

推动中国品牌建设高质量发展 2022中国品牌论坛在京举办

■中国城市报记者 邢 灿

“完善创新的支持政策，严格保护企业知识产权，为品牌建设运营营造良好生态”“激发创新创造活力，以技术创新、管理创新赋能，才能让品牌不断跃升突破”“开放合作是品牌发展的主要路径，要鼓励企业实施品牌国际化战略，切实发挥大型骨干企业引领示范作用”……

12月8日，由人民日报社主办的2022中国品牌论坛在北京举行。本届论坛以“推动中国品牌建设高质量发展”为主题，政府主管部门代表、企业负责人、专家学者齐聚一堂，开展深入研讨交流，为助推中国品牌建设汇聚智慧力量。

精益求精 锻造品牌强大实力

品牌依托于品质，高品质的产品是品牌建设高质量发展的必然要求。国家市场监督管理总局党组成员、副局长，国家标准化管理委员会主任田世宏在致辞时表示，质量是品牌的命脉，始终坚持“质量第一”，保障质量安全，持续提升质量水平，才能让品牌在激烈的市场竞争中立于不败之地。

高品质源自始终如一的坚守。内蒙古伊利实业集团股份有限公司副总裁张轶鹏介绍，作为一家健康食品企业，伊利以“伊利即品质”为企业信条，视品质如生命。伊利建立了严苛的质量管理“三条线”，即在国标线的基础上，提升50%的标准制定了企标线；在企标线的基础上，又提升20%的标准制定了内控线。通过三条线层层把关，确保了产品的高品质。

凭借优秀的产品品质，伊利的品牌美誉度不断提升，深受全球顶级盛会、赛事以及社会各界的信赖与认可。伊利与奥运携手17年，持续为广大奥运健儿提供高品质的产品和系统化服务；伊利今年也携手世界足球“梦之队”为热爱上场，以实际行动助力体育事业与健康事业同频共振。

高品质源自严格细致的把关。宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区管委会



2022中国品牌论坛12月8日在京举行。图为论坛会场。张武军摄

副主任徐玉波介绍，宁夏坚持酒庄基地一体化经营和“酒庄酒、大产区”及高端、中端、大众化同步发展定位，成立宁夏葡萄与葡萄酒产业标准化技术委员会，围绕种植管理、酿造工艺、产品调配、质量监管等关键环节，先后制定41项技术标准，以标准引领产业发展。

宁夏葡萄酒产业经过近40年的耕耘树艺，市场品牌实现了从“小荷露角”到“声名鹊起”的嬗变。目前，宁夏酿酒葡萄种植面积达58.3万亩，超过全国种植面积1/3；现有酒庄（企业）228家，年产葡萄酒1.36亿瓶，“贺兰山东麓葡萄酒”品牌价值达301.07亿元，位列全国地理标志产品区域品牌榜第9位，综合产值达到342.7亿元。

创新引领 增强品牌发展动力

创新是品牌发展的重要驱动力。科学技术部党组成员、副部长吴朝晖在致辞时指出，要把企业品牌建设放在更加重要的位置，通过科技创新和品牌创新，同频驱动，培育更多的世界一流企业，积极支持各类企业创新创造，铸造精品名牌。

华为在基础理论、架构和软件等方面，取得了新突破。华为公布了年度“十大发明”，对人工智能、5G和用户体

验带来深远影响；时隔两年，Mate 50系列手机重磅回归，Harmony OS 3.0版本发布，鸿蒙用户突破3亿；5G助力中国智慧港口、智慧煤矿全球领先，5.5G应用取得关键进展……谈及华为今年创新成果，华为公共及政府事务部总裁王剑峰如数家珍。

创新让品牌企业走得更远更好。万事利丝绸董事长李建华介绍，万事利已经具备一系列领先世界纺织行业的核心技术，如ICOLOR色彩管理系统、IART双面数码印花技术、GBART数字化绿色环保印染技术。万事利将以上三大核心技术进行了创造性重整，成功研发出零污水排放、1米面料1条丝巾也能快速印花生产的数字化绿色环保印染一体机。这是万事利打造出的未来MINI工厂1.0，让“一台机器一个工厂开进办公室”成为现实。

据介绍，数字化绿色环保印染一体机具有“无污染、空间小、生产速度快”的优势，不仅可以实现当天生产、当日交付，破解服装行业库存积压这一最大痛点，还能帮助其开创“先销售、再生产”的经营新模式。

凭借创新实现品牌价值跃升的企业还有恒洁集团。早在2019年，恒洁集团率先发起“新国货智造计划”，掀起家居行业新国货热潮。多年来，恒洁集团通过不断的营销突破创新，不仅为中国家庭打造了经典而又富有现代气息的新国货卫浴空间，更通过年轻化营销方式展现出中国新国货的品牌魅力。

值得一提的是，今年恒洁集团聚焦社会公共改造升级，联合人民日报新媒体、新华书店，发起“这空间很中国”公共空间改造升级项目，依托领先的中国制造品质产品和技术实力，为全国多城公共空间改造焕新，助力提升国人舒适卫浴生活品质，助力国人迈向更美好品质生活。

惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜。创新是品牌发展的要素，企业品牌历久弥新、扬帆出海的秘笈，离不开“创新”二字。放眼全球，一批科技领先企业创建出一流品牌主力军。根据国外知名机构发布的2022年全球品牌价值500强名单，我国共有84个品牌入围，品牌价值共计1.6万亿美元。

积极作为 彰显品牌责任担当

从产品到品牌，提升的不只是性能、技术和质量，更是精神、格局和责任。近年来，一大批中国品牌主动担当、积极作为，在服务国家大局中展现价值。

助推制造业转型升级——

当前制造业正面临新一轮的转型升级，“中国制造”正在向“中国质造”大步迈进，传统的生产和供应链体系面临重塑，需要协同各方力量实现价值共创、共享、共生。为向上游工厂提供更加稳定长久的供应链服务，助力制造业企业转型升级，京东自有品牌在不久前启动了产业带“百大质造工厂计划”。

京东集团高级副总裁、京东自有品牌业务负责人王笑松介绍，未来三年内，京东自有品牌将着力打造超过500个产业带品质示范工厂，带动工厂销售额增长超600%，产业带经济效益大幅提升；工厂新品孵化SKU数量增长超800%，产业带创新能力加速提升；工厂生产成本降低15%；商品库存周转天数下降30%，推动产业带供应链进一步降本增效。

积极融入国家战略，助推制造业转型升级，更不乏央企巨擘。中国核工业集团有限公司纪检监察组组长、党组成员王杰之表示，中核集团充分发挥核电等产业对高端装备和尖端技术的牵引作用。作为中国制造高技术、高标准、高经济带动性的典型代表，自主三代核电技术“华龙一号”设备国产化率达90%，5300多家企业集智攻关，中核集团正在以最高安全和技术标准铸就国家名片，积极带动产业转型升级，助推创新型国家建设。

助力“双碳”目标实现——

绿色低碳发展是实现企业基业长青的发展之道。推动品牌建设高质量发展，必须坚定不移地以绿色发展催生新动能。

中国绿发投资集团有限公司党委委员、工会主席孙文燕介绍，中国绿发通过高品质产品和创新赋予品牌生命力，自主构建“绿色健康家园”五维健康产品体系，推动生活方式绿色革新。目前，公司已获得绿色建筑认证194项，认证面积超过1888万平方米；获得健康建筑认证200项及100%住宅项目健康认证，认证面积超过3000万平方米。济南领秀城鲁能国际中心获得全国首个商业办公楼净零碳建筑卓越级运营认证。

绿色低碳转型，彰显央企担当，贡献品牌力量。中国石化集团有限公司党组书记、董事长马永生介绍，中国石化将把创新作为品牌建设的原动力，把质量作为品牌建设的生命线，把绿色低碳作为品牌建设的聚焦点，加快突破一批“人无我有、人有我优”的关键核心技术，全力生产质量第一、安全可靠的石化产品。大力推进化石能源洁净化、清洁能源规模化、生产过程低碳化，让一流的石化技术、石化产品、石化服务成为中国石化品牌建设最稳固的基石、最有力的支撑。（中国城市报记者郑新钰、王楠参与采写）



济南领秀城商业综合体1.2兆瓦光伏项目是山东省装机容量最大的商业综合体光伏发电项目。该项目可实现电量100%就地消纳，运营期内可节约标准煤10350吨，减排二氧化碳30957吨。

中国绿发投资集团有限公司供图