

# 企业家日报

## ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 115 期 总第 9449 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2019 年 5 月 10 日 星期五 己亥年 四月初六

### 党建立心 文化铸魂 推动古井高质量发

◎立初心,铸做人之魂 ◎立匠心,铸做事之魂 ◎立公心,铸为企之魂

《《《 P2



### 共享工业质量品牌建设经验 助推“四川制造”高质量发展 2019年四川省工业企业质量品牌建设 典型经验交流大会在成都举行

■ 舒志宏

5月7日下午,在第三个“中国品牌日”即将到来之际,由四川省经济和信息化厅主办,四川省企业联合会、四川省企业家协会承办的“2019年全省工业企业质量品牌建设典型经验交流大会”在成都举行。各市(州)经济和信息化主管部门质量品牌工作科(处、室)负责人,各市(州)企业联合会、有关行业协会和部分大专院校、科研院所、服务机构、工业企业质量品牌负责人及媒体记者等300余人参加了本次活动。与会现场,专家和企业代表们纷纷献言献策,共同切磋品牌塑造之道。

省经济和信息化厅党组成员、副厅长皮亦鸣出席交流大会并讲话,省企业联合会/四川省企业家协会副会长兼秘书长梁勤主持大会。

#### 品牌大咖主旨演讲 激发四川工业企业质量品牌建设热情

党的十九大指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。近年来,随着经济全球化趋势的加强和高质量发展时代的到来,传统的拼资源、拼消耗的发展模式已经走到了尽头,企业之间的竞争已从单纯的产品、价格竞争转向更高层次的质量、品牌竞争。如何引导帮助四川工业企业转变发展观念、提质量、创品牌,解决企业发展“瓶颈”问题,助推四川制造业高质量发展。

省经济和信息化厅党组成员、副厅长皮亦鸣在讲话中指出,全省工业企业要主动适应经济发展新常态,坚持以新理念引领新发展,在省委、省政府的坚强领导下,紧紧围绕制造强



交流大会现场

省建设,大力实施工业质量提升专项行动,持续用力、久久为功,积极营造四川工业质量品牌发展良好环境,全力实现全省工业企业质量品牌战略意识不断增强、竞争力显著提升、经济贡献率有效提高,努力推动我省工业质量品牌工作再上新台阶,为构建“5+1”现代产业体系、加快建设经济强省贡献更大力量。

活动主办方专门邀请到工业和信息化部品牌培育专家组成员、品牌培育管理体系实施指南参与制定者陈明教授现场作了题为《品牌培育的战略规划与体系保障》的主旨演讲。陈教授围绕工信部发布的《品牌培育管理体系实施指南》和《品牌培育管理体系评价指南》,引导企业通过贯标形式推进质量品牌建设,从国际视野、国家标准和行业角度为所有参会代表带来别开生面的“知识盛宴”。

目前机械设备制造、轻工、纺织等9个行业的品牌培育管理体系实施指南已经出台,对指导企业增强品牌培育能力和有效性,以及品

牌培育管理体系的结构、文件或方法上起到标准化作用,解决了长期困扰企业的“抓品牌无从下手”的问题,为企业提供了“看得清”“抓得住”的品牌培育手段。

#### 企业现场分享典型经验 传播全省工业质量品牌建设先进技术理念

长期以来,我省在加快推进工业质量发展的进程中,注重发挥大企业、大集团的质量品牌建设标杆引领作用,涌现出了一大批质量品牌建设样板企业,在全省工业和信息化领域形成了良好示范带动效应,有效提升了企业影响力和形象力。活动中,中国东方电气集团有限公司、四川长虹控股电子集团有限公司、成都彩虹电器(集团)股份有限公司作了质量品牌建设典型经验交流发言。

四川长虹电子控股集团有限公司科技管

理部部长王文生,以四川长虹电子控股集团有限公司为例,长虹是目前四川省进入世界品牌500强的2家企业之一。长虹通过持续迭代新技术产品赋予了广大民众一种超乎想象的生活价值。目前我国平均每三个家庭里就有一个家庭使用长虹电视,长虹电视通过消费者感受到新技术带来的便捷体验和增值服务,形成良好口碑,这是品牌的力量所在。长虹的品牌涵盖了整个企业的战略、产业、技术、制造、管理、营销、服务等环节,而在整个体系中,技术是核心。从这个角度讲,技术让品牌拥有了品牌效益。

中国东方电气集团有限公司党校(管理学院)党委书记、党校副校长、管理学院副院长何显富:中国东方电气集团有限公司伴随新中国成长70年,秉持打造“大国重器”的使命担当,将企业发展与国家的发展紧密相连;一直信守“绿色动力、驱动未来”的理念,积极践行习近平总书记提出的“构建人类命运共同体”的倡议,把企业发展与向世界传播“中国制造”的魅力紧密相连,以“成为具有全球竞争力的世界一流企业”作为品牌定位,着重打造独具特色的东方电气品牌形象,不断提升东方电气在全球的核心竞争力,实现由“大”到“伟大”的转变,书写了一段装备制造企业从中国产品向中国品牌转变、向全球化品牌迈进的辉煌历程。

成都彩虹电器(集团)股份有限公司董事长刘荣富:成都彩虹电器(集团)股份有限公司作为四川省优秀民营企业,彩虹品牌的创立一直与“改革”紧密相关,以改革促创新,以改革攻质量,以改革创品牌。企业积极推进“增品种、提品质、创品牌”三品专项行动,从原有资产18万元、年产值不到40万元、银行负债42万元濒临倒闭的局面,

[紧转 P2]



#### 宽窄哲学与产品构建座谈会成功举办

■ 本报记者 袁红兵

5月9日下午,宽窄哲学研究院在四川省社会科学院召开“宽窄哲学与产品构建座谈会”。省社科院党委书记李后强教授到会并讲话。

李后强认为,世界是由宽窄构成,宽窄可以转化。宽与窄之间,存在一个壁垒或隧道,只有打通这个壁垒、墙壁,世界才是一体的、统一的,这就是“宽窄相变理论”。研究宽窄相变理论要从拓朴相变、虚实相变、阴阳相变、质能相变、主体相变、突变理论、超循环理论、临界现象与标度理论等八个方面入手。

李后强指出,拓朴相变是宽窄之魂;拓朴相变是一种特殊的、没有对称破缺的相变,宽窄变换的最高境界是无形、无痕,润物细无声、分享大无边,宽窄变换可以类比成拓朴相变。虚实相变是宽窄之韵;宽窄变换是交响曲,有韵律节奏,是虚实的结合。可以定义为实为窄,虚为宽,二者结合就是复数。通过在复数空间探讨宽窄的性质,说明虚实相通,宽窄相连。阴阳相变是宽窄之本;宽窄是视角差异,是心理记忆。如果把宽窄定义为阴阳,宽窄变换就是阴阳统一。如果把宽窄定义为黑白,宇宙的黑洞和白洞就是宽窄隧道。质能相变是宽窄之神;宽窄变换最精彩和神奇之处,就是质量与能量的转化,质量和能量在本质上等价的,说明宽窄可以转化。主体相变是宽窄之易;宽窄产品是要交易的,只有交易了才是商品。厂家是窄,市场是宽。公司是宽,用户是窄。突变理论是宽窄之途;宽窄有新变,也有突变。宽窄变换,包括宽窄产品的味道,首先要稳定的坚实基础,其次是要把把控外在条件,最后是要摸清清突变的途径。超循环理论是宽窄之进;超循环不仅能自我再生,自我复制,而且还能自我选择,自我优化,指导其他环节再生,从而向更高的有序状态进化。超循环理论对研究宽窄演化规律以及对复杂系统的处理都有深刻的影响,特别是对宽窄产品开发及企业转型升级有重要启示。临界现象与标度理论是宽窄之表;宽窄变换的相变点就是临界点。空间维数是宽窄的主要参数,维数越大形态越宽,维数越小形态越窄。矛盾源于空间维数,宽窄变换可以化解矛盾。

西南财经大学马克思主义学院院长、教授唐晓勇,四川师范大学历史文化与旅游学院院长、教授王川,省社科院研究员文兴吾,西南民族大学政治与社会学学院教授李蜀人,四川省委党校教授李翔宇,四川省直机关党校教授刘彦武,西南交通大学人文学院哲学研究所所长、教授崔罡等专家学者畅所欲言,从哲学理论、品牌文化等多个维度做了精彩交流发言。

四川泛美集团董事局副主席杜阳林、中国水环境集团总裁助理刘阿明、成都缘坊酒业有限公司总经理李恋等企业家代表受邀参会,并分别从宽窄哲学属性、文化体验和消费属性等方面谈了认识和体会。

省社科院副院长胡学举编审对宽窄哲学研究院下一步的工作做出安排和部署。

#### 本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。举报电话:028-87344621 企业家日报社

热线电话:400 990 3393 新闻热线:028-86637530 投稿邮箱:cjb490@sina.com



Advertisement for Shuanghui Deli (双汇熟食) featuring a pig logo and the slogan '三重卤,更入味'. Below it is an advertisement for 'I百路' (伊百路) shoes, showing a map of China and a shoe, with the slogan '好鞋伊百路,健步人生路' and a phone number 400-100-2912.

Advertisement for Country Garden (碧桂园) real estate, featuring the slogan '给您一个五星级的家'. Below it is an advertisement for 'Bangbangji' (棒棒鸡) food, featuring the slogan '川味熟食经典' and a phone number 400-6867-887. The ad also includes logos for various partners like Hema, COFCO, Lawson, and others.