

花满莫干山,“群星”耀德清

从品牌大会举办地看“品牌之力”



大会现场

莫干山下,“群星”闪耀。

5月10日至12日,2024世界品牌莫干山大会如约而至,来自世界各地知名企业及各地政府、海外媒体、全球学术机构、行业协会代表等4000余人齐聚浙江省湖州市德清县,聚焦全球品牌话题,汇聚全球品牌观点,发出全球品牌声音。

“经济基础较好,交通便利,会展配套设施完备,还有独特的自然风光和人文环境,这是大会落户德清的重要原因。”新华社民族品牌工程办公室负责人说。

作为品牌大会举办地,近年来,德清在产业、生态、人文等领域,不断展现出自身独特的城市品牌影响力。

“无中生有,新潮涌动”

“杭州城西科创大走廊北翼中心”“联合国全球地理信息知识与创新中心”……在德清县城绿意葱茏的城市景观带中,几块竖立其间的城市品牌标识格外耀眼,产业、平台、城市品质,无一不彰显出这座浙北小城的独特风采。

如果用同一个词形容德清的产业品牌影响力,那就是创新。

20世纪80年代初,濒临倒闭的德清砖瓦厂攀上“亲戚”,与上海硅酸盐研究所联合组建了当时轰动全国的“科研生产联合体”——浙江德清县电子器材厂,烧砖的农民建起单晶炉,开始生产滤波器等设备必需的铌酸锂晶体,产学研合作走在全国前列。

厚植创新沃土,遍野“繁花”便竞相绽放。

2010年,浙江开始布局地理信息产业园区,德清敏锐地捕捉到地理信息这一新兴朝阳产业的潜力和前景,积极抢抓机遇,主动争取将园区建在德清。

自此,德清南郊这片地理信息产业新城,开启了一场“无中生有”的巨变:2012年,首批地理信息企业入驻地理信息小镇;2013年

开始,小镇连续多年实现营业收入、税收翻番;2019年起,小镇连续获得省级特色小镇亩均效益“领跑者”;2022年5月,联合国在华设立的首个直属专门机构——联合国全球地理信息知识与创新中心在此落户;2023年底,小镇产业大楼已增加到58幢……

至此,德清以地理信息为“支点”,“撬动”相关产业,形成软硬一体、目标明晰的品牌发展路径。

作为最早入驻德清地理信息小镇的企业之一,浙江中海达空间信息技术有限公司正在迎来发展上升期。公司相关负责人表示,近年来企业以自主研发的数字孪生透镜为核心,开发了未来社区数字驾驶舱、未来乡村数智平台等多类新产品,并在市场上获得了良好反馈。

如今,“地理信息+”的产业效能持续释放:太空中,“德清一号”卫星遨游其间,不断往地表传回数据,为农业、水利等部门提供数据支撑;农田里,指尖尖轻轻一划,农用无人机在10秒内起飞,播种、灌溉一气呵成;地面上,无人驾驶清扫车、移动售卖机常态化作业。

当产业发展走向集群化、专业化、特色化,以“创新”出圈的德清,不断将新的产业竞争力转化为品牌影响力。

走进位于德清的欧诗漫珍珠化妆品“未来工厂”,31条自动化生产线全速运转,被称为企业“数字大脑”的5G工业互联网信息指挥中心,从珍珠养殖、设计、研发、采购、生产、质检、仓储、配送、售后等各环节进行全流程把控,人均生产效率提高了45%。

欧诗漫控股集团总裁杨安全表示,德清拥有从河蚌养殖到加工成品的完整产业链,“淡水珍珠传统养殖与利用系统”这一中国重要农业文化遗产焕发生机,德清珍珠的品牌价值也正在被越来越多海外国家认知、认可。

“以绿为笔,和谐共生”

初夏,德清下渚湖湿地水清岸绿,不经意间,几只朱鹮以优美的身姿从眼前飞过。曾濒临灭绝的国家一级保护动物,却成为德清生态品牌建设的重要象征。

2008年,5对朱鹮从陕西来到德清安家落户。十多年来,当地先后攻克饲养、繁育、野化等难关,形成了成熟先进的朱鹮人工驯养繁殖技术体系和野外重建种群培育操作体系。

如今,德清朱鹮种群已成为全国第三大朱鹮种群。下渚湖朱鹮繁育研究基地工作人员说,“待今年的孵化季结束,德清朱鹮种群数量预计可突破800只。”

春种一粒粟,秋收万颗子。

不断涵养“绿水青山”,持续释放生态红利,“人与自然和谐共生”的生态品牌,成为德清招商引资、吸引海内外游客的突出优势。

刚刚过去的“五一”假期,德清累计接待游客138.4万人次,其中在莫干山民宿过夜的就有5万人次,800多家民宿“一床”难求。“现在是旺季,翻台都来不及。”在莫干山镇经营一家温泉民宿的徐朗说,“我们是靠好山好水致富的。”

随着民宿业的兴起,德清正尝试让莫干山“动起来”:相继建成了Discovery探索极限主题公园、上渚山奇幻谷等一大批高端户外运动基地;TNF100莫干山国际越野挑战赛等重大赛事持续开展,每年吸引全球各地参赛运动员万余人次,来自50多个国家和地区的运动员活跃在莫干山。

游客纷至沓来,当地特产也有了好销路。“我们的农产品,原生态、品质好,许多外地客人就好这一口。”返乡办起家庭农场的莫干山镇仙潭村村民郎臻炎说,他与村里的民宿合作销售新鲜水果蔬菜,生意蒸蒸日上。

创新推动生态价值转化、做大生态品牌影响力,远不止于此。

2022年4月,浙江省首笔湿地碳汇交

易签约,德清县两山合作社以每吨58.83元的价格,购买了下渚湖湿地1万吨碳汇量,对于下渚湖湿地而言,将空气“变现”,产生的资金,可反哺用于湿地管护和生态建设。

德清还建成首个县域数字“绿水青山就是金山银山”决策支持平台——德清GEP(生态系统生产总值)核算决策支持平台,项目全周期生态价值管理、生态补偿、GEP金融贷、生态绿币等应用开发,让散落在山水间的自然资源,成了可以“明码标价”的新宝贝。

依托这一平台,德清对莫干山区块生态资源质量变化及分布进行评估,科学布局增量和淘汰存量,建设以科创实验室、高端论坛、生态旅游为核心的莫干“论剑谷”,推动“好风景”“新经济”和谐共生。

“人有德行,如水至清”

漫步在德清县乾元镇老街余不弄,非遗馆内时不时传来“哒哒”声,随着梭子的上下翻动,丝线在缂丝织造技艺传承人柯翔祥的手里慢慢成画。

缂丝又称“刻丝”,是中国传统丝绸艺术品中的精华。“由于织造工艺十分繁复,一个工人每天只能织出鸡蛋大小的花纹,因此便有了‘一寸缂丝一寸金’的说法。”柯翔祥说。

缂丝织造,见证了德清绵延千年的“蚕桑文化”。

“天下丝缕之供,皆在湖地。”作为“丝绸之府”,德清有着悠久的蚕桑生产历史,为祈求蚕茧丰收,每年清明前后,当地会举办盛大的蚕花庙会,期间“扫蚕花地”等非遗活动接续上演,“稳而不沉,轻而不飘”——江南妇女在蚕房劳动的艺术剪影,折射出德清这座江南小城独特的人文气质。

“人有德行,如水至清。”厚德,便是德清的文化品牌力。

2009年建成的德清县公民道德教育馆集中展示了当地草根典型闪光事迹:倾囊捐赠的陆松芳、守信还债的蒋引娣、南丁格尔奖获得者潘美儿……厚植崇德向善基因,传承弘扬“德文化”,清风徐来,雨润心田,彰显力量。

德清县委宣传部副部长陆咏虎说,从“最美个体”到“最美群体”,从“各美其美”到“美美与共”,来自良善的接续传承,让道德之长、思想之光、精神之美生生不息。德清,正引导激励着社会释放“最美效应”,让崇德向善成为县域最亮眼的品牌。

以文化人、成风化俗。文化品牌的影响力,投射在了德清每一位公民的行动力上。

以榜样的力量为引领,近年来德清在基层群众中挖掘、培育、树立了孝老爱亲、诚实守信、敬业奉献等各类先进典型,“百姓设奖,奖励百姓”蔚然成风,“有德小子”“有德少年”“有德青年”等有德品牌也应运而生,系统化、多层次的道德品牌体系逐渐形成。

截至2023年,德清县群众共自发设立83项草根奖,奖励各类先进典型逾万人,奖励金额超200万元;涌现出超14万名的注册志愿者,300余个志愿服务组织,以及120多个常态化开展的志愿服务项目,形成了精神文明的“德清现象”。

德清县委主要负责人说,溯源历史,德清因德而名、因德而兴,崇尚“德文化”的德清,正是从“人”出发,将共同富裕的创造力赋予人民,将共同富裕的福祉传递给人民,在江南大地上勾勒出一个共同富裕的精神轮廓。

原载5月10日《新华每日电讯》

世界大牌,再度论剑莫干山

“国际范”的浙北小城德清,再次迎来世界性大会。

继去年成功举办首届大会后,5月10日至5月12日,2024世界品牌莫干山大会召开。

世界大牌,再度论剑莫干山。我们不仅看到“国货之光”们以创新为基持续打响民族品牌,看到地方政府希望借助打响城市品牌迎接“破天富贵”的迫切心情,也看到大会举办地德清,期待着能如瑞士小镇达沃斯一般,被赋予更大的意义——成为品牌建设的高地。

创新,让“国货之光”大杀四方

品牌的意义,远比我们想象中重要。根据联合国的一项最新统计,当下20%的世界知名品牌占据了全球80%的市场份额。

企业是塑造和培育品牌的基本单元。“品牌建设不是成本,不是费用,而是企业中长期高效优质发展的投资。”大会上,凯度集团大中华区CEO王幸直言,当下我们所探讨的品牌,是在老百姓心智和体验中积累起来的点点滴滴,品牌会为企业带来经济价值、社会价值、民生价值,甚至上升为国家价值。

记者在会场内外采访发现,越来越多的中国企业,正不断强化自主创新能力,让国货品牌在新时代里散发熠熠光辉。

波司登集团董事局主席兼总裁高德康介绍,波司登的出海“秘诀”,就是融汇东西方文化的创意设计和科技功能,展现出中国品牌的专业实力和时尚创意。

“创新是品牌的灵魂。”珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠也有着相似的观点。她认为,品牌就是质量、技术、担当、责任。“2023年虽艰难,但格力创造了建

厂以来最好的成绩,原因就是创新上发力。”

一直走在创新路上的正泰集团,如今成为全球知名的智慧能源系统解决方案提供商。集团董事长南存辉表示,企业要依靠科技创新、树立工匠精神,提升产品质量和品牌价值。

记者从现场分享的企业品牌故事中发现,无论是技术创新、模式创新,还是新品研发、跨界融合,中国品牌界正因创新涵养出全新气质,展示出强大生命力。

与此同时,如何把准消费者的脉门也成为企业的突破重点。在消费者追求更丰富、多元、深层次体验的当下,品牌又该如何打造?珍酒李渡集团副总裁陈国华给出的答案,是将“酒旅融合”打造成品牌发展新引擎,他们鼓励消费者参与到调酒、品酒、定制等环节中,推动“卖酒向卖生活方式转变”,助推品牌价值提升和差异化发展。

还有一种思路,是借助当下热门的人工智能技术。大会开幕式当天,“云经济学之父”、5G数字化转型战略家乔·韦曼带来了《人工智能时代全球顶尖企业品牌战略》的分享,他表示,品牌打造涉及很多方面,用AI来打造品牌,可以更接近群体或者目标客户。

眼下,国内已有不少企业正在布局。创立品牌20周年的OPPO,早在2020年就推出了首个AI大模型,OPPO中国区总裁刘波介绍,预计今年公司AI手机的出货量将达到1.7亿,2027年市场份额将超过50%。

城市品牌,成为城市发展必需品

企业重视品牌建设,城市也亦然。

对一座城市来说,品牌是城市文化、城

市气质、城市内涵的集中呈现。为此我们记住了浪漫之都巴黎、时尚之都米兰、鲜花之城昆明、冰雪之城哈尔滨……

作为东道主,湖州市委书记陈浩在开幕式上进行城市品牌案例分享时介绍,当前该市正在聚力塑造“生态文明看湖州、绿色发展看湖州、开放包容看湖州、营商环境看湖州、文化传承看湖州、幸福民生看湖州”6个鲜明标识,赋予“在湖州看见美丽中国”城市品牌更强大的生命力和竞争力。

有意思的是,今年世界品牌莫干山大会上,无论是主会场还是分会场,都能看见各大城市为自家“城市品牌”卖力吆喝的场景。

“五岳归来不看山,黄山归来不看岳。”在莫干山脚下举行的草坪故事会上,安徽省全新品牌“大黄山”亮相,黄山、宣城、池州、安庆4市组团来推介,欲借助世界品牌莫干山大会,把“大黄山”这张新牌推向世界。

“让品牌赋能城市更好前行。”陕西省渭南市委书记樊维斌在和大家分享潼关肉夹馍和“奇险天下第一山”华山等美食美景之外,更是推荐起当地的优势产业和营商环境。这一次,渭南市直接在德清开起首届“一带一路”印刷包装品牌建设推进会。“我们拥有全国最大的凹版印刷装备研发生产基地,希望能在世界品牌集聚的莫干山大会上联通国内国际市场。”渭南市政府副秘书长、高新区党工委书记蔡军向记者透露。

大江南北数十个省市县政府组团前来举办推介活动,城市品牌的重要性已不言而喻。透过这些“城市品牌”,我们可以洞见每一座城市的发展格局。

从“淄博烧烤”到“天水麻辣烫”,从“去

哈尔滨看雪”到“去开封找‘王婆说媒’”,这两年,一个又一个城市IP接连涌现,给城市带来不只是一波又一波的“泼天富贵”,如“汉服热”带火了“洛阳热”后,当地培育发展涵盖设计、制造、租售、妆造、跟拍等服务的全产业链。城市“推荐官”们也在期待着,城市品牌能成为人才、资金、技术、信息等资源流动与分配的重要指引。

很显然,在人们对于美好生活方式格外在意的今天,城市品牌已成为城市发展必需品。甚至,城市品牌打造成了一项长期性、战略性任务。

小城办大会,以品牌之名链接世界

品牌记录着历史,创造着价值,也为小城德清带来了无限可能。

小城办大会,在德清早已不是什么新鲜事。近5年来,当地已成功举办20多场规模超千人的国际性会议。“国际化”已然成了德清的标识。

身处县域经济天花板的长三角,德清办大会,其目的之一,就是要打响自身品牌,向外界展示其城市形象和办会能力。

从达沃斯峰会到博鳌论坛,我们见证了一场展会带火一座城市,吸引了投资、促进了旅游发展,从而推动城市经济的发展。如今,德清也正走在这条大道上。

“德清的服务、环境、经济发展以及开放的窗口示范效应,让我也明白了为什么很多大会都选择这里。”在以岭药业副总经理张蕴龄的印象中,德清是一个山清水秀的旅游胜地,来了之后发现德清还是国家品牌宣传的一个窗口。她坦言,中药国际化和生物医药要立足国内、走向国际,未来德清将是公

司展现国产品牌国际化的重要窗口。

拥有360多万粉丝的四川甘孜州政协副主席、州文化广播电视和旅游局局长刘洪,五年前就到德清莫干山考察过民宿发展。他表示,现在甘孜也在发展民宿产业,未来他将带领当地民宿从业人员到德清,学习当地旅游发展的先进理念和管理模式,两地之间也可以进行更深入的合作。

大会期间,德清干部们也是见缝插针“串场”,积极奔走在40多个系列活动的现场,有的进行演讲推介,有的点对点与企业进行交流,寻找产业人才合作的可能。

世界品牌莫干山大会,看似一场会议,却给了地方政府和企业一个双向奔赴的机遇。而品牌与德清的故事,也开启了新的篇章。

开幕式上,世界品牌莫干山大会新场馆暨常驻会址签约仪式举行。这意味着今后,新华社品牌工作办公室、中国品牌建设促进会将定期在湖州德清举办品牌建设系列活动。这样的大会,不单只在5·10中国品牌日,以后可以在每一天。

“我们希望把世界品牌莫干山大会打造成为思想交锋、品牌提升的强大发声地,让世界品牌集聚德清,同时也将中国品牌源源不断地从德清推向世界。”德清县委常委、宣传部部长周志方说。

2024年国务院政府工作报告提出,加强标准引领和质量支撑,打造更多有国际影响力的“中国制造”品牌。品牌打造已是大势所趋,而德清正在抓住这一机遇,见证并陪伴品牌走向更美好的未来。

原载5月13日潮新闻



草圩故事会现场