

# 支树平详解质量提升《指导意见》 推动中国品牌纳入全球供给体系

9月13日，国务院新闻办公室举行开展质量提升行动新闻发布会。质检总局局长支树平表示，中共中央、国务院印发《关于开展质量提升行动的指导意见》(以下简称《指导意见》)具有重大的里程碑意义，开展质量提升行动将对我国质量发展产生深远影响。

记者获悉，日前，中共中央、国务院印发《关于开展质量提升行动的指导意见》，一时间引起社会广泛反响。

支树平在9月13日的发布会上介绍，以党中央、国务院名义出台质量工作的纲领性文件，这在我国质量发展史上尚属首次，因此具有重大的里程碑意义，必将对我国质量发展产生深远影响。他指出，这个重要文件是面向全党全国各行各业的，在多次征求意见中，经过40多个部门会签一致同意。

支树平认为，开展质量提升行动，是以习近平同志为核心的党中央在科学研判当前我国经济发展形势、准确把握经济发展规律包括质量发展规律的基础上，经过深思熟虑而作出的重大战略部署，蕴含着重大而深远的意义。

## 质量提升行动 主攻八大重点领域

支树平表示，质量提升行动的总目标是到2020年，供给质量明显改善，供给体系更有效率，建设质量强国取得明显成效，质量总体水平显著提升；主攻方向是产品、工程、服务三大质量，细化成8个重点领域，包括农产品食品药品、消费品、装备制造、原材料、建设工程、服务业、社会治理和公共服务、对外贸易。

支树平介绍说，在主要举措方面，提出了提升质量的七大主要举措，包括质量攻关、质量标准、质量创新、质量管理、质量监管、质量品牌、质量共治7个方面，其中有很多实招硬招新招。还单列一部分强调“夯实国家质量基础设施”，加快构建高水平的计量、标准、认证认可、检验检测及技术性贸易措施体系，为质量提升奠定坚实基础。

在保障措施方面，《指导意见》提出了制度法规、财税金融、人才教育、质量激励、组织动员五大保障。这些措施非常全面，也非常具体，许多都是开创性的。组织领导是个大保障，包括加强党的领导、实施质量强国战略、



●质检总局局长支树平。摄影陈建力

建立中央质量督察、加强宣传动员4个方面内容，《指导意见》特别强调建立“党委领导、政府主导、部门联合、企业主责、社会参与”的质量工作格局，强化市、县政府质量监管职责，构建统一权威的质量工作体制机制，充分体现了我国的政治优势和制度优势。

## 狠抓落实 推出很多实招、硬招、新招

支树平说，质量提升行动最终是要落到基层的，因为关键在基层、关键在基础。如果落不到基层，质量提升行动就会大打折扣。这次《指导意见》明确提出，要建立统一权威的质量工作体制机制，这是非常英明和正确的。希望各级党委政府都高度重视，抓好落实。

一是健全体制机制，加强党对质量工作的领导，构建“党委领导、政府主导、部门联合、企业主责、社会参与”的质量工作格局。各级党委政府要把质量工作摆上重要议事日程，建立健全领导体制和协调机制。而且要加强质量管理和队伍能力建设，强化市、县政府的质量监管职责，构建统一权威的质量工作

体制机制。对基层机构进行整合时，一定要有所抓质量的，至少内部有专门的机构、人员、经费来抓质量，特别是抓计量、抓标准，抓认证认可和检验检测。

二是狠抓督察考核。《指导意见》明确提出，要探索建立中央督察工作机制。现在国务院对省级政府每年实施质量工作考核，希望省里也对市、县实行质量工作考核，把考核结果作为各级党委政府领导班子及有关领导干部综合考核评价的重要内容，把质量工作的责任和压力持续地传下去。

三是加大指导力度。质检总局及省市质检部门都要重视基层，加大对基层的指导支持力度。希望省级、市级质量主管部门也加大政策支持、业务指导、人员培训力度，为基层多办实事、多解难题。同时，质检部门要主动和兄弟部门加强协调配合，加快构建“横向协调、纵向同步”的质量工作新秩序，不断夯实质量工作基层基础。

## 四方面提升中国品牌竞争力

在谈及品牌建设时，支树平表示：“质量

和品牌是有机统一，品牌是质量的象征，质量提档升级，最终还是要体现在品牌上。”

支树平认为，从硬件方面看，我国关键基础的原材料、核心基础的零部件、精加工的能力、精密检测能力与发达国家还有比较大的差距。比如高端高档机床、高端芯片、高性能的元器件等等；从软件方面看，很多企业的创新能力不够、质量的保持和持续改进能力不足，缺乏持之以恒、精益求精的工匠精神。此外，社会责任、文化认同等方面也存在一些问题。

为促进中国品牌健康发展，国家质检总局联合发改委等部门，出台了一系列促进品牌发展的政策措施，其中包括《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，将每年5月10日设为“中国品牌日”，以着力营造品牌发展的良好环境。

对于如何大力提升中国品牌竞争力，支树平表示，质检总局将携手相关部门，重点抓好4项工作：

一是推动做好品牌发展中长期规划。质检总局与发改委等部门将共同起草《中国品牌发展战略》，研究制定我国未来一个时期实施品牌发展战略的指导思想、基本原则、战略任务和保障措施。

二是完善品牌培育机制。深化知名品牌创建示范区建设，打造区域知名品牌。实施中国精品培育工程，加大品牌保护力度，联合商务、工商、知识产权等部门，严厉打击仿冒品牌违法行为。用好“中国质量奖”的评选表彰结果，以质量提升来树立中国品牌的国际新形象。同时，指导有关行业协会，为品牌建设提供专业服务。

三是完善品牌建设标准体系和评价体系。制定一批品牌建设国家标准，引导企业走品牌发展之路。组织开展中国品牌价值评价活动，实施主动评价、提升评价工作的覆盖面和客观性。联合主流媒体，公开发布品牌价值评价百名排行榜和重点领域品牌价值50强名单，提升中国品牌知名度和影响力。

四是开展“中国品牌日”系列宣传活动，通过举办中国自主品牌博览会，开设品牌发展主题系列专栏，召开品牌发展研讨会，组织品牌发展论坛，彰显我国自主品牌发展成就，打造中国制造、中国创造、中国服务的金字招牌。

(苏兰)

## 353 个产品入选山西省名牌产品建议名单

9月12日，山西省名牌战略领导小组办公室发出公告，山西水塔醋业股份有限公司等298个企业的353个产品入选2017年山西省名牌产品建议名单，目前进入公示阶段。

此次名牌产品推选工作从今年2月份开始，涉及工业类、农业类和服务类三大类。其中，工业类产品包括机电、冶金、建材、煤炭、化工、食品、纺织、轻工、医药、民爆、饮料、铸造、高新等13个类别，农业类产品主要是指农业初加工产品，服务类产品的评选限旅游业、物流业两个行业。

(王少斐)

## 青海省加快推进 农牧业品牌建设

农牧业品牌是农牧业综合竞争力的显著标志。近年来，青海省突出“高原、有机、绿色、环保、无污染、健康”优势，坚持规划引领、实施品牌战略，建基地、抓加工、创品牌、求效益，取得了初步成效，标准化发展步伐加快，新型经营主体引领作用明显。目前，8个基地被认证为全国绿色食品原料标准化生产基地，面积达8.533万公顷。累计认证“三品一标”产品617个，“柴达木枸杞”列入首批中欧互认农产品地理标志名录；全省注册农畜产品商标6320件，扶持了农畜产品标准化生产基地111个；全省农畜产品加工企业达到451家，一批具有地方特色的企业品牌、合作社产品品牌已初步培育起来。

农牧业已进入质量兴农、品牌发展的新阶段，优质的农畜产品必须通过品牌建设走向优质市场。为此，青海省强化顶层设计，编制了《青海省“十三五”农畜产品品牌发展规划》，印发了《青海省农牧业品牌推进年工作方案》，草拟了《青海省优质农产品联盟章程》。就加快推进农牧业品牌创建，省农牧厅厅长王玉虎表示，青海省农牧业经济总量小，市场份额小，要实现转型升级，提高知名度和竞争力，就必须走“人无我有、人有我特、人特我精”的路子。

当前，品牌已成为农牧业供给侧结构性改革的重要抓手，为全面推进青海省农牧业品牌建设再上新台阶，让品牌引领和驱动农牧业产业快速发展，9月6日，青海省召开了农牧业品牌建设推进工作会议，全面总结了省农牧业品牌建设成就，加快推动全省农牧业品牌创建。

(王玉娟)

## 中国品牌亮相 柏林国际消费电子展

柏林国际消费电子展日前在柏林展览中心开展。展会吸引了1805家参展商，其中超过三分之一来自中国。

由中国商务部主办的中国家电电子品牌展及柏林国际消费电子展中国国家品牌展，汇聚了海尔、海信、长虹、TCL、格力、美的、格兰仕等众多中国顶级电子家电品牌，旨在宣传中国电子家电整体品牌形象，展示中国智能、环保、创新设计产品，让更多的欧洲消费者了解中国品牌。

由中国家用电器研究院主办的中国家用电器创新成果推介活动也同期举行，遴选出22个年度技术创新成果、32个产品创新成果、15个设计创新成果、2个企业标准创新成果以及1个最具影响力家电品牌。

柏林国际消费电子展全球执行总监延斯·海特克表示，非常高兴看到大量中国企业参展，中国品牌和中国产品是展会上最重要的元素之一。

中国机电产品进出口商会副会长王贵清表示，中国已连续十余年成为全球最大的电子产品及家电制造大国，拥有雄厚的制造能力、完整的产业链和较高的标准化水平。

柏林国际消费电子展总监何彦思(德)对中国家用电器创新十分认可。他说：“中国家用电器行业是世界家用电器行业的一个重要部分，不仅在市场占有率方面如此，在创新方面也是领先的。”

(朱晨 田颖)

## 优客工场否认侵权 wework 商标

优客工场在声明中称，日前有媒体报道，美国共享办公企业wework在英国对该公司拥有、使用的优客工场URwork商标提出异议。对此，优客工场立即与相关业务部门就各项商标注册流程、进度及法律文件等进行逐一核查。经核查后认为，优客工场URwork商标并不存在任何对wework商标的侵权行为和事实。

声明称，优客工场依法取得并合法使用优客工场(URwork)商标、品牌、标识及其附加权益，已有两年多。优客工场URwork所阐释的是一种对于联合办公的理解，其对应的业务是共享办公，及其围绕共享办公构建的服务体系。URwork的核心在于“UR”，work则是开放性的公众词汇，意为“工作”等。任何机构、企业或个人，均不享有对work或工作这一公众概念、名称的独占权，遑论以此为名发起专利战。任何公司包括wework公司在内，指认优客工场商标侵权的判断，既无任何法律依据，也与通识相违背。

(朱盈洁)

# “风雷”钻具:活跃在国际市场上的中国品牌

20世纪70年代末，地处侯马市的北方风雷公司开始了艰难的民品研发、生产之路。

## 历经磨难， 石油钻铤产品落户风雷

在经过多次的失败、总结、探讨、摸索，从工厂领导、技术骨干及参试人员都清醒地认识到，开发产品不是闭门造车，军工企业研发民用产品只有立足企业技术实力，瞄准民用产品市场，产品是否有销路才是新产品开发的根本。统一思想认识后，北方风雷公司便是横下一条心，立即精心组织了以技术部门为主的市场调研队伍，加强市场调研工作。通过调研，技术部门人员发现，一方面，随着我国加大石油资源开发力度，钻探油井的石油钻铤需求量巨大，市场前景十分广阔，而我国石油钻铤当时完全依赖进口，每年花费在购买石油钻铤上的外汇资金十分可观；另一方面，北方风雷公司依靠企业当时的技术力量，短时间内攻克石油钻铤制造的技术难题是完全有可能的。于是企业主动联系，依靠兵器工业部的影响力，最终与华北油田达成合作协议，共同研发石油钻铤，使公司走上一条艰苦拼搏、自我发展的道路。

合作协议签订后，为早日实现石油钻铤国产化，北方风雷公司技术人员和华北油田有关人员废寝忘食、忘我工作，相继攻克原材料选择、加工材料调质、加工工艺编制等一道道技术难关，终于在1978年9月完成了试生产任务。受当时加工条件的限制，9米长度的7寸钻铤只能通过由3个3米长的短节焊接而成，还无法满足所有钻井的使用要求。有了3米长产品试制成功的经验，增加相关设备，试制9米长度的产品也就成为可能。

1980年，经过论证后决策，与设备厂家合作进行了深孔设备的改造，增加了钻孔深度，同时改进了深孔钻进工艺，保证了钻孔的合格率。将调质处理设备由井式炉改为了更加节能、速度更快、更易操作的工频热处理机床。通过设备及工艺的改进，于1981年6月完成了7寸整体钻铤的生产，各项性能指标完全符合设计要求。经华北油田使用后，效果良好，并开始批量采购。在7寸钻铤研制成功后，北方风雷公司继续根据油田钻井的实际要求，先后又开发

出了多种规格的钻具产品。就此，风雷人根据自己的设备和技术条件，采用先进的工频热处理新工艺，制造出中国第一根石油焊接钻铤，钻杆接头、扶正器也相继在风雷诞生，填补了中国石油钻具生产的空白，成为国内第一家生产石油钻铤的厂家。

截止至1992年底，北方风雷公司已经可以满足国内钻井所需的各种规格钻具的需求，通过在华北油田、胜利油田、大庆油田、中原油田的陆续使用，取得了良好的效果，依托这些知名油田的影响力，“风雷”这个名字已成为在钻井行业“钻具”的代名词。

## 勇于创新， “风雷”钻铤进军国际市场

随着北方风雷公司生产规模的扩大以及影响力的提升，公司将钻具销往国外以提升“风雷”影响力的愿望大大增加。自1991年末开始，北方风雷公司就开始寻找与国外钻井公司合作的途径，通过各种渠道得到的信息，他们了解到，石油钻具产品销往国外最基本的条件是必须取得美国石油学会的产品认证，即API证书。1993年初，北方风雷公司申请API审核的准备工作完成，并向美国石油学会发出正式入会请求。经过美国石油学会

对工厂所有产品的严格审核，在同年5月通过了北方风雷的入会申请，“风雷”的英文名称“FL”正式登陆国际市场。北方风雷公司的石油钻铤在国内首家取得美国石油学会API会标使用许可证。1995年6月，工厂通过中国石油技术开发公司首次向叙利亚出口了12支钻铤，从此“风雷”品牌开始了进军国际市场的步伐。“风雷”凭借过硬的产品质量，良好的服务，以及不断提升的信誉和市场需求的不断增长，公司开始向专业化石油钻具生产基地发展。2003年7月，北方风雷公司第一条石油钻杆生产线正式投产，钻杆产品源源不断地销往世界各地，进一步提升了“风雷”钻具在世界的影响力。2008年，风雷这个千人小厂，更是凭借着自己的产品，凭借着“风雷”品牌的影响力，公司产值达到10亿元，利润1.2亿元。

如今，虽然国际石油价格持续多年低迷，给全球的石油钻采行业所造成的冲击，直接导致石油钻采设备行业大面积亏损，但“风雷”仍然活跃在石油钻采、设备制造领域。我们充分相信，依靠“风雷”在客户中间树立的良好信誉，以及有一机集团坚强后盾的支持，寒冬虽在，但春天必将来临！

(郭兆宾 黄媛 王军)

# 到 2020 年努力培育一批中国服务优质品牌

针对“如何实现服务业提质增效”话题，13日，国家质检总局局长支树平表示，未来将坚持“水平政策”和“垂直政策”相结合，在完善共性质量政策体系的同时，一个一个行业推动质量提升。到2020年，努力培育一批“中国服务”优质品牌与企业。

国务院新闻办公室今天举行新闻发布会，请国家质检总局局长支树平介绍开展质量提升行动工作情况，并答记者问。

有记者问：最近有评测机构称五星级酒店未及及时更换床单，引发大家广泛关注。类似的情况在新闻报道中经常看到。质检总局在服务提升方面未来有什么样的打算和做法？

支树平表示，质检总局注意到了这些情况。他透露，服务业与人民群众生活密切相关，2016年服务业在国民经济中占比已达到51.6%，占半壁江山，人们对服务质量日益关

注。这两年，我国服务业呈现质量“稳中有好”的向好态势，重点服务行业顾客满意度稳定在75以上，保持在“比较满意”区间，但服务业结构还不尽合理，有效供给不足、竞争力不强等问题还比较突出。

近10年来，我国服务类万人投诉量从2006年的1.24件攀升至2016年的2.0件，增幅达61.3%。网上购物、在线旅游等与互联网融合较高的领域，顾客满意度较低。提高服务质量，不仅是服务业效益提升的需要，也是振兴实体经济、全面建成小康社会的需要。

支树平称，中央明确提出，要推动服务业提质增效。《指导意见》从两方面提出了要求，一个是提高生活性服务业品质，二是促进生产性服务业专业化发展。质检总局作为质量工作主管部门，会同有关部门落实《指导意见》，实施优质服务创建工程，共同推动服务

质量提升。总的思路是，坚持“水平政策”和“垂直政策”相结合。

“水平政策”是指横向的、面上的，就是完善共性质量政策体系。一是推广实施优质服务承诺标识与管理制度，着力培育知名服务品牌。二是开展国家新型优质服务业集群建设试点，支撑引领三次产业向中高端迈进。现在在广东、上海、浙江、重庆、湖南、广西等很多省搞检验检测的聚集区，就为这个大的产业服务。三是开展公共服务质量监测和结果通报。今年，监测范围已经覆盖了全国31个省101个城市，包括公共交通、义务教育、环境治理、文化体育、行政便民、养老服务、医疗卫生等12个领域。四是健全服务业质量标准，推行重点领域服务认证。这几年标准和认证工作快速发展，但在服务业领域还有待加强。近期，质检总局将联合有关部委印发《服务质量信息公开规范》，探索质量信息公

开清单制度，推动第三方服务质量监督，让服务在“阳光下运行”。

“垂直政策”是指纵向的，就是一个一个行业推动质量提升。一是联合国家旅游局，实施旅游服务质量标杆引领计划，遴选一批标杆单位，抓好一批培育试点，带动提升一批中小企业。二是联合发改委、交通运输部、商务部等10个部门，开展交通运输、铁路、民航、快递、农村供销等物流服务质量提升活动，推动补短板、提质量、降成本。三是联合民政部等部门，深入开展养老院服务质量建设专项行动，全面提升养老院服务质量。

支树平透露，到2020年，努力培育一批“中国服务”优质品牌与企业，打造一批现代服务业集群，使“中国服务”与“中国制造”成为中国经济转型升级的车之双轮、鸟之两翼。

(中新网)