

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第217期 总第11185期 四川省社会科学院主管主办 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

2024年8月25日 星期日 甲辰年 七月二十二

每周时评 | Observation



中国家电 凭什么全球“圈粉”

■ 子房先生

这个夏天,中国品牌很“燃”。欧洲杯赛场上,海信 VAR 显示屏助力裁判精准判罚;巴黎奥运会上,艾比森户外 LED 大屏比传统屏幕降低约 20%能耗……近日,海关总署发布的数据显示:今年前 7 个月,包括电扇、洗衣机、吸尘器、微波炉、液晶电视等在内的家电累计出口 4091.9 亿元,同比增长高达 18.1%,高出全国出口整体增速 11.4 个百分点。

从 2023 年 3 月到 2024 年 7 月,我国家电出口已连续 17 个月实现同比正增长。应当看到,我国家电在海外实力“圈粉”,正是我国外贸国际竞争力不断增强的重要表现。

我国拥有全球产业门类最齐全、产业体系最完整的制造业。比如,广东是全球规模最大、品类最齐全的家电制造业中心,家电制造业营收规模占全国比重超 40%。广东目前已形成深圳、佛山、东莞、珠海、中山、惠州、湛江为聚集地的家电产业集群。在这里,企业生产可以实现“就地取材”,既能保证产能供应稳定可靠,也能让产业集群的协同优势快速转化为产品市场优势。

我国家电企业普遍是在充分竞争中成长起来的。从城镇到乡村,从平价到高端,从大众市场到细分领域……有国内超大规模市场为依托,企业一旦研发推出有竞争力的创新产品,“市”途和“钱”途自然不可限量。不妨观察那些备受外国消费者青睐的 made in china,它们以合适的价格、实用的功能、安全的性能,契合了不少外国消费者的需求。产品热销的背后,正是一家家中国企业通过不断自主创新,在海外“乘风破浪”的真实写照。

进一步看,家电产业焕发新生机,再次说明不能忽视和放弃传统产业。党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》要求,“以国家标准提升引领传统产业优化升级,支持企业用数智技术、绿色技术改造提升传统产业”。以空调为例:目前,我国空调产品的产量占据全球产量的 80%以上。产品质量“过硬”,与我国房间空调强制性能效标准历经 4 次升级,实现标准国际“领跑”密不可分。如今,精准规划路径叠加施布自清洁,升级版扫地机器人让日常清洁更轻松;搭载全新传感器的空气净化器,不仅噪声小、耗能低,还能远程一键除醛送风……新一代家电产品为我们提供了品质生活新选择。对于广大家电企业来说,不妨借着今年家电“以旧换新”的政策东风,无论是研发国产设备,还是改进工艺流程,抑或优化库存管理,努力在高端化、智能化、绿色化上下功夫,生产出更多有竞争力的产品,才能更好满足国内外消费者的期待。

本报监督公告

凡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到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621
企业家日报社



责编:周君 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com
战略合作:双汇集团



劳务品牌向优图强

■ 张欣 唐强 张子琪

5 小时 20 分钟——每年 7 月,54 岁的穆建林会从浙江省建德市出发,搭乘高铁,一路向北,直抵北京。

在京郊,穆建林承包了 10 个大棚。土壤消毒施底肥、整地做畦、定植覆膜、植株管理、采摘销售……守着 20 亩地,他要在这里工作至来年 5 月。

穆建林的家乡建德,被称为“中国大棚草莓之乡”,已有 40 余年草莓种植历史。以建德为起始点,在地图上绘制草莓师傅的异地务工“通勤线路”,会发现 1.3 万名建德草莓师傅,把“莓”好“播种”到了全国 27 个省区市,甚至远至乌兹别克斯坦等国。

改革开放以来,伴随着大量农村劳动者外出务工,劳务经济兴起。历经多年积累,一批批具有地域特色、行业特征、技能特点,就业带动力强的劳务品牌活力涌现,成为推动产业发展、推进乡村振兴的有力支撑。

2021 年,《关于加快推进乡村人才振兴的意见》《“十四五”就业促进规划》《关于劳务品牌建设的指导意见》接连印发,将“培育一批叫得响的劳务品牌”作为乡村振兴重要内容、稳定扩大农村劳动力就业规模的重要手段,纳入国家规划高位推进,并明确“规模促发展”“精准提质量”等具体目标。

近年来,我国劳务品牌组织化、专业化程度不断提高,就业规模和产业容量持续扩大。人力资源和社会保障部统计数据显示,目前我国劳务品牌约为 2000 个,呈现区域分布广、产业覆盖全、行业渗透强的发展态势。

记者近日在浙江、湖北、贵州、青海、甘肃、河北等地采访发现,各地加大投资力度,提高劳务服务“含技量”;加强规范化培育,提升劳务品牌“含金量”;通过规模化输出,打造就业“金名片”;优化品牌生态圈,集聚发展要素促进产业升级,带动区域发展。

劳务品牌迈向高质量发展,正在为全面推进乡村振兴,促进高质量充分就业,满足人民日益增长的美好生活需要,促进经济社会高质量发展提供更多助力。

技能开发强“内核”

7 月 3 日,青海拉面现代产业学院落地青海省海东市。

海东,是“化隆拉面师”劳务品牌孵化地,拉面从业人员约 16.9 万人。来自西北内陆的街边味道,在此前 40 余年间向东部沿海地区延展,征服越来越多城市人的舌尖味蕾。数据表明,海东农民纯收入的 54% 来自拉面相关行业。

据了解,成立青海拉面现代产业学院,主要为解决青海拉面产业发展和现代快餐连锁行业复合型人才匮乏等问题。

与此相似,为给贵州“正安吉他工匠”品牌持续注入人才“活水”,当地职校在全国首开“乐器维修与制作”专业;为更好培育四川“自贡彩灯工匠”品牌,全国首家彩灯学院落地自贡;为丰富湖北“潜江龙虾工”品牌人才供给,当地职校创建龙虾学院,开设餐饮管理、市场营销、烹调等专业……梳理各地叫得响的劳务品牌,不难发现:提高技能含量,是推动劳务品牌迈向高质量发展的关键。

一株辣椒何以成为“中国食品名城”新“椒点”

■ 李海珠

河南省漯河市被誉为“中国食品名城”。近年来,漯河市致力于推动科技与美味的双向奔赴,以一株辣椒为原点,打造当地食品产业发展新“椒点”。

提起辣椒,不得不提漯河临颍辣椒。临颍县被誉为“中国生态辣椒之乡”,辣椒种植面积达 44 万亩,产量达 13.7 万吨,是豫中南地区最大的小辣椒产销集散地。从辣椒种植到精深加工、产品销售,临颍辣椒牵动着漯河现代化食品产业链发展的多个环节。近日,由河南省委统战部主办的新闻媒体“走民企、看发展、提信心”系列采访活动走进漯河,探寻一株辣椒何以成为“中国食品名城”新“椒点”?

土壤酸碱度、光照强度、环境湿度、风向风速……在河南省颍山红农业开发有限公司(以下简称颍山红)的云端控制台上,各辣椒农田的数据实时显示,工作人员可通过手机端对辣椒生长中的各关键因子进行数据监测、管理。

近年来,颍山红运用物联网、大数据、人工智能等技术手段,打造 5G 智慧辣椒种植应用基地,将数字化深入辣椒种植、加工、储存、



“加强劳务品牌建设,核心是‘人的建设’。”中国劳动和社会保障科学研究院就业创业研究室副研究员曹佳告诉记者,劳务品牌的发现培育、发展提升、壮大升级,前提是构建多元化、多层次的人才队伍体系。

多地以技能培训和能力提升为着力点,依托各类培训机构、职业院校开展劳务品牌相关职业技能培训,努力提升从业人员整体素质。培训、考级、持证上岗,成为劳务品牌从业者职业进阶的共同路径。

以建德为例,当地制定“建德草莓师傅”人才品牌培育实施方案,与中国科学院、中国农业大学、上海产业技术研究院浙江创新院等院校合作,培训“会种能教”的建德草莓师傅。目前,队伍规模已达 7000 余人。

有的地方通过建设技能大师工作室和专家工作室,打造高技能人才培养基地,加强对劳务品牌技能带头人的培养。比如,贵州正安加大力度培养“吉他大师”。目前,当地已成功申报省级吉他大师工作室 1 间,市级吉他大师工作室 13 间,以一流的技术技能水准助推“吉他世界工厂”引领行业发展潮流。

“不断实现劳动者从‘卖力气’向‘凭技能’转变,增强相关劳务品牌从业人员在劳动力市场上的竞争力,可以更好满足就业市场对技能型人才的需求,有效缓解就业结构性矛盾。”曹佳说。

“建立健全人才队伍结构体系,实现劳务服务高质量和可持续,应着力打造两个晋级链。”中南财经政法大学教授、劳务品牌发展研究中心研究员李波表示,一是“(学)徒-(技)工-(工)匠-(技)师-(技能大)家”的“技能技艺技巧晋级链”,优化劳动力要素资源。

二是“劳务服务的个体小组-包工队-小微企业主-规模以上企业主-领军企业家”的“创新创业晋级链”,打造关联产业市场主体,强化关联产业创新能力。

“建设一流产业技术工人队伍,应注重建立以技能技艺和创新创业为主轴,强调职业修养、行业贡献、经典杰作的人才评价体系,



● 中大恒源从植物中提取的天然色素水溶液。

销售的各个环节,逐步构建数字辣椒全产业链生态。

“我们把过去的‘麦椒套种’创新为‘麦椒芝麻豆’轮作套种模式,一年能种植三季作物,让农户增收。同时,我们还在订单化种植的基础上,实现个性化种植,从色泽、辣度、香度等方面选择适合的辣椒品种,满足客户的不同需求。”颍山红董事长王佑飞如是说。

辣椒不仅满足人们的味蕾,还在化妆台前当起了“口红大师”。在漯河扎根 30 多年的河南中大恒源生物科技股份有限公司(以下简称中大恒源),便是辣椒的“个性化”客户之一。

中大恒源副总经理郑进航介绍,依托当地丰富的辣椒资源,企业就地取材,以辣椒为原料,经萃取、过滤、浓缩、精制等工艺制成辣

合力推动区域特色劳务品牌发展提升,为新时代城乡融合发展提供高素质的人力资源支撑。”李波说。

规范培育提质效

近日,人力资源和社会保障部颁布了 10 个国家职业标准。由湖北省黄冈市蕲春县申报的“保健艾灸师”榜上有名。将“蕲春艾灸师”劳务品牌专项技能提升为国家职业标准,这在全国尚属首例,意味着艾灸师将从“就业创业”走向“职业行业”转变。

在此之前,由“莫干山民宿管家”劳务品牌孵化地——浙江省湖州市德清县于 2022 年申报的“民宿管家”已纳入国家职业分类大典,这是全国首个由县级政府申报的新职业。从职业申报到标准开发,德清和蕲春的“先人一步”,释放出对劳务品牌规范化培育、强化“质量保证”信号。

“当前,部分劳务品牌存在技术评价标准不统一,行业准入制度、资质认定制度、监管制度建设不足,服务质量、服务流程、收费标准不统一等问题。”曹佳说。

“在劳动力资源较为丰富的情况下,劳务品牌是用用人单位衡量劳动者(尤其是农村转移劳动力)工作能力的‘过滤分拣器’。”李波认为,高质量发展和高品质生活追求,对劳务品牌发现和认定的科学性、劳务品牌组织和管理的规范化、执业行为和技术标准的专业化提出了更高要求。

各地结合人力资源禀赋、资源特色、历史传统、文化积淀以及产业优势等,分类型发现、分领域培育富有区域特色的劳务品牌,并以此为基础建立重点劳务品牌资源库,确定本地区劳务品牌建设重点项目,形成指导目录,实施动态管理。

比如,山西全省共有 122 个特色劳务品牌,其中家政类 40 个、餐饮类 27 个、制造业类 27 个、农林类 14 个、传统手工艺类 14 个,覆盖 11 个市、76 个县(市、区),劳务品牌就业总规模达 64 万人。

一些地方健全劳务品牌质量标准体系和诚信评价体系,维护劳务品牌良好声誉和形象。

比如,四川于 2022 年在全国率先制定省级劳务品牌评价标准,湖南于 2023 年印发劳务品牌领军企业认定和管理办法……在一些地区,劳务品牌评选认定、培训支持、创新创业、产业发展等全链路,均有相关政策护航。

广东依托南粤家政(江门)数字化信息平台及电子社保卡实名认证体系,建立信用档案登记查询平台,实施守信激励和失信惩戒机制,守信人员优先推荐服务,对失信人员列入“黑名单”。

规模输出促就业

在山西省吕梁市和北京市房山区,有个延续多年的仪式——每年春节,以大批“吕梁山护工”为主角,家乡欢送“出山”,房山欢迎“进京”。

北京家政服务市场广阔,吕梁劳动力资源丰富,两地“一拍即合”,持续深入开展跨区域劳务协作。2020 年以来,一辆辆往来于京晋两地的“点对点”专车,已累计将数千名医院护工、养老护理员、月嫂育儿嫂、家政服务员等市场急需劳动力,及时输送到岗位上。

“劳务品牌带动就业人数多,从业人员就业稳定、收入更高、权益更有保障。”曹佳介绍说,历经数十年发展,劳务品牌的促就业功能,已由带动劳务输出向促进城乡劳动力高质量发展充分就业转变。

多地将劳务品牌建设作为完善就业优先政策的重点任务。

一方面,把发现培育、发展壮大劳务品牌作为扩大就业规模的举措之一,让劳务品牌建设围绕当地劳动力,服务当地劳动力,提升“家门口”就业吸纳能力。

以湖北为例,当地将劳务品牌创建主体下沉至区县,着力构建“县域+特色”的劳务品牌全域打造体系,目前已有 202 个劳务品牌,基本实现“一县一品”,甚至“一县多品”,带动 400 多万人就业。

[下转 P4]