这五年，中国品牌更会“讲故事”

张　毅

“中国的企业自身理应以市场为导向，了解全球的消费者，致力于打造全球品牌。”在2017年12月2日~3日于山东省临沂市举办的第五届全国品牌故事大赛全国总决赛上，美国北卡罗来纳大学肯南弗拉格勒商学院讲席教授扬-本尼迪克特·斯廷坎普这样说道。

如何塑造高品质的中国品牌？这一议题不仅关乎企业发展，更是国家转变经济发展方式、提高经济发展质量的重要一环。近年来，围绕这一议题，中国各领域进行了一系列有益的探索，而“讲故事”则成为提升中国品牌的重要抓手。

让品牌故事更有“热度”

覆盖全国20多个省级地区，共计1000余家企业选手参赛，历时半年之久，今年的故事大赛以“品牌创领，品质中国”为主题，经过激烈角逐，最终50篇征文作品和30个微电影作品获奖，65组演讲作品脱颖而出进入全国总决赛。

与今年大赛的热烈景象相比，第一届比赛只有4个分赛区，共计100余名选手参加。回望2013年，那时，全国“讲好中国故事，传播好中国声音”大潮初起，围绕促进中国企业品牌创新发展，塑造中国企业品牌形象的目标，中国质量协会启动了首届全国品牌故事演讲比赛，自此，首个挖掘展示企业品牌故事的全国性平台正式诞生。

从全国品牌故事大赛的五年轨迹中不难看出，中国企业讲述品牌故事的热度逐年攀升。在举办首届比赛后，2014年，第二届全国品牌故事演讲比赛分赛区数量增至9个，2015年分赛区数量增至12个，东阿阿胶、中国商飞、康奈集团、上海铁路局、美兰机场等企业甚至在内部举办了专题品牌故事演讲比赛。2016年“全国品牌故事演讲比赛”正式更名为“全国品牌故事大赛”，分赛区增至17个，并由单一“演讲”形式，转变为“演讲、征文、微电影”三种形式。同时，大赛优秀作品开始走出国门，亮相亚洲质量网组织（ANQ）年度大会，向世界讲述中国品牌故事，传递中国品牌声音。

让品牌价值更显“温度”

“我认为品牌故事正是传播品牌形象的一种很好的很有效的手段，只要我们更多地赋予它创意，它会给我们的品牌带来更多的价值。”谈到讲述品牌故事的意义，具有“全球创意产业之父”之称的英国学者约翰·霍金斯这样说道。他对中国举办的全国品牌故事大赛多有关注，并认为“讲故事“这种品牌建设形式为越来越多的中国企业所认可并实践。

霍金斯的观点在全国品牌故事大赛中得以印证。随着比赛规模不断扩大、影响力逐步提升，一批生动鲜活的企业品牌故事开始在国内外广泛传播，让中国品牌更具深度，更有温度。

通过全国品牌故事大赛，很多人知道了“842”这个数字，它表面上是一组严苛的检验指标数量，背后却是东阿阿胶打造卓越品牌所经历的奋斗历程。

作为中国三大工程机械出口商之一，山东临工不仅将质量过硬的产品和“360度全程服务体系”销往全球80多个国家和地区，更成为“可靠”品牌文化的最佳推广者。

经过无数次试错，太钢集团终于成功研发“笔尖钢”，这让中国再也不用在一颗小小的圆珠笔尖上被外国企业“卡脖子”。

讲好一个故事，胜过千言万语。这些故事生动地展示了中国品牌在成长过程中所经历的进步、挫折、欢笑、泪水，在世界风云变幻的经济蓝海中迸发活力、蜕变成长。可以说，全国品牌故事大赛的举办记录了中国品牌迈向世界，走向未来的脉络和图景，真实见证了时代的变迁和中国的发展。

让品牌蓝图更具“广度”

事实上，以全国品牌故事大赛为代表，掀起的中国品牌“讲故事”热潮，与国家层面推动打造具有国际影响力自主品牌的大背景密切相关。

近年来，国务院先后印发了《中国制造2025》、《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》等文件，均对中国品牌建设多有着墨。2016年，《国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》发布，明确指出要“大力宣传知名自主品牌，讲好中国品牌故事，提高自主品牌影响力和认知度。”而今年“中国品牌日”的设立，更是体现了党和政府对品牌建设的高度重视。

如今，从新疆到上海，从辽宁到海南，无论是机械制造，石油化工还是信息产业、旅游休闲等领域，在全国品牌故事大赛这一平台上，越来越多的中国企业正加入到“品牌故事讲述者”的队伍中来。

五年对于全国品牌故事大赛来说仅仅是一个开始，随着中国特色社会主义进入新时代，美好的蓝图正等待着无数中国品牌同广大社会力量一同去绘制。未来，围绕“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”这一重要理念，中国企业也将拥有更多机会拓宽自身品牌建设的“广度”，在全球范围内讲述自己的品牌故事，在中国品牌崛起的新征程中唱出时代强音。

山东临工工程机械有限公司装配线上的临工人在装桥油管。

2016年10月24日，在第四届全国品牌故事大赛全国总决赛上，东阿阿胶股份有限公司参赛选手讲述《“842”的故事》。

2017年9月6日，在第五届全国品牌故事大赛（合肥赛区）比赛上，马鞍山钢铁股份有限公司参赛选手讲述《传承》。

三星助力创新　科技点亮梦想

——“探知未来”2017年全国青年科普创新暨作品大赛圆满落幕

申孟哲　许泽然

全国各地从复赛中脱颖而出的75支参赛团队各显神通，其中5支冠军队伍突出重围

12月23日，由三星独家赞助并深度参与的“SOLVE FOR TOMORROW探知未来2017年全国青年科普创新实验暨作品大赛”全国总决赛在北京精彩落幕。

全国各地从复赛中脱颖而出的75支参赛团队各显神通，其中5支冠军队伍突出重围，在收获荣誉与奖品的同时，也赢得了赴美国开展“科技之旅”免费交流学习的机会。

创新方能成就梦想

本次大赛历时4个月，赛事共分为“创意作品”及“科普实验”两个单元，由中国科技馆等全国15家科技馆承担本届大赛各赛区的组织工作，成为了一场规模空前的全国科技馆界联合行动。全国共有18240支队伍报名参赛，覆盖超过167个城市，累计征集作品12399件。

为梦想搭一座桥，用科技创新来实现。在比赛的现场，有一群年轻、正能量的年轻人正在用他们的方式传递追逐梦想，坚定创新实践的信念。

来自广州赛区的参赛选手石林同学面对的课题是科技未来教育，他们向评委展示了自主设计的用提供有趣、新奇的方式来让人们主动去思考和了解科学的文化创意产品。通过不懈努力和团结协作，他所在的团队“涂鸦三剑客”荣获了“未来教育”单元的冠军。

共青团中央学校部副部长李骥表示：“全国青年科普创新实验暨作品大赛，作为青年履行社会责任、助力国家科技发展的重要平台是我们具体要落实的一项重要举措。”

随着参赛规模的扩大，有越来越多来自不同地域、不同背景的青少年，带着自己的奇思妙想和得意之作，加入到科普创新的行列中来。这其中，既有从一线城市的院校来的有力竞争者，也有从二三线城市普通院校中的佼佼者，还有很多中学生里涌现出来的未来之星。思维的碰撞、眼界的开拓，科普创新大赛的魅力莫过于此。

“全国青年科普创新实验暨作品大赛，作为一项面向青年学生的全国性的赛事，动员和激励了广大青年学子参与科普创作和实践活动，促进了科学思想、科学精神、科学方法和科学知识的传播与普及，提高了广大青年学生的创新、创造能力。”中国科技馆馆长殷皓对大赛给予如此评价。

闭幕式上，首次在公开活动中亮相的三星大中华区新任总裁黄得圭在致辞中表示：“‘探索和创新’是三星永恒不变的企业精神，希望这种精神能够感染到参加比赛的同学们，通过大赛培养青少年对科学的兴趣，收获知识、友谊和爱心，以及建立对未来美好的梦想！”

实践方能得出真知

遵义西南部喇叭镇沿河小学的孩子们，每天上学都要经过一条两米深、二十米宽的河流，孩子们在河这边，学校在河那边。水中仅有几块摇晃的石墩，是他们唯一的过河方式。每一年都会有孩子因为下雨天道路湿滑，不慎跌入河中，求学之路充满着艰难和危险。

如今，孩子们上学过河难的问题已经得到了解决。2015年，还在读大三的杨仕林报名参加了“探知未来”大赛。他和团队成员们凭借一个轻便而坚固的承重结构，在安全保护命题中取得了大学组的冠军。大赛组委会后来邀请他利用自己所掌握的知识和经验，为遵义山区每日艰难跨越水上石墩才能上学的孩子们搭建一座真正的桥，这座桥已于今年落成。

三星大中华区总裁黄得圭给获奖选手颁奖

作为重庆山区出身的孩子，有一条平坦的上学路也是杨仕林小时候的梦想，所以这座桥对他来说还有别样的意义。“我从这样的环境里走了出来，所以我也要带动更多的人像我一样，用科技和知识为像这些孩子一样的人做点什么。”

实践方能出真知。在本届大赛中，更多更好的赛事成果将转化为实际应用。在专家评委从力学结构、外观设计、成本和质量等方面进行综合考量评判后，此次“未来出行”命题冠军团队“清云”和“Sister-con”的作品将在贵州、广西、江西三地落地使用，为贫困地区真正带来一座出行便利的桥。

同时，15家科技馆已经通过“科普进校园”、“科普下乡”等方式，为桥址所在地的1.8万余名中小学生开展了丰富多彩的科学教育活动。让更多贫困地区的学生在收获知识的同时，感受到科技创新的无穷魅力，极大地提升了“探知未来”大赛一直所贯彻的科普教育的普惠性。贵州省三穗县三中的物理老师龙祖云表示，这样的活动和比赛极大地激发了孩子们科技创新的兴趣，同时也拓宽了孩子们的视野。

来自江西省会昌县的乡干部王显高感言：“要感谢中国科协、中国青少年基金会、中国科技馆发展基金会和三星，以这样的方式为我们老区解决了出行难的问题。同时我希望大赛继续举办下去，作为扶贫的部分，让我们老区的学子，也有机会参与到创新和实践中来。”

三星助力梦想腾飞

大赛终有落幕之日，但科技创新和社会责任却没有极限。多年来，凭借着尖端科技、创新经验和全球优质资源，三星深耕公益事业尤其是青少年公益领域。

截至目前三星在华业务涉及电子、金融、重工业、服务等诸多领域。三星在华投资超过300亿美元，近年来更是投资存储芯片、液晶面板、新能源电池等高科技产业，投资额达160亿美元以上。在与中国本土企业合作方面，2016年三星在中国本地采购额达337亿美元。

除以上经济活动之外，中国三星在2013年正式宣布“企业社会责任经营元年”，并根据社会的变迁和对自身的优势，不断调整和升级各项公益项目，以参与到社会问题的解决。在中国社会科学院的企业社会责任评比中，三星中国已经连续5年获得外企排行榜第一。进入中国25年来，除了在四川汶川、雅安和青海玉树、云南鲁甸等地震中提供灾害救助外，三星中国还在农村扶贫、残疾人帮助、青少年教育等领域利用自身优势持续投入。

以教育领域为例，与以往单纯的硬件投入不同，近年来三星的教育项目紧随中国时代的变化，不断进行创新。以坚持十年之久的三星希望小学项目为例，三星结合自身的产业与技术优势，给150所三星希望小学嫁接了三星智能教室、智慧教师培训等项目，给“希望工程”这一国家级老牌公益项目注入了新的活力。

同时，三星在华公益项目注重了与总部公益战略的统一和本土化落地的平衡。

2013年，三星将全球公益项目“探知未来”引入中国，在“创新是引领发展的第一动力”的时代背景下，与相关部门合办的全国范围内的科普活动，分享了三星的核心资源，实现了良好的公益效果。五年来，已有近20万名青年学子参与了赛事，实践了科技梦想。

“大赛的价值定位就是传播科技的社会作用、培养创新人才以及倡导公益和志愿服务。在比赛的过程中，青年学子们不仅收获了知识和技能，增进了友谊，履行了社会责任，这也是新时代对青年人的新要求、新期待。”中国科学技术协会科学普及部部长白希说。

社科院中国企业社会责任研究中心主任钟宏武曾经这样评价：“中国三星在社会贡献、责任体系建设、信息披露等方面一直积极作为，持续引领在华外资企业的发展”。三星在一带一路沿线国家，结合各国实际，扎实推进各项公益项目，有效解决东道国的社会环境问题，也提升了企业美誉度。

三星大中华区总裁黄得圭表示：“三星将不忘初心，坚持把经营成果和大众分享，真正做到在中国、为中国，努力成为中国人民喜爱的企业，贡献于中国社会的企业。”

“风能利用”比赛现场　团队选手配合制作中