

从中国品牌日活动感受品质新生活

□ 本报记者 付朝欢

晨起穿上一双鸿星尔克跑鞋,中午在“饿了么”外卖平台下单、用格兰仕智能预制菜微波炉加热美食,午后饮一杯伊利安慕希酸奶,夜晚盖上万事利丝绸被……2023年中国品牌日活动期间,创意快闪店“美好博物馆”以十二时辰为主线搭建美好生活空间。

无处不在的中国品牌已融入人们日常生活的方方面面。透过今年的中国品牌日活动,我们不难发现:越来越多中国企业下大力气推动质量升级、品牌增效,以高质量的产品和供给满足高品质需求。品牌建设正在成为创造高品质生活的有力支撑。

跨越百年历史的同框

“做好药丸讲究‘圆光亮’,圆度要均匀,色泽要一致,别看这一颗药丸只有3克,但是有着严格的工艺要求。”在同仁堂展区,北京市劳动模范、非遗传承人郭凤华一边展示安宫牛黄丸传统手工搓丸技艺,一边讲解。

始创于1669年的同仁堂,距今已有354年。展柜里的医铃、药刀、银锅、银铲等老物件,与借助AI技术构建的“北京同仁堂中医药知识图谱”,实现了一场跨越百年历史的同框。

在今年中国品牌博览会上,先进国产医疗器械品牌与北京同仁堂、山西广誉远、杭州胡庆余堂等老字号,更是同时空亮相。

在上海展馆,国产四臂腔镜手术机器人“图迈”很受关注。这是迄今为止国内第一款由中国企业自主研发的四臂腔镜手术机器人,医生坐在控制台上,透过三维图像就可以操控机械臂在患者体内移动和进行手术。据介绍,“图迈”机器人已在全国37家医院累计完成近800例机器人辅助临床验证手术。

在山东展馆,威高集团“妙手S”手术机器人打破医疗手术空间限制,医生通过远程操作,就可以对患者进行肝胆胰手术、胃肠手术、腔镜手术等。这让手术实现医患分离,推动优质医疗资源向偏远落后地区流动,促进医疗服务的同质化、均等化。

天津桂发祥十八街麻花、宁波缸鸭狗汤圆、嘉兴五芳斋粽子、山东西湖陈醋、北京六必居酱菜……这些老字号产品,不仅在时代变迁中承载着一代又一代人的味觉记忆,还在勇立潮头中诠释着“守”与“变”的中国智慧。

在上海豫园股份展台,工作人员通过操作食品质构分析仪,现场分析各类食品的酥烂、脆度、弹性等特质,引来一众围观。据介绍,食品质构分析仪能够将主观感受量化成科学的数据,这些精准的分析研究将指导产品研发与生产环节,保障预制菜产品的口感与质量。经过豫园文化饮食科创中心的研发,上海老字号肺肚汤、松鹤楼松鼠桂鱼等老字号预制菜产品,已成为市场上的“爆品”。

在广东展馆,预制菜有了一种全新的“打开方式”——广州酒家与格兰仕

合作打造“无人零售+智能烹饪”解决方案。只要在微波炉前扫一扫外包装上的条形码,微波炉就会自动识别出菜品、分量,并智能匹配最佳烹饪时间与火力,“一键填饱肚子”。

在传承中缔造新流行

胸前印着大大的“中国李宁”标识,脚上一双回力鞋,成为当代青年人彰显时尚与个性的方式。

“面对新一代消费者,国货品牌早已不再单纯地把性价比放在首位,而是更注重产品品质、设计创新。”品牌战略专家李光斗注意到,“Z世代”消费者既看重品牌和体验,又注重品质和内涵。

今年中国品牌日活动期间,中国发展改革报社联合京东消费及产业发展研究院发布的《2023中国品牌发展趋势报告》显示,2019年至2022年,从产业端看,以国潮为设计理念的产品种类扩充了231%,生产国潮产品的品牌数量增加了223%;从消费端看,购买国潮相关商品的消费者数量增长了74%,成交金额增长了355%。

“四季江南——春生、夏长、秋收、冬藏”,这是马利画材在今年中国品牌日活动期间发布的颜料新品。除了成功打造市面上少见的固体国画颜料,马利画材中注入的文化韵味更受消费者青睐。“历经百年发展,马利不只是美术颜料的代名词,我们希望能把中国优秀的传统文化传承延续下去。”马利展台工作人员说。

马利和红双喜、凤凰、敦煌、施特劳斯,“携手”亮相中国品牌博览会专题展区,其所在的上海湾区老字号品牌专区以“国潮当道,活力来袭”为主题。其中,凤凰带来了4辆供应欧美不同市场的锂电助力自行车。“凤凰是国内锂电助力自行车的首批入局者之一,我们希

望在新赛道上强化自主创新,实现产业升级。”凤凰展台工作人员说。

今年福建展馆也有一个以“国潮”命名的板块——“国潮泉州”,展示了新锐品牌主动拥抱新科技的生动实践。福建奇鹭物联网科技带来一款儿童智能鞋,核心技术点在于增加了智能定位芯片,目前产品远销30多个国家和地区。在“福见生活”单元,安踏的冠军跑鞋堪称“明星展品”。这是安踏以国家队运动员跑步训练专项需求为核心打造的专业运动产品,也适合有规律跑步习惯的大众跑者群体,为其提供舒适、稳定、安全的跑步体验。

在今年中国品牌发展国际论坛纺织服装行业论坛上,国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲说,在中华优秀传统文化的挖掘与应用中,在同世界优秀文明的交流与互鉴中,中国时尚的感染力、渗透力不断提升,中国已经成为全球时尚的重要一极。

彰显社会责任和担当

回看刚刚圆满举办的2023年中国品牌日活动,不论是中国品牌博览会,还是中国品牌发展国际论坛,释放出的这一强烈信号:好品牌,不仅是高品质的代名词,更是智能、绿色的同义语。

品牌企业不仅要要在产品质量上下功夫,还要在品牌形象、品牌文化等方面加大投入,更要从社会价值层面来重新考虑自身定位,提升品牌的美誉度和影响力,比如提高员工福利、承担社会责任、参与社会公益等。

在今年中国品牌发展国际论坛中国企业社会责任高峰论坛上,安踏、鸿星尔克、叮当健康、华大基因等品牌企业入选“2023环境、社会及治理(ESG)年度案例”。很多人都还记得2021年7月21日,鸿星尔克因向河南灾区捐款

5000万元登上热搜。在ESG方面,鸿星尔克落地应用节能减排技术,助力双碳目标的实现。

以绿色为内核的品牌气质的提升,背后是新发展理念的深入人心——

在上海展馆,晨光文具展示首款碳中和文具。这一系列产品从原材料获取、生产加工、运输分销到使用、废弃处置阶段,达成全生命周期碳中和。同时,每支碳中和系列中性笔笔身采用回收餐盒再造的再生塑料,可减少约2.3克塑料产生的碳排放。

在央企展区,通用技术展区带来的“蔚蓝时代超级冰膜”,可实现24小时无能耗降温,应用于车辆、建筑、仓储后,能够有效将内部温度降至环境温度以下,持续提升司乘人员、办公空间、贮藏空间的使用舒适度,为城市提供全天候降温节能新方案。

在今年新增的乡村振兴展区,参展企业也都是在推进乡村振兴方面进一步彰显社会责任和担当,以高质量供给更好满足人民美好生活需要。

品牌,是时代的产物,也应体现对时代的关照。我国的人均GDP已经连续两年保持在1.2万美元以上,消费进入快速升级阶段,绿色消费理念逐渐深入人心。

消费端的变化正在倒逼生产端转型。有观察人士指出,以“Z世代”为代表的消费主力人群,正在更理性看待品牌价值,他们更愿意为主动回馈社会的品牌买单。

国家发展改革委产业司副司长龚楫楨表示,企业品牌建设与社会建设相互统一,相辅相成。一方面,强劲的品牌实力是企业践行社会责任的重要基础;另一方面,企业积极履行社会责任,能够塑造良好的品牌声誉,有效提升品牌价值,进而实现更高质量的发展。



5月10~14日,2023年中国品牌博览会在上海举办。图为参观者在“创新100+”精品展区驻足观看红旗LS7汽车。

本报记者 苗露 摄

品牌建设要注重发挥品质的内在力量

——访上海社会科学院研究员、原副院长何建华

□ 本报记者 王健生 安宁

品牌是重要的无形资产,是体现国家核心竞争力的有力名片。自2017年开始,每年的5月10日为“中国品牌日”,旨在推动中国品牌建设,逐步打造一批强大的自主品牌。

“‘中国品牌日’的设立,体现了党和国家对品牌建设的高度重视,展现了我国实施品牌战略的坚定决心。”上海社会科学院研究员、原副院长何建华在接受记者采访时对中国品牌建设之路进行了回顾。他说,在早期,我国许多企业习惯了贴牌生产、来料加工的模式,缺乏打造品牌的意识。“中国品牌日”设立以来,全社会品牌意识普遍得到增强。现在,有越来越多企业认识到,品牌可以提高产品附加值,从而获得更

高回报;甚至这种对品牌价值的认可已经超越了经济范畴,上升到文化层面的自觉构造。

从“不知品牌”到“认识品牌”,再到“自觉构造”,我国品牌建设在思想观念上实现了一系列突破。

何建华表示,今年是“中国品牌日”第4次在上海举办博览会,这扇“窗口”一方面集中展示我国企业品牌创建成果和城市经济、文化建设成效;另一方面也影响着上海的城市品牌战略部署,让这座城市更显品质。2018年初,上海市委、市政府明确提出打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌的重大战略部署,引导全市对打响“四大品牌”形成共识。

“对上海发展来说,‘四大品牌’战略部署切中命门、点准要害、抓住根本、

激发动能。”何建华说,上海制造业老品牌很多,对于上海企业家来说,就当站位高、目光远、心气大,着力于打造能代表上海这个城市形象的全球品牌。

对于如何培育品牌,何建华给出了3个关键词:品质、品牌、品位。“我认为,有美感、品质过硬、充满格调的产品才能带给心理上的满足与愉悦。”

何建华谈道,品牌的培育需要基于大量的市场调研,根据消费需求的变化,不断升级、优化产品,构建相对稳定的品质,从而形成品牌效应。“如果不注重品质,仅仅依赖外在的包装吸引用户,意味着品牌风险度极高,一有市场风波也许就会瞬间遭遇重创。”他认为,品质是内在力量。维护品质,需要“匠心”和“恒心”,不能急于求成,必须长期积累。

2023年2月,中共中央、国务院印

发的《质量强国建设纲要》提出,必须把推动发展的立足点转到高质量和效益上来,培育以技术、标准、品牌、质量、服务等为核心的经济发展新优势,坚定不移推进质量强国建设。鼓励企业实施质量品牌战略,建立品牌培育管理体系,深化品牌设计、市场推广、品牌维护等能力建设,打造中国精品和百年老店,争创国内国际知名品牌。

何建华坦言,目前我国品牌在世界上多以规模大闻名,具有鲜明标识度的比较少。对此,他认为,不管是新品牌还是百年老字号,都应注重发掘文化内涵,同时注入科技创新的活力和基因。新科技引领新经济、新产业、新消费成为趋势,应想办法用科技创新的力量促进企业 with 产品转型升级,树立独特性、唯一性的品牌。

凝心铸魂 让青春之花在一线绽放

四川省发展改革委创新举办青年党员学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育培训班

□ 本报记者 王进

“本次培训紧扣实际、内容丰富、形式多样,进一步开阔了眼界、启迪了思维、增强了本领”“我们将以忠诚担当绘就青春底色,以奋斗之姿谱写青春之歌,让青春在发改工作一线绽放出绚烂之花”……

近日,四川省发展改革委青年党员学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育培训班在省省委直机关党校举办。与以往不同的是,这次培训通过自学与授课相结合、学习与研讨相贯通、理论学习与现场教学相衔接,以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干,有效激发了青年党员的内生动力和干事创业活力。

突出凝心铸魂夯基础

一个民族要走在时代前列,就一刻不能没有理论思维,一刻不能没有正确思想指引。四川省发展改革委党组高度重视此次培训,系统谋划、专题研究,委党组书记、主任代永波亲自审定方案、提出明确要求,并在开班式上作动员讲话。

培训班突出凝心铸魂,固本培元夯基础,广大青年党员坚持原原本本学、全面系统学、融会贯通学,聚焦习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党章程以及党的二十大精神和四川省委十二届二次全会精神、中国经济战略布局、廉洁从政等专题,四川省委省直机关党校专家学者深入讲解、系统阐释。

农经处四级调研员钟振宇在分享学习体会时感慨说:“我们要改进调研方式,在‘深、实、细、准、效’上下功夫,深入基层向群众请教,真正把情况摸清、把问题找准、把对策提实,切实把调研成果转化为解决问题、改进工作的实际举措。”

突出蓄势赋能强本领

目前,四川省发展改革委机关及省能源局干部平均年龄42岁,45岁以下的青年干部共有215名,占比高达68%;青年干部中党员占比达95%,全委青年党员干部既是发改工作“生力军”,也是“急先锋”“突击队”。

为此,四川省发展改革委与省委省直机关党校一道,创新学习模式,精心组织学习培训实施课堂教学、现场教学、消化自学、研讨交流等课程,切实增强发改青年本领能力。全体学员潜心学习,充分展示

出了发改青年党员的良好精神风貌和综合素养。

对于参加此次培训班,四川省救灾物资储备中心严玉珏深有感触地说:“这次学习理论与实际相结合,让我们在参观学习和实践中豁然开朗,尤其是今后能够从高于个人所处的位置去思考和谋划工作。”

此次培训还突出蓄势赋能强本领,专门组织青年党员赴中科院曙光、清华四川能源互联网研究院、中国科学院成都分院、国家级计算成都中心等地开展“学思践悟强本领 争当发改急先锋”现场教学,聆听国家级计算成都中心总经理王建波博士关于《人工智能新范式,引领时代新发展》的专题辅导,实地感受建设具有全国影响力的科技创新中心和国家创新驱动发展先行省的生动实践。

突出担当作为共提高

“一把钥匙开一把锁”,越是事关全局的大事,越要抓紧抓实抓细。培训班上,四川省发展改革委紧紧围绕“学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想”这一主题,在凝心铸魂、蓄势赋能基础上,更加突出互学互鉴、担当作为,着力把党员、干部焕发出来的学习和工作热情转化为攻坚克难、干事创业的强大动力。

据悉,此次四川省发展改革委共有50余名青年党员代表参加培训。培训班坚持集中研讨和分组研讨相结合,全体学员紧密联系思想、工作和学习实际,谈认识体会、查短板弱项、提对策举措,促进互学互鉴、学用相长、共同提高,效果明显。

四川省发展改革委创新与高技术发展处副处长李春表示,“通过这次学习培训,我进一步加深了对于‘使命、责任、担当’的理解。我们要怀抱梦想又脚踏实地,要敢想敢为又善作善成,做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年。”

“这次学习,让我在担当作为上有了更深刻认识,就是要敢于佩戴党徽、亮出自己的党员身份,真正做到平时时候看得出来、关键时刻站得出来、危难关头豁得出去。”四川省以工代赈办综合处二级主任科员范和说。



《1版

目前,四川省公共实训基地建设已形成中央补助60%、省上配套20%、地方配套20%的共建原则。四川省发展改革委总规划师韩斌介绍,绵阳市公共实训基地牵头长虹、九洲、京东方等重点企业和院校组建成立“绵阳市职业技能建设联盟”,每年为企业输送职业技能人才5000余人。

广西壮族自治区发展改革委一级巡视员严伯贵介绍,广西聚焦乡村振兴,强化脱贫人口职业技能培训。如都安瑶族自治县八仙易地扶贫搬迁安置区公共实训基地对入驻的企业职工以及异地安置区的农民工、脱贫人口、城镇失业人员、退役军人、高校毕业生等进行培训,累计培训重点就业群体4648人次。

综合效益加速显现

记者了解到,7年来,在各级发展改革、人力资源社会保障等有关部门通力协作下,公共实训基地的综合效益加速显现,在优化项目布局、加快项目建设、改善运营管理等方面取得一系列进展和成效。

——管理制度化规范化水平持续提升。国家发展改革委结合工作实践,两次对公共实训基地建

设中央预算内投资专项管理办法进行修订完善,不断规范中央预算内投资管理,提高资金使用效益,创新建立以“建设方案、运营方案、监管方案、承诺函”为主体的“三方案一承诺”管理制度,全链条推动项目的“建用管评”工作。

——共建共享、产训结合稳步推进。近年来,国家发展改革委陆续出台《关于提升公共职业技能培训基础能力的指导意见》《关于推动公共实训基地共建共享的指导意见》等政策文件,与人力资源和社会保障部等部门联合印发《“十四五”职业技能培训规划》。各地方在实践中探索以公共实训基地为平台,统筹整合运用院校、行业协会、企业以及其他社会组织的培训资源,提高资源的综合利用效率和使用质量。

——促进劳动者就业增收成效明显。各地着力强化公共实训基地的公共性、公益性、开放性和综合性,面向城乡广大劳动者提供务实管用、普惠可及的技能培训,并将公共实训基地业务功能拓展至技能竞赛、技能等级认定、创业培训、就业招聘、师资培训、课程研发等领域,为劳动者提供全方位多层次的服务,有效帮助劳动者就业增收。