

中国品牌日

以品牌驱动高质量发展

中国品牌快速崛起、走向世界的背后,是创新驱动的持久发力和文化内涵的持续注入,是中国经济强劲的发展韧性和内生动力

□ 本报记者 赵慧芝
□ 王艺瑾

自2017年国务院正式批复国家发展改革委《关于设立“中国品牌日”的请示》,国家品牌战略深入实施,“中国品牌日”在今年迎来五周年。中国品牌快速崛起、走向世界的背后,是创新驱动的持久发力和文化内涵的持续注入,是中国经济强劲的发展韧性和内生动力。

李克强总理对2021年中国品牌日活动作出重要批示,强调品牌建设、提升我国品牌影响力和竞争力是优化供给、扩大需求、推动高质量发展的重要举措,要努力提高产品和服务的质量与综合竞争力,使更多中国品牌成为国内外市场值得信赖的选择。

牢固树立品牌意识 引导品牌新消费

当前,20%的知名品牌拥有80%的市场份额,全球已进入品牌经济时代。国家发改委主任何立峰在2021年中国品牌日活动上指出,充分挖掘消费市场潜力将是中国远景目标的重要途径。

扩大内需和改善生活品质已被列入“十四五”时期的重点工作,充分挖掘消费市场潜力将是中国远景目标的重要一环。碧莲盛植发董事长尤丽娜认为,成功的品牌才能够为这个世界带来真正优质的服务,品牌消费是市场消费升级,国家经济高质量发展的必然结果;以植发行业为例,过度商业化导致了诸多安全问题,而品牌是市场和消费者对企业商业信誉、质量保证、文化价值、市场占有率等的认可,高价值的品牌是一个行业或者品类的标杆,能使消费者的权益得到最大保障,从而形成信任度和追随度。

据介绍,作为我国植发机构的先行者,碧莲盛植发如今已在全国32个城市开设了34家直营连锁分院,形成了以省会为中心辐射全国的植发医疗体系,企业以“托举的莲花”这一LOGO,彰显“崇尚美好、赋予美好、带来美好”的初心愿景,以坚持技术自主创新、医护资质权威有保障、咨询服务到位等的持续落地,以及大力推动行业服务标准的建立,让品牌具有引导新消费的价值。

在塑造企业个性鲜明、信誉良好的形象和品牌上,尤丽娜

有自己的独到见解。在她看来,品牌建设是一个长期规划和坚持落地的过程。企业通过品牌建设,不再单纯地销售产品本身,而是销售品牌差异化的精神,比如碧莲盛使消费者的认知转移到对美的“价值”的追求上,并通过有效的传播渠道、符合品牌内容的形象设计、合适的用户体验方式等塑造品牌的特性。

在技术创新方面,用NHT植发技术有效地解决并满足了市场需求。相对于传统植发业来讲,NHT不剃植发技术精准地满足了人们对美的追求,同时也引领了行业发展,带动了企业利用品牌实现高质量发展。

中国品牌建设促进会理事长刘平均指出,构建国内大循环发展格局,需要加强品牌正能量的宣传和引导,既要通过3.15对假冒伪劣产品曝光,保护消费者权益,更要通过5·10宣传优秀品牌,让中国的好品牌引导市场消费,拓展国内外市场。

加强自主创新 提升品牌市场竞争力

质量之魂,存于匠心,品牌之胜,在于创新。国务院发展研究中心发展战略和区域经济研究部部长侯永志表示,品牌建设是离不开厂房和服务设施的建设,也离不开商业模式的创新,更重要的是要依靠生产技术和生产工艺的提升。“总的来说,科技创新是品牌建设的一个根本的基点,只有我们有了科技创新,我们产品的档次才能上去,这样的话我们的品牌建设才能有可靠的依托。”

作为门锁行业的领导品牌,王力安防科技股份有限公司董事长王跃斌认为,成功的民族品牌背后是企业的自主创新能力,公司每年投入几千万元进行智能领域的技术突破和产品研发,如集四大黑科技于一体的随心智能门。此外,王力投入13亿元打造数字化智能工厂,将为产品制造带来品质提升、缩短生产周期、降低生产成本三大核心价值。同时,还斥资上亿元创新性地实现一产品一档案的量化可追溯管理,把“要他做”变为“他要做”,使行业内首次实现“无为而治”的管理模式。

据了解,王力安防的品牌价值2020年达到281.57亿元,连续9年蝉联行业第一。今年2月24日,王力安防正式在上交所主板鸣锣上市。王跃斌表示,正是因为坚持“一次选择,一生守护”的品牌理念,以持续提供差异化产品和服务为本,



王力品牌在和谐号动车组列车冠名

(徐勇攀 供图)

公司创立20多年来才能在知名度、美誉度和影响力上不断提升,使产品远销“一带一路”沿线65个国家及地区,深受消费者青睐。王跃斌坚信,发展培育民族品牌,有利于增强我国在全球经济体系中的话语权,最大限度扩大内需,助力国民经济在“后疫情”时代持续高质量发展。

十二届全国政协经济委员会副主任石军同样指出,应该站在构建新发展格局、推动经济高质量发展的高度,来组织和推动我国的品牌发展。推动企业转型升级的重中之重是发展品牌,只有企业的品牌立得住、叫得响、销得好,企业的生产经营才能取得好业绩,进而才会促进企业的整体循环。

以文化为本强体验 推动中国品牌“走出去”

北大教授王齐国认为,随着新一代消费群体的崛起,品牌面对的营销环境正在发生巨大变革。这让品牌不得不转变传统的营销思路,来迎合年轻人的消费需求。年轻消费群体追求新潮、个性,不满足于千篇一律的消费模式,希望在互动、参与中获得更丰富的快乐和满足,也就是“品牌体验”。

好的品牌体验,首先需要从高水平顶层设计发力,实现制度保障;其次供给侧结构性问题要持续改革,同时完善需求侧改革;再次坚持价值追求,把实现价值最大化与追求效益结合起来,把品质做到更好。

广东观音山国家森林公园董事长黄淦波表示,作为我国首个民营国家森林公园,以成为世界文化名山为愿景,以“生态建园、文化立山”为经营理

念,每年举办近50场文化活动,以“姻缘文化”“康体文化”“公益文化”“孝道文化”“传统文化”等赋予公园品牌特殊价值和内涵,目的就是在消费者心中形成具有文化互动体验的品牌特征。

据了解,公园连续举办七届“观音山杯·美丽中国”的海内外征文活动,成功举办两届“中外作家交流营”走进观音山采风活动,以及举办“观音山上观山”全球征集下联的高额奖励活动,皆受到国内外的广泛关注。黄淦波认为,国内品牌要有打造国际品牌的远大目标和战略布局,要有改革的智慧和勇气。一方面公园落实好习总书记“两山论”重要发展理念,向国际化森林文化旅游景区学习,加强游客互动和体验感;另一方面不断深挖文化,将中国优秀文化和现代文明有机结合,让更多国外游客体验到中国传统文化的深远内涵和乐趣,提升品牌黏性和影响力。

据悉,观音山国家公园位于改革开放的先行地——广东,对于国家全面深化改革、全面扩大开放和大湾区建设肩负着更重的使命,黄淦波正在以勇于创新、敢为人先的行事作风进行着大胆探索。正如北京大学教授、中国品牌研究院院长王齐国指出的,在新时代新格局下,中国的企业要看到这个巨大机遇,我国不断地推进供给侧改革,同时也在改革需求侧,这样的格局和时代背景,给我国企业家提供了巨大的施展空间。短短二三十年的时间,中国企业家群体就诞生了,他们吃苦耐劳,勇于担当,把创业、为社会作贡献作为自

己的第一使命,中国企业家精神要继续发扬。

党的十九大报告指出,满足人民过上美好生活的新时代,必须提供丰富的精神食粮。进入发展阶段,随着社会文化的不断发展,人们对音乐文化重视程度越来越高。“作为一家成立20多年,专注于手工制作小提琴的乐器企业,始终追求产品质量第一。”北京惠林美艺乐器有限公司总经理肖惠平说,“工作20年的员工在企业占比达到了90%以上,以工匠精神做好每一把小提琴就是对“Medici HL(梅迪琪)”品牌最好的诠释,我们主打的是手工制琴技艺,而且全部是演奏级。目前,拥有不同阶段全规格尺寸的小提琴,并与北京的中央音乐学院及全国各大音乐院校和培训机构建立长期采购联系,欧美等国家的音乐家客户也在不断增加。”在国家构建国内循环为主体国内国际双循环相促进的新格局背景下,未来“惠林美艺”品牌将秉承实事求是、精雕细琢、创新作为的严谨态度,以品牌驱动企业的高质量发展。

当下推动品牌发展成为构建双循环新发展格局和推动经济高质量发展的重中之重,遵循习近平总书记提出“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”,政府、行业专家学者、企业家和消费者应合力共谋中国品牌的发展之路,以品质产品服务、多维度自主创新和文化深挖以及有力的宣传引导,不仅要满足人民日益增长的美好生活的需要,还要代表大国形象走向世界,向世界舞台展现中国品牌的实力与自信。

也低,即使卖价实惠,利润还是有保证。”

河南省政协委员、牵头制订多项艾草技术标准的陈增喜看得更长远。在他看来,2016年政府就把中医药发展定为国家战略,作为医圣张仲景故里的南阳,站在两千年中医药文化的基础上推动艾草产业的现代化,要有“星辰大海”的追求。

据了解,截至目前,南阳全市已建成22个规范化中药材种植基地,艾草产业市场份额占全国70%以上,“世界艾乡”的品牌正在叫响。“现在很多艾草制品还没有国标,可以先探索制定拼多多等电商平台的艾草制品的团体标准。”陈增喜认为,这将推动南阳艾草行业的后续发展。

智库观察

打开WIPO知识财富金矿的五套金钥匙

□ 刘 华

在平台经济里面有很多的中小企业,根据这种平台经济的演变也有很多问题,比如垄断的问题。对于中小企业成长以后,很重要的就是知识产权。

WIPO是一座知识财富的金矿,通往这座金矿有五套金钥匙。运用好这五套金钥匙,将为企业的商业化、市场化运作插上翅膀。

第一套金钥匙是政策平台。WIPO的193个成员国在WIPO大会以及相关的常设委员会就知识产权领域的最新发展、条约管理和重大决策以及重大问题的协调展开磋商和讨论,并作出决策。这个平台是一个软实力的平台,谁掌握了规则,谁就掌握了未来发展趋势和制高点。

第二套金钥匙是注册体系。无论是大企业、小企业还是个人,无论是走出国门还是进入中国市场,都需要创新,也都需要保护知识产权。那怎样获得保护呢? WIPO的专利合作条约体系、马德里体系、海牙体系、里斯本体系提供一站式服务,只需要提交一份申请,使用一种语言,使用一种货币,就可以同时在多个国家申请保护,便宜、快捷,专业又安全。此外,WIPO PROOF“时光戳指纹”是WIPO专门为数字化世界而设计的最新数字业务服务,在数字文件从概念到商业化的每一个发展阶段对其进行保护。针对企业解决知识产权争议的需要,WIPO的替代性争议解决机制提供调解、仲裁、快速仲裁和专家裁决服务,以其专业性、国际中立性和非营利性,帮助企业经济高效地解

决跨境知识产权争议。

第三套金钥匙是数据库。WIPO管理着浩如烟海的数据,PATENTSCOPE数据库汇集了超过9200万项技术文献,全球品牌数据库拥有约4507万商标信息,全球工业品外观设计数据库包含约1321万项。这些数据信息可以帮助使用者了解是否有在先权利的存在,权利人信息,是否有机会通过权利人的许可获得所需要的技术或者信息,是否有可以利用的失效专利信息,竞争对手的动向,领域内最前沿的发展方向。此外,WIPO还免费提供世界各地的知识产权法律信息,包括知识产权相关条约、法律法规和裁判文书。

第四套金钥匙是合作平台体系。既包括专利和技术领域的技术与创新支持中心(TISC)、可持续技术交易市场(WIPO GREEN)、WIPO Re:Search,WIPO Match、药品专利信息倡议(Pat- INFORMED)、专业化专利信息查询倡议(AS-PI)、获得研究成果促进发展创新倡议(ADRI),也包括版权领域的无障碍图书联合会(ABC)、WIPO ALERT等。

第五套金钥匙是能力建设,以WIPO学院为核心,在全球提供IP领域的学习服务,包括高校联合硕士研究生课程、政府官员培训课程、为全社会打造的网络学习课程、为年轻学子提供的暑期课程。

总之,无论企业还是企业家,发明者还是创造者,世界知识产权组织五套金钥匙,总有一套为你量身打造。

(作者系世界知识产权组织中国办事处代表)

资讯

警企联动共同防范打击网络诈骗

本报讯 近日,互联网及金融反诈联盟季度会议在京召开。本次会议由公安部打击治理电信网络新型违法犯罪查控中心指导,互联网及金融反诈联盟理事长单位黑曜科技组织筹办。会议旨在总结反诈联盟发展动态,规划联盟发展,针对反诈难点探讨交流。深圳萨摩耶数字科技有限公司作为反诈联盟成员受邀参会,共探企业反诈实践及相关成果,助力公安部门共同打击网络电信诈骗。

互联网及金融反诈联盟秘书长指出,联盟成员要共同探讨运用新技术应对电信网络诈骗新形势,将反诈阵地不断扩大和前置,努力推动警企携手,联合作战的联防联控大格局,践行联盟成员的企业主体责任和社会责任。

会上,联盟成员围绕“仿冒

App打击防治”为主题,开展专项研讨会。针对典型案例,交流了彼此经验和应对策略,利用数据模型和学习,提升反诈效果。与会的科技企业及金融机构相关负责人介绍了在反诈、AI和人工劝阻方面的具体实践经验。

萨摩耶数科作为联盟成员代表,积极贡献自身在防范打击电信网络诈骗方面的智慧和经验,以AI技术提升反欺诈能力。并通过在官方平台发布公告提醒用户谨防被骗,将诈骗案例制作成漫画、视频等形式在网络上进行传播,以及发现诈骗链接第一时间进行处理。此外,萨摩耶数科还推出“好耶防骗情报局”小程序宣传防骗知识,提升用户参与度,让用户更深入了解防骗知识。

(朝 创)

合肥庐阳区杏林街道开展“永远跟党走 奋进新征程”主题教育活动

本报讯 近日,合肥市庐阳区杏林街道党工委联合街道总工会、团工委和妇联,组织50余名党员、团员及群众开展“永远跟党走 奋进新征程”主题教育活动。通过参观渡江战役纪念馆、为老党员送党史书籍、送“红色收音机”等方式,缅怀革命先烈,传承红色基因,发扬革命优良传统。

此次教育活动打破了以往的会议授课模式,走出课堂,实地重温革命历史,使大家深刻认识到现在的美好幸福生活是由

无数革命先烈用生命换来的,从中汲取发展力量,发挥自己的人生价值,为祖国的发展添砖加瓦。

杏林街道相关负责人表示:“接下来将组织党员干部定期上门为老党员们更新音频资料,让老党员听见初心“好声音”,真正将党史教育成果转化为不尽的工作动力,真正做到全心全意为人民服务,以优异成绩向建党百年献礼!”

(吴 波 武鹏飞)

“工厂直供”金艾草 跑出新电商速度

南阳艾制品走红彰显中医药市场广阔前景

□ 朝 创

小小的艾草身上不仅写满了产业扶贫的经验,而且散发着中医文化的独特魅力。近日,人民网以“南阳艾制品跑出新电商速度”为题,对河南南阳的艾草产业进行了报道。

“以前只能做成饲料给猪吃的艾杆,现在都能做成泡脚药包,成为百姓喜爱的日用品。伴随着在电商平台热卖,艾杆价格连续上涨好几倍,带动农民增收不少!”南阳药益宝艾草制品有限公司生产负责人栾迪说,他这

个地道的“艾乡人”所在的公司2020年在拼多多开店,日均单量很快达到近千单。

据悉,南阳地区的艾制品商家正在飞速聚集新电商。“2020年全年翻倍增长,来自南阳地区的人驻店铺就达到近3500家”,拼多多相关行业店小二介绍,自2019年以来,艾草制品的销量呈爆发增长,其中来自南阳地区的订单数同比增长150%,销售金额同比增加了130%。目前,南阳地区艾草制品销售已占拼多多全平台同类产品的70.5%。

同样,闻着艾草药香长大的

的宋秋燕,一家子专注研发艾草贴剂已有很多年,32岁的她正成为家里和工厂的主心骨。“我们做一款产品,尤其是保健用的,只有用心做,消费者才会不断回购。”说起自家工厂生产的艾草贴剂,她底气十足。

宋秋燕家的艾草贴剂工厂位于南阳卧龙区城郊,2006年投放使用,占地约1万平方米。工厂目前拥有员工100余人,基本都是当地人,“让家乡人不用背井离乡也有工作干,有钱挣,还能照顾家,我也很开心。”宋秋燕坦言。