

“增强消费自信”系列评论

让国人爱上本土品牌，先练好三大功夫

孙明波

当前，中国已经进入品质消费时代。越来越多的消费者从更在乎“贵不贵”转为更多追求“好不好”，个性化、定制化、多样化消费渐成主流，消费者对消费品位、品牌有了新的要求。

与逐渐升级的消费趋势相比，目前国内供给端存在脱节的问题，这从国内消费者对外国货青睐有加，到全球“买买买”的现象中可见一斑。究其原因，除了消费者对国外品牌的信任外，还在于国内企业有效供给不足、品牌缺乏创新力、竞争力。要想塑造消费自信，引导消费回流，需要提升产品质量和服务，打造中国本土高端品牌。

以啤酒行业为例，近年来我国啤酒市场结构发生了很大变化，消费市场渐

趋多元化，消费升级特征明显。从消费者需求看，由最初的“拼”酒转变为“品”酒，消费者更加注重品质，讲究品牌消费；从国内市场上啤酒的口味来说，由相对单一口味逐渐向多元化口味转变；此外，啤酒市场也正在由渠道封锁转向终端拉动。因此，打造消费者认可的高端啤酒品牌，是满足消费升级的必经之路。

打造消费者认可的高端品牌，企业要练好三大功夫。一是必须不断提升产品品质，牢固树立“质量第一”的意识，通过打牢质量基础赢得消费者的信赖和市场的认可。高品质是百年青啤生命线。早在1964年，《青岛啤酒操作法》就成为了中国啤酒行业的国家标准

准，如今青岛啤酒建立了以工艺原则为“宪法”的标准化管理，编制形成了32项《青岛啤酒工艺原则》，488条技术标准，1856个检验项目的精细化生产和质量控制体系。每一滴青岛啤酒出厂前，都要经历1800道关键质量控制点的“千锤百炼”。

打造消费者认可的高端品牌，还要坚持依靠创新驱动，挖掘新消费潜力，引领品质消费，甚至要通过推动供给侧的颠覆式创新，来引领商业模式变革。一百多年的青岛啤酒不仅传承着“好人酿好酒”的工匠精神，还不断研究当代年轻人的需求，在品牌塑造、产品设计、风味开发，包括产品所传递的企业文化等方面，都随着时代的发展而不断

地创新。

打造消费者认可的高端品牌，更应鼓励和支持有条件的企业“走出去”，增强中国品牌的国际认可度。作为远销全球100个国家和地区的品牌，青岛啤酒在品牌国际化运营上，一直坚持“出口不是为了卖产品而是创品牌的理念”，运营上坚持高品质、高价格和高可见度的“三高”策略，不断提升品牌的高端化和国际化。

（作者系青岛啤酒股份有限公司董事长）



强壮国货，“内外有别”要不得

林火灿

千里迢迢地从海外买回来的产品，贴着“中国制造”的标签，质量却明显好于国内销售的同款产品——相信不少消费者对这样的“画面”都不陌生。这种舍近求远行为的背后，折射出我国制造业许多领域存在产品标准“内外有别”的问题。

改革开放以来，我国承接了大量的国际产业转移，并依靠廉价的土地资源、劳动力等要素投入，迅速发展成为举世瞩目的“世界工厂”。不过，受多种因素影响，我国内销产品与出口产品存在明显的标准差异，出口到发达国家的产品质量明显好于在国内市场销售的产品。对当年一些商家打着所谓“出口转内销”来吸引眼球的场景，相信消费者记忆犹新。

虽说“内外有别”的双重标准，是我国制造业特定发展阶段的特殊产物，但从本质上讲，这一做法其实是对国内消费者缺乏尊重的具体表现，久而久之损害了中国品牌在消费者心目中的形象。

过去多年间，由于制造业发展水平和市场消费能力有限，大多数消费只能选择国货。随着经济社会的发展，国内消费水平不断提升，模仿型、排浪式消费阶段基本结束，个性化、多样化消费渐成主流，许多内销产品已经无法满足消费者需求。加之经济全球化风起云涌，广大消费者有了更多消费选择。在此情况下，如果中国制造继续实行“内外有别”的双重标准，只能让更多消费者

者舍近求远，甚至到海外抢购“中国制造”。从这个意义上说，不尊重国内消费者的双重标准，不仅会损害“中国制造”的内部形象，束缚内需潜力的释放，也很难“让世界爱上中国造”。

进一步看，“内外有别”的做法也难以让企业真正认识到国内市场的需求特征和变化规律，从而在产品设计与制造时始终同市场需求保持一致，使产品更新换代同市场变化保持一致。久而久之，产品供给与市场需求不匹配的形势就会进一步恶化，令制造业的转型变得更加艰难。

今年的《政府工作报告》提出，要引导企业增品种、提品质、创品牌，扩大内外销产品“同线同标同质”实施范围，更好地满

足消费升级需求。实行“同线同标同质”，既是对消费者的尊重，也是实施供给侧结构性改革的必然要求。对企业而言，必须主动适应消费升级的新变化新趋势，加快实施技术更新换代，推动产品迈向中高端，努力让消费者不出国门就可以买到优质优价的商品。同时，政府部门也应进一步扩大“同线同标同质”的实施范围，完善公共服务平台，特别是加强对产品质量和生产企业的监管，推动更多行业和企业增品种、提品质、创品牌。

（作者系《经济日报》记者）

立法为中医药产业发展撑腰

李哲

从今年7月份起，我国首部中医药法正式施行。首次立法不仅在促进中医药发展方面具有里程碑式的意义，更重要的是，中医药法肯定了中医药的特点，在人才培养、诊所开办、药品炮制等方面建立了不同于西医药的管理制度。

近年来，一些质疑中医药的声音甚嚣尘上，甚至有人将中医药贬低为“伪科学”，但中医药绝不是“伪科学”。不可否认，目前中医药领域的确鱼龙混杂，一些所谓的大师干着行骗的勾当，一些假冒、低质药材混进了市场。但中医药是中华民族的瑰宝，在当下健康医疗领域依然发挥着巨大的实际效用。面对质疑甚至贬低中医药的杂音，出台首部中医药法，为中医药事业发展提供了法律保障。

中医药产业发展不能照搬西方模式。以人才培养为例，本科、硕士、博士、教材、解剖、临床，每年大量医学院学生都是按照这条路径培养出来的。然而，在我国，不少医术高超、药到病除的老中医虽没有高学历，却不能因此否定他们的医术。毕竟，在医药领域，能治好病才是第一标准。长期以来，我国中医人才培养主要采用“师承”等方式，好中医基本都经历过“师傅带徒弟”的过程。对此，法律改革完善了中医医师资格管理制度，规定以师承方式学习中医或经多年实践、医术

确有专长的人员，由至少两名中医医师推荐，考核合格后，即可取得中医医师资格。在人才培养阶段，法律要求中医药教育应遵循中医药人才成长规律，体现中医药文化特色，注重中医药经典理论和中医药临床实践、现代教育方式和传统教育方式相结合。

中医药产业发展，药材是关键。只有“道地药材”才能支撑中医疗效。道地药材，即经过中医临床长期应用优选出来的，产在特定地域，与其他地区所产同种中药材相比，品质和疗效更好，质量更稳定。为保障中医药的疗效，法律规定，国家建立道地中药材评价体系，支持道地中药材品种选育，扶持道地中药材生产基地建设，加强道地中药材生产基地生态环境保护，鼓励采取地理标志产品保护等措施保护道地中药材。

此外，针对经典药方或“秘方”，法律还突破性地作出规定，即生产符合国家规定条件的、来源于古代经典名方的中药复方制剂，在申请药品批准文号时，可以仅提供非临床安全性研究资料；对经依法认定属于国家秘密的传统中药处方组成和生产工艺实行特殊保护。总而言之，中医药法诸多开创性的新规，在健康服务方面为世界提供了令人期待的中国方案。



翟桂溪作（新华社发）

各自为战

近日，北京首家公立医院母乳库在协和医院成立，捐献母乳这一新鲜事物引发人们关注。自2013年我国内地首家母乳库在广州诞生至今，目前已陆续成立了十几家。然而，各地母乳库“各自为战”，尚未形成统一建设标准，捐赠数量少，有的医院母乳库仅能满足一成孩子的需求。在进一步加大公共健康教育的同时，相关部门应尽快完善相关法律法规，出台统一标准，推动母乳库长期良性发展。

（时锋）

产业扶贫需“工于细”“成于实”

辛安

脱贫攻坚越往后难度越大，越要压实责任、精准施策、过细工作。前不久，习近平总书记在山西发表的重要讲话中再次强调，深度贫困地区脱贫攻坚是硬仗中的硬仗，必须给予更加集中的支持，采取更加有效的举措，开展更加有力的工作。

当前，脱贫攻坚已进入决胜阶段，许多地方都把产业扶贫作为重要抓手大力推进。在这一过程中，如何解决好精准、普惠、“拔穷根”“三大难”，更快啃下“硬骨头”，迫切需要更多的实践探索和经验总结，这方面贵州省丹寨县的实践，颇具借鉴意义。贵州省丹寨县的丹寨万达旅游小镇、贵州万达职业技术学院正式启动运营，标志着全国首创的“企业包县、整体脱贫”的社会扶贫新模式取得重大阶段性成果，形成了长期、中期、短期兼顾的扶贫格局，向着“小康之约”一步一步扎实推进。透过这一政企合作的扶贫新模式，可以总结出解决“三大难”的一些有效方法。

第一，精准。精准扶贫的关键是因地制宜，做在“点儿”上，把当地资源禀赋有效

转化为群众脱贫载体。丹寨县特殊的地理环境造就了独特的生态和气候优势，少数民族聚居的独特背景又使其具有厚重的民族文化积淀。于是，政府和企业把“点儿”定位在旅游业上，以此实现“造血式”扶贫。据了解，以万达旅游小镇为“引爆点”，加上当地政府着力打造的“品牌带产业、企业带基地、合作社带贫困户”的“三带”模式，直接、间接创造6000多个就业岗位，带动数十个地方产业加快发展。

第二，普惠。产业扶贫再精准，也会有“阳光照不到”的人群。在不少地方，按人均收入算已经脱贫，但贫困户绝对数减少的比例却不大。要真正做到“小康路上一个都不能掉队”，实现普惠意义重大。为此，与丹寨县合作的万达集团投入5亿元建立扶贫产业基金，每年将基金收益的5000万元作为分红直接拨付到贫困户和特殊贫困人口，有效消除了“贫困死角”。同时，当地领导干部责任包干、结对帮扶，在确保贫困人口不愁吃、不愁穿，义务教育、基本医疗和住房有保障的基础上，帮助

其发展生产、促进增收、如期脱贫。

第三，“拔穷根”。脱贫根本在于“拔穷根”，其中，教育承担着阻断贫困代际传递的重要使命。所谓“扶贫先扶智，治贫先治愚”，要想让贫困地区的青少年掌握知识技能，改变命运，造福家庭，最有效、最直接的就是教育扶贫。万达职业技术学院建成后每年计划招生700人，还将择优录取50%的毕业生到万达就业，实现“就业一人，脱贫一家”的目标。

应当说，“企业包县、整体脱贫”是以强大的企业实力作为支撑的。那么，这个模式可不可以复制？答案是肯定的。在3年多的丹寨扶贫实践中，“工于细”“成于实”的印迹鲜明。“工于细”，就是调研细、论证细、机制细、配套细；“成于实”，就是心意实、产业实、政策实、作风实。扶贫开发贵在精准，重在普惠，成败之处在“细”与“实”。不搞大水漫灌、走马观花，专心致志做到精准滴灌、靶向治疗，用“绣花功夫”做好每一件实事，这才是丹寨实践对打赢脱贫攻坚战的重要启示意义。

白来论

用活公务员诚信档案是关键

桑胜高

河南省政府近日发文，要求建立公务员诚信档案，廉政记录、年度考核结果、违法违纪违约行为等将记入诚信档案，作为公务员考核、任用和奖惩的重要依据。

诚信社会建设人人有责，公务员在诚信社会建设中更承担着做表率、当模范的任务。建立公务员诚信档案的重要目的之一，就是督促公务员发挥好诚信建设的榜样引领作用。但是，公务员诚信档案建起来了，如何真正取得预期效果，还需要进一步探索。比如，此前在公务员招考中有诚信承诺制度，将承诺内容纳入考生档案，然而公务员考试中的失信现象并没有因此绝迹。

因此，公务员诚信档案要建好、更要用活。

用活公务员档案大有学问，要使其成为调节公务员行为的重要“指挥棒”“调节阀”。只有让广大公务员意识到诚信档案的严肃性，并认真审视其中的相关记录，进而督促自己更讲诚信、更加注重诚信规则，才能达到预期目的。

值得注意的是，河南省相关方面已在发文中明确表示，将包括诚信档案记录在内的相关内容作为公务员考核、任用和奖惩的重要依据。诚然，这些措施是用活公务员诚信档案的具体体现，但在笔者看来，只有这些还不够，还需要加入公务员失信行为的曝光和惩戒措施。因为“阳光是最好的防腐剂”，只有将公务员不讲诚信的行为置于公众视野下“晾晒”，才能真正起到警示作用。如今，在一些地区的实践中，已经对“老赖”等群体的失信行为采取了公开曝光的措施，公务员群体也不能例外。

总之，只有用好公务员诚信档案，使其成为失信行为的“警戒线”，才有可能让公务员在助推诚信社会建设中发挥更大作用。



二线城市频出政策吸引人才

有调查显示，随着一线城市生活成本快速上升，高校毕业生的“北上广深”情结明显松动。同时，二线城市最近频频推出吸引人才的政策，给钱、给房、给户口成为最具吸引力的筹码。

②羽中：选择去哪里发展，关键在于对发展机会和职业前景以及产业结构等因素的综合考量。

②江苏沭阳赵登亚：有好政策，有真才实学，不论何处，都能成为用武之地。

②力扬-吕树安：我来自二线城市，愿为家乡的发展提供自己的微薄之力。

高考志愿需平衡现实和理想

一年一度的高考志愿填报季又到了，考生和家长面临又一次“大考”。有人建议，填报志愿要优先考虑就业前景、专业冷热等现实因素，也有人觉得，兴趣很重要，只有感兴趣才能投入热情去学习。

②Sun：只有自己喜欢才能全身心地投入，学到精髓，学到真本事。其次要考虑就业问题，为以后走出校园做打算，如果既找到自己感兴趣的、就业又非常理想的专业，报志愿就成功了。

②珍惜拥有：填报志愿时还是根据个人的兴趣爱好比较合适。只有对自己感兴趣的东西，才能激发起学习热情，为以后发展提供良好前提。

②田忠华：两者都很重要，对于学生来说，兴趣能提高学习动力。

大学生创业意愿高

报告显示，当前有83.2%的大学生具备很强的创业意愿，91.7%的大学生认为缺乏好的创新创业项目，近半数大学生希望学校能够提供更多社会实践机会。

②彭竹兵：创业不能仓促上马，在校学生创业要学会规避风险。

②游泳的浪花：创业是对资源的优化整合，从而创造出更大经济社会价值，这对毕业生来说难度不小，要脚踏实地做起。

（渠丽华 整理）



更多精彩，欢迎
关注经济日报
微信公众号

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，
来稿请发至：mzjjgc@163.com

本版编辑 牛瑾 祝伟

思辨

“工于细”，就是调研细、论证细、机制细、配套细；“成于实”，就是心意实、产业实、政策实、作风实。扶贫开发贵在精准，重在普惠，成败之处在“细”与“实”。在“细”与“实”