

据有关研究报告,我国工业竞争力和世界品牌量均位列第五,仍有较大提升空间——

工业企业品牌培育能力亟待提高

经济日报·中国经济网记者 黄鑫



经济全球化时代,品牌已经成为制造业乃至国家经济核心竞争力的重要象征。企业品牌培育要授人以渔,增强品牌培育能力。在企业文化和生产经营活动中,体现的是高质量、高效率、高价值和高声誉,这些特质是品牌价值的源泉——

小巧精美的晨光文具、舒适大气的三枪内衣、美轮美奂的老凤祥黄金、精密智能的商飞制造……在日前举办的上海卓越工业品牌展上,一批家喻户晓的上海老字号品牌登场,用过硬的产品“吟唱”着背后的品牌故事。

上海站是工信部日前启动的“中国工业品牌之旅”首站。在启动仪式上,工信部科技司副司长沙南生表示,在经济全球化时代,品牌已经成为制造业乃至国家经济核心竞争力的重要象征。企业品牌培育要授人以渔,工信部将继续通过试点推广品牌培育管理体系,增强企业品牌培育能力。

质量为先 弘扬工匠精神

“品质是品牌的基础。消费者买东西,首先在意使用价值。现在的中国经济,品质还是软肋。需要启动一场品质革命,使中国的产品在全球有立足之地。”著名经济学家周其仁说。

在联合国工业发展组织2016年的报告中,中国工业竞争力仅排名第5位;在世界品牌实验室发布的2016年世界品牌500强中,我国以36席位居第5,其中只有9个是工业品牌。沙南生坦言,两个“第五位”说明同一个道理,中国制造“从大到强”,依然任重道远,迫切需要创建以质量品牌为标志的竞争新优势。

《中国制造2025》明确提出了“质量为先”的基本方针,把质量作为建设制造强国的生命线。正如亚振家具股份有限公司营销管理中心总监徐辉所言,“品质”是精益求精工匠精神的体现,对市场的尊重;“品种”意味着创新,是企业对产品、设计、功能等方面创造力引领力的体现;“品牌”是承诺和责任,是文化的认同,是企业价值创造能力的体现。

在晨光文具车间,小小的圆珠笔芯一粒粒自动旋转进入智能检测机器,最后分别进入两个塑料筐,蓝色的是合格品,红色的是不合格品。可别小看这小小的笔芯,“机器检测要看

球珠是否匀称、正圆度、高度等。球珠过大过小都不好,大了刮纸,小了不流畅。我们投资了2亿多元来制造这些仪器,就是为了做好几分钱的笔头。制笔技术的核心就是笔头。”上海晨光文具股份有限公司技术中心副总监姚鸿俊告诉记者。

据介绍,晨光文具已经掌握了笔头的制造技术,也是国内目前唯一能生产撒动全针管笔头的工厂。晨光的笔头,采用瑞士MIKRON24工位机床一次性加工成型。“这些笔头的制造难度,甚至比劳力士手表中齿轮的制造难度还要大,手表的零件是实心的,笔头是空心的。每一个笔头都要经过12道切削工序才可以制造完成,需要经过34个参数检测合格才可以投入使用。”姚鸿俊介绍说。

质量之魂,存于匠心。“工匠精神”所蕴含的精益求精、创新创造、技艺精湛和珍视信誉等内涵,在企业文化和生产经营活动中,体现的就是高质量、高效率、高价值和高声誉,这些特质是企业实力的保证,也是品牌价值的源泉。

创新为重 讲好品牌故事

“企业品牌要靠产品来传递,产品可以自己站出来帮企业说话,推高企业品牌形象,帮助中国企业品牌走出去。”易迪思工业设计顾问(上海)有限公司总经理戴一菲如是说。

为了佐证这个观点,戴一菲拿出了公司设计的许多医疗产品:便于缠绕的医用缝合线、开启方便的医用胶笔、小巧的可视电子喉镜等。一款为香雪制药设计的医用胶引起了记者的注意,一改过去玻璃瓶打开的不便,新的塑料胶瓶采用笔的形状,便于手持。一个很赞的设计是,胶瓶上添加了小刮片,让医生用来代替手术刀片抹平、抹薄胶水。

浪漫樱花、日月同辉……这一系列精美的图案出现在一直偏重商务的罗西尼手表表盘上。“创新是品牌的永恒主题,罗西尼手表已经在女表市场发力。”珠海罗西尼表业有限公司副总经理江国梁向记者介绍说。

罗西尼是中国表业首家品牌价值破百亿的厂商,还将继续坚持创新发展,传递中国制造能量。

沙南生指出,外修形象,就要讲好“品牌故事”。讲“品牌故事”不仅是企业的事情,也是产业、地区乃至国家的事情。山东省的“好品山东”、四川省的“名酒名茶”,都是在讲述地区和产业的“品牌故事”。

每一个知名品牌背后都有自己的品牌故事。“要讲好品牌故事,首先要找准自己的定位,知道自己的消费者是谁。”工信部品牌培育专家组组长周宏宁接受记者采访时说。比如,罗莱家纺以市场不同年龄、性别和消费能力的消费者为目标群体,打造了一个品牌组合。其中,“罗莱”是定位中高端市场的优质典雅品牌,“LOVO”是以中端市场为目标的高档时尚品牌,“罗莱儿童”是以中高端市场为目标快乐纯真品牌,“SHERIDAN雪瑞丹”则是以高端市场为目标的高端奢华品牌。

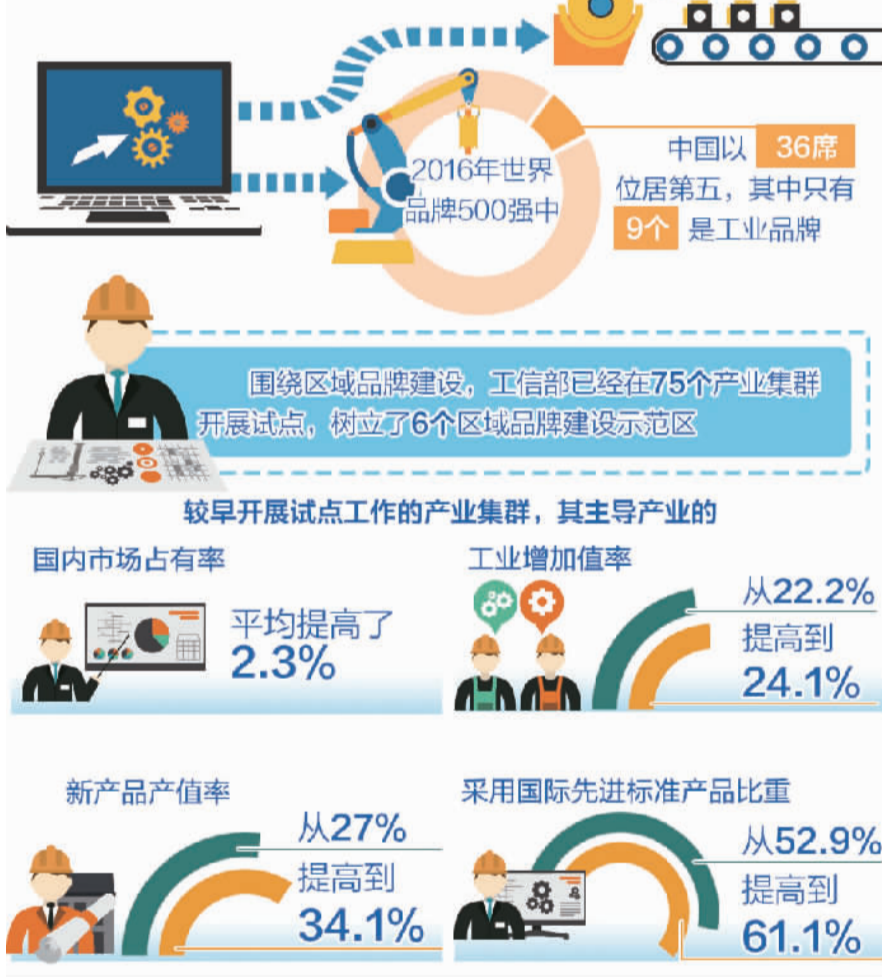
依波精品(深圳)有限公司营销策划总监宋银凤接受记者采访时表示,依波已把设计、采购、生产、质检、销售与服务全过程纳入到精品战略的品牌增值环节,并借此明确了品牌增值点的设计与控制方向,在公司内部统一了坚持精品理念、推行精益标准、创新营销方式的全面品牌提升之路,并通过系统的管理与创新,实现了企业品牌全方位增值。

集体发力 建设区域品牌

像钢琴键一样的落地灯、个性化定制的胰岛素携带盒……各种奇巧构思的创意产品汇聚在上海黄浦区的中心地带——上海江南智造文化创意产业集聚区。园区建筑面积达18万平方米,近300家入驻企业,主导产业创意设计业占比70%,被工信部认定为全国首个、也是唯一一个文化创意产业集群区域品牌试点地区。

江南智造文化创意设计主要集中在广告设计、建筑设计、工业设计和时尚设计四个种类,每个种类都有国内外业界的领军企业和优势企业,如洛可可、易迪思、万谷、艺普得等。文化创意设计荣获红点奖、IF金奖、IDEA奖、G-mark、红星奖、金点奖、金投资等国内外创新设计大奖。

据上海黄浦区自主创新工作领导小组办公室园区管理科科长沈强介绍,江南智造已被上海市认定为“一区多园”式的创意产业集聚区。其文化创意产品覆盖纺织服装、体育用品、互联网金融、建筑装饰等诸多领域,业务拓展至中东、美国、英国、日本等国家和地区。2016年江南智造拥有38个驰名商标,11个上海著名商标,实现总营业收入近110亿元。“法国波尔多,美国硅谷,这都是著名的区域品牌。江南智造也要以此为目



生育保险基金当期首现收不抵支,但运行平稳,结余充足——

生育保险待遇发放无虞

本报记者 韩秉志

新闻深一度

生育保险和职工基本医疗保险的合并实施,将提高基金共济能力,有利于更好地保障参保人员待遇

随着时间推移,生育高峰将逐步放缓,基金支出的增加不会对总池子造成太大压力

人社部最新公布的数据显示,截至2016年底,全国生育保险参保1.84亿人,当期基金收入521.9亿元,支出530.6亿元。生育保险基金当期首次出现收不抵支,这一情况引发了社会的广泛关注,今后基金还能兜得住吗?

对此,人社部有关负责人和业内专家表示,我国生育保险长期处于平稳运行状态,生育保险和职工基本医疗保险的合并实施,将提高基金共济能力,有利于更好地保障参保人员待遇。

中央财经大学社会保障研究中心

主任褚福灵在接受《经济日报》记者采访时指出,我国生育保险的待遇发放,主要是医疗费用的支出以及产假期间生育保险基金支付的工资两部分。目前,我国生育保险待遇包括《中华人民共和国社会保险法》规定的生育医疗费用和生育津贴,所需资金从职工基本医疗保险基金中支付。生育津贴支付期限按照《女职工劳动保护特别规定》等法律法规规定的产假期限执行。

数据显示,2016年底,全国参加生

育保险的人数为1.84亿人,享受生育保险待遇的有913.7万人次。其中,享受医疗待遇602.9万人次,享受津贴待遇310.8万人次。人均生育保险待遇支出15385元。

“生育保险基金当期出现收不抵支,与全面实施两孩生育等政策有关。这种情况要予以重视,但参保者无须过于担心。”褚福灵分析说。

同时,有关专家表示,我国生育保险长期处于平稳运行状态,大多数时间内收大于支,结余比较充足。其中,2015年度,全年共有642万人次享受生育保险待遇,全年生育保险基金收入502亿元,支出411亿元,分别比上年增长12.5%和11.8%。2014年度,全年共有613万人次享受了生育保险待遇,全年生育保险基金收入446亿元,支出368亿元,分别比上年增长21.1%和30.2%。当前,尽管出现阶段性支出增幅大于收入增幅,但基金总体安全。截至去年底,即使在当期全国生育保险基金收不抵支的情况下,全国生育保险基

金累计结余675.9亿元,可支付15.3个月。

受访专家认为,在全面二孩放开初期,一些被长期挤压的生育需求集中爆发。随着时间推移,生育高峰将逐步放缓,基金支出的增加不会对总池子造成太大压力。今后,参保覆盖面的逐步扩大,将使基金规模更充实。

“生育保险的筹资原则是以支定收,目的就是保障基金收支基本平衡。如果统筹地区连续出现收不抵支,可考虑适当调整费率。”褚福灵说。

此外,今年2月份,国务院办公厅印发《生育保险和职工基本医疗保险合并实施试点方案》,提出按照保留险种、保障待遇、统一管理、降低成本的思路,在河北省邯郸市等12个城市开展两项保险合并实施试点。目前各试点城市已研究制定试点方案,正在抓紧完善并准备实施。人社部有关负责人表示,两个险种的合并实施,将提高基金共济能力,有利于更好地保障参保人员待遇。

微聚焦

4月居民存款为何回落

存款或在表内和表外间“搬家”

本报记者 陈果静

中国人民银行公布的4月份金融数据显示,4月份人民币存款增加2631亿元,同比少增5692亿元。其中,住户存款减少1.22万亿元。居民存款减少引发全社会的关注,更有人把居民存款的下降归因于住户部门中长期贷款的大幅下降。实际上,4月份住户部门贷款增加5710亿元。其中,短期贷款增加1269亿元,中长期贷款增加4441亿元。虽然住户部门中长期贷款的增幅比3月份略有减少,但降幅并不大,与居民部门存款减少的幅度并不匹配,并不能解释居民存款下降的现象。

实际上,银行存款季末大幅冲高、季初大幅回落的现象已存在多年,并不是新鲜事。

仔细观察央行发布的金融数据就能发现,近年来,每逢4月份都会出现居民存款减少的现象,尽管今年4月份银行居民存款减少的额度比去年要多——去年4月份,住户存款减少9296亿元,但并未超出正常水平。如在2014年4月份,住户存款就减少了1.23万亿元。出现这种情况,一方面,与银行“冲时点”拉存款的行为有关;另一方面,更与银行存款利率低,各种理财产品更具有吸引力有关。

虽然监管机构对于银行存贷比的要求早已放松,但“冲时点”的现象仍然存在。一些银行出于冲业绩的需要,在临近季末时拉存款,这部分资金多为短期资金,在下一季度初立即流出,因此导致季初月份居民存款大幅下降。

与此同时,一些银行还在设计理财产品时“花了心思”。比如,一些非保本的理财产品不计入存款。为了让季度数据靓丽,银行往往把非保本的理财产品设计为在季度的最后一天到期,这样也达到了“冲时点”的目的。到了下个月,这些转换为活期存款的理财资金再度买入其他理财产品,从而使居民存款出现大幅下降。存款在表内和表外间的“搬家”就造成了居民存款数据的较大波动。

今年以来,货币市场利率逐步上行,也导致银行理财产品、各种货币基金的收益率上涨。尤其是4月下旬以来,市场资金面较为紧张,主要投资于货币市场的银行理财产品整体收益率上行。目前,余额宝的7日年化收益率再度触及4%,创下近两年的新高,其他宝类产品也在4%上下徘徊。理财产品收益率近期也一路上涨,不少产品的利率都达到了4%以上。

显然,理财产品的利率水平早已“完胜”银行活期存款。尤其是在目前银行理财产品基本上都能够刚性兑付的情况下,不少人认为银行发行的理财产品就等同于保本产品,因此在投资时也就格外放心。在这样的背景下,居民存款在季度初流失、转化为理财产品也就成了常态。

直播间

共享充电宝怎样保安全

继共享单车火爆之后,共享充电宝也出现在公众视野。近期,共享充电宝引发的安全问题引发大众关注,在使用共享充电宝的过程中,究竟如何保障手机信息安全?怎样避免发生燃烧或爆炸现象?

北京网友杨柳:最近在常去的咖啡馆有摆放共享充电宝的设施,它充电快吗?租借和归还方便吗?

主持人:整体来讲,共享充电宝的租借和归还流程比较简洁。其充电效果能达到我们日常充电宝所达到的平均水准。当前,不少共享充电宝的使用需要押金担保,归还后押金基本能够“秒退”。但是,要进一步满足巨大的市场需求,共享充电宝租借设备的线下网络铺设还需要一定时间。

甘肃网友车金牛座:共享充电宝的质量如何?有没有燃烧和爆炸的危险?

主持人:为保证质量安全,大部分共享充电宝企业是和知名电池公司合作生产。目前,尚未出现共享充电宝发生燃烧和爆炸的情况,但其质量仍有待市场检验。

要保证安全,一定要注意下面这些情况。在使用共享充电宝时,若充电宝发热明显或者出现异味,最好停止使用,并将充电宝放置到安全区域;若安卓系统手机弹出“是否激活开发者模式”的提示后,立即放弃使用;使用前要注意充电宝的完整性,别用老旧、有破坏痕迹的充电宝;最好不要借用别人手中的共享充电宝;充电时还可以将手机关机,这样充电能更快而且安全。

吉林网友西凤紧:听说过使用共享充电宝导致数据被盗的案例,怎样保障手机存储内容的安全?

主持人:手机数据被盗主要发生在一些非法改装的充电宝上,目前部分共享充电宝的用户租赁协议中对存储内容一块也有提及,这部分内容主要是用户通过微信、支付宝登录的基本资料,包括一些绑定银行卡用户的支付信息等,对用户手机中的照片、视频等还未涉及。

从长远来看,共享充电企业或许会涉及广告投放,这就需要做用户数据分析,就不可避免地会收集用户信息。这些信息是被用作良性的炒作还是不可控的获利途径,目前还是很难界定。所以在将手机接入共享充电宝充电的时候,若手机出现“是否信任”选项时,用户一定要选择“否”。此外,当出现让消费者安装一些其他软件的选项时,不要轻易安装,并立刻停止使用该共享充电宝。

(本期主持人 崔国强)

