

做中国企业的思想者

企业家日报 中国品牌

Chinese brand weekly 周刊

东裕·汉中仙毫协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第124期 总第10758期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:周君 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2023年5月21日 星期日 羚卯年 四月初三

一周观察 | Observation

让工业这一引擎产生更大更强动能

■ 周湘智

近日,国内十强城市一季度GDP出炉,上演了一场城市排名的激烈角逐。从增速数据来看,深圳以6.5%的增速领跑,总的来看,除广州与苏州外,另外8个城市增速都在3%以上。在这一组数据中,各地工业加快恢复是主要亮点。

今年一季度,各省份在“拼经济”的过程中可谓八仙过海、各显神通,广东、江苏、山东、浙江等省份的经济工作会议先后召开,其中,巩固制造业传统优势,强化转型升级等在会议中多次被提及。同时各地也纷纷亮出实招,如山东省就数字赋能工业转型升级启动了一系列工程;江苏省安排了第一批工业和信息产业转型升级专项资金;湖南省大力开展“智赋万企”行动。

转型升级的加速,将不断增加新兴产品供给,引领和创造新需求,进一步激发经济发展活力。从目前来看,高端技术制造、装备制造以及新动能的拉动作用愈加明显。数据显示,一季度中国进出口银行投放制造业贷款3000亿元,主要聚焦汽车制造、工程机械、有色金属等国民经济支柱产业,支持骨干企业高端化、智能化、绿色化升级改造,“专精特新”的创新指数环比增长速度也较为理想,这些居于“首端”的实体经济正在不断提升发展信心,扩张对外态势和释放发展活力。工业转型升级带来的利好,就是极大地释放消费需求潜力,更好地唤起民间投资活力。

扩大有效投资,恰恰是推动扩内需稳增长的重要举措。当前,用好多种政策工具,加快规划重大工程项目和各地区重大项目建设,对于增投资扩内需有利。今年一季度细分领域的一个数字较为亮眼,3月,挖掘机平均开工率达69.35%,值得注意的是,挖掘机运行是工程项目开工的信号,挖掘机开工率的直线上升,意味着从交通、能源、水利,再到5G基站、大数据中心,全国各地都在有条不紊地推进重大项目,使基础建设在一季度开启了“狂飙”模式。

高科技和高端制造业、出口产品中升级的高端部分、“专精特新”等属于经济发展的“国计”层面,以其为代表的高价值领域的稳健恢复,使各国际机构不断上调中国今年经济增长预期,与我国《政府工作报告》提出今年中国经济增长5%左右相比,国际货币基金组织(IMF)等国际机构普遍上调中国经济增长预期至5.2%以上,这大大提振了整个社会的信心。当然,要保持经济长期向好,还需要各领域进一步发力。如在工业制造业方面,需要大力改造提升传统产业,培育壮大新兴产业,推动供需更高水平的动力平衡,促进工业的健康发展。

我们有着全球产业链最齐全、产业体系最完善的制造业,更加完整的产业链和全球领先的产业链配套能力,让中国制造总能及时“补位”,备受追捧。在工业经济稳步回升的现实语境下,还要进一步打通堵点、补链强链,加强新技术新产品应用推广,破除关键环节“卡脖子”问题,解决新增长点支撑不足等制约,增强工业经济的韧性,使其基础更稳固,活力更明显。推进新型工业化,就要坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,进一步激发各类市场主体活力,综合施策释放内需潜力,让工业这一引擎在转型升级中产生更大更强的动能。

本报工作人员必须持有效证件。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



新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



在传承创新中提升品牌力量

■ 顾阳 李治国

5月14日,以“中国品牌,世界共享;品牌新力量,品质新生活”为主题的2023年中国品牌日系列活动在上海落下帷幕。活动期间,有关部门、地方、中央企业、行业协会、品牌服务机构等结合各自实际,组织开展了一系列主题鲜明、形式多样的特色品牌创建活动,1900余家优秀品牌企业在线上线下进行了展示。

自2017年“中国品牌日”设立以来,中国品牌发展坚持从中国速度向中国质量转变、从中国制造向中国创造转变、从中国产品向中国品牌转变,品质内涵不断升级,自主创新水平稳步提升,品牌影响力不断增强。“推动高质量发展,品牌建设正发挥着越来越重要的引领作用。”国家发展改革委有关负责人表示,将按照党中央的决策部署,进一步凝聚品牌发展共识,营造品牌培育氛围,为全面建成社会主义现代化强国贡献品牌力量。

“大国重器”彰显品牌势能

在中国品牌博览会上,最“吸睛”的莫过于38家中央企业带来的“大国重器”。这些代表着国家最高水平的品牌产品及服务,彰显着中国品牌的活力与势能。

在中国中车展台,除了大家熟悉的复兴号高铁,中国中车还带来了具有完全自主知识产权、时速达600公里的高速磁浮列车。“时速600公里的高速磁浮,是当前可实现的速度最快的地面交通工具。”中国中车展台的工作人员说。

氢能源全自动智慧城域列车是中车推出的最新产品,同样具有自主知识产权。中国中车企业文化部品牌处处长毕宇鹏说,绿色化、智能化是当前制造业发展的重要方向,中车将用更多绿色产品助力国家“双碳”目标实现。

在2022年《财富》世界500强排名中,中国中化位居化学品行业榜单首位,业务范围覆盖了生命科学、材料科学、石油化工、环境科学、橡胶轮胎等八大领域。“这些领域涵盖了人们吃穿住用的方方面面,不知不觉中,您已经成为中国中化产品的使用者、品牌的支持者。”展台工作人员说,越来越多的中化品牌正融入生产生活,更好地满足人们对美好生活的需求。

中国航天科技集团带来的“中国空间站1:10模型”,成为今年品博会上的“镇馆之宝”,吸引了众多观众驻足参观。这个距地面约400公里的中国空间站不仅是一个太空实验室,还代表了中国宇航科技的最高水准,成为国家闪亮的名片。当前,中国空间站进入全



●5月10日,参观者在中国品牌博览会创新100+展区内的飞行汽车前交流讨论。方喆/摄

面应用和发展阶段,不仅解决了空间站有较大规模、长期有人照料的应用问题,还成为世界宇航科技开展合作开发的重要平台,生动诠释了“中国品牌,世界共享”的时代主题。

最大直径盾构机“京华号”,三代核电装备“国和一号”,超大规模智能电网……一个个中国品牌的崛起,不仅是国家综合竞争力的体现,更是传递优秀民族文化的名片。其中,中央企业在稳定经济发展、带动科技创新、服务民生保障、推动中国制造走向世界的进程中,彰显了央企品牌的力量。

地区品牌竞相夺艳

“开门待世界,一杯利川红。”来自湖北恩施的利川红产业集团带领当地15家茶企、2家景区和8家农特产企业,集体亮相品博会,在浓浓的民族风情中传递着品牌之美。“我们利川红是茶叶领域的锐新品牌、后起之秀。这台工作人员说,越来越多的中化品牌正融入生产生活,更好地满足人们对美好生活的需求。

中国航天科技集团带来的“中国空间站1:10模型”,成为今年品博会上的“镇馆之宝”,吸引了众多观众驻足参观。这个距地面约400公里的中国空间站不仅是一个太空实验室,还代表了中国宇航科技的最高水准,成为国家闪亮的名片。当前,中国空间站进入全

首个零(低)碳海岛试点,在绿电赋能“零碳海岛”建设上的探索,将有助于“零碳海岛”形成品牌效应,助力区域经济绿色转型和高质量发展。

“良好的区域品牌已成为区域经济崛起的重要抓手,在区域产城融合及互动中起到了支撑作用,已成为地方经济高质量发展的‘金名片’。”品牌中国战略规划院理事长陈志鸿说,区域品牌建设是一个系统性工程,要从区域资源禀赋、产业现状、未来定位等方面明确品牌目标,找到符合当地实际的区域品牌发展路径。

国潮新消费活力倍增

作为今年中国品牌日的系列活动之一,由中央广播电视台总台上海总站、央视网联合主办的首届“中国品牌消费节”,给广大消费者带来了一场高品质的“品牌盛宴”。

央视网总经理王冰松表示,在推动中国产品向中国品牌转变的过程中,主流媒体一直发挥着至关重要的作用,将充分发挥“内容+平台+技术”的媒体生态优势,不断讲好中国品牌故事,打造具有长效价值的特色品牌消费嘉年华,助力消费升级。

国潮新消费成为品牌消费节的一大亮点。作为践行“新消费”的排头兵,诸多“老字号”掀起了“新国潮”,用更多跨界与时尚元素为产品注入了活力。奶糖品牌“大白兔”与护肤品牌SK-II联名款神仙水“SK-兔”,一经推出即“火爆出圈”;同仁堂带来的三款鸡尾酒,以新奇口感赢得了年轻消费者的关注,打破了人们对老字号的固有印象;老牌自行车企业上海凤凰积极向“年轻化”转型,在多领域创新推出了符合凤凰文化的跨界产品……

连续7年举办“中国品牌日”活动、开展制造业“增品种、提品质、创品牌”行动、实施中华老字号保护发展工程……近年来,在国家推动、部门协同、地方探索、社会参与下,我国品牌建设取得积极成效。京东2023中国品牌消费趋势报告显示,2022年,生产国潮产品的品牌数较2019年增长2.2倍,国货商品人均消费额增速超70%。其中,以新能源汽车为代表的中国品牌加速“出海”,出口量持续逆势增长,同时实现了从单纯卖产品到“产品+技术”的双输出,释放出中国品牌的巨大潜力。

在中国品牌博览会展厅,一棵硕大的“品牌树”颇引人注目。树上的每一片叶子都是一片柔性屏幕,讲述着一个品牌故事。正是每一个品牌向上的力量,汇聚成中国品牌成长的动力,推动中国品牌走向枝繁叶茂、硕果累累的明天。

5·10品牌日 工业品牌尽显青海魅力

■ 贾泓 刘祎



“人类正在以材料的奇迹创造无限的奇迹。”近日,在2023年中国品牌博览会上,多媒体视频铿锵有力的声音将很多人吸引到青海展馆的中复神鹰碳纤维西宁有限公司的展台前。

大多数观众并不了解碳纤维产品,中复神鹰碳纤维西宁有限公司市场营销部工作人员从容地介绍:“碳纤维是材料领域最具战略意义的‘黑黄金’,细小的纤维里蕴含着改变世界的力量。”接着,她来到展台前,将正在展示的几款碳纤维产品展示给大家,她说:“别看碳纤维很细,但很强”。直径5微米的碳纤维,每平方毫米面积能承受500公斤的拉力,比重不到钢的1/4,强度却是钢的7倍到10倍。”

在大家的惊叹声中,中复神鹰碳纤维西宁有限公司市场营销部工作人员拿起正在展示的无人机壳体说:“因为碳纤维重量轻、强,

接着中复神鹰碳纤维西宁有限公司市场营销部工作人员骄傲地说:“在我国碳纤维国

产化的漫漫征程中,中复神鹰在国内率先攻克干喷湿纺碳纤维关键技术及核心装备,建成国内首条千吨级干喷湿纺碳纤维产业化生产线,突破国内工业同质化瓶颈,实现“中国碳纤维”从无到有、自主创造、规模化生产的跨越发展。在日趋旺盛的市场需求下,中复神鹰以连云港、西宁产业基地和上海研发中心构建三位一体,实现产品高端化配置、新产能构建和产业链延伸。现在我们展出的所有碳纤维产品,都来自全世界海拔最高的碳纤维制造基地——中复神鹰碳纤维西宁有限公司的生产车间。”

听到这,不少观众纷纷为中复神鹰点赞。来自吉林的观众张博说:“卷绕的柔韧丝束成就硬核大国重器,期待御风飞行的中复神鹰能够再创新时代的材料新传奇,也期待高原古城西宁在双碳背景下有更大的作为。”

薄如蝉翼,细过发丝,另一边,青海诺德新材料有限公司(以下简称“青海诺德”)的铜箔以其独特的光亮同样吸引了众多观众。

这次青海诺德带来的展品为4微米锂电铜箔和5微米高抗锂电铜箔。青海诺德工作人员一边在现场展示,一边介绍:“铜箔是3C产品、ESS储能系统、新能源汽车、航天等产品电池的核心材料。我们研发的电解铜箔产品规格型号日趋增多、产品迈向多元化,既能生产4至6微米超薄锂电铜箔,又能批量化生产THE、VLP、RTF等适用不同线路板的PCB用铜箔和5G通讯用的高端标准铜箔;同国内知名的宁德时代、比亚迪等主要动力电池企业建立了持续稳定的合作关系,在国内市场占有率连续多年领先;在国际上,公司也与LG化学等国际知名电池企业建立业务合作关系,全球市场占有率为前,是国际上新能源汽车动力电池材料龙头企业。”

观众俞磊感叹:“在青海展馆,不仅看到了具有青海地方特色的手工艺品和农畜产品,更惊喜地看到了走在行业技术前沿的工业企业。为青海骄傲,为青海鼓掌。”

东裕茗茶

CHINESE GREEN TEA

『东裕汉中仙毫』获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司

招商热线:029-87809659

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味