

2015年8月4日,国家质检总局批准北流市日用陶瓷工业园区筹建“全国日用陶瓷产业知名品牌创建示范区”,启动了北流市日用陶瓷产业从“制造之都”向“品牌之都”转变的新引擎。

# 广西北流建设“中国日用陶瓷产业知名品牌创建示范区”

广西北流市市长招展 19 日称,北流是具有 4000 多年陶瓷历史文化的中国陶瓷名城,当地将强化创新驱动,完善政策措施,积极推进全国日用陶瓷产业知名品牌创建示范区建设,把北流市日用陶瓷工业园区打造成“产业配套齐全、结构布局合理、专业技术过硬、质量管理先进、集聚效益凸显、品牌价值领先”的全国日用陶瓷生产基地。

时值第六届中国(北流)国际陶瓷博览会在北流市召开,国家质检总局中国质量认证中心 19 日在北流市举办全国日用陶瓷产业知名品牌创建示范区建设交流会。

招展在会上介绍,陶瓷是北流的传统支柱产业,全市现有陶瓷企业 65 家(其中规模以上陶瓷企业 46 家,自营出口 35 家),有专业技术人员 5000 多人,陶瓷专利技术 382 项,陶瓷艺术大师 13 人,有广西唯一的日用陶瓷工业技术研发中心、广西日用陶瓷检测中心,形成了以日用陶瓷为主,建筑陶瓷、工艺陶瓷为辅的陶瓷产业集群,以及配套完整的产业链。北流成为中国日用陶瓷出口基地和国家外贸转型升级专业型示范基地。近年来,为加快陶瓷产业转型升级,北流市委、市政府作出了一系列的决策部署,按照“区域同建、



图为北流市市长招展在会上讲话。杨志雄 摄

产城融合”的思路,加快实施城北“退二进三”战略,投入近 3 亿元对省级陶瓷工业园区进行规划建设,每年还从市财政拿出 2000 万元对企业技术改造和产能升级进行奖励扶持。特别是 2013 年以来,北流市围绕打造 400 亿陶瓷产业目标,深入开展“工业园区提升工程”活动,修编完善园区发展规划,市工业园区面积由 13.39 平方公里扩展到 52 平方公

里,先后建设了三环集团、仲礼瓷业、老田瓷业、晨立陶瓷、长隆瓷业、玉洁瓷业、新高盛陶瓷等一批陶瓷企业,三环集团、仲礼瓷业、老田瓷业等一批陶瓷强优企业在园区孵化下迅速发展壮大,入选全国日用陶瓷企业 50 强。

招展称,2015 年 8 月 4 日,国家质检总局批准北流市日用陶瓷工业园区筹建“全国日用陶瓷产业知名品牌创建示范区”,启动了北流市日用陶瓷产业从“制造之都”向“品牌之都”转变的新引擎。2015 年,园区生产日用陶瓷 20 亿件,建筑陶瓷 4600 万平方米,陶瓷产值突破 120 亿元,日用陶瓷出口量占广西 70%以上,占全国约 7%的份额。北流陶瓷产业进入到一个崭新的发展时期。

招展说,这次全国日用陶瓷产业知名品牌创建示范区建设交流会在北流召开,对于以陶瓷为传统支柱产业的北流,更是难得的机遇。北流市将以这次交流会为契机,充分吸收交流会的重要成果,把北流市日用陶瓷工业园区打造成“产业配套齐全、结构布局合理、专业技术过硬、质量管理先进、集聚效益凸显、品牌价值领先”的全国日用陶瓷生产基地,为全国的品牌建设创造经验,树立典范和标杆。(杨志雄 黄艳梅)



## 零距离接触民族品牌

第一次走进安踏、三六一度等民族品牌,真的为泉州企业家的拼搏精神所感动。通过这次零距离接触,感觉泉州运动品牌,不管是技术创新、营销创新还是品牌创新,都很扎实,这一点是“中国制造”的骄傲。可以说,这代表了民族品牌的一种创新精神。

增强国人对民族品牌创新精神的认可,需要做很多工作,此次采风活动无疑是一种有益的尝试,那就是让更多的人走进品牌企业。零距离的接触,让更多人认识到民族品牌在创新道路上的艰辛摸索,通过对企业家精神的感知,强化消费者对民族品牌的认同感,从而提升民族品牌的知名度和美誉度。这同时对媒体也提出更高的要求,那就是为消费者零距离接触民族品牌创造一切可能的条件、拓展可行的渠道。(邱和军)

## 温州名牌初审推荐协会说了算

日前,温州市质监局与六大行业协会一起,举行了政府职能转移签约仪式。这意味着,以往由政府部门掌握的“温州名牌初审推荐”权力,已正式下放到温州市鞋革行业协会、温州市服装商会、温州市金融设备行业协会、乐清市小型断路器行业协会、瑞安市汽摩配行业协会、永嘉县泵阀行业协会这六大行业协会。

去年,浙江省质监局将行业协会质量工作的改革试点落在了温州。2015 年 8 月,温州市质量强市工作领导小组制定并印发了《关于改革和加强行业协会质量工作的通知》,确定将温州市鞋革行业协会等六大行业协会,作为首批试点行业协会,并将质量管理、品牌培育、标准化工作、质量安全监管、质监行政审批、打假治劣和信用建设等七方面共计 17 项权力相应下放。行业协会承接温州名牌产品初审推荐职能,是行业协会参与质量建设的重要内容。早在 2013 年底,温州市质监局根据温州市编办的要求,选择了温州市鞋革行业协会作为首个承接温州名牌产品初审推荐职能工作的社会组织。2014 年和 2015 年,温州市鞋革行业协会共组织推荐 18 家鞋类企业申报温州名牌产品,有效推进了鞋革行业品牌建设工作。2016 年,温州市质监局根据市编办要求,按照《关于进一步改革和加强行业协会质量工作的通知》,进一步将温州名牌产品初审和推荐职能工作扩大转移给 6 个行业协会。

温州市行业协会承接温州名牌产品初审和推荐职能工作,有利于推进政府转变职能和简政放权工作,有利于温州制造的品牌建设,同时也有利于行业协会自身发展。(浙)

## 别克品牌日活动全面推进新能源战略布局

4 月 18 日,上汽通用别克品牌在沪举行“心远方”别克品牌日活动,发布“别克蓝”车标及别克全新一代君越全混动车型。同时,今年初在北美车展全球首发的别克 Avista 双门轿跑概念车也同台登场,首次与中国消费者见面。

作为上汽通用汽车“绿动未来”战略下的重磅产品,全新一代君越全混动车型首次搭载双驱动电机和 1.8LSIDI 直喷发动机,匹配 EVT 电控智能无级变速箱和 1.5 千瓦时高性能锂电池组,并采用电子空调压缩机、电子制动助力、排气热能回收、格栅主动开闭等众多先进技术,0-100 公里/小时加速 8.9 秒,百公里综合油耗低至 4.7 升,较上一代 eAssit 混合动力车型油耗降低 35%。

伴随着全新一代君越全混动车型的推出,“别克蓝”车标正式发布,拉开了别克全面推进新能源战略布局的大幕。别克将加快传统驱动系统的高效升级与绿色技术普及,并陆续推出包括全新一代君越全混动车型在内的 HEV 全混动、EREV 增程式混合动力和 PHEV 插电式混合动力等多种驱动系统车型。

同时,别克还将持续加速智慧安全与智慧互联先进科技的普及,如行人识别/保护、ACC 自适应巡航、车道保持等功能,以及 OnStar4G LTE、AppleCarPlay、百度 CarLife 等车载系统在各款车型上的应用,深入推进上汽通用汽车车联网战略。

别克 Avista 双门轿跑概念车由通用全球

设计团队倾力打造,展现了别克未来设计语言、卓越性能和前瞻科技,预示了别克车型更加运动化的未来发展方向。别克 Avista 概念车整体造型动感流畅,极具视觉冲击力,2+2 的现代座舱营造出简洁、典雅车内氛围。该车搭载 3.0 升 V6 双涡轮增压发动机,可输出 298 千瓦的最大功率,匹配 8 速自动变速箱及 MRC 主动电磁感应悬挂,提供精准的操控体验。

此外,该车的车门以及座椅饰板由 3D 打印而成,全车大量采用碳纤维及铝材,并配备了新一代 Quiet-Tuning 静音科技、空气质量系统以及智慧互联系统,彰显引领时代的新锐科技。(牛牛)

## 搜狗输入法发布创业品牌支持计划

实帮助创业企业解决推广难题。创业公司可登录搜狗输入法官网,通过简便的申请审核流程,即可在候选适当位置以“新芽”的标志展示企业品牌,用户也能直接找到正确候选词,提高输入效率。

据悉,首批加入创业品牌支持计划的公司有美宝、药给力、退客行、墨刀、积木云、慧教云、云纵、锅否、小能等九个品牌。其中,户外用品电商网站“退客行”CEO 林辉表示,“该计划解决了公司痛点,大大减轻了用户寻找正确汉字的时间和精力。在解决用户需求

的同时,也帮助退客行实现了品牌价值。”

自 2006 年 6 月推出第一款汉字输入法以来,搜狗输入法已走过近 10 年的产品创新之路。在创新理念的推动下,搜狗输入法充分发挥企业责任,推出“创业品牌支持计划”,在优化输入体验的同时,帮助初创品牌提升曝光率。借助此次计划,搜狗输入法也将继续从精细化入手,在互联网入口培养用户习惯、拓宽创业品牌传播渠道,用实际行动践行企业公民责任。(韩元佳)

## 爱普生发布全新品牌战略 三大领域创新引关注

4 月 19 日,2016 爱普生创新大会(2016 Epson Innovation Days)在北京举行。本次创新大会,爱普生首次面向中国用户发布了 Epson 25 长期企业愿景,并阐述了全新的品牌战略;同时针对行业应用、办公应用以及个人应用,发布并展示了其在喷墨领域、视觉领域、机器人领域等方面的创新产品及解决方案。

在创新大会的发布环节,精工爱普生公司总裁碓井稔、针对 Epson 25 长期企业愿景进行了阐述。碓井稔表示,随着信息和通信技术的发展,越来越多的信息都可从互联网上获取,网络空间不断扩大。爱普生认为对于生活在现实世界的顾客而言,能连接网络空间的产品将变得越来越重要。作为一家专注于为现实世界创造价值的企业,爱普生将以“省、小、精技术”为基础,在智能科技、绿色环保和卓越表现等方面为顾客创造价值,倾力创建一个将人、物与信息互联的新时代。

围绕“科技+本地化”的市场战略,爱普生(中国)有限公司总经理安藤宗德,在本次大会上重点讲述了爱普生在喷墨领域、视觉领域、机器人领域等方面的创新,并为用户带来了满足其需求的创新产品和解决方案。

首先,在喷墨领域,基于爱普生 PrecisionCoreMicroTFP 技术,此次推出了拥有 2.64 英寸“巨无霸”大打印头的专业大幅面打印机 SureColor P10080/P20080,较前一代产品,其综合产能提升了近四倍。该新品首次采用拥有 4 级黑色的爱普生“活的色彩 PRO”颜料墨水,色彩表现更加细腻,为广告、影像等行



右:精工爱普生公司总裁碓井稔 左:爱普生(中国)有限公司总经理安藤宗德

业用户个性化批量输出需求带来更高效、更优质的体验。

在视觉领域,爱普生通过持续创新,推出了高亮度 3LCD 激光工程投影机系列产品,使爱普生成为 3LCD 激光工程投影机产品线最丰富的厂商。以其中一款最高亮度的 3LCD 激光工程投影机为例,采用密封的光路设计,防止灰尘进入,拥有长达 20,000 小时的使用寿命,其亮度高达 25,000lm,充分体现 3LCD 的高影像品质及色彩再现性的优势。此系列产品较现有产品镜头规格更加丰富,可满足行业用户的多样化需求。

基于爱普生“省、小、精技术”,爱普生带来了机器人领域的创新产品——新型折叠手

臂 N 系列机器人,放置面积比以前减少约 40%,配合更高精度的传感技术、力觉传感器和图像处理技术,将生产企业良品率提升到 99%,显著提升了流水线生产的工作效率和准确性。在现场,爱普生还展出了在未来上市的自律型双臂机器人,它可以“观摩、感知、思考并重现”。爱普生期待通过自身的创新与努力,创造一个人与机器人共存的美好世界。

此外,在爱普生创新大会现场,还设有“创新智造”、“智能办公”、“乐享生活”三大展区,共展出创新方案 40 多个,百余款产品。其中,科技感十足的爱普生 AR 智能眼镜、LW-Z900 标签打印机、GPS 运动健康手表等产品十分吸引人眼球。(中新网)

## 从“中国制造”到“中国解决方案”

在“一带一路”建设中,通过推进基础设施互联互通,将沿线国家的发展需求与中国制造和工程承包的国际竞争优势深度结合,有助于我国企业延长产业链、提升价值链,实现由“中国制造”向“中国解决方案”转型升级。我国对外承包工程企业应抓住这一历史契机,不仅积极参与“一带一路”基础设施建设,而且努力在这一过程中实现转型发展。

**逐步拓宽业务领域,培育竞争新优势。**国际金融危机时期,国际工程市场竞争激烈,由于产品同质化现象较为严重,许多发展中国家承包商甚至发达国家承包商纷纷加入价格战。在这种形势下,我国对外承包工程企业应逐步拓宽业务领域,实施多元化和差异化经营,努力由传统的成本价格优势向技术和管理优势转型升级。一方面,大力推进交通、能源等传统优势项目发展。另一方面,以专业化支撑,适度多元化发展,努力避免同质化竞争。

**延长产业链,提升价值链。**目前,我国对外承包工程业务主要集中在产业链末端的施工环节,加快由低端业务向中高端业务提升迫在眉睫。一是在参与“一带一路”沿线国家基础设施建设中,促进产业链向前端设计咨询延伸,形成设计咨询与承包工程相结合的业务模式。二是借助商务部“全球价值链跃升工程”、对外承包工程“建营一体化工程”等,以交通、电力等优势项目为切入点,通过建营一体化,减少建设和运营环节之间的交易成本。三是促进对外投资和承包工程协同发展,有实力的工程企业可以在“一带一路”沿线国家稳步开展基础设施投资,尤其是配合能源开发和交通、电力建设的基础设施投资,以推动工程企业的产业链延伸至投资领域,促进企业转型升级。

**进一步完善金融、财税政策,加大政策支持力度。**应适应我国对外承包工程发展要求,特别是“一带一路”建设需要,建立健全促进对外承包工程可持续发展的金融、财税政策体系。鼓励金融机构对我国企业在“一带一路”沿线国家的工程承包项目特别是中高端项目加强金融支持,发挥政策性银行的示范作用,引导商业银行参与,在贷款利率和项目融资等方面给予政策倾斜。(鲍洋)

## “青岛品牌”叫响广交会

4 月 19 日,广交会一期结束,青岛交易团成交 14.3 亿美元,比上届增长 5.3%。“青岛品牌”成为广交会上一个“热词”。

站在第 119 届广交会展馆 A 区通往 C 区的最主要通道上,环绕四周的电子屏,每隔 30 秒就会出现“通商青岛品牌之都”的彩色大型标语,来来往往的世界客商展示“青岛品牌”的魅力。

广交会一期期间,以“通商青岛品牌之都”为主题的全球营销推介会在展馆内召开,青岛市商务局向参加本次广交会的美国、英国、法国、德国、俄罗斯、乌克兰、印度、乌兹别克斯坦、印尼等国家的 70 余名采购商以及机电进出口商会、五矿化工进出口商会、企业代表和媒体记者 100 余人隆重推介了“青岛品牌”。推介包括青岛品牌企业、品牌产品、青岛外贸品牌小镇、出口农产品质量安全示范市和青岛跨境电商综合实验区等内容。

“作为工业品牌城市,青岛制造业基础雄厚,目前已发展形成了电子电器、汽车机车、石油化工、纺织服装等 10 条千亿元产业链,孕育出了海尔、海信、青岛啤酒、奥柯玛、双星、中车四方、新华锦、青建等一批知名企业,拥有中国名牌 68 个、山东省名牌 528 个、青岛名牌 727 个,享有中国品牌之都、中国十大品牌城市等美誉。在国家“一带一路”战略规划中,青岛被确定为‘新亚欧大陆桥经济走廊主要节点’和‘海上合作战略支点’,‘双定位’将带来这座城市与‘一带一路’沿线更广阔的双向投资贸易合作。”青岛市商务局局长马卫刚表示。

品牌是走进国际市场的通行证,它涵盖了产品质量、产品设计、研发和服务等一系列内容。海外客户对产品的选择越来越多地倾向“质造”和“智造”。今年,青岛市商务局创新举措,为参加广交会的全体参展企业服务,帮助他们在国际市场争取更多的份额。青岛市外商投资服务中心为青岛的所有参展企业印制了中英文版的名录和简介,在广交会的发布舞台旁专门设置了展台,方便海外采购商了解取用。

此次与“品牌”一起亮相推介的,还有青岛的 10 个“外贸特色小镇”。这些特色的产业集聚区已经培育出外贸的新优势。

外貌特色小镇的建成为企业“抱团”发展提供一个优良的平台。产业链上的企业加速集聚,强化企业之间的沟通,激发企业创新动力,促进行业发展。目前,隐士手推车小镇仅生产和配套企业就有 300 多家,手推车年生产能力 1200 万台,产值 70 亿元以上,占世界市场份额的 30%以上,成为世界规模最大的手推车生产基地。

在广交会上叫响的“青岛品牌”,背后往往是一个又一个有竞争力的企业、有生命力的产业以及一座有经济实力的城市。(吴明)