

聚焦“十五五”品牌引领 凝聚高质量发展共识 2026中国品牌论坛在河北雄安新区举行

■中国城市报记者 张永超

夏日蓬勃,万物并秀。承载着“千年大计、国家大事”的“未来之城”河北雄安新区,再次汇聚起中国品牌建设的磅礴力量。

6月17日,2026中国品牌论坛在雄安新区举行。中央和国家机关有关部委负责同志、地方政府主管部门代表、企业负责人和专家学者等齐聚一堂,共话品牌强国建设大计,共谋高质量发展新篇章。

中国品牌论坛由人民日报社主办,已连续举办12届。本届论坛的主题为“‘十五五’品牌引领 向新而行”,设主论坛和“金融高质量发展报告会”“推动教育高质量发展主题研讨会”2个平行分论坛,并组织“雄安新区‘十五五’开局高质量发展”主题采访活动。

一场思想碰撞 凝聚起品牌建设广泛共识

在“十五五”开局之年,如何以品牌引领汇聚新质生产力、推进中国式现代化,成为论坛热议的焦点。从主旨发言到深度对话,从宏观战略到微观实践,思想的火花在交流中碰撞,发展的共识在研讨中凝聚。

这是一张令人振奋的成绩单:2025年,50个中国品牌入选世界品牌500强,稳居全球第三;中国国家创新指数综合排名升至世界第九,是10余年来进步最快的国家。数字的背后,是中国品牌从“跟跑”到“并跑”再到“领跑”的铿锵步伐。

这是一幅让人期待的蓝图:面向“十五五”时期,品牌建设迎来政策赋能、消费升级、产业转型的重大机遇,也面临全球竞争加剧、品质标准升级、绿色低碳转型带来的更高要求。与会嘉宾普遍认为,强化品牌引领,必须坚持创新驱动,激发企业创造活力;必须立足高质量发展,聚焦实体经济;必须主动适应社会需求,不断满足人民群众对美好生活的向往。

论坛上,《中国品牌发展实践与成果研究报告(2026)》发布,“人民日报社品牌强国计划——区域品牌赋能行动”同步启动。从理论研究到实践探索,从国家战略到区域行动,中国品牌建设正形成“国家战略牵引、产业政策支撑、企业主体响应、社会广泛参与”的协同格局。

一座“未来之城” 见证着品牌与城市共生共荣

雄安,一座满载希望与梦



2026中国品牌论坛开幕式现场。人民日报记者 张武军摄

想的城市,起笔于千年大计,连接着壮阔未来。

从一片地、一张图到一座城,如今,雄安新区总开发面积覆盖217平方千米,总建筑面积超过5910万平方米,5393栋楼宇拔地而起,新建道路834千米,地下管廊167千米,一座现代化城市正阔步向我们走来。

“雄安正在成为高等教育和人才密集区、高端医疗密集区、央企机构和创新业务板块集聚区。”雄安新区管委会负责人介绍,未来将有16所高校、9所医院、10家央企总部在此落户。这座“未来之城”,正以其独特的魅力吸引着越来越多的品牌落地生根。

论坛期间,“雄安新区‘十五五’开局高质量发展”主题采访活动同步进行。中国城市报记者看到,首批疏解央企已经深度融入这片热土。中国华能近1500名员工正式迁驻雄安;中国中化以新总部、新坐标开启发展新篇章;中国矿产自成立之初就扎根于此……央企品牌与城市发展同频共振,成为雄安这座创新之城最亮丽的风景线。

“在雄安谈创新,这是中央赋予我们的重大课题。”雄安新区科学园管委会相关负责人说,“在一张白纸上做创新,既是挑战,也是优势。”如今,雄安新区空天信息和卫星互联网、人工智能、新材料三条主导产业链加速成形、初显规模,空天信息、人工智能、数字科技等新兴产业蓬勃兴起。一座创新驱动、引领未来的现代化新城,正以昂扬的姿态,奋力打造先进产业的集聚地。

品牌兴则城市兴,城市强则品牌强。雄安与品牌的这场双向奔赴,正在书写着中国式现代化城市建设的生动样本。

一条创新之路 诠释着中国品牌时代担当

论坛上,一个个鲜活的品牌故事令人印象深刻。

这是一束“看不见的光”——中核集团将核技术化作精准医疗重器,每年服务患者超6000万人次;在全国近30座医药中心,每日深夜两点开启全线生产,清晨七点准时送达医院。四季轮转,日夜不休,只为守护生命健康防线。

这是一片“金色的麦浪”——先正达集团培育的“扬麦25”种子,即便晚播三周仍能保证产量稳定,成为长江中下游麦区晚播稳产的“压舱石”。科技的力量,让“作物产量更高,环境影响更小”,为端牢中国饭碗提供坚实支撑。

这是一台“聪明的汽车”——阿维塔汽车依托长安、华为、宁德时代三方优势,以原创设计和科技实力赢得30万用户认可,已销往海外40个国家和地区。从电影银幕到现实生活,中国高端汽车品牌正自信地驶向世界舞台。

……

从“中国制造”到“中国创造”,从“中国产品”到“中国品牌”,这条转型升级之路,凝聚着中国企业的不懈探索。

创新,是品牌生生不息的不竭动力;担当,是品牌行稳致远的精神底色。这种情怀,正成为越来越多中国品牌的共同追求。

一片广阔天地 昭示着品牌强国光明前景

站在“十五五”新起点上,中国品牌正面临着前所未有的历史机遇。

从智能经济到绿色转型,从消费升级到文化出海,品牌建设的边界在不断拓展。论坛上,人民日报社相关负责人分享了

感知知的品牌故事。

从国内市场到国际舞台,中国品牌正在自信地走向世界。伊利在全球15个创新中心搭建协同网络,以世界品质赢得全球市场;美的推行OBM自有品牌优先战略,从产品出海迈向品牌出海,目标3年内实现海内外收入各占五成;中国东方演艺集团加快推进海外布局,艺术足迹遍及18个国家和地区、28个重要城市,积极推动《只此青绿》《诗忆东坡》等精品剧目赴海外巡演……

“品牌建设承载发展底蕴、标注时代征程,既镌刻着产业成长的坚实足迹,也见证着国家发展的奋进步伐。”论坛闭幕时嘉宾的总结,道出了与会者的共同心声。

大河奔涌,长风浩荡。在雄安这片承载希望的热土上,在“十五五”的崭新征程中,中国品牌正以更加自信的姿态、更加坚实的步伐,向着更高质量、更强竞争力、更大影响力的目标阔步前行。

从一块地到一座城,从一个产品到一个品牌,从中国走向世界——这是品牌成长的故事,更是中国式现代化的生动注脚。以久久为功的韧劲、务实笃行的担当,中国品牌必将书写更加壮丽的时代华章。



雄安图书馆内随时待命的智能机器人等“黑科技馆员”,让借阅服务更加智能化。 人民网记者 任峰涛摄



在雄安新区政务服务中心,工作人员为群众办理业务。 人民网记者 任峰涛摄