

提升中国品牌国际话语权

2023-05-11 作者：王新惠 杨煜玥 来源：经济日报



党的二十大报告提出：“加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。”品牌是国家竞争力的综合体现，品牌影响力关系一个国家在全球产业链价值链中的地位，体现着一国在国际舞台上的影响力和竞争力。习近平总书记高度重视中国企业的自主创新和自主品牌建设，强调要推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。新时代新征程，要加快培育国际知名品牌，形成一大批具有自主知识产权、质量竞争力强、品牌附加值高的拳头产品，提升中国品牌国际话语权。

随着经济全球化深入发展，各个国家对国际话语权的重视程度日益增强，也愈发注重提升国际社会对本国文化的认同。一些西方发达国家的自主品牌发展至今，凭借其完备的品牌文化构建在世界范围内广泛传播，为品牌所在国创造了巨大经济价值。这提醒着我们，找准富有文化内涵的品牌定位是中国品牌赢得国际话语权的重要途径。强化中国品牌建设，推动我国企业在国际上构建起良好品牌形象，不仅有利于经济发展，还能为我国在国际经济合作和竞争中累积更多实力、赢得更多主动。

一方面，加强品牌建设是推动高质量发展的题中应有之义。我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，这对中国品牌建设提出了新的更高要求，迫切需要根据形势发展变化，立足自身优势，转变发展理念，加强统筹协调，从质量、创新、文化等方面入手，打造一批既有中国特色又有国际水准的品牌，加快建设品牌强国，更好支撑经济高质量发展。

另一方面，加强品牌建设是增强文化软实力的重要举措。品牌的成功塑造与广泛传播能够持久地影响目标消费者，进而影响其他群体，其蕴含的文化理念也会随着品牌的全球化传播影响越来越多人，逐渐改变人们的生活方式。加强品牌建设，形成独创性的、差异化的、有竞争力的品牌，有利于推动中华优秀传统文化广泛传播，以品牌影响力增进文化认同。同时，丰富品牌文化内涵，以优秀传统文化为架构构建品牌文化，可以激发消费者文化认同感和情感共鸣，进而助推品牌发展。

当前，新一轮科技革命和产业变革突飞猛进，我国正在加快推进产业结构调整，实现“中国制造”向“中国智造”的转型升级，政府和企业对品牌建设日益重视，一批批中国产品、中国技术、中国标准实现突破。很多中国品牌越来越注重创新与传承、品质与服务，越来越多的中国企业坚持以创新驱动发展，为中国品牌走向国际市场、提高国际影响力作出贡献。同时也要看到，我国国际品牌从数量和知名度上与一些西方发达国家相比仍有较大差距，品牌发展水平与经济社会高质量发展要求相比还有不足，从品牌大国迈向品牌强国还需要付出更多努力。今年2月，中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》提出，到2025年中国品牌影响力稳步提升，品牌建设取得更大进展。这为我们提升中国品牌国际话语权提供了重要遵循。加强品牌建设，须着力做好以下几个方面工作。

着力提升品牌认同。近年来，中国的自主品牌逐渐摆脱以西方美学为主导的评价体系，发掘具有深厚底蕴的东方美学文化，在品牌中注入了中华优秀传统文化元素。“国潮热”现象的出现、很多本土品牌的发展，从另一个侧面展现出我们对中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，揭示了文化产业发展以优秀传统文化为依托所带来的巨大发展潜力。我们要进一步深挖品牌的文化内涵与文化底蕴，在产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设融合发展等方面下功夫，推动品牌设计理念与现代需求和审美更好契合，丰富品牌文化内涵，讲好品牌故事。

塑造品牌核心竞争力。互联网的深入发展为品牌口碑传播带来了倍增的效果，以质量为竞争优势的品牌可以迅速崛起抢占市场，被曝光质量问题的品牌声誉会遭受重创。这就要求企业在经营过程中注重提升产品品质与服务质量。高品质的产品和服务不仅是企业抢占国内市场的强大优势，更是中国品牌走出国门、走向世界的“敲门砖”。加强品牌建设，要充分调动企业作为经营主体的积极性，以高品质为依托，既要做细做精做强产品，不断提升品牌内在价值，又要进一步释放创新潜力，加大科技创新投入力度，持续在产品研发、供应链、生产制造等方面发力，推出更多新产品新服务，以高质量供给创造引领新需求，让有竞争力的品牌脱颖而出，不断提升中国品牌国际话语权。

完善品牌培育发展机制。纵观全球市场，任何一个享誉世界的品牌的成功，除了有企业自身努力之外，还离不开好的发展环境。在这方面，加强政策引导十分重要。打造中国品牌，需要更好发挥政府作用，在优化品牌发展环境、搭建公共服务平台、促进品牌企业资源集聚上下功夫，持之以恒、久久为功，多措并举优化品牌发展环境。同时，还要健全法律法规，优化市场监管，完善品牌价值评价标准，支持企业加强品牌保护和维权，依法严厉打击品牌仿冒、商标侵权等违法行为，推动形成政府重视品牌发展、企业争创卓越品牌、社会崇尚优质品牌、大众信赖国产品牌的浓厚氛围。

（作者单位：北京工商大学传媒与设计学院）

关键词：中国品牌；国际话语权

转载请注明来源：中国社会科学网（责编：闫琪）



扫码在手机上查看

社科推荐

- 中共中国社会科学院党组传达学习贯彻习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神
- 全国史学界深入学习贯彻习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神座谈会在京召开
- 沿着总书记的足迹·新闻多一点 | 中国历史研究院：知古鉴今，资政育人
- 【特别策划】溯源文明互鉴中的中华智慧
- 【理响中国】丰富人民精神世界 增强人民精神力量

