

品牌强市 产城共融 2024城市品牌论坛在京举行

■中国城市报记者 孙雪霏 邢 旭

5月18日,由中国城市报社主办、北京侨梦苑科技成果转化中心承办的2024城市品牌论坛在人民日报社举行。本届论坛以“品牌强市 产城共融”为主题,发布了2024全国地级城市品牌指数,为助推城市品牌建设汇聚智慧力量。

为贯彻落实习近平总书记“三个转变”重要指示和国务院领导批示,中国城市报社于2016年承担了国家经济类重大专项“品牌价值提升工程”子项目——城市品牌评价项目,在财政部、市场监管总局等部委的支持下,成功研制出6项国家标准、1项国际标准,并依据这些标准和统计数据,连续多年发布城市品牌指数,为全国城市提供决策参考,受到广泛好评。本届论坛旨在巩固上述成果,推动城市向标准化、品牌化的高质量发展方向迈进。

第十二届全国政协副主席齐续春,国务院参事室特约研究员、中国劳动学会会长杨志明,中国品牌建设促进会理事长、国际标准化组织品牌评价技术委员会顾问组主席刘平均,国家统计局党组成员、副局长盛来运,原文化部副部长常克仁,国务院原参事、国家产业基础专家委员会副主任委员、中国标准化专家委员会副主任张纲,中国盐业集团有限公司党委书记、董事长李耀强,中国能源汽车传播集团党委书记、董事长、总编辑谢茂彬,中国城市报社总编辑杜奕姿,北京侨梦苑科技成果转化中心主任田杰等400多位领导、专家、嘉宾齐聚一堂,开展多领域、深层次、高水平对话交流。

齐续春致辞时表示,城市品牌是国家品牌的缩影,多个城市品牌汇聚成了国家的形象。城市品牌评价与建设有利于城市找准定位,扬长避短,发挥比较优势,吸引相关资源;有利于凝聚共识,激发市民荣誉感和创造力;有利于城市资产溢价升值。希望各个城市能以本届大会为契机,携手共进,共勉共促,肩负起城市品牌创新发展的重任,为推动高质量发展贡献力量,为中国式现代化注入活力。

在主旨报告环节,刘平均表示,自2014年习近平总书记作出“三个转变”重要指示以来,中国高度重视品牌建设,并在2021年进一步强调强化品牌力的重要性。“目前,中国已经颁布了41项品牌评价的国家标准,27项团体标准,品牌评价的国家标准体系基本建立。”刘平均说,“在建立中国特色品牌价值机制的同时,中国一直在为全球品牌建设



5月18日,2024城市品牌论坛在人民日报社举行。中国城市报记者 全亚军摄

贡献力量。”此外,刘平均就旅游城市品牌建设提出若干建议。杨志明以《数智赋能城市品牌高质量发展》为题作主旨发言。杨志明表示,“好酒不怕巷子深”的时代已经过去,城市好品牌有数智赋能,创新力、影响力、传播力将会大幅提升。数智赋能城市品牌发展需要有创新观念。深入推进数智赋能城市品牌发展,要加快激发数字经济活力的机制创新,加快数智赋能的技术创新,加快产业融通和智慧场景的创新,加快数字经济的人才创新。

张纲以《标准化:新质生产力发展的引擎》为题作主旨发言。张纲表示,标准源于“新”、立于“质”,是“新”与“质”融合发展、培育先进生产力不可或缺的重要纽带。以高标准引领新质生产力发展,是城市管理者 and 建设者的必然选择。在推进产城融合过程中,将标准化作为城市发展战略的重要组成部分,深度融入产业链创新链,探索新质生产力发展的最佳实践,以标准化支撑产业价值创造,助力城市品质提升,将有助于释放城市品牌建设的更大效益。

论坛现场举行了“品牌强市计划”启动仪式。旅游城市品牌集群成立仪式,分享了由中国城市报社研制的6项国家标准、编撰的《品牌强市百例》等10本图书及相关研究成果。

论坛发布的2024全国城市品牌指数,受到社会各界广泛关注和高度评价。

在企业家发言环节,李耀强回顾了中盐品牌建设历程,介绍了中国盐业集团在推广低钠盐、服务人民健康方面的思考和实践。李耀强表示,为了更加充分地满足人民群众对低钠盐的需要,中国盐业集团今年启动了低钠盐倍增计划。希望低钠盐出现在更多城市、更多家庭的餐桌上,使健康、低钠、绿色的中盐品牌与城市品牌交相辉映,涌现更多的低钠城市,为共同建设健康美好的现代化城市贡献力量。

田杰在发言中以实例、数据详尽分析了多年来各地在招商引资方面存在的痛点堵点难点。

他认为,新时代招商引资工作必须创新变革,面向海外积极引进高端人才、技术、项目、资金,推动科技成果落地转化。

在城市品牌推介环节,四川省泸州市委常委、宣传部部长徐利介绍了泸州作为国家历史文化名城和长江经济带重要节点城市的独特魅力;河南省洛阳市副市长牛刚以“谋划布局风口产业,聚力打造万亿洛阳”为题,生动展示了洛阳作为国家区域性中心城市的风采,以及该市优势产业的潜力。此外,河南省郑州市中牟县、浙江省衢州市、湖北省宜昌市分别作城市品牌专题

推介,展示了各城市的独特亮点和发展成就。

在项目介绍环节,中国标准化协会秘书长张秀春围绕《企业环境、社会、治理(ESG)信息披露指南》标准进行分享,就助力企业实现可持续发展和“双碳”目标提出建议;原国家卫生和计划生育委员会副主任、中国卫生信息与健康医疗大数据学会会长金小桃倡导关注大健康产业发展新格局,打造世界级康养城市品牌;宁波全网云医疗科技股份有限公司董事长潘仁进分享了城市智慧医疗建设的实践及相关思考;中国航天科工集团航天凯天环保科技股份有限公司党委委员、常务副总裁、资深环保专家周波围绕“环保助力品牌强市、产城共融”进行探讨;国家体育总局武术运动管理中心全国脚斗士运动推广委员会主任、北京脚斗士协会会长吴彦达呼吁以推广民族原创体育发展模式提升城市竞争力。上述推介项目覆盖了环境保护、健康医疗、智慧城市等多个领域,为推动城市品牌建设和经济高质量发展提供了宝贵经验和崭新思路。

论坛还举行了多项科研成果与人才引进项目合作签约仪式。中国城市报社副总经理常万红与潘仁进为中国城市智慧医疗专业委员会揭牌,中国航天科工集团航天凯天环保科技股份有限公司高级副总裁江辉与中国城市报社签署合作协议,国家体育总局武术运动管理中心全国脚斗士运动推广委员会与中国城市报社达成合作。这些签约标志着各方将共同推动城市品牌建设与高质量发展。

城市招商引资“三难”怎解

——访北京侨梦苑科技成果转化中心主任田杰

■中国城市报记者 邢 旭

招商引资不可或缺

招商引资与城市品牌建设有什么关系?在加快发展新质生产力的背景下,招商引资呈现出怎样的新趋势?招商引资面临顶尖院士和专家引进难、高端科技产业和关键核心技术引进难及优质项目与规模化投资引进难的三大难点,怎么解?带着这些问题,中国城市报记者在2024城市品牌论坛期间专访了北京侨梦苑科技成果转化中心主任田杰。

谈及城市品牌建设与招商引资之间关系,田杰表示:“当前,城市品牌建设正进入高质量发展的新阶段。招商引资对城市品牌建设有着不可忽视的推动作用。”

城市品牌建设中人才是第一资源。“招商引资能够吸引和

聚集大量的高端人才,如科技人才、创新人才、管理人才等。这些人才不仅为城市带来先进的技术、理念,也为城市品牌建设注入了新的活力。”田杰说。

产业品牌是城市品牌的重要组成部分。“招商引资带来的高端要素,有力促进了城市产业升级和创新。”田杰认为,新兴产业的发展为城市品牌建设提供了更多的经济支撑和保障,将吸引更多关注和投资,进一步推动城市品牌建设。

城市招商引资的过程也是城市形象塑造的过程。田杰表

示,城市招商引资过程中,往往伴随着大量宣传推广活动。这些活动有助于提升城市的知名度和美誉度,塑造城市独具特色的品牌形象。

培育发展新质生产力
招商引资呈现新趋势

今年以来,围绕发展新质生产力,各部门、各地方、各行业都积极行动起来,谋新策、出实招、善作为,在中国大地汇聚起发展新质生产力的时代洪流。

在加快发展新质生产力的背景下,城市招商引资呈现出怎样的新趋势?

田杰认为,当前城市招商引资更加注重与人才、科技创新和产业升级的深度融合。科技创新是发展新质生产力的核

心要素。许多城市都在积极打造创新平台和科技园区,以吸引更多创新人才、高科技企业入驻。同时,随着数字经济和人工智能等新兴产业的快速发展,城市招商引资也逐渐向这些领域倾斜,努力引进海外相关领域的优秀人才和优质项目。

此外,城市招商引资也呈现出精准化、个性化趋势。“城市不再盲目追求引进大项目和大企业,而是更加注重与本地产业优势和资源禀赋的结合,引进与本地发展战略高度契合的前沿人才、技术和项目。”田杰说。

破解招商引资“三难”
城市需拓展国际视野

当前,全国各地都把招商引资当作赢得新一轮竞争优势的关键之举。一些城市招商引资很“拼”也很“抢”,但收效甚微。究其原因,田杰认为,各城市招商引资多在“国内城市”“互动”,重复老路,面临三大难点:

——顶尖院士和专家引进难。每年各地政府向北京、上海、深圳等经济发达、科技先进、人才资源富集的城市派出大量人员进行招商引资,人才竞争已出现严重内卷。

——高端科技产业和关键核心技术引进难。国内部分高端产业和关键技术被“卡脖子”,尖端科技短板凸显。高端科技产业和关键核心技术引进难,已成为国内城市招商引资普遍痛点。

——优质项目与规模化投资引进难。城市引不到顶尖人

才,也就引不来高端技术,也就意味着引进了不优质项目。如果项目不具备强大竞争力,就难以吸引产业资金。如此反复就会陷入恶性循环,城市经济也将难以获得高速增长和可持续发展。

“我国每年出国留学人员规模庞大,不乏人才。据相关机构统计数据,截至2020年,全球有超过500名海外院士,产生了海量的前沿科技成果。”针对上述难点,田杰建议招商引资智进一步拓展国际视野。

“为加快培育新质生产力、实现城市高质量发展,解决引才引智中的各种难点,助推海外人才的科技成果在国内实现产业化,我们成立了北京侨梦苑科技成果转化中心,专门协助地方政府招商引资。”田杰说。

刘平均强调,旅游将成为我国经济高质量发展的未来主导产业。同时,刘平均为旅游城市品牌建设提出三点建议:一是成立旅游城市品牌集群,选择60个成员(其他可以做观察员),主导发布中国旅游城市品牌榜,树立中国旅游城市品牌的正能量;二是在全国再选20个旅游城市做异地旅居的品牌建设基地;三是规划建设旅游目的地,在5个领域建立国际品牌中心,规划自然生态旅游城市、历史文化旅游城市、休闲度假旅游城市、草原文化旅游城市、现代景观旅游城市。(中国城市报记者朱丽娜整理)

刘平均强调,旅游将成为我国经济高质量发展的未来主导产业。同时,刘平均为旅游城市品牌建设提出三点建议:一是成立旅游城市品牌集群,选择60个成员(其他可以做观察员),主导发布中国旅游城市品牌榜,树立中国旅游城市品牌的正能量;二是在全国再选20个旅游城市做异地旅居的品牌建设基地;三是规划建设旅游目的地,在5个领域建立国际品牌中心,规划自然生态旅游城市、历史文化旅游城市、休闲度假旅游城市、草原文化旅游城市、现代景观旅游城市。(中国城市报记者朱丽娜整理)

刘平均:我国品牌评价的国家标准体系基本建立

5月18日,中国品牌建设促进会理事长、国际标准化组织品牌评价技术委员会顾问组主席刘平均在2024城市品牌论坛表示,目前,中国已经颁布41项品牌评价的国家标准,27项团体标准,品牌评价的国家标准体系基本建立。

2024年是习近平总书记“三个转变”重要论述提出十周年。在品牌建设精神指引下,中国在国际国内两个方面的品牌评价均取得重要成果。

提及中国为国际品牌评价作出的重大贡献,刘平均从多个方面进行了介绍。一是联合美国、德国创新品牌价值发展理

论。中国率先提出质量和服务两个评价指标,德国补充了技术创新理论,美国补充了无形资产理论,加上原有的有形资产理论,从而形成了当代品牌价值发展的五要素理论。

二是在此基础上,中国联合美国标准化机构推动成立了国际标准化组织品牌评价技术委员会,并担任永久秘书国。

三是中国和奥地利双组长研究制定了品牌评价的国际标准,历时5年,于2019年正式颁布实施。去年发布的地理标志品牌评价的国际标准,也是中国担任项目组长。今年将发布旅游目的地品牌评价的国际标

准,由世界旅游组织和中国担任双组长,今年有望发布。

四是2016年,中国、英国、美国签署战略合作协议,推动成立国际品牌科学院。历时6年,国际品牌科学院于2022年正式批准注册为社会公益机构,国际品牌科学院的宗旨是为世界不同体制的国家建立科学公正的品牌评价标准体系和发布体系。

“去年,在宁夏国际葡萄酒品牌中心发布了世界葡萄酒品牌百强榜和产区30强,中国有19个品牌进入世界葡萄酒品牌100强;在四川泸州国际蒸馏酒品牌中心发布了世界蒸馏酒品

牌100强,中国人选27个品牌,中国白酒在世界蒸馏酒当中有绝对优势。”刘平均认为,这两个品牌榜客观公正,得到国际国内的充分认可。中国在为国际品牌评价作出贡献的同时,也为中国品牌走向世界构建了良好的路径。

旅游为城市发展注入了新动力。据文化和旅游部数据中心测算,2024年“五一”假期,国内旅游出游合计2.95亿人次,同比增长7.6%,按可比口径较2019年同期增长28.2%;国内游客出游总花费1668.9亿元,同比增长12.7%,按可比口径较2019年同期增长13.5%。

制造“吃进”更多的是数据、算法和算力。

三是加快产业融通和智慧场景的创新。推进工业互联网的产智融合、智慧城市建设的城智融合,以及人力资源服务业线上线下人智融合,新制造正与新营销形成新产业链条。智慧场景正在用智能与算力不断延伸和突破人类脑力体力的极限,破解着城市品牌发展曾经难以解决的问题,特别是人才开发嵌入智能化的场景,正在使产智融合延伸到人智融合的创新维度。

四是加快数字经济的人才创新。“两才”(高技术人才、高技能人才)并重,“两归”(海归、城归)并用是数字化转型中加快人力资源纵向提升、激活蛰伏的人力资源潜力的战略导向。中国劳动学会课题研究显示,我国将进入高水平工程技术人员引领的“人才时代”、高技能人才引领的“技工时代”,将从“人口红利”向“技能红利”转变,从人力资源向人力资本跃升。因此必须让数字人才集中地率先打造“数智人才高地”。

五是加快数据要素聚集的环境创新。数智融合过程中,产业聚集才有项目,待遇聚才需有收入,感情聚才需有环境,让人才流、物质流、资金流、技术流、数据流源源不断地流入“品牌强市”、流入数字经济“洼地”、流入数智人才高地,使每个进入人力资源数智赋能“云”时代的人才就如同进入“磁场”一样,能沉浸式、故事性、生成式地在自己的岗位上不断“刷新自己”,释放潜能。(中国城市报记者叶中华整理)

杨志明:数智赋能城市品牌高质量发展

新时代呼唤创新性城市品牌发展。“数智赋能城市品牌发展需要着力推进五个创新。”5月18日,国务院参事室特约研究员、中国劳动学会会长杨志明在2024城市品牌论坛上接受中国城市报记者采访时表示,创新城市品牌发展理念是新时代城市发展的关键。

杨志明认为,品牌是可溢价的无形资产,数实融合正使城市品牌在创新的赛道上增值,数据这个新的生产要素嵌入城市品

牌发展将产生超乎想象的效果。数字经济成为科技革命和产业变革的先导力量,深刻改变着人力资源的配置方式,一批融合智能制造、智慧能源、新型建筑、旅居康养等现代服务新业态的品牌企业正在形成数智赋能城市品牌的支柱力量,助推“资源城市”“产业城市”向“数字城市”“智慧城市”跃升。每一个进入数智赋能城市品牌发展的人都受到创新的熏陶和数字的感染。人才与产业同向发力、同频共

振,才能为互联网技术与人力资源融合的新一代数智城市品牌注入新动能。

“思路有了创新点,改革就有突破点,开辟城市品牌新赛道就有切入点。”杨志明指出,一是加快激发数字经济活力的机制创新。实践证明,数字经济等新新业态中的数据是“金矿”,挖掘才更有价值,运用好“数”度,才能点亮高质量发展新引擎,最大限度地释放劳动技术、管理资本等数据要素

的能量,才能让数字经济创造财富的源泉在充满活力的体制机制中迸发。

二是加快数智赋能的技术创新。在广泛使用人工智能技术的时代,必须努力打造透明化生产、数字化工厂、智能化矿山,加快智能制造迭代升级,才能在培育发展新质生产力的过程中,由“头部企业”引领一大批中小企业快速提升到智能制造时代。工业时代主要消耗的是电力、材料和人工,而智能

制造“吃进”更多的是数据、算法和算力。

三是加快产业融通和智慧场景的创新。推进工业互联网的产智融合、智慧城市建设的城智融合,以及人力资源服务业线上线下人智融合,新制造正与新营销形成新产业链条。智慧场景正在用智能与算力不断延伸和突破人类脑力体力的极限,破解着城市品牌发展曾经难以解决的问题,特别是人才开发嵌入智能化的场景,正在使产智融合延伸到人智融合的创新维度。

四是加快数字经济的人才创新。“两才”(高技术人才、高技能人才)并重,“两归”(海归、城归)并用是数字化转型中加快人力资源纵向提升、激活蛰伏的人力资源潜力的战略导向。中国劳动学会课题研究显示,我国将进入高水平工程技术人员引领的“人才时代”、高技能人才引领的“技工时代”,将从“人口红利”向“技能红利”转变,从人力资源向人力资本跃升。因此必须让数字人才集中地率先打造“数智人才高地”。

五是加快数据要素聚集的环境创新。数智融合过程中,产业聚集才有项目,待遇聚才需有收入,感情聚才需有环境,让人才流、物质流、资金流、技术流、数据流源源不断地流入“品牌强市”、流入数字经济“洼地”、流入数智人才高地,使每个进入人力资源数智赋能“云”时代的人才就如同进入“磁场”一样,能沉浸式、故事性、生成式地在自己的岗位上不断“刷新自己”,释放潜能。(中国城市报记者叶中华整理)

制造“吃进”更多的是数据、算法和算力。

三是加快产业融通和智慧场景的创新。推进工业互联网的产智融合、智慧城市建设的城智融合,以及人力资源服务业线上线下人智融合,新制造正与新营销形成新产业链条。智慧场景正在用智能与算力不断延伸和突破人类脑力体力的极限,破解着城市品牌发展曾经难以解决的问题,特别是人才开发嵌入智能化的场景,正在使产智融合延伸到人智融合的创新维度。

四是加快数字经济的人才创新。“两才”(高技术人才、高技能人才)并重,“两归”(海归、城归)并用是数字化转型中加快人力资源纵向提升、激活蛰伏的人力资源潜力的战略导向。中国劳动学会课题研究显示,我国将进入高水平工程技术人员引领的“人才时代”、高技能人才引领的“技工时代”,将从“人口红利”向“技能红利”转变,从人力资源向人力资本跃升。因此必须让数字人才集中地率先打造“数智人才高地”。

五是加快数据要素聚集的环境创新。数智融合过程中,产业聚集才有项目,待遇聚才需有收入,感情聚才需有环境,让人才流、物质流、资金流、技术流、数据流源源不断地流入“品牌强市”、流入数字经济“洼地”、流入数智人才高地,使每个进入人力资源数智赋能“云”时代的人才就如同进入“磁场”一样,能沉浸式、故事性、生成式地在自己的岗位上不断“刷新自己”,释放潜能。(中国城市报记者叶中华整理)

制造“吃进”更多的是数据、算法和算力。