

学习手记

● 新华社记者唐诗凝、严赋憬

品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是发展新质生产力的内在要求。2017年，我国将5月10日设立为“中国品牌日”，如今已进入第十个年头。

“十五五”规划纲要部署的16个“强国”建设目标中，制造强国、质量强国、贸易强国、农业强国等，都蕴含着做强中国品牌的内在要求。

关于品牌建设，习近平总书记有着深刻的战略考量。

2014年的5月10日，习近平总书记在河南考察时强调，“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”，为品牌建设提供了根本遵循。

品牌为何如此重要？习近平同志在地方工作期间就作出生动阐释。

一度，浙江众多中小企业虽能制造出物美价廉的产品，“但企业想要多赚钱，却做不到‘物美而价高’，究其原因就是没有自己的品牌。”习近平同志的话一针见血，“差不多质量的皮鞋，没有品牌就只能卖二三十元，如果是国内驰名商标则可卖到几百、上千元，如果是国际名牌甚至可以卖到上万元”。

产品解决“有没有”的问题，品牌决定“值不值”。正如习近平同志在《之江新语》中写下

的：“从一定意义上说，品牌就是效益，就是竞争力，就是附加值。”

“十五五”正是夯实基础、全面发力的关键时期，品牌建设的战略意义更加凸显：面向高质量发展要求，是引领产业升级的重要引擎；置身复杂外部环境，是我国在全球价值链中提升优势、掌握话语权的关键支撑。

习近平同志高度重视品牌建设，多次就加强品牌建设作出重要指示，指引我国以品牌建设为抓手推动产业升级、经济转型。

为企业谋出路：2016年12月，在中央经济工作会议上指出，引导企业形成自己独有的比较优势，“加强品牌建设，培育更多‘百年老店’”；

为产业立标杆：2020年7月，走进中国一汽集团研发总院，察看“红旗”等自主品牌的最新款式整车产品，寄语“必须加强关键核心技术和关键零部件的自主研发，实现技术自立自强，做强做大民族品牌”；

为发展指方向：2024年11月，在湖北考察时强调，“坚持传统产业转型升级和培育壮大新兴产业、未来产业齐头并进”“打造更多叫得响的品牌”；

……

打造品牌是系统工程，需要沉下心来筑牢根基。这一切都贵在坚守，重在深耕。

2025年2月，民营企业座谈会上，习近平

总书记讲道：“我在福建和浙江工作时，就很多同当地一些民营企业立足实业、聚焦主业、不断做大做强的做法。这两个地方的服装鞋帽企业比较多，现在有的已经引领国际潮流了，很重要的原因就是几十年心无旁骛，一以贯之做这一行，从开始的来料加工到创立自己的品牌，现在成长为世界知名企业。”

一以贯之的定力，对质量和信誉的坚守，推动着一批中国企业积累优势、中国品牌大放光彩。

把品牌创建融入现代化产业体系建设，用心涵养品牌成长的沃土，相信越来越多的中国品牌将从容绽放，中国制造将走向更为广阔的世界舞台。（新华社北京5月10日电）

打造更多叫得响的品牌

14.9% 前4个月外贸延续良好增长态势 出口结构加速“向新向绿向智”转变

● 本报记者 王舒婷

海关总署日前发布数据显示，今年前4个月，我国货物贸易进出口总值16.23万亿元，同比增长14.9%，延续良好增长态势。其中，出口机电产品5.92万亿元，同比增长17.6%，占整体出口的63.5%，成为“主力军”。与此同时，我国出口结构正稳步迈向绿色化、智能化。

新动能发力

前4个月外贸成绩单中，最亮眼的莫过于以电动汽车、锂电池、风力发电机组为代表的绿色低碳产品，以及工业机器人等高端智能装备的出口高增。数据显示，前4个月，电动汽车出口同比增长68.1%，锂电池出口增长43.2%，风力发电机组出口增长40.7%，工业机器人出口增长30%。

对外经济贸易大学教授崔凡认为，今年前4个月我国出口结构体现出鲜明的绿色化、智能化趋势，高新技术产品出口增长强劲。“除了已经列举的数字，集成电路出口增速达到78.3%，整个高新技术产品出口增长27.6%。”崔凡说。

这些绿色低碳、高端智能产品，正在成为中国出口的“新名片”。专家认为，出口结构加速“向新、向绿、向智”转变，反映出国内制造业转型升级取得实质性进展，新质生产力的发展动能正在外贸领域加速释放。

崔凡预计，二季度我国进出口仍将延续较快增长态势。虽然复杂多变的外部环境将给世界贸易带来新的不确定性，但我国外贸全年仍有望保持稳定健康增长。

多因素助推出口高增

从单月来看，海关总署数据显示，4月份，我国货物贸易进出口总值4.38万亿元，同比增长14.2%。其中，出口2.48万亿元，增长9.8%；进口1.9万亿元，增长20.6%，超出市场预期。

出口方面，东方金诚研究发展部门总监冯琳分析认为，出口高增背后主要有四大推动因素：一是全球AI投资热潮进一步升温，芯片、电脑零部件、电子元件价格大幅上涨，对我国出口金额形成强有力拉动；二是国内制造业转型升级成效持续显现，对新能源汽车、高技术产品出口的推动作用明显；三是地缘政治冲突背景下，海外市场备货需求升温，当前外需整体偏强；四是4月对美出口恢复正增长。

进口方面，冯琳表示，出口增长尤其是半导体产业链出口快速增长，明显提振了相关进口需求；同时，今年稳增长政策持续发力，投资止跌回升，对进口形成正向支撑。



我国首条深水油气装备工艺管线智能生产线建设完成

这是5月10日拍摄的海油工程珠海深水装备制造基地深水油气装备工艺管线智能生产线。

海洋石油工程股份有限公司5月10日发布消息，我国首条深水油气装备工艺管线智能生产线在海油工程珠海深水装备制造基地建设完成，进入调试阶段。

据介绍，工艺管线被称为海洋油气资源开发设施的“大动脉”，是海洋油气开发的核心基础设施，承担设施生产过程中油、水、介质流体等输送功能。该智能生产线由MES生产管控系统、组焊一体智能系统、AI智能视觉识别系统和AGV智能运输系统等模块构成，打通除锈喷码、物流运输、智能组对与自适应焊接等作业环节，对推动我国深水海洋油气装备制造智能化发展具有重要意义。

新华社发（刘聪 摄）

“世界超市”率先“进球” ——义乌备战世界杯一线观察

● 本报记者 熊彦莎 连润

距离2026年世界杯开赛还有一个半月之际，义乌国际商贸城的球类用品区域却显得格外安静，只有几位外国采购商还在穿梭选品。平静的背后是未雨绸缪、抢占先机的商业意识——早在一年前，“世界超市”义乌就开始为这场全球狂欢的体育赛事忙碌。现在，店铺客流渐缓，工厂忙中有序，义乌的世界杯备货已经进入尾声。

大赛带来的外贸红利已然显现。“厂里的三条产线还在‘火力全开’，每天产销5000只足球。”去年下半年订单高峰期，工人忙得胳膊都抬不起来。“定制产品已在海外上市，又‘种草’一批新客户”……多位球类产品外贸商家告诉中国证券报记者，今年世界杯掀起的外贸热潮已从卖产品进化至卖品牌、卖服务。

提前进入世界杯时间

“去年7月以来，订单较非赛期上涨超过20%。夏季本是传统外贸淡季，却因2026美加墨世界杯而变得热火朝天。”义乌市民飒体育用品有限公司的创始人陈绍美表示，经历过五次世界杯，公司对

备货和签单节奏十分熟悉。目前，工厂每天都有5000只足球从义乌销往全球，大部分订单已在春节前发出，工厂订单排期已到月底。

从事球衣外贸近19年的义乌市丹娜进出口有限公司董事长温从见启动更早，提前一年进入“世界杯时间”。

“我们从去年年初开始设计世界杯球衣，订单从去年6月开始涌入，高峰期从去年10月延续至今年春节前，订单量比平时增长了两三倍。”温从见告诉记者，在刚刚结束的广交会上，公司也有所收获——来自世界杯主办国的几位新客户看到球衣设计图爱不释手，当即签下几个空运散单。

同样有五届世界杯经验的义乌市左西体育用品厂创始人项莉莉，对生产周期有着精准把控。

“鉴于本届世界杯由三个国家联合举办，市场热度远超往届，足球销量也在增加。”项莉莉表示，定制化产品生产周期较长，叠加春节假期、物流压力等因素影响，从去年12月开始，厂子就已经启动本届世界杯相关产品的排产工作。

“海外老客户通常提前三到四个月内下单，今年2月份，很多货物已经完成出口装柜。4月份是出货高峰期，生产线全开情况

下工人还要加班加点。”项莉莉说。

义乌海关提供的数据佐证市场热度。一季度义乌体育用品出口28.3亿元，同比增长12.0%。其中，出口前三的目的地为美国、巴西、泰国。

品牌定制双轮驱动

民飒体育的店铺里，三面墙上整齐排列着数百只各色足球，两款世界杯主题“爆款”格外醒目：一款印着美加墨三国国旗的风扇形图案，另一款以主办国红绿蓝三色为主调、辅以精致条纹。“去年7月至今，我设计的这两款球一直热销。”陈绍美说。

自主品牌、自主设计、自有工厂是民飒稳拿订单的“密码”。早年学习绘画的陈绍美，深谙不同市场的设计语言：南美和非洲偏爱鲜艳色彩，欧洲青睐球队主色设计。从趋势研判到设计绘图，他亲力亲为，爆款不断。

定制化设计不仅考虑市场特征，更服务于具体的客户需求。“客户需求已从‘跟风’采购转向个性化定制，不少企业将Logo、名称印在足球上，作为礼品或宣传品。儿童足球、宠物足球等细分品类也很受欢迎。”项莉莉说。（下转A02版）

2026世界品牌莫干山大会在浙江德清开幕

● 新华社杭州5月10日电（记者许舜达）

2026世界品牌莫干山大会5月10日在浙江德清开幕。本次大会以“品牌，让世界更美好”为主题，搭建品牌交流对话平台，汇聚政府部门、中外企业、高等院校、行业协会等深入探讨品牌建设，推动中国品牌高质量发展，促进世界品牌交流互鉴。

新华通讯社总编辑吕岩松在致辞中表示，品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。新时代新征程，品牌建设被赋予更为重大的时代使命。新华社将强化思想引领，深入阐释习近平总书记关于品牌建设的重要论述；壮大主流思想舆论，讲好中国品牌故事，推动提升中国品牌知名度、美誉度与国际影响力；深化智库赋能，为品牌高质量发展提供科学决策参考；发挥平台优势，助力中国品牌走向世界、世界品牌共享中国机遇。

浙江省政协主席廉贻敏在致辞中表示，浙江牢记习近平总书记殷殷嘱托，不断深化品牌强省建设，为高质量发展注入强劲动能。浙江将着力打造品质卓越、技术领先、服务优质、文化先进、市场竞争优势明显、社会美誉度高的“浙江精品”品牌矩阵，以一流的创新生态、最具竞争力的营商环境，热忱欢迎全球品牌来浙投资兴业、创新发展，共筑品牌发展新高地，共创繁荣美好新未来。

本次大会由新华社品牌工作办公室、中国品牌建设促进会、新华社浙江分社主办，设置开幕式暨主论坛、中国品牌价值评价信息发布会、世界500强品牌发展论坛、“中国品牌全球行”510特别行动等主题活动，并配套品牌价值提升推介、文旅高质量发展大会、品牌展等特色活动。

研发制造协同发力 北交所上市公司积极谋变



A04 公司纵横·北交所周刊

CGTE 春光科技集团

山东春光科技集团股份有限公司

首次公开发行股票 今日在深圳证券交易所创业板隆重上市

股票简称：春光集团
股票代码：301531
发行价格：13.30元/股
发行数量：5,493.3340万股

保荐机构（主承销商）：CICC 中金公司

投资者关系顾问：新嘉坡新嘉坡

迈向未来

《上市公司证券发行注册管理办法》《证券发行与承销管理办法》《上市公司证券发行管理办法》《上市公司证券发行与承销管理办法》

长裕集团 CHANGYU GROUP

长裕控股集团股份有限公司

首次公开发行股票 今日在上海证券交易所主板隆重上市

股票简称：长裕集团
股票代码：603407
发行价格：13.86元/股
发行数量：4,100万股

保荐机构（主承销商）：西南证券股份有限公司

投资者关系顾问：北京信达致远

《上市公司证券发行注册管理办法》《证券发行与承销管理办法》《上市公司证券发行管理办法》《上市公司证券发行与承销管理办法》