

中国品牌发展国际论坛举行,品牌价值凸显

双循环新发展格局让中国品牌迎发展良机

■本报首席记者 张懿



中国品牌日 CHINA BRAND DAY

品牌是一家企业、一座城市、乃至一个国家核心竞争力的载体与呈现。作为当前全球疫情防控成效最突出、经济活力释放最充分的主要经济体,我国应抓住机遇,做强中国品牌,凸显中国气派,推动品牌培育和建设进入新阶段。

“聚力双循环,引领新消费”——昨天,以此为主题的第五届中国品牌日活动在上海拉开帷幕。本次活动的重头戏“中国品牌发展国际论坛”上,国内外专家学者就中国品牌如何进一步发力,给出了各自的真知灼见。著名经济学家、清华大学中国经济思想与实践研究院院长李稻葵不仅认为品牌建设是当下中国经济“最大的价值工程”,是中国经济转型升级的有力保障,他甚至以自己的童年记忆,为打响“上海品牌”支招。

新品牌起步,中国市场“最合适”

观察中国品牌蒸蒸日上的发展态势,新加坡金鹰集团创始人及主席陈江和提供了一个有意思的视角。他说,中国不仅是去年全球唯一实现经济正增长的主要经济体,而且,中国的中等收入群体规模高达4.5亿人,相当于全球所有发达国家中等收入规模人群之和,而且还在不断增长。陈江和认为,如果再考虑到中国健全的基础设施、物流体系,发达的金融科技和电商平台,“毫无疑问,中国是企业品牌在起步阶段所能找到的最合适市场”。

李稻葵的演讲,进一步显示了中国品牌建设的成就。他援引相关数据表示,过去十年,进入全球品牌500强的企业中,来自中国的数量最多;在进步最快的全球十大品牌中,有9个来自中国;整体上,全球500强的中国品牌价值增幅,达到了全球平均水平的8倍、美国的6倍、日本的11倍。

观察中国培育本土强势品牌,上海是一个非常重要的窗口和平台。昨天,有关领导透露了一个数据:今年的“五五购物节”上,已有550多个国内外品牌的2000多款新品在上海首发、首展、首秀;而“五一”小长假五天内,全市共实现线下消费约200亿元,同比增长30%以上,知名品牌增幅更是超过50%。

品牌要“走出去”,上海可成桥头堡

中国打造品牌的成就有目共睹,但李稻葵坦言,“喜”的背后也有隐忧——中国品牌500强中,大部分依然局限于国内市场,国际运营和海外销售比重超过5%的企业,还只占1/4。

陈江和也建议中国提升品牌国际化程度。他说,在国内庞大的中等收入群体中获得的品牌忠诚度和市场份额,

“是中国品牌走向全球市场的资本”。当前,中国政府提出加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,中国企业应该充分认识到其中蕴含的发展机遇,以志存高远的态度,学会配置全球资源,让中国品牌为世界共享。

为了实现在全球拓展,陈江和认为,中国品牌必须为了适应全球消费者的喜好而焕新升级。当前,全球中等收入群体不仅关注品质,还越来越在意产品是否低碳、环保、可持续,要求其生产过程必须负责任。事实上,这一趋势与中国提出的绿色发展战略,以及碳达峰碳中和承诺非常匹配。陈江和说,为此,中国企业需要身体力行地支持中国政府兑现这些承诺。

推动中国本土品牌“走出去”,上海义不容辞。据昨天的论坛透露,上海正依托自贸区临港新片区、虹桥国际开放枢纽等重点区域,打造一批连通国内外的功能平台;同时,将依托本地发达的服务经济,发挥金融、会计、广告、法律、管理等专业服务优势,推动更多自主品牌迈向全球产业链、价值链、创新链的高端,使上海成为中国品牌建设的策源地和桥头堡。

推动价值“外溢”,专家怀念“上海牌”

中国是全球制造业大国,但“中国制造”的品牌培育进展与之还不太相称。目前,我们虽有格力电器、华为技术、三一重工等“硬核工业品牌”,但总体上,中国品牌500强中制造业品牌占比不到40%,主要份额被金融业、消费品包括白酒品牌占据。

谈到上述事实李稻葵说,中国制造为了走强,就必须打造品牌,而且,品牌本身具有“高价值性”和“外溢性”特点——一些全球制造强国,其制造业品牌早已开始反哺其他行业。根据李稻葵的观察,对德国、瑞士在精密机械和高端装备方面的认同,事实上推动着许多中国消费者愿意以高溢价购买他们的日用品,包括乳制品和床垫等。为此他建议,中国政府应该进一步发力,投入更多资源,在工业领域打造品牌,推动其价值外溢。

事实上,聚焦打响“四大品牌”、特别是“上海制造”品牌,上海已取得了积极成效。记者在昨天的论坛上获悉,过去两年,上海着力加快发展新经济,培育新动能,在集成电路、民用航空、新能源汽车等领域加快关键核心技术突破,布局了约200个攻关项目,推动一批科技创新品牌企业在科创板上市。下一步,上海将更加注重保护老品牌,发展新品牌,特别是打造一批注入“蓝天梦、中国芯、创新药、智能造”等代表当代中国实力的新品牌,展现新时代发展新成就。

值得一提的是,谈到“上海制造”,李稻葵还给出了一个非常感性的建议。他回忆起小时候到上海走亲访友的情景,他印象最深的就是上海牌汽车非常漂亮。他认为,上海的基础工业品牌还可以发力:“比如,趁着我们60后还有购买力,能不能赶紧恢复上海牌轿车?”



本报记者实地探访中国品牌日上海展区——

“美好申活”诠释品牌与城市共生

■本报首席记者 徐晶卉 见习记者 张天弛

以“聚力双循环,引领新消费”为主题的2021年中国品牌日活动昨天拉开帷幕。

今年中国品牌日上海展区的主题为“美好申活”,共有67家品牌参展。本报记者实地走进上海展区,从100件展品组成的“镇馆之宝”,到随处可见的新消费新体验,你不仅能感受到上海品牌在时代浪潮中所留下的优良品质,更能感受到在数字化转型背景下,品牌与城市共生所迸发的全新生命力。

100件展品组成“镇馆之宝”

上海展览中心室内序厅廊内一角,一座特别的装置让很多参观者停下脚步,细细品味——以鲜艳的红色打底,外形如同城市中鳞次栉比的高楼大厦,上书不同字体的“上海”字样,这是今年中国品牌日上海展区的主题装置:“下一个100,我们继续辉煌”,也是上海展区的“镇馆之宝”。

记者看到,主题装置中陈列着100件展品,其中大量经典品牌是为建党100周年定制的特色作品,品牌的匠心工艺与红色精神编制在一起,造就了一件件独具风格的精品。

上海手表打造的腕表看起来精致,设计更有讲究。指针精密地跳动着,中心位置下方的建党百年时间闪烁着光芒,五角红星秒针象征着党的指引前行,让红色精神代代相传。一旁的老凤祥精心呈上了“吉祥100”上海传统花丝珠琅彩灯,在传统工艺的基础上,加入了更多的国风元素设计,尽显“跨越三个世纪的经典与时尚”;龙凤旗袍的百年党徽工艺盘扣中包含中国传统纹样,用中国盘扣工艺与抽象艺术相结合,寓意初心和使命是激励中国共产党推进自我革命的精神动力;红双喜为纪念这一历史性时刻,则特别定制了乒乓球拍和乒乓球,在2021年添上属于自己的那一抹红……在这块小小的区域,各大老品牌百花齐放,用一如既往的质量展现自己不变的初心。

沉浸式体验感受未来生活图景

沉浸式体验,是今年中国品牌日上海展区的一大特色,能让人身临其境感受未来的生活工作图景。

走进震坤行工业超市,你能在入口处发现一台智能小仓库,它的外观和饮料售卖机有些相似,“肚子”里的每个柜子上放的却是琐碎物件——一支笔、一块橡皮、一个夹子。但当你扫码打开门,取出托盘上的某一块橡皮,会发现一旁的屏幕上,橡皮的库存立刻显示“减少一个”,实时性极强,精准度很高。

“市面上很多新的无人售货机普遍采用RFID标签和商品进行绑定的模式来实现,但我们是采用了称重传感器,对轻至5克的产品都能有效感应。”震坤行相关负责人介绍,这个智能仓库目前已运用于很多工厂,用于零配件补给,通过数字化供应链解决方案实现降本增效。

集团旗下自然堂推出的国庆限量“樱桃红”口红也亮相展会现场,独特的红星外表,象征红色精神一直闪耀——以品牌为载体,扎根于生活,潮流才会生生不息。

沉浸式体验感受未来生活图景

沉浸式体验,是今年中国品牌日上海展区的一大特色,能让人身临其境感受未来的生活工作图景。

走进震坤行工业超市,你能在入口处发现一台智能小仓库,它的外观和饮料售卖机有些相似,“肚子”里的每个柜子上放的却是琐碎物件——一支笔、一块橡皮、一个夹子。但当你扫码打开门,取出托盘上的某一块橡皮,会发现一旁的屏幕上,橡皮的库存立刻显示“减少一个”,实时性极强,精准度很高。

“市面上很多新的无人售货机普遍采用RFID标签和商品进行绑定的模式来实现,但我们是采用了称重传感器,对轻至5克的产品都能有效感应。”震坤行相关负责人介绍,这个智能仓库目前已运用于很多工厂,用于零配件补给,通过数字化供应链解决方案实现降本增效。

中国品牌日活动现场,由LED柔性屏组成的“科技之树”。上海老字号在体现国货品牌力量的同时,也吸引了更多年轻人前来感受上海文化底蕴。均本报记者 袁婧摄

第十三届上海民建浦江论坛举行

本报讯(记者占悦)昨天,第十三届上海民建浦江论坛在沪举行。本次论坛以“形成统一大市场,畅通国内大循环”为主题,聚焦推进建设全国统一大市场,促进经济循环畅通无阻展开探讨。民建中央主席郝明金出席并作主旨演讲。

郝明金表示,我国拥有涵盖全部工业门类的完整工业体系,有强大的生产制造和服务配套能力,有14亿人口和4亿中等收入群体支撑的超大规模内需市场,消费对经济增长的贡献率不断提高,这些都是我国未来经济发展的比较优势。要通过建设高效统一的国内大市场,发挥规模经济和完备产业链的优势,提升经济发展的自主性、安全性、可持续性,推动我国经济迈向创新驱动的高质量发展阶段,确保“十四五”规划和2035年远景目标顺利实现。对此,他提出三点思考:一是推动长三角率先成为区域协同发展样板,参与构建国内大循环骨架。二是提高资源配置效率,打通国内大循环经脉。三是加快经济数字化转型,积极打造国内大循环新增长极。

论坛现场还发布了民建上海市委2021年度一号课题“建设数字化城市,打造数字上海”的成果。民建上海市委认为,推动城市数字化转型,是上海全面提升各领域劳动生产率,推动城市数字化转型,是上海全面提升各领域劳动生产率和全要素生产率,再铸传奇再铸辉煌的根本途径。当下,应夯实数字底座,加快数字基础设施超前部署;强化数字赋能,推动数字产业集群式跨越发展;坚持以人为本,实现超大城市治理精细化;支持企业主体,释放数据要素市场改革红利;深化制度创新,形成接轨国际的数字治理体系。

民建中央副主席、民建上海市委主委周汉民出席。

中共中央军委机关旧址纪念馆开馆

本报讯(见习记者王宛艺)中共中央军委机关旧址纪念馆昨天在静安区开馆。据悉,目前场馆展览面积192平方米,主题为“风雨经远里,军史丰碑地”,讲述中央军委自1925年10月成立至1933年1月离开上海向苏区转移,将近八年间的历史变迁。

作为上海市实施“党的诞生地发掘宣传工程”重点推进工程之一,中共中央军委机关旧址纪念馆相关史料征集及筹建工作历时三年,其间展陈大纲、展陈布置经权威专家多次审核指导。2020年8月,中共中央军委机关旧址纪念馆筹建工作获中央批复后,静安区广泛汇总多方专家意见,对展陈大纲进行修改完善和对布展设计进行优化提升。

纪念馆的展陈内容,对史实把握力求客观、精准,陈列大纲经中共中央党史与文献研究院、中国人民解放军军事科学院以及上海市党史研究室等专业部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核。

纪念馆的展陈内容,对史实把握力求客观、精准,陈列大纲经中共中央党史与文献研究院、中国人民解放军军事科学院以及上海市党史研究室等专业部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核,并且由市委党史研究室等部门多次审核。

一边赏花一边“吃花”,花博会限定新品亮相



本报讯(首席记者徐晶卉)感受花博会,除了用脚步丈量慢慢观赏,更能提前让其换一种姿态在舌尖绽放。第十届中国花卉博览会将于5月21日开幕,光明乳业昨天对外发布花博会限定新品,全新升级的光明悠格南京东路店正式对外亮相。

将各类花卉与美食相结合,此次光明乳业推出了酸奶、冰淇淋、糕点、伴手礼盒、烘焙食品等30余款花博会定制款新品。记者在现场看到,其中两款“光明花好梦圆冰淇淋”最为吸睛,是光明冷饮历史上首次创新推出的立体异形冰淇淋。牛奶桂花味采用了花博会吉祥物“圆圆”代表的上海市花白玉兰造型,选用进口奶粉融入糖桂花,令花香奶香充盈齿间;而薄

荷白巧克力味采用了吉祥物“梦梦”代表的崇明水仙花造型,在进口奶粉中同时加入薄荷叶、进口白巧克力食材,外形则宛若层叠的花瓣。

“我们是从今年1月开始研发这两款限定款冰淇淋的。”光明乳业研究院项目经理马中媛介绍,最大的难题就是外形:消费者平日在市场上买到的3D打印冰淇淋,大都是手工制作,采用软膜脱模方式,能保证其靓丽的外形。但花博会期间正值盛夏,预计限定版冰淇淋的“吞吐量”极大,必须采用自动化设备不间断生产。为此,研发人员直接进驻合作的设备工厂,对花型、模具进行打磨,为保证产品的美观,产品下线后还会增加一轮液氮浸涂环节,让可以吃的“花”在低温下极速定型。

酸奶方面,赏味酪乳风味发酵乳花博会限定版共有三种风味,以散发属于奶茶焦香的浓郁黑糖风味为主,辅以脆弹滋味好嚼的膳食纤维波波的黑糖波波风味;以添加浓烈玫瑰花瓣及胶原蛋白肽营养成分的玫瑰胶原蛋白波波风味;以樱花

风味搭配草莓果肉颗粒及脆弹波波的黑糖波波,每一口都是花季的酸甜。此外,光明悠格还推出了花花面包系列、花花酥干点系列、甜甜花花马卡龙,以及玫瑰香柠茶、桂花甜橙乌龙茶、日式樱花酒酿、蜜桃酒酿等多款饮品,激发味觉与嗅觉的双重享受。

据悉,本届花博会将于5月21日至7月2日在上海崇明举办,而作为本届花博会建设方,光明食品集团旗下光明乳业除了让消费者将“花博会”在舌尖化开,还为消费者打造了“云赏花博会”新体验。届时,消费者能够在光明随心订平台“云赏花博会”展馆中随时能够买到花博会限定产品,同时,依托第二届“五五购物节”推出的4种大类别优惠券及35个琳琅满目的消费券,回馈广大消费者。

记者获悉,花博会期间,光明乳业还将组织志愿者骑着光明复古冷饮车,在花博园区内售卖光明花博会定制款新品,希望能在为游客带来清凉的同时,送上一份令人难忘的花博惊喜。



两款“光明花好梦圆冰淇淋”不仅颜值高,而且好吃。本报记者 徐晶卉摄

体彩公报 超级大乐透第21052期公告 中奖号码: 02+11+13+14+30 09+12 一等奖 6 8348700元 二等奖(追加) 0 0元 三等奖 99 159923元 二等奖(追加) 49 127938元 三等奖 305 10000元 四等奖 824 3000元 一等奖基金累积数: 786688797.44元