

中国企业报



中国企业联合会 主管
中国企业家协会 主办
网址：www.zqcn.com.cn

■本报赠阅全国人大、全国政协、中央国家机关、国资委系统、世界500强、中国500强、中国企业协会会员企业 ■新闻热线：010-68735736 ■新闻监察：010-68485798 ■广告热线：010-68701052 ■发行热线：010-68701057



跨境园区新局

(相关报道详见第二至第五版)

让中国品牌伴随“一带一路”枝繁叶茂

中国企业联合会 驻会副会长 李明星
中国企业家协会



今天,当全球目光聚焦北京、聚焦“一带一路”国际合作高峰论坛之际,我们和长期从事品牌创建和推广工作的品牌人物们聚在一起,召开品牌方面的研讨交流会,这是一件很有意义的事情。作为一个长期关注品牌建设和推广工作的企业工作者,或者叫企业团体工作者,我想结合当下的品牌建设,谈谈五个方面的看法。

第一,中国悠久的历史 and 灿烂的文化给我们的品牌创建和推广提供了取之不尽的品牌元素,积累了用之不竭的品牌灵感。以常见的牙膏为例,它所体现的中医药是一种原创性的中国文化,也是一个原创性的科技产品。类似这些看似简单的产品,实际上凝结着几千年历史积淀的品牌元素,只要善于提炼,善于以小见大,就能为系统性的品牌工程提供更多的养分支撑和基因提取。

第二,日益雄厚的产业基础为当今品牌创建和推广提供了非常丰富的载体。中国现在产业体系日臻完善,在产品供应链上,我们已成世界第一大生产国,而且单项产品在全球市场上的占比,很多达到或超过50%,这些产品和服务,为我们的品牌工程的纵深拓展提供了丰富的载体。

第三,随着“双创”活动的全面展开,以新技术、新产品、新材料和新业态等“四新”为主体的创新活动和创新能力,给我们的品牌创建提供了可持续推广动力。这一点,我深有体会。比如前几天,我们中国企业联合会与相关企业企业家应邀参观了中国中车株洲基地,在那里,我们不仅看到我国高端装备业的实力,也看到实力撑起来的品牌张力。正是由于产品实力和品牌张力,中国的高铁和高铁装备在全世界深受关注,由此“中国制造”的大品牌得到国际上同行和用户的高度认可。换句话说,以“中国高铁”为代表的中国品牌,极大丰富了中国产业的品牌矩阵,提升了中国品牌的国际化知名度和信任度,提高了中国品牌的市场附加值。这是一种自内向外的影响力传导,也是创新能力为品牌建设提供可持续发展的内生力量。

第四,“一带一路”等全方位的开放格局,为推广自主品牌、中国品牌拓宽了国际空间。同时,从国内来看,我们不断扩大的市场和不断优化的产业结构,也为中国产品、中国服务的品牌提供更广阔的市场深度和空间。

第五,良好的政策环境、生产者和消费者日益兴起的品牌意识,为中国品牌的不断升级形成了强大的拉力。尤其近年来,不论是国家领导人的重要讲话,还是中央出台的系列相关文件,都多次提及中国品牌。姜明会长提到,中央领导人多年来就一直关注中国的品牌建设事业,为了更快、更强地推进这项事业,中央有关单位经研究决定,将5月10日定为“中国品牌日”,这不仅是确立全民品牌意识,也是给品牌的推广、建设和升级,打造出一个舆论高地,新辟出一个政策环境。

(下转第七版)

【重磅推荐】



17版—20版

【精彩阅读】

大势

3—5年后 PPP资产证券化将迎来爆发期

PPP项目资产证券化目前还处在探索阶段,3—5年后,PPP资产证券化或将迎来爆发期。

>>>>>7版

招商

打造农业类特色小镇：最简单 最复杂

随着乡村休闲、民宿游的火热,农业类特色小镇成为特色小镇建设中的一个捷径。

>>>>>13版

国资

央企布局“一带一路”：加速释放红利

近年来央企把“一带一路”建设作为“走出去”的重点,下一步,国资委将继续推动央企参与“一带一路”建设。

>>>>>G01版



中国企业报
中国企业网



中国企业报
电子报



中国企业报
新浪微博



中国企业报
微信平台