

日照:守牢“质”高点 擦亮品牌底色



■ 裴颖

日照钢铁、山东钢铁、金马工业、五征汽车、日照绿茶、美佳食品……

从“好品山东”“泰山品质”，到山东省省长质量奖、山东省优质产品基地，再到快速增长的国家地理标志商标，竞相涌现的成果背后，折射的是“日照质量”品牌号召力下的不懈探索与生动实践。

随着质量强市战略的深入实施，日照市对标“好品山东”，积极打造“品质日照”，以质量擦亮品牌，以品牌助推质量提升，强化质量品牌“一盘棋”思想，举全市之力强化质量品牌建设，逐步形成“党委领导、政府主导、部门联合、企业主责、社会参与”的质量品牌工作机制，让越来越多的“日照生产”“日照制造”“日照原产地”产品走出家门，走向全国乃至世界，为高质量发展提供源源不断的动力。

实施“七大工程” 质量提升效果持续显现

去年，日照市食品安全考核、知识产权保护和高价值专利培育考核均取得满分佳绩，农产品质量安全监测总体合格率100%，房屋

建筑、公路和水运工程验收合格率100%，产品省级以上抽检合格率保持98%以上。

数据背后，是质量品牌建设中，市委、市政府高度重视，市场监管等相关部门精准施策，全市上下凝心聚力的结果。日照市制定质量提升行动计划，实施传统消费升级创新、新兴消费扩容提质创新、数字赋能产业提质创新、绿色低碳转型创新、养老托育能力拓展创新、新型城镇化建设便民服务创新和质量基础精准提升创新“七大工程”，协同发力，取得显著成效。

在此基础上，今年，日照市着眼于质量品牌创新发展，将围绕全市主导产业、特色产业，开展“增品种、提品质、创品牌”活动，推动企业品牌培育和创建体系向高端迈进，激发企业自主品牌创新动力，加大质量攻关和科技研发投入力度，提升品牌竞争力。

构建“4+1”体系 品牌发展成果更加丰硕

2022年，日照市新增省优质产品基地1家，省高端品牌培育企业10家，入选首批“好品山东”品牌9个；山东日照尧王酒业集团有限公司获批第六批“山东老字号”认定；“日照

绿茶”入选首批全省地理标志保护示范区，纳入地理标志运用促进工程国家级培育目录。

截至目前，日照市商标有效注册量4.89万件、国家地理标志商标42件、马德里国际注册商标105件、中国驰名商标16件，2家企业获省长质量奖，1家企业、1名个人获省长质量奖提名奖，“泰山品质”认证3个、山东省优质产品基地10个，“山东老字号”3件，30家企业获“山东省高端品牌培育企业”认定。

优质产品既是“产”出来的，也是“服务”出来的。近年来，日照市在工业、农业、服务业、建筑业等行业，以及集体品牌、区域品牌、公共品牌等各个层面，持续加大监管服务，推动质量品牌建设，出台《深入开展“好品山东”建设推动高质量发展实施意见》，围绕构建产品、企业、行业、区域和地理标志“4+1”品牌体系，全面加大品牌培育扶持和宣传推介力度，品牌创建氛围更加浓厚。

围绕“好品山东”品牌打造，日照市突出“做优农产品品牌、做强工业质量品牌、壮大服务业品牌、打造工程建设品牌、培育产业集群品牌、扮靓区域公共品牌”6项重点，还将建立完善品牌培育库，分行业、分领域、分层次开展“好品山东”“好客山东”品牌培育工程，多渠道利用省级、国家级平台提升日照品牌影响力。

建设“日质惠”服务平台 质量基础设施不断夯实

打开“日质惠”质量基础设施（NOI）一站式服务平台，质量检验检测、标准化建设、认证认可、计量技术、特种设备检验、知识产权等服务一应俱全，依托优质高效的检索服务平台，企业质量品牌建设更有保障。

为了夯实质量品牌发展基础，市市场监管局加强基础保障，整合全市标准、计量、检验检测资源，建设一站式综合服务平台，目前已帮助5365家企业快捷获得质量技术服务。近期，将进一步优化标准、计量、检验检测、认证认可、知识产权运营服务等质量基础相关行业的政策措施，不断整合质量基础设施资源，提升服务效能。

充分发挥标准引领作用，日照市出台《关于推进全域标准化创新发展的实施意见》，在

全省率先开展专利标准战略融合创新城市试点建设，深入实施“标准化+”行动和企业标准“领跑者”培优计划。目前，全市累计承接省级以上标准化试点127项，其中国家级试点25项。

着眼于知识产权赋能，日照市出台《关于全面加强知识产权工作的实施意见》，加快构建知识产权大保护工作格局。实施高价值发明专利培育工程，全市“国家知识产权示范企业”实现“零”的突破。截至去年底，全市有效发明专利2937件，同比增长22%。建立“零距离、一精准”知识产权金融惠企服务机制，去年助企完成知识产权质押担保额23.14亿元。

源头防控过程严管 质量安全底线日益牢固

茶业，是日照极具竞争力的特色产业之一。为维护“日照绿茶”的质量品牌，保护生产者和消费者合法权益，近年来，市市场监管部门持续开展“日照绿茶”商标品牌保护专项行动，从市场源头、鲜叶收购抓起，在生产、加工、包装、销售、培育、保护环节实行“六位一体”闭环式监管，促进产业健康发展。

据悉，去年，全市共办理质量类行政处罚案件280件，侦破侵犯知识产权、制售假冒伪劣犯罪案件40起，给违法违规行为有力威慑。

不仅如此，日照市聚焦产品、工程、服务等质量安全，不断强化风险管控。深入推进国家食品安全示范城市创建，实施食品安全12项攻坚行动，落实食品安全“两个责任”经验做法获国务院食安办简报转发，并在省食药安办会议上作典型发言。加强工业产品质量安全风险防控，全市公路、水运和建筑工程质量监督覆盖率100%。同时，深入开展重点市场、重点商品等民生领域质量执法行动以及“昆仑2022”专项行动。

聚焦共建“好品山东”，惠享“品质日照”，广泛汇聚质量品牌建设合力，日照市从政府、企业、社会三个层面发力，夯实市场主体质量责任，增强全民质量品牌意识，促进社会资源向优质产品、优秀品牌和优势产业集聚，提升日照区域品牌总体价值，全力塑造日照高质量发展新优势。

河北加强 品牌优势企业培育

河北省质量强省战略领导小组办公室近日印发《河北省品牌优势和示范企业培育行动方案》(以下简称《行动方案》)，提出以打造企业品牌为突破口，引导企业不断强化品牌意识，增强河北企业的品牌影响力和竞争力，促进河北经济高质量发展。

《行动方案》明确了5方面19个重点任务，通过重点培育、宣传推广、激励保护，每年培育200家品牌意识强、质量效益优、发展潜力大、在一定区域或行业内具有引领带动作用的河北省品牌优势企业；每年发展50家品牌竞争力强、知名度高、综合实力卓越并且在国际、国内、省内具有较大影响力的河北省品牌示范企业。

(邵玉姿)

“国际纺都” 蓄力向新而生、向远而行

■ 黄海波 许益萍

一块看上去并不起眼的骑行垫，全部由再生材料制成，可用于专业赛事。“这次我们把它带过来，就是希望把这类国际上的新材料展现给更多的国内客商。”在意大利La-fonte展位现场，东方国际集团相关负责人刘曼娜展示了这块小小的面料，吸引不少客商驻足。

2023中国绍兴柯桥春季纺博会和2023柯桥春季时尚周已于近日落幕。在浙江全面实施“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”的背景下，展会释放出纺织行业诸多积极信号，也反映出众多柯桥纺织企业正蓄力实现新跃升。

今年以来，跨境人员交往全面恢复。为了进一步拓展海外市场，本届展会着力引进国外纺织企业参加，并首次设立了进口面料展区。新加坡金鹰集团旗下Sateri、意大利La-fonte、日本东洋纺依斐丝等10多家境外企业参展。

尽管纺织品出口存在阻力，但市场主体的信心与热情不减。也门客商穆德连续多年来展会上采购，“今年很好，好多工厂都来了！”站在苏州市恒奕进出口有限公司展位，他一边挑选面料，一边分享自己的感受。

柯桥中国轻纺城海外市场促进会韩国分会负责人于增范介绍，会展期间，韩国DH TEX展位现场成交了一笔60万元的订单，大大提升了展商的信心。

柯桥拥有上千家外商注册企业、上千家外商办事处和千人规模的外商群体，是国内少有的单一产业外商聚集地。柯桥顺势而为，本届展会期间首次推出柯桥外商集市活动，吸引了印度、巴基斯坦、希腊、哥伦比亚、俄罗斯、斯里兰卡等24个国家的70名外商参加。这一“外商摆摊，企业赶集”的集市模式，为柯桥外贸搭起新的桥梁。

不仅如此，在柯桥钱清货站，每周都会有一列“柯桥号”满载着绍兴出口货物，驶向“一带一路”沿线国家。中欧班列“柯桥号”去年成功首发，今年一季度，“柯桥号”已经开出了14列，全年力争达到50列。

外贸承压，越来越多的柯桥企业将眼光转向内销。作为柯桥本土龙头企业，浙江科旺纺织有限公司正从内外销齐发力的市场布局，积极转向内销为主。

“传统产业卖不动，利润太薄，我们走的是差异化道路。”公司常务副总经理章丽芬介绍，公司重点在新材料、新工艺、新花形上发力，今年的订单已经排到了7月份。

转市场、转产品、转意识。近年来，柯桥大力培育时尚产业，优化提升柯桥时尚生态，并以“柯桥优选”纺织品区域公共品牌培育为抓手，大力推进现代化“国际纺都”建设。

今年年初，首批14家“柯桥优选”品牌试点企业名单出炉，积极引导柯桥企业探索品牌化发展新路径，力争通过3至5年的时间，将“柯桥优选”打造成行业公认的优质纺织品的代名词。

本次柯桥时尚周出现了法国设计师和浙江懿纱、柯桥丰旺、绍兴永耀、绍兴晶远等本地企业联合发布时尚秀的场面。值得一提的是，柯桥本土设计师马金星摘得了全国十佳纺织面料设计师的荣誉。

“这几年我们越来越重视面料设计，把从追求量的增长转变到质的提升上来，期待更多的柯桥面料设计师站在全国性的设计舞台上。”马金星说。

对设计人才的重视和时尚生态的培育，有效提升了柯桥面料的时尚引领性。越来越多的柯桥面料，站上了国际流行趋势的最前沿。

“本届活动的举办展现出柯桥赓续时尚发展新篇章的全新气象，彰显出柯桥踔厉奋发新征途的崭新格局。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲认为。

在浙江全面实施“地瓜经济”提能升级“一号开放工程”的背景下，柯桥以“国际纺都”的坚实基础和强大韧性，向新而生、向远而行。今年一季度，中国轻纺城市场群实现成交额683.36亿元，同比增长11.99%。其中，面料市场实现成交额556.06亿元，同比增长12.38%。

七匹狼深耕夹克细分品类，打造中国男装行业开创性品牌

■ 央广

21世纪以来，我国服装行业在国际产业链的地位逐步提高，并开始向研发设计和品牌运营等高端方向转变。作为中国男装行业开创性品牌，七匹狼集团深耕夹克细分品类，33年如一日，坚持以务实创新的姿态，向以产品质量和创意、品牌美誉度取胜的阶段进行重要转变，持续提升品牌认知度。

以创新突破助力品牌成长

作为重要的民生产业和国际合作与竞争

优势明显的产业，中国服装业在产业结构、科技与品牌、质量效益、国内外市场开拓等方面不断进步与提升。同时，在产业发展与内需不断提升的背景下，一大批优秀的中国原创服装品牌快速成长，在产品设计研发、营销渠道建设、国内外资源整合等方面突破发展。七匹狼将历史文化与人文精神巧妙结合，在产品工艺、品质上精益求精，在产品搭配及服务上创新突破，不断优化和进步，重新解构服装的价值深蕴。

七匹狼最新推出的2023夏季新品海洋、丛林系列，于传承中汲取自然灵感，将自然元素融入时装美学，将现代剪裁和工艺完美融合，缔造融合经典的时尚作品，可满足行政通

勤、流行时尚、户外运动等不同风格的穿着需求，引领前沿时尚潮流。

传承匠心为原创设计加码

服装行业以设计为灵魂，以创新为引擎。作为夹克专家，七匹狼自1990年成立以来，始终坚守初心、传承匠心，在原创设计战略上持续加码，是引领潮流和践行设计创新的重要旗手。

同时，七匹狼也身体力行践行社会公益，坚持公益慈善与发展同步，2022年泉州本土疫情引发广泛关注，七匹狼第一时间组织捐赠500万元现金及物资，并协同各方力量全

力以赴支援一线。凭借强大的公益眼界和格局，七匹狼步履不停，在环保领域展现更多作为：携手国际设计师Tuomas Merikoski，以濒危动物的X射线图为灵感，将废旧塑料进行二次利用，推出“做TA的守护者”公益环保联名系列服装；通过中国纺织工业联合会社会责任办公室的“碳足迹”认证，推出七匹狼“碳足迹”标签夹克……

随着社会经济迅速发展，中国正迎来消费升级的大转型，男士更为注重风格与时尚，七匹狼集团基于当前消费群体年轻化及需求差异化，加强创意创新满足消费者个性化需求，构筑更长期的市场预判与发展格局，不断焕发出新的活力与风采。

需求升级 家电品牌发力智慧场景建设

■ 周子荑

“出去旅游人太多，正好趁放假给新装修的房子配家电。”在北京的一家电器卖场门店内，消费者张先生对记者表示。张先生新婚不久，准备为正在装修的新房配备电视、冰箱、抽油烟机等多种家电产品。

近一段时间以来，特别是五一假期期间，和张先生一样在线下门店试用选购家电的消费者还有很多。进入第二季度，家电市场有所回暖。

苏宁易购数据显示，五一长假期间，苏宁易购全国门店客流同比提升23%；五一假期首日，苏宁易购全国门店订单量同比增长47%。

智能家电持续热销

智能化是近日举办的2023年中国家博会和消费电子博览会(以下简称AWE2023)传递出来的重要信号，也是近期家电市场的一大趋势。

在AWE2023现场，多个黑电品牌都展示了其MiniLED电视产品。

资深产业观察家梁振鹏表示，这两年，激光电视和OLED电视的销量有所下滑，但更加智能的MiniLED电视实现较快增长。

除MiniLED电视之外，壁纸电视也成为市场新宠。在AWE2023现场，创维壁纸电视A7D系列凭借“超薄无缝贴墙”的独特产品形态吸引了众多参展观众驻足。北京市某大中电器门店的一位销售人员也对记者表示，今年以来，壁纸电视较受消费者的青睐。

“智慧场景”是本次AWE2023的亮点，海尔、TCL、海信、博西家电、德国美诺、松下、三星、京东、格力、方太、老板、创维等品牌发力

智能家居场景化展示，规模远超往年。

以海尔为例，作为智慧家庭场景的先行者，今年海尔专门搭建“四大场景盒子”的全场景智慧样板间，让用户可以沉浸式感受到全新的智慧场景；方太用新美学文化来演绎全新智慧烹饪解决方案，其集成烹饪中心突破厨房中的传统线条，以嵌入式集成美学，将烟、灶、蒸、烤等多种烹饪功能自然融入家居场景；博世舒适科技在现场展出以高效节能、智能互联为特征的分户采暖系统……不难发现，电器头部品牌正从智慧家电迈入智慧场景、智慧生活，根据消费者个性化需求，提供套系化、一站式的整体智慧生活解决方案。

苏宁易购发布的数据显示，五一长假期间，苏宁易购智能家电家居类商品销售同比增长73%。其中，亚太天能智能门锁D11F同比增长177%，西门子12套嵌入式智能洗碗机系列销售同比增长264%。针对彩电产品，苏宁易购还联合海信、创维、TCL、康佳等品牌推出专属“焕新”补贴，拉动拥有大屏和创新显示技术的高端彩电持续热销。

绿色低碳浪潮涌动

绿色节能是国家倡导的家电行业发展走向，也是各大家电企业努力的方向。

2022年年初，国家发改委等部门印发《促进绿色消费实施方案》，提出鼓励引导消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品。同年7月，商务部等13部门发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，提出要补齐家电市场短板弱项，打通家电消费堵点，满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级的需求。

去年3月至12月，北京市结合传统节假日等重要促销时间节点，面向在京消费者

发放“京彩·绿色”消费券，适用商品共计55类。

五一假期，苏宁易购深度参与上海、北京、江苏、浙江、河北、河南、湖北等省市政府促消费补贴活动，助力消费者家电绿色“焕新”。

数据显示，五一长假期间，苏宁易购绿色节能家电销售同比增长56%，其中新风空调销售同比增长95%，新一级能效空调同比增长98%。

中国家用电器商业协会秘书长兼新闻发言人张剑锋表示，从目前家电市场促销和企业产品销售结构来看，绝大部分都是绿色家电。例如，空调、冰箱、冷柜等耗能大的产品多是一二级能效产品，且一级能效产品销售占比越来越高。

张剑锋谈道，无论是从家电厂家的主推产品来看，还是从渠道商的反馈来看，套系化产品销售都明显增多，且价格有所上扬，套系化、全屋定制将成为家电市场未来一大发展方向。

“套系化、场景化、高端化是这个行业未来5—10年的发展主旋律。”红星美凯龙家居集团执行总裁兼大营运中心总经理朱家桂认为，生产优质产品满足全球消费者品质生活的需求会成为主旋律。

家电行业分析师刘步尘对记者表示，在AWE2023现场，很多参展商围绕智慧家庭生活、智能化解决方案进行布展，而近来家电市场消费也呈现出套化的趋势，反映出智慧家居时代正在加速到来。

数据：近日，格力电器、海尔智家、美的集团发布2022年业绩报告，三家公司业绩均实现上涨，2022年营业收入共计约7794亿元，同比增长2.53%；净利润共计约688亿元，同比增长6.27%。中商产业研究院发布的数据显示，预计今年我国智能家电市场规模将达到7304亿元，智能家电市场规模呈现出持续扩大的趋势。

在北京一家苏宁易购线下门店，老板