

拓展重点领域品牌 营造良好发展环境

方向明确 中国产品加速向中国品牌迈进

近日,国家发改委等七部门发布《关于新时代推进品牌建设的指导意见》(以下简称意见)。意见提出,到2035年,中国品牌综合实力进入品牌强国前列。

多措并举打造品牌

意见要求打造提升农业品牌。实施农业品牌精品培育计划,聚焦粮食生产功能区、重要农产品保护区、特色农产品优势区和现代农业产业园等,打造一批品质过硬、特色突出、竞争力强的精品区域公用品牌。深入实施农业生产“三品一标”(品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产)提升行动,加强绿色、有机和地理标志农产品培育发展,打造一批绿色优质农产品品牌。

壮大升级工业品牌。引导装备制造业加快提质升级,推动产品供给向“产品+服务”转型,在轨道交通、电力、船舶及海洋工程、工程机械、医疗器械、特种设备等装备领域,培育一批科研开发与技术创新能力强、质量管理优秀的系统集成方案领军品牌和智能制造、服务型制造标杆品牌。

做强做精服务业品牌。推动金融、物流、研发设计、商务咨询、人力资源、节能环保等生产性服务业向专业化和价值链高端延伸,培育具有国际竞争力的生产性服务品牌。面向产业数字化发展需求,围绕人工智能、5G、工业互联网、智慧城市、智慧农业等领域,培育优质数字化品牌。

加强品牌保护是夯实品牌建设基础的有效措施。意见要求统筹推进商标、字号、专利、著作权等保护工作,加强驰名商标保护,严厉打击商标侵权等违法行为。支持企业加强商标品牌保护,完善商标品牌维权与争端解决机制,推进商标数据国际交换与应用,推动商标品牌保护、纠纷处置的跨国协作。

此外,意见还强调引导品牌国际化。鼓励企业实施品牌国际化战略,拓展国际市场。鼓励品牌企业与国际品牌企业合作,提高品牌国际化运营能力。

推进国潮品牌建设

近日,工信部等五部门联合印发《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022-2025年)》(以下简称方案)。方案提出,支持国潮品牌创新发展。挖掘中国文化、中国记忆、中华老字号等传统文化基因和非物质文化遗产,加强新生消费群体消费取向研究,创

人民。

遵循总书记重要指示指引,青海盐湖循环经济发展步入了快车道:“5G+采盐船自动控制”系统的运用,既提高了资源采收效率,又实现精确远程操控和无人值守;盐湖钾盐可采量10年间成倍增加,年产钾肥超过700万吨,占全国总产量80%以上;借助盐湖循环经济延伸产业链,形成了从盐湖提锂、正负极材料到电解液、锂电池制造的锂电完整产业链,西宁市锂电池产量占全国总量三分之一。

“科技创新取得突破,促进资源开发向综合利用、循环发展转变,察尔汗盐湖已经形成钾盐、钠盐、镁盐、锂盐、氯碱5个产业集群。”青海盐湖工业股份有限公司有关负责人说。

今年6月25日至7月29日,青海连续5周在全省范围内实现清洁能源供电,至此,已连续6年在全省范围实施全清洁能源供电,时长益,让盐湖这一宝贵资源永续造福



近日,安徽省淮北市市场监督管理局工作人员深入食用农产品企业,对企业创建“食安安徽”品牌进行帮扶、指导。 CNSPHOTO 提供

新消费场景,推进国潮品牌建设。依托跨境电商扩大品牌出海,开拓多元化市场。

方案指出,到2025年,消费品工业领域数字技术融合应用能力明显增强,培育形成一批新品、名品、精品,品种引领力、品质竞争力和品牌影响力不断提升,并在创新能力显著增强、供给水平明显提高、发展生态持续优化等三个方面明确了具体发展目标。

事实上,在推进工业品牌建设方面,相关部门已加强了部署。今年4月,工信部办公厅印发《关于做好2022年工业质量提升和品牌建设工作的通知》。该通知要求,地方工业和信息化主管部门、行业协会和专业机构要贯彻落实《制造业质量管理数字化实施指南(试行)》,在生物医药、新材料、电子制造、新能源和智能网联汽车等重点行业,引导企业在制造业数字化、智能化和绿色化趋势下,推动5G、人工智能、大数据等新一代信息技术与质量管理融合。同时,该通知还提出,要结合中国工业品牌之旅、全国品牌故事大赛、品牌创新成果发布、行业优质品牌培育等活动,宣传推广“中国制造”品牌,讲好“中国制造”品牌故事。

提出精品培育计划

不仅是工业品牌建设在加

速,农业品牌也在同步推进。近日,农业农村部办公厅印发《农业品牌精品培育计划(2022-2025年)》提出打造精品区域公用品牌,建立完善农产品区域公用品牌建设评价标准和管理规范。

相关统计显示,目前全国省级农业农村部门重点培育的农业品牌中,农产品区域公用品牌约300个,企业品牌约5000个,产品品牌约6500个;2021年“五常大米”等品牌溢价超过100%……

农业农村部市场与信息化司和中国农业大学近日发布的《中国农业品牌发展报告(2022)》(以下简称报告)显示,进入新发展阶段,我国打造农业品牌,增加品牌效益、增加农产品品牌竞争力全面推进乡村振兴的重要意义不断凸显。报告提出,在各地加紧推进农业品牌建设中,还存在品牌辨识度低、品牌保护意识不强、冒牌套牌等问题,需要多方进一步规范农业品牌建设,保护农业品牌,做强农业品牌。

专家表示,农业品牌的规范有序发展,涉及品牌模式与建设标准。以农业品牌的重要组成部分农产品区域公用品牌为例,从目前各地已经发布的农产品区域公用品牌来看,品牌建设模式呈现多样化。比较常见的建设模式为“产地+品类”,如省级的有“吉林鲜食玉米”、广东市级的“茂名荔枝”、江苏县级的“泗阳籼米”

等。同时,也有突出地域特色的多品类品牌体系,如甘肃省级的“甘味”、重庆市的“巴味渝珍”、河北省的“承德山水”、浙江省的“丽水山耕”、内蒙古市级的“赤诚峰味”等,涵盖了多个农产品、覆盖多个产业,有聚合抱团发展之势。

值得关注的是,伴随着农业品牌数量的快速增长和部分品牌价值的攀升,再加上一些地方保护意识不强、措施不足、力度不够,导致冒牌、套牌等问题较为突出,给品牌形象和声誉造成不良影响。同时,企业主体打造品牌缺乏系统规划,更注重创品牌、打品牌,在护品牌上认识不深,不及时注册商标,不重视打击假冒伪劣产品,难以保持持续旺盛的品牌生命力。

业内人士表示,在农业品牌打造过程中,品牌标识显著性是影响获准商标注册的关键。实践中,一些农产品区域公用品牌标识或因显著性弱、遭遇在先权利障碍等未能获准注册,或只能在较少的类别上获得保护。

专家建议,应及时将农业品牌注册为商标,形成商标权利,为下一步品牌授权许可、做大做强奠定基础。否则,没有权利基础,就不存在许可的问题。因此,对于打造农业品牌而言,也应及时申请注册商标。

(依琰)

数字图解

3.24万亿元
我国信息消费规模扩大



今年上半年,我国信息消费规模达到3.24万亿元

工信部数据显示,我国信息消费已成为增长迅速、创新活跃、辐射广泛的消费领域,市场规模由2014年的2.8万亿元增长至2021年的6.8万亿元。今年上半年,我国信息消费规模达到3.24万亿元,同比增长6%。

信息消费的内涵和外延不断扩展,融合发展新业态、新模式加速涌现。今年上半年,商务大数据重点监测的电商平台累计直播超6000万场次,累计观看超5170亿人次。全国网络零售市场企稳回升,农村网络零售市场持续恢复。今年上半年,农村网络零售额达9759.3亿元,同比增长2.5%。移动支付交易规模全球第一,2021年我国银行机构共处理网上支付业务超过1000亿笔,金额高达2354万亿元。

超2万亿元
留抵退税政策成效明显

截至8月15日退税
已超2万亿元

国家税务总局日前发布数据显示,4月1日大规模增值税留抵退税政策实施以来,截至8月15日已有20131亿元退税款退到纳税人账上,加上一季度继续实施此前出台的留抵退税老政策1233亿元,已累计有21364亿元退税款退到纳税人账户,大规模留抵退税存量留抵税额集中退还已经完成。

“今年留抵退税规模超过前三年总和,政策落地不断提速,原定全年退税任务提前到二季度集中完成。”国家税务总局相关负责人说,税务部门二季度办理留抵退税业务笔数超过去年同期100倍,符合条件企业退税资金从申请到账平均用时较去年同期大幅压缩。

政策

第一批省级水网先导区公布

近日,水利部印发《关于做好第一批省级水网先导区建设工作的通知》,确定辽宁、浙江、江西、山东、湖北、广东、广西7个省份作为第一批省级水网先导区。

通知强调,省级水网先导区建设要锚定“系统完备、安全可靠,集约高效、绿色智能,循环通畅、调控有序”的国家水网建设目标,立足流域整体和水资源空间均衡配置,按照国家水网和区域水网总体布局,统筹谋划省级水网“纲、目、结”,进一步优化省级水网布局、结构、功能和发展模式,构建互联互通、联调联控的网络格局,不断提升水安全保障能力。

(上接1版)

这10年,青海交出了亮眼的生态答卷:累计落实生态投资193.5亿元;青海湖流域综合治理等重要生态系统保护和修复实现全覆盖;湿地面积814.36万公顷,稳居全国首位;青海湖连续10多年水位上升,水体面积达到4625.6平方公里;森林覆盖率达5.2%提高到7.5%;三江源地区的草地覆盖率、产草量分别提高10%和30%以上。

牢固树立绿色发展理念

2016年8月,习近平总书记在柴达木盆地察尔汗盐湖考察时指出,务必处理好资源开发利用和生态环境保护的关系。发展循环经济是提高资源利用效率的必由之路,要牢固树立绿色发展理念,积极推动区内相关产业流程、技术、工艺创新,努力做到低消耗、低排放、高效益,让盐湖这一宝贵资源永续造福

青海凭借水电、光伏、风电发展优势,开启了一条低碳循环的产业生态化之路。2016年至今,国家电投黄河上游水电开发有限责任公司新增新能源装机1040.66万千瓦,其中,光伏装机增长了2倍多。目前,这个公司2751.21万千瓦的发电总装机中,清洁能源占比超九成。

以生态优势推动生态旅游发展,青海打造国际生态旅游目的地。澜沧江流经杂多县昂桑乡,孕育出一方野生动物的天堂,雪豹、金钱豹、猓羚、白唇鹿、岩羊等“高原精灵”惬意栖息,仅监测到雪豹个体已达84只。2019年,三江源国家公园自然体验特许经营试点在当地启动。从事旅游接待服务的牧民云塔说:“三江源的旅游体验是独一无二的。”

以生态塑造旅游品质,以旅游彰显生态价值。2012年至2021年,青海全年接待游客从1500余万人次增长到近4000万人次;旅游总收

入从123亿余元增长到349.9亿元。

结合生态优势和资源,青海立足特色种植、养殖业建设绿色有机农畜产品输出地。截至目前,全省认证绿色有机食品和地理标志产品925个、绿色有机牧场超9000万亩,实现质量安全可追溯的牦牛藏羊超过400万头(只);培育农牧业龙头企业540家,各类合作社、家庭农牧场和种养大户逾3万家。

让民族地区群众共享改革发展成果

2021年6月,习近平总书记在青海考察时强调,要坚守人民情怀,紧紧依靠人民,不断造福人民,扎实推动共同富裕。

位于海东市乐都区的七里店安置小区是青海省最大的易地扶贫搬迁集中安置点,集中了12个乡镇104个村的7000余名村民。今年上半年,面对疫情影响,当地政府部门

采取加大技能培训、岗位精准对接等措施,帮助这个安置区转移劳动力1.7万人次。

青海持续加大民生领域投入,补短板、强弱项、提质量,基本公共服务体系不断完善,涉民生各项事业发展水平显著提升。

10年来,青海不断探索和拓展生态保护与农牧民群众的利益联结机制,生态惠民托起农牧民群众增收基本盘:多轮草原补助奖励政策年均补助资金近20亿元,惠及80多万名农牧民;各类生态保护公益岗位超过14万个,每年为农牧民增收约10亿元。

三江源国家公园长江源园区曲麻莱管理处生态管护员文校,每个月要进山巡护一周左右。他说,端上生态碗,吃上生态饭,一年有2万多元收入。

为了不断满足各族群众对美好生活的向往,10年来,青海在产业、就业、易地扶贫搬迁等方面出台了一系列改革举措,民生保障水平逐

向新高度:累计投入66亿元,全面完成4.8万户易地扶贫搬迁任务;累计完成民生投资近170亿元,实施社会事业项目4591个;农村环境卫生服务能力持续增强,垃圾治理率达到91.7%,改造农村户厕23.46万座。

“原来是旧土砖房,现在新房宽敞,水电暖俱全,交通方便。”海北藏族自治州刚察县沙柳河镇果洛藏贡麻村村民官却乎加不胜感慨。

2021年,青海城镇居民人均可支配收入37745元,相比2012年翻了一番;农村居民人均可支配收入从2012年的5594元增长至2021年的13604元。

牢记习近平总书记殷殷嘱托,青海各族儿女攻坚克难、开拓创新,在推进青藏高原生态保护和高质量发展上不断取得新成就,奋力谱写全面建设社会主义现代化国家的青海篇章。

(新华社记者陈凯、骆晓飞、李占轶)