

数说经济

发挥好服务业稳定器作用

洞见

惠东坡

品牌是高质量发展的重要标志,也是商业竞争和文化传播的重要方式。中国品牌是中国经济发展和文化传播的重要载体,当前如何科学优化与完善我国的品牌建设,成为值得关注的一个问题。

近年来,一批具有国际竞争力和影响力的中国企业不断涌现,为我国经济社会发展和国际形象提升作出了重要贡献。经过持续努力,我国品牌培育、发展、壮大的促进机制和支持制度更加健全,品牌建设水平显著提高,企业争创品牌、大众信赖品牌的社会氛围更加浓厚,品质卓越、特色鲜明的品牌领军企业持续涌现,形成了一大批质量过硬、优势明显的中国品牌。此前印发的《质量强国建设纲要》指出,要着力推动品牌建设,并围绕如何提升品牌建设综合实力等方面进行了明确部署。

不过,在全球范围内推广中国品牌还面临着诸多挑战。与中国企业的实力和潜力相比,中国品牌的国际知名度和美誉度还有较大的提升空间。因此,要多措并举,积极对接国际先进技术、规则、标准,推动品牌建设取得更大进展。

首先,以质量促品牌、用品牌强质量。质量是品牌的内核,一个优质的品牌是建立在高质量产品和服务基础之上的。同时,品牌是质量的载体。企业要开拓市场,提升用户黏性、增强盈利能力,一个重要途径就是对优势品牌的持久性打造。品牌的含金量提升了,才能进一步推动产品和服务创新,才能不断提高供给质量。因此,应精准把握好品牌和质量之间的辩证关系,注重二者相互联系的系统性、整体性、协调性。要通过品牌价值评价体系和品牌发展长效机制的双重保障,打造具有持久生命力的产品,积极探索自主品牌建设新路径。

其次,以科创优品牌、用品牌壮科创。随着新一轮科技革命和产业变革的深入推进,要真正提升中国品牌的国际竞争力与引领力,必须增强科技创新能力,推动产业迈向价值链中高端。对此,要增强企业研发设计、生产加工等方面的全流程数字化,运用大数据、云计算等前沿技术促进产品的更新迭代,不断提升中国品牌的质量优势。

再次,以企业造品牌、用品牌扶企业。企业是提升产品和服务质量的主体。要根据企业发展战略、市场需求以及国内外资源优势,优化布局,明确品牌定位和目标市场,推动其持续开展质量提升行动,制定中国品牌的国际化发展战略。努力弘扬企业家精神和工匠精神,以开放合作的思维,促进专精特新企业发展,形成产业链供应链上中下游、大中小企业协同助力质量提升的良好生态。

最后,以形象“润”品牌、用品牌展形象。在国际传播的过程中,要对外讲好中国品牌故事。这是提升中国品牌国际影响力和竞争力的需要。通过讲好故事,可以增强中国品牌的认知度和美誉度,赢得消费者的信任和喜爱。这也是展示中国经济发展质量和效益的需要。要用鲜活具体的案例和细节呈现中国品牌在科技创新、质量提升、市场拓展等方面的努力和成果,而不是用空泛笼统的概念和原则来解释中国品牌的发展动力和价值取向。要用多元开放的渠道让各国受众与中国品牌互动交流,而不是用单一僵化的方式来传播中国品牌的形象和意义,从而提高中国产品在国际市场上的份额和地位。

业、小微企业、个体工商户稳岗扩岗倾斜支持,充分发挥平台经济在稳就业促消费中的作用,提升就业吸纳能力。

服务业与老百姓的吃、穿、住、用、行紧密相关,一头连着经济社会发展,一头连着民生福祉。目前,服务业的回升仍是初步的、恢复性的,要着力扩大有效需求,提振发展信心,稳定市场预期,巩固服务业恢复基础。近期,山西、甘肃等地纷纷出台政策文件,帮助服务业企业纾困解难,促进服务业稳定增长。推动服务业加快恢复,升腾起的将不仅是人间烟火气,也是对美好生活的信心。



服务业是国民经济发展的“稳定器”和“助推器”,对经济增长的贡献率于今年一季度重回三次产业的首位。目前,服务业回升仍是初步的、恢复性的,要着力扩大有效需求,提振发展信心,稳定市场预期,巩固服务业恢复基础。

容促进内需潜力释放。

服务业还是扩大就业的蓄水池。服务业涉及的行业门类多、牵涉面广、就业弹性大,能够广泛吸收不同学历层次、不同技能领域的就业群体,是新增就业和吸收农业、工业领域转移劳动力的主要力量。2022年,从事第三产业的农民工比重达51.7%,6个主要就业行业中有4个为服务业,分别是批发和零售业、交通运输仓储和邮政业、住宿餐饮业、居民服务修理和其他服务业。随着数字经济的快速发展,新技术新业态新模式不断涌现,网约车司机、外卖骑手、网络主播、电子竞技运营师、民宿管家

等大批服务业领域的新兴职业应运而生,蓬勃发展的新就业形态吸纳了大量青年劳动者,在扩大新增就业空间等方面的作用日益凸显。

当前,就业总量压力和结构性问题不容忽视,青年人就业压力依然较大,16岁至24岁青年调查失业率5月份进一步走高至20.8%。最大限度地扩大就业容量,需要发挥好服务业这一就业最大“容器”的功能。从今年的情况看,接触型服务业快速恢复,交通运输、住宿餐饮、旅游等行业较快增长,对就业的带动作用明显增强。接下来,要继续加强对就业容量大的服务



排查广告监管领域突出问题

日前印发的《市场监管总局办公厅关于扎实做好广告监管领域行风突出问题排查治理工作的通知》,就加强广告监管领域行风突出问题排查治理进行部署,提出多方面具体举措,其中包括加强互联网广告领域治理,紧扣直播带货广告、弹窗广告、“软文”等加大清理整治力度等。《通知》指出,各地市场监管部门应将行风建设同广告监管实践有机结合,以行风治理推动解决广告监管难题,以广告监管工作成效检视行风建设成果。接下来,有关部门应持续推进“三品一械”广告审查服务标准化,规范广告监测工作,强化部门协同监管,完善广告产业园区管理制度,为经营主体和人民群众提供清晰指引。

王 琪作(新华社发)

(时 锋)

本版编辑 梁剑箫
来稿邮箱 mzzjgc@163.com



图为云南巴拉格宗生态旅游區

促进人与自然和谐共生