙特抗击疫情作出了重要贡献。

截至6月，华大基因新冠检测产品已经覆盖超过180个国家和地区，累计在海外启动“火眼”实验室超过90个，分布在全球30余个国家和地区。

在后疫情时代，“火眼”实验室还可以作为公共卫生新基建，应用于当地其他传染病防控、出生缺陷防控，以及肿瘤早筛、肿瘤精准用药等领域。

正如其名称“火眼”，以中国方案的“火眼金睛”，意在让新冠病毒“无处可藏”，也为构建人类卫生健康共同体贡献中国智慧。



今年四月，华大基因在埃塞俄比亚博莱国际机场建成首个机场快速核酸检测实验室。华大基因供图

伊利：传递营养、健康和友谊

本报记者 康朴

“伊利守信誉、有情义，我会告诉更多牧场主，伊利的到来给本地经济和社区发展带来诸多帮助。”新西兰南坎特伯雷勒温牧场的主人哈米什·弗雷泽给伊利点了大大的赞。

尽管海外疫情形势严峻，但伊利海外分公司、研发中心始终保持有序运行，给当地奶农、经销商等合作伙伴吃下了定心丸。目前，伊利大洋洲乳业已与新西兰73家牧场签署奶源收购合同，有竞争力的奶源收购价格让牧场主们有足够资金投入牧场长期良性经营，让他们十分高兴。

新西兰是伊利沿全球黄金奶源带进行广泛布局的重要一环。目前，伊利已在西

兰拥有两个生产加工基地，还与欧盟、乌拉圭等国家和地区开展优质奶源合作，着力打造全球健康生态圈。

关心、融入当地发展是伊利的传统。在做好海外员工安全防护、保证有序生产的前提下，伊利积极支援当地抗疫，成为参与中国红十字会“新冠肺炎疫情国际人道援助基金”的第一家食品企业，先后向荷兰、乌拉圭、印尼、泰国、伊拉克等国家捐赠口罩、消毒液、防护服等抗疫物资。

实际上，疫情来袭前，伊利秉持互利共赢理念，以“全球化思维、本土化经营”的运作方式扎根海外市场。其中，发掘和培养当地人才是重要内容。在伊利海

外分子公司中，当地员工占85%，去年完成主体建设的伊利印尼工厂已为当地提供300多个工作岗位。

伊凡就是其中一员。他于2020年1月加入伊利印尼乳业，学生产工艺，学产品知识，学销售技能……9个月的时间里，伊凡全面掌握了岗位技能并晋升组长。稳定的薪资和良好的福利待遇保障了伊凡的家庭经济状况，还让他办了一场风光的婚礼，这可是他梦寐以求的事。现在回想起来，伊凡心里还是乐开了花。

作为健康食品企业，伊利积极投身“一带一路”建设，不断深化全球产业链合作，用“乳业丝路”传递营养、健康和友谊，与各方共享发展成果。



伊利集团向荷兰乌德勒支省安全中心捐赠防疫物资。伊利供图

格兰仕：中国智造发力全球

本报记者 周姝芸



格兰仕自主品牌家电进驻智利三大零售商。

格兰仕供图

新冠肺炎疫情在全球暴发以来，不少行业陷入低迷。然而，伴随着人们出行受阻、居家时间增加，家用电器行业迎来新的发展机遇，一些中国家电企业抓住时机，以优质产品和服务打开新的市场空间。

空气炸微波炉、微蒸烤一体机、套系化复古家电……从单一微蒸烤产品到全品类家电，格兰仕一系列创新产品正不断为全球市场带来惊喜。

拿出口印度的产品来说，在食品种类和制作工艺上，印度的菜单与中国相似，以繁多复杂闻名世界。针对印度家庭偏爱油炸的饮食习惯，格兰仕微蒸烤烹饪实验室专门进行一系列的数据测试和烹调试验，紧贴印度消费者需求，制定了带有热风功能的专属微蒸烤厨电，并不断优化产品菜单设置，将菜谱增加到200至300个，引领消费升级。

全球大环境日新月异，如何才能满足不同国家和地区消费需求，在消费者面前突围而出？答案在于其强大的自主创新和核心自我配套能力。在创新的驱动下，格兰仕深入挖掘全品类、全产业链优势，助力出口高质量发展。今年1-10月，格兰仕以多品牌和全品类、套系化产品联合出击，整体出口业绩保持增长，稳健壮大出口规模，其中，在“一带一路”沿线国家市场实现同比30%以上高增长。

主体规模稳健扩张的背后，是企业高度自主可控的全产业链发展模式。据了解，格兰仕近年来持续加大数字化投入，以世界级灯塔工厂、关灯工厂的标准推进智能制造。由于所有与品质相关的关键工序由机器人处理，生产过程通过云端数字化管控，品质高度稳定，为全球市场的顺利拓展提供源源不断的动力。

除了强大的智能制造能力，格兰仕的创

新营销方案也为服务全球市场发挥着积极作用。去年以来，格兰仕在广东总部设立了10多个直播间，分品类、分时段、分场景面向全球直播。在130届广交会期间，格兰仕外贸精英化身主播，通过十多种主流语言面向全球客户循环直播，采用巡回等直播形式为全球客商打造身临其境的参展体验。

“随着数字技术全面融入外贸领域，格兰仕还将加大跨境电商开拓力度。”格兰仕外贸相关负责人表示，把握跨境电商机遇，在“一带一路”沿线国家市场与当地电商平台合作推广全品类产品，能够加快自主品牌在当地全渠道市场布局。“从‘中国制造’到‘中国智造’，从‘中国产品’到‘中国品牌’，格兰仕将以更高品质产品和服务满足全球市场多元化的需求，以自主品牌创新驱动赢得更有力的发展。”