

中国产品如何走向中国品牌?

——新常态品牌建设新观察

新华社记者 安蓓 陈炜伟 于佳欣

■ 今日关注

经济全球化的今天,拥有国际知名品牌是一个国家综合国力的重要体现。近年来很多中国企业不断加快品牌建设和走出去的步伐,成为在全球市场上的亮丽名片。但另一方面,中国制造“质低价廉”的形象尚未彻底转变,中国迈向制造强国之路,跻身品牌强国之列,依然任重而道远。

经济新常态下,如何实现中国产品向中国品牌的转变?近日召开的“中国品牌论坛”上,政府官员、学者和企业界展开深入探讨。

新常态下新变化:品牌“淘汰赛”开场

徐州工程机械集团诞生于1943年抗日战争期间,历经72年产业积淀成为中国工程机械行业品牌企业,并代表中国自主品牌走向世界舞台。

然而徐工集团的走出去之路并不平坦。“有国外大客户不谈质量只是压价,理由是与欧美品牌相比徐工的质量不弱于他们,但是品牌还需要培育。”徐工集团董事长王民说,中国品牌建构的过程,不仅要面对国外品牌的打压围堵,还要迎战中国同行的血拼,竞争非常残酷。

经济学家刘世锦说,中国经济进入新常态,由过去10%左右的高速增长转入中高速增长。在这个过程中,行业不断分化,一部分品牌可能出局,真正有竞争力、有实力的品牌会留下来。而借助互联网和大数据时代的快速传播能力和水平式覆盖,一些品牌成为“百米冠军”的机会也在增加。

经济进入新常态后,经济发展从要素驱动、投资驱动向创新驱动转变,大力发展品牌经济,以品牌为核心,整合经济要素,提升国家的综合实力和竞争力,是中国经济在新常态下的必然选择。

在去年年底发布的世界品牌500强榜单中,中国内地入选品牌达到29个,虽然比过去几年已有提升,但与占据227席、排名第一的美国相比,还有相当大的差距。“中国品牌正在摆脱低成本、低质量的形象,持续在世界范围内崛起,但品牌价值和竞争力还相对较低,距离品牌强国还有一定的差距。”国家工商总局副局长刘俊臣说。

从长远看,中国的品牌建设是一场超越马拉松的长跑。刘世锦说,中国成为制造业强国,需要建立长期有竞争力有影响力的品牌,这需要工匠精神,由过去的遍地开花转为精工细作;也要从国家政策到企业品牌打造,建立一种全新的制造业体制。

新业态下新机遇:品牌建设进入创新时代

打造品牌的关键在于创新。随着中国经济转向中高速增长,迈向中高端水平,将出现更多的新业态、新模式,加上“中国制造2025”“互联网+”等战略的提出,我国企业品牌建设将迎来新时代。

“我国企业综合竞争力与世界强国差距大的原因,除技术研发能力弱之外,主要是自主创新能力差。”中国社科院学部委员汪同三说,我国企业每年投入大量

突围,做世界级医疗设备企业

(上接第一版)

让他最骄傲的,还是这一个个可爱的联影人。“现在的联影是一批最优秀、最有战斗力的人聚集在一起”。

谱仪是核磁共振系统中的重要核心部件,相当于人的大脑,其技术水准决定了一台磁共振设备的性能档次,世界范围内拥有此项技术的企业不超过3家。联影选择的道路充满了风险和挑战。

2012年5月18日深夜,这个日子对联影是里程碑的见证。23:25,略呈椭圆形的白色图像终于第一次出现在屏幕上;23:55,像素更高,图形更接近水模的正圆;00:12,信噪比更好,成像范围更广。“这说明我们研发方向对了。”电话里,这位负责人难掩兴奋,“这说明我们从概念设计到硬件、软件和逻辑架构是对的,射频、梯度、采集的软件和逻辑时序也是对的!”张强放下了电话,百感交集。在经历无数个黑夜之后,终于看到了曙光。

时隔不到两个月,双采集图像采集成功。“这个从无到有的创造过程,把想法从概念做成实体的过程,让我们很兴奋,并不懈怠激励着我们。”负责谱仪核心控制开发的一名工程师回忆。

“他人眼中的奇迹,经历过才知道,不过是坚持到了该出成果的时候。”这句感叹,如今已被引为联影金句,每一位联影人对此感同身受。

创新,不但在核心,也在细节。一般按键,没过几年就已“字迹模糊”,联影在业内首次引入IML工艺技术,按键白瓷质感且经久耐用;磁共振设备的插头全部镀金,以保证插头能够胜任高达12万次的插拔;联影大胆倡导跨界创新,引入消费电子领域的先进技术,为两款医疗设备配备了超大尺寸的“智能”触摸屏,集成了从患者登记、图像采集、浏览打印与图像确认等临床医疗工作,让医生一屏在手,操作不愁。

对细节的严控,对用户体验的追求,让联影连摘国际桂冠。四项iF设计大奖,三项“红点”设计大奖……联影已成为中国首家,亦是唯一一家全线产品均在工业设计领域获国际认可的中国公司。国际垄断巨头们高度警惕和重视,开始与联影对标,重新进行战略升级。

这支磁共振技术团队的“领头羊”张强,看着远方,信心满满。2014年,联影在销售元年即收获近10亿订单,全线产品在全国装机数量已逾数百台。

这,只是开始。

劳动力、资源、能源,甚至牺牲环境,却仅仅赚取产业链上15%左右的利润,每年因品牌问题直接和间接损失达1万亿美元。

“中国制造2025”也推动了一批企业加快技术创新,从制造走向智造。华为、海尔、联想等中国企业近年来借助互联网产业与新兴制造业的融合崛起,在国际市场崭露头角,为中国品牌走出去积累经验。

产品的创新不仅是企业自身加强研发,也包括研发国际化。业内人士认为,真正的知名品牌是要建立行业标准,不仅与国内科研机构,也与国外一流科研机构建立紧密的战略联盟关系。

商务部研究院国际市场研究部副主任白明说,新一轮工业革命带来的新的结构调整和产业分工为我国企业提升国际竞争力带来契机,将为中国品牌走向中高端奠定基础。

无论如何创新,质量永远是品牌的基石。国家质检总局副局长吴清海说,下一步,质检总局将联合相关部门围绕重点消费品质量提升、电子商务产品、服务业等领域,开展质量提升重大专项行动,促进企业培育知名品牌。

新空间下新契机:品牌强国之路再启程

“在中国全面崛起的时候,中国商品输出、资本输出会有一个很关键的节点,那就是品牌的输出。因此,品牌的提升和走出去,成为中国核心竞争力提升的关键。”中国人民大学国家发展与战略研究院执行院长刘元春说。

不少中国企业正准备借助“一带一路”等国家战略的东风,加快走出去的步伐,在国际竞争中打造中国品牌。

国资委副秘书长周渝波介绍,我国中央企业境外资产占比已经超过10%,营业收入占比已经超过20%,但是企业境外经营大多还停留在工程承包和资源开发层面,与国际知名跨国公司相比,缺乏品牌的影响力。随着当前“一带一路”战略的实施,中央企业实施品牌国际化的要求日益迫切。

推动中国品牌走出去,需从多方着力。米兰世博会中国企业联合馆执行委员会主任陈安杰认为,一是要善于把握世界级的传播高地,迅速提升自身品牌价值;二是中国品牌需要不断吸取世界成熟经验,寻找国际合作路径,共享全球合作资源;三是中国品牌必须深刻领会文化的意义,随着经济全球化的深度发展,跨文化拓展成为中国品牌开拓跨国市场的关注点,借助文化的力量传递企业社会责任。

(据新华社北京7月17日电)



7月15日至17日,以“移动无限”为主题的“世界移动大会·上海”暨上海国际信息消费节在上海新国际博览中心举行。本次大会共吸引了250余家参展商,聚焦互联网汽车、可穿戴设备、移动支付、智慧城市等技术。今年的展会上面向未来的第五代移动通信技术首次大规模亮相。图为7月17日在世界移动大会上拍摄的机器人画家产品。它可以通过5G遥控技术,把画师的一笔一划实时传输给机械手,实现快速作画。

新华社发(刘晓晶摄)

聚焦“一带一路网络先行” 第十五届网络媒体论坛湛江开幕

科技日报讯(尚武)7月17日,由中国日报社、广东省湛江市人民政府共同承办的第十五届中国网络媒体论坛在湛江召开。国家互联网信息办公室副主任任贤良、中华全国新闻工作者协会党组书记翟惠生、新华社副社长慎海雄、光明日报社总编辑何东平、中国日报社社长朱灵、中央人民广播电台原台长王求、中国

际广播电台台长王庚年,以及广东省副省长陈云贤等出席论坛。

本届论坛紧紧围绕以习近平为总书记的党中央提出的“一带一路”的战略构想和建设“网络强国”的战略部署,以“一带一路,网络先行”为主题。来自国家部委、主流媒体、新闻网站、商业网站、互联网企业的负责人和

“互联网+”冲击的是没有创新思想的人

(上接第一版)

格力在科技上的创新,是董明珠引以为豪的。格力电器一直锲而不舍地坚持“核心技术自主研发”,目前拥有全球最大的空调研发中心,拥有8000人的专业研发团队,有6个研究院和7个技术研发部门,2014年平均每天诞生11项专利。

董明珠表示,格力的科研投入不设上限,仅2014年,格力的研发投入达到50亿元。一个刚入职不久的博士提出一个研发项目,董明珠认为很有市场潜力,但是也存在一定的风险。最后她决定给这个项目一亿的研发费用。

“中国的技术不是不可以崛起,不是不可以作为世界上最顶级的科技强者,而是我们需要真的投入。”董明珠说。

真正的核心技术是买不来的

其实,格力这种重视创新能力与核心竞争力的理

(上接第一版)

前额戴着头带,耳垂夹着电极,没有枪,没有子弹,观众化身“意念狙击手”,目标是打中墙上的彩虹靶。工作人员介绍,前额的头带采集的是标准电极,耳垂采集到的是参考电极,只要你意念足够集中,就能触发设备中的绿色激光器亮起。此时,参与者便可移动身体,瞄准彩虹靶;而彩虹靶的中心为激光接收器,当激光击中靶心时,便可触发开关使靶周围的彩灯亮起,“意念狙击手”这时就能顺利完成任务。

这样的互动游戏在科学节随处可见。

为了让孩子们在游戏中感受身边的科学、激发创新灵感,组委会今年推出1500平方米的光年游乐园。这里集合了30余项互动光学项目,包括高速摄影、隐藏的彩色、影子的颜色等等。在“科普诺贝尔奖”得主——联合国教科文组织卡林加获奖者、中国自然科学博物馆协会名誉理事长李象益看来,这正是

念,是经验教训“买”来的。2000年左右,格力中标一单多联机项目,当时中国还没有一家空调企业掌握多联机技术。格力公司领导信心满满带队赴日本,打算从合作伙伴手中购买多联机技术,谁知遭到对方毫不留情的拒绝;这是日本企业用十六年时间自己研发的,目前国际最先进的技术,多少钱都不卖。回国之后,格力立刻组建研发团队,夜以继日,艰苦攻关,最终成功研发出自己的多联机技术,攻克这一技术难关。

“从那一刻开始,我们真正意识到,靠购买技术只能买到国外已经淘汰的技术,真正的核心技术是买不来的。只有走自主创新的中国创造之路,才能掌握核心技术。”董明珠说。

多年来,董明珠一直视科技创新为提高企业核心竞争力的抓手,并建立起一整套激励创新的规章制度

观众愿意花不菲票价前来参观的原因。

“办得好,老百姓扎堆买票;不动脑筋、沿袭旧路,人们自然不买账。市场化的科普会在公众检验后调整定位和方向。”这位退休后依然活跃在一线的老科普专家深有感触地说,中国的科普和国外相比差距尚在,国外科普注重科学内涵和科学思想的表现,重在培育人们的好奇心、激发创造力,在社会热点、时代主题和前沿科技等题材的科普值得借鉴;国内科普目前关注科学知识层面的传播,思想方法和科学精神的普及不够。

他说,科普的目的是提高公众的科学素养。通过普及、传播科学知识,引发人们对科学的兴趣,并帮助人们掌握科学方法,培养科学精神和思想。在这个过程中,科学传播的路径和机制可以多元化。比如,城市科学节就是政府主导、社会参与科普的一个范例。

李象益很看好以社会化机制运作的城市科学节。

业内专家等300多名嘉宾代表齐聚古代海上丝绸之路始发港——湛江,共商网络媒体参与“一带一路”建设的有效路径,研讨新形势、新常态下如何通过媒体融合与技术创新,向世界传递“丝路”精神,推进“一带一路”战略实施。

“网络媒体要致力于建设‘数字丝绸之路’,实现信息资源互联互通,当好‘一带一路’的传播者、讲述者、推动者和引导者。”任贤良说。据主办方有关负责人介绍,本届论坛设“构建网上丝绸之路国家网络媒体合作与治理”“网络先行战略实践与跨文化传播”和“互联网+”与“一带一路”媒体共生共赢三个分论坛。论坛达成并发表了《湛江宣言》。

在她的推动下,格力在创新性研究及发展领域完成诸多“不可能的任务”:全球首条R290(碳氢制冷剂)空调生产线在格力竣工,被中德两国专家联合评定为“国际领先”;首个应用格力直流变频热泵离心机的“工业余热热泵供暖项目”在石家庄投入运行;格力光伏直驱变频离心机系统实现中央空调能源自给自足,不用电费,开创中央空调的“零电费”时代;2015年,格力电器自主创新的工程体系获国家科技进步二等奖,这是格力四年内第三次获得国家科学技术奖。

“空调行业发展一百多年了,今天我可以负责地说,最先进的技术在中国,在格力。”说这番话时,董明珠底气十足。

董明珠很不认可格力是传统行业代表的说法。她认为,“互联网+”冲击的是没有创新思想的人。“只要跟上时代的步伐,积极创新,就是‘互联网+’的时代。格力已经把智能化融入到我们的产品里面去。”

(科技日报北京7月17日电)

在他看来,科学节不仅在国内独树一帜,在国外也有明显的特色。从国外引入的节目紧盯教育的本质问题,如英国皇家化学会的“趣味化学”、新加坡科学馆的“案发现场”等注重科学内涵的体现,表现形式更为简单、活跃,符合现代世界科普教育的新走向,重在培育好奇心、启迪想象力、激发创造力。

城市科学节的成功举办,入选中国科协评选的2014中国十大科普事件。这让耿捷有些意外。“能得到中国科协的认可,我们挺受鼓舞。”耿捷告诉记者,去年开始,中国科协在鼓励社会力量参与科学传播,可能看到了科学节所做的探索和成绩。

“不能把城市科学节完全定义为科学传播的市场化,只能说在科学传播的手段上采取更多社会力量的介入,让各种传播形式得以衔接互补。”筹备第二届科学节时,耿捷坦言依然面临困难和压力,尤其是在科技馆免费的大背景下,科学的产品如何被公众认可并自

科技日报无锡7月17日电(记者过国忠 通讯员吴伟新)记者17日从无锡市科技局获悉,《无锡市政府关于深化市级财政科研项目和管理改革的意见》正式出台。《意见》按照“增强创新能力、加速成果转化、提高管理水平、打造阳光科技”原则制订,打破了条块分割,加强了部门功能性分工,建立了公开统一的市级科技管理平台,构建出总体布局合理、功能定位清晰的市级科技计划(专项、基金等)体系。

《意见》提出,优化整合各部门各类计划项目,建立科技部门牵头,财政、发改等部门参加的科技计划(专项、基金等)管理联席会议制度,扎口管理各类科技计划(专项、基金等),加强科技计划之间的协调衔接和集成;财政部门根据联席会议批准的年度科技计划和重点科技工作,统筹安排市级财政科技预算;健全科技管理平台,完善科技管理信息系统,建立统一的评估和监督机制、动态调整和终止机制、信息发布和公开机制。遵循科技创新规律,衔接国家、省科技计划(专项、基金等)设置。通过撤、并、转等方式,按照五个类别对现有科技计划(专项、基金等)进行整合,着力解决重复分散现象,切实提高科技资源配置效率。

“市级财政科研项目和资金管理改革,面向产业技术前瞻性领域和经济社会发展重大需求,进一步明确资金计划的功能定位,明确主攻方向,对市级各类科技计划(专项、基金等)实行统一管理,加强项目与资金统筹配置,集中力量突破关键核心技术、转化重大科技成果,加强创新能力建设,充分激发科研人员的积极性和创造性,进一步发挥科技对经济社会发展的支撑引领作用,为实施创新驱动发展战略、建设苏南自主创新示范区提供有力保障。”无锡市科技局局长吴建亮说。

今年起,无锡市政府重点支持的重点科技研发(专项)、科技成果转化、技术创新引导、创新能力建设、“太湖英才”等5类科技计划(专项、基金等),全部纳入统一的科技管理平台管理,加强项目查重,避免重复申报和重复资助。

国网公司中标巴西 美丽山水电送出二期项目

科技日报北京7月17日电(记者翟剑)据国家电网公司最新消息,巴西当地时间7月17日上午(北京时间7月17日晚),国网独立参与竞标并成功中标巴西美丽山水电±800千伏特高压直流送出二期特许权经营项目,项目特许权经营期限30年。这是继美丽山一期项目中国特高压海外成功首秀之后,国网在海外中标的第二个特高压直流输电项目,也是国网首次在海外独立负责工程总承包(EPC)的特高压输电项目,是国家特高压技术、装备和工程总承包“走出去”的又一重大突破。

国网表示,此次成功中标美丽山二期项目,将进一步推动中国特高压在海外的推广和应用,并助推中国国内具备国际竞争力的工程承包和电工装备企业走向国际,同时带动巴西当地电源、电工装备、原材料等上下游产业。根据投资估算,该项目预计将带动国内电力装备出口超过30亿元人民币,同时可在巴西当地增加就业岗位1.6万个,实现中巴双方互利互惠、合作共赢。

巴西电源以水电为主,2014年全国电力装机水电约占70%,仍有较大发展空间。而其用电负荷相对集中,80%负荷分布在南部和东南部地区,亟须把北部大规模电力送到南部和东南部电力负荷中心。

山东省对危险化学品企业开展全面检查

科技日报济南7月17日电(记者魏东)17日上午,山东省政府办公厅发布了《关于加强危险化学品企业安全管理工作的紧急通知》,要求各市、县(市、区)政府安委会立即组织有关部门全面分析本地区化工企业,特别是罐区等重点部位安全现状,组织专门力量和专家队伍对危险化学品企业开展一次全面诊断式检查,切实消除安全隐患。

促使这次紧急通知下发,是因为7月16日山东石化有限公司发生液氨球罐发生泄漏,引发爆炸。通知说,这起事故造成重大经济损失和社会影响,暴露出该企业危险化学品罐区在隐患排查整治、设备设施管理、日常运行等方面存在突出问题。

发地消费,是摆在主办方面前的待解难题。

如果说去年科学节的部分门票是政府买单,今年科学节的门票推广则更加社会化、市场化,“不确定性”变得更多,对于主办方挑战更大。”耿捷说,希望政府能够给予更多支持。

关于科学节的未来,主办方也在探索和思考。“我们想把科学节做成一个主题公园式的文化产品,比如迪斯尼的收入不只是来自门票,衍生品非常多,有电影、图书等相关活动,但我们还有很长的路要走。”耿捷直言,英国1001发明机构带来的光年展览虽然在科学节占地500平方米,但是带来了电影、游戏、演出等各种活动,这是国际科普的走向。

耿捷说,科学节希望能做一个巡回式的展出,很多地方科协 and 省级科技馆对此表示很有兴趣。“光年游乐园是主办单位设计研发的,完全符合巡展的条件”。

(科技日报北京7月17日电)