



国务院国资委印发《关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见》

加强违规挂靠假冒国企问题梳理排查

□ 本报记者 李立娟

近日,国务院国有资产监督管理委员会印发《关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见》(以下简称《意见》),旨在推动新时代中央企业加强品牌建设,提升品牌价值,打造卓越品牌,进一步增强核心功能,提升核心竞争力,加快培育新质生产力,增强企业软实力。

《意见》提出,到2030年,中央企业品牌引领意识明显增强,品牌强企战略普遍实施,品牌价值大幅提升,不断涌现管理科学、贡献突出、要素鲜明、价值彰显的知名品牌。到2035年,中央企业品牌影响力、竞争力、引领力显著提升,形成一批管理先进、贡献卓越、价值引领、享誉全球的卓越品牌。

指导央企高质量开展品牌建设

据国务院国资委社会责任局有关负责人介绍,新时代以来,党中央、国务院对加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业作出重大决策部署,为提高中央企业品牌建设指导文件的有效性、时代性,推动中央企业全面贯彻落实新时代新思想新要求,切实发挥品牌引领作用,加强品牌建设,提升品牌价值,打造卓越品牌,有必要研究制定品牌建设指导文件,指导中央企业高质量开展品牌建设,完善制度保障,深化工作实践,加快创建成为世界一流企业。

“此次印发的《意见》,是指导中央企业提高品牌建设专业化、系统化水平,加快实现品牌强企的有效工具,对推动企业将品牌战略与业务发展融合互促,加快打造独特竞争优势,提升核心竞争力和发展质效,建设世界一流企业具有重要意义。”上述负责人表示。

核心阅读

《关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见》提出,到2035年,中央企业品牌影响力、竞争力、引领力显著提升,形成一批管理先进、贡献卓越、价值引领、享誉全球的卓越品牌。



《意见》对新时代中央企业品牌建设作出了总体部署,加强全员、全流程、全要素、国内国际全覆盖的全面品牌管理,坚持党的领导、坚持价值导向、坚持全面融合、坚持创新驱动,以高质量品牌建设、高价值品牌资产增强核心功能,提升核心竞争力,更好发挥科技创

新、产业控制、安全支撑作用,推动企业加快做强做优做大,实现高质量发展。

中国企业改革与发展研究会研究员周丽莎认为,《意见》明确了中央企业品牌建设的目标和路径,促使企业从战略高度认识品牌价值的重要性,将品牌建设作为提升核心竞争力的关键环节,推动企业从传统的产品导向向品牌导向转变。

“品牌价值的提升不仅是企业竞争力的体现,也是企业高质量发展的重要标志。《意见》的实施将促使中央企业更加注重创新、质量和用户体验,推动企业在技术创新、管理创新和商业模式创新等方面取得新突破,加快培育新质生产力。”周丽莎进一步说。

六方面提升品牌知名度美誉度

《意见》强调要全面加强品牌过程管理,强化品牌价值提升制度保障。提出在加强品牌理念、品牌架构、品牌保护、品牌声誉、品牌传播以及品牌体验6个方面的过程管理,提升品牌知名度和美誉度。

其中,在加强品牌保护管理方面,《意见》提出建立健全品牌授权准入、动态审核、清查退出机制,加大对滥用、盗用品牌行为的监测、识别和处罚力度,加强违规挂靠、假冒国企问题的梳理排查和证据收集,确保品牌使用规范。注重战略性新兴产业、未来产业自有品牌商标注册,预防恶意商标抢注行为。常态化开展商标侵权监测,完善商标维权与争端解决机制,综合运用协商沟通、舆论维权、法律诉讼等打击侵权行为。

在周丽莎看来,品牌是企业的无形资产,具有巨大的经济价值。通过建立健全品牌授权准入、动态审核、清查退出机制,可以有效防止品牌被滥用或假冒,确保品牌使用规范,维护品牌资产的完整性和合法性。她说,例如假冒国企问题屡禁不止,严重影响了中

央企业的品牌形象和公众对中央企业的信任。《意见》提出加强品牌保护管理,能够有效打击侵权行为,增强消费者对品牌的信任,提升品牌美誉度。注重战略性新兴产业和未来产业自有品牌商标注册,预防恶意商标抢注行为,可以提前布局,避免品牌被他人抢注后带来的法律纠纷和市场混乱,为企业的长期发展提供保障。

在加强品牌声誉管理方面,《意见》提出将品牌声誉管理融入企业风险内控体系,建立健全事前防控部署,事中妥善应对,事后评估修复的品牌危机管理机制,切实维护好企业品牌资产权益。注重品牌“共生共创”,及时回应社会关切,引导带动目标受众和企业共同创建品牌。完善舆情监测和信息发布制度,加大信息公开力度,塑造真实立体、勇于担当的品牌形象。

周丽莎认为,品牌声誉是企业长期积累的无形资产,一旦受损,可能对企业的生存和发展造成严重影响。将品牌声誉管理融入企业风险内控体系,可以实现品牌声誉风险的系统化管理,从源头上防范风险,确保品牌声誉的稳定。

纳入央企负责人经营业绩考核

《意见》强调要全面加强组织保障,筑牢新时代品牌建设发展根基。从加强组织推动、加强品牌投入、培育品牌标杆、完善监督考核4个方面作出安排,为推动相关工作落地实施,确保各项工作取得实效提供根本保障和有力支持。

其中,在完善监督考核方面,《意见》提出国务院国资委加强品牌价值考核引导和正向激励,构建中央企业品牌价值评价人工智能大模型,强化目标管理,实现品牌价值提升可衡量、可实现、有成果、有时限。将品牌价值纳入中央企业负责人经营业绩考核。中央企业要建立长效品牌考核监督机制,强化品牌建设责任意识,

制定品牌工作评价体系,将品牌建设纳入企业考核体系,推进品牌长效发展;强化激励机制,对提升品牌价值取得突出成绩的企业和人员予以适当激励,增强全员参与品牌建设工作的事业心和荣誉感。

在周丽莎看来,将品牌价值纳入中央企业负责人经营业绩考核,能够明确品牌建设的目标和路径,促使企业负责人更加重视品牌建设工作,将其作为企业经营的重要任务,推动品牌建设工作落实到位。

此外,《意见》强调要全面加强品牌目标管理,锻造品牌价值提升核心能力,把自主创新作为品牌创建内核,把高品质作为品牌发展基石,把优秀文化作为品牌底色,把社会责任作为品牌基因,把诚信作为品牌命脉,打造一流品牌,提高品牌认可度和忠诚度。

全面加强品牌战略管理,推进品牌深度融入企业发展,加强品牌战略制定、实施,优化全过程管理,推动品牌战略与企业发展战略一体部署、同步实施,完善品牌战略闭环管理,推进品牌深度融入企业发展。

全面加强品牌资产管理,系统提升整体品牌价值。有效识别、科学评估品牌资产,梯次培育优质品牌资产,推动品牌资产科学管理和有效运营,有力支撑企业高质量发展和国有资产保值增值。

全面提升品牌国际化水平,增强品牌全球影响力。制定品牌国际化发展策略,增强品牌国际化运营能力,以高质量共建“一带一路”为重点,有梯度、有层次推进品牌国际化布局,推动品牌建设与国际化经营一体推进、同频共振,塑造“有责任、有温度”的国际品牌形象。

“下一步,国务院国资委将以扎实有效的工作举措做好部署推进,动态跟踪《意见》实施情况,定期评估中央企业各项举措落地成效,总结工作成果和典型经验,深化交流互鉴,推动中央企业系统提升品牌建设水平。”国务院国资委社会责任局有关负责人表示。

首批试点企业附加证明书项目推动稳外贸帮扶政策落地见效 我国企业跑出“商事认证加速度”

□ 本报记者 张维

自2025年6月18日起,申请人在中国国际贸易促进委员会申办原产地证书,可同步申办电子附加证明书,实现“一站式、零跑腿”办理。

这是外交部实施的电子附加证明书项目的首批试点。记者近日从中国贸促会获悉,近年来,为帮助我国外贸企业从容应对外部冲击,迎接风险挑战,更好开拓多元化国际市场,中国贸促会不断提升商事认证数字化、信息化水平,助力我国企业跑出“商事认证加速度”。

持续为企雪中送炭增信赋能

2023年《取消外国公文书记认证要求的公约》(以下简称《公约》)在中国生效实施后,中国和缔约国之间的公文书跨境流转证明手续大幅简化,从传统两步式的领事“双认证”简化为一步式“附加证明书”。公文书跨境流转证明手续更简单,用时更高效,办理更便捷,受到国内外广泛好评。

为进一步提高效率,外交部于6月18日起试点实施电子附加证明书项目。如外交部发言人郭嘉昆所说的:“这也是《公约》所鼓励的。”

据中国贸促会新闻发言人王琳洁介绍,自试点之日起,企业通过中国贸促会“贸促行”商事认证平台申请原产地证书时,可同步申办电子附加证明书,无需履行任何线下流程,真正实现“一站式、无纸化、零跑腿”办理,这将大大节约企业办证时间和经济成本,为企业带来实实在在的便利。网上签发的电子附加证明书与实体附加证明书具有同等效力,可通过外交部“领事认证/附加证明书在线核查系统”在线查验。

近年来,中国贸促会不断提升商事认证数字化、信息化水平。数据显示,2025年1月至5月,全国贸促系统累计签发原产地证书、ATA(即暂准进口货物)单证册、商事证明书等各类证书31312万份,较上年同比增长15.58%。其中,全国贸促系统非优惠原产地证书签发份数共计171.62万份,同比增长1.44%;优惠原产地证书签发份数共计113.46万份,同比增长44.15%。

“每一组商事认证数据的增长都是广大外贸企业韧性与活力的体现,也是各项稳外贸帮扶政策落地见效的实证。”王琳洁表示,下一步,中国贸促会将以配合外交部开展电子附加证明书试点为契机,认真做好相关政策解读、宣传推介,进一步优化服务、简化流程、改善体验,持续为外贸企业雪中送炭、增信赋能。

提供高法咨询经贸促进服务

作为中国贸促会服务企业的数字公共服务平台,贸法通、贸企通的运行相关数据,也是观察中国贸促会为企业服务的一个重要窗口。

中国贸促会最新发布的数据显示,今年上半年,贸法通、贸企通运行稳中有进,贸法通网站访问量约280万次,同比增长14%,微信公众号阅读量约110万次,杭州、江苏、湖北、天津、陕西、广西6家地方贸促会参与轮值服务。

从咨询领域看,主要涵盖国际贸易、争端解决、跨境投资等领域,其中国际贸易类问题占比54%。从咨询热点看,中美关税升级背景下商品税率计算、国际贸易和投资中规避美国制裁等咨询量显著提升,从咨询行业和国别看,覆盖跨境电商、食品、医药、新能源汽车、机械等多个行业,涉及美国、俄罗斯、泰国、土耳其、越南、韩国、突尼斯、印尼、阿联酋、秘鲁、埃及等40多个国家和地区。

据了解,贸企通网站浏览量近100万次,企业普遍反馈如下: 贸企通平台数据多,维护好,平台累计推送贸易商机和投资项目8081项,收录跨境贸易投资、知识产权风险应对等主题调研报告504份,新增展览项目、法律法规等数据3682条;

活动多,效果好,北京、湖南、呼和浩特等地方贸促机构与中国贸促会驻外代表处参与平台轮值,通过培训会、对接会、推介会等形式举办线上活动45场,涵盖跨境电商实操、美国出口管制解读及企业合规等话题;

渠道多,服务好,面向来自加拿大、澳大利亚、埃及、印度等国家及全国各地企业提供咨询服务,内容涵盖商事认证、国际贸易合规、海外仓投资建设等领域。

“下一步,我们将继续充分发挥贸法通和贸企通高质量经贸业务数字公共服务平台作用,为更多境内外企业提供优质、高效、便捷的司法咨询和经贸促进服务。”王琳洁表示。

大多数美企将坚守中国市场

这些数据显示,从另一个角度折射出我国外贸在复杂环境中稳健前行,展现出独特的韧性和活力。事实上,国际工商界也对与中国的合作抱有浓厚的兴趣。

近期,中国美国商会最新调查显示,大多数在华美企将坚守中国市场。中国美国商会会长何迈可表示,67%的会员公司没有搬迁计划,中国仍是主要投资目

的,复杂环境下务实合作仍将继续。

上海美国商会会长郑艺也表示,民间交流构成了美中合作的韧性与活力,民间社会和工商界,仍将是推动这一合作的重要力量。

这在王琳洁看来并不意外,“今年以来,中国贸促会已邀请和应约接待22批次美方机构和负责人访华,这些负责人纷纷表示,看好中国发展前景,希望继续与中国合作。”

“这充分说明,中美工商界拥有广泛的共同利益和广阔合作空间,工商界在中美关系发展中可以发挥重要作用。”王琳洁强调,中美关系历经风雨,但始终风雨前行。中美工商界更是风雨同舟的利益共同体,我们的交流合作从未中断,反而风雨兼程,更加紧密、更加深入。

据了解,在即将开幕的第三届链博会之上,美国参展商数量比上届增长15%,继续位列境外参展商数量之首,参展面积增长10%,预计将有多位美国世界500强企业主要负责人出席链博会开幕式和会议活动。

此外,今年上半年,经中国贸促会审批,近2500家中国企业赴美参加了拉斯维加斯消费电子展、五金展等30多个专业展会,涉及电子、纺织、消费品、医药原料、光电、建材、储能等多个领域,实际展出面积322万平方米。

王琳洁说,今年是中国贸促会、美国商务部牵头成立的中美企业合作对接项目(CMP)实施20年,已经举办活动超100场,服务企业近3000家,推动中美双方在先进制造、轨道交通、节能环保、金融、汽车、消防等多个领域开展务实合作。今年4月,CMP在京举办中美环境技术研讨会,6月至9月分别在四川、北京、内蒙古、重庆等地举办聚焦绿色低碳、轨道交通、智能矿业、汽车等行业主题的活动及企业交流对接,为两国工商界深化合作搭建务实平台。

“中美推进互利合作符合两国以及全球工商界共同利益,中国贸促会将认真贯彻落实两国元首达成的重要共识,深化链博会、CMP等平台积极合作,继续以实际行动推动两国经贸关系向前发展。”王琳洁表示。

两部门推出数据流通交易合同示范文本

本报讯 记者万静 为破解当前数据流通交易效率不高的难题,国家数据局、国家市场监督管理总局近日首次推出数据流通交易便利化举措,发布针对四类典型数据流通场景的合同示范文本,旨在为相关经营主体提供标准化参考,降低协商成本,提升交易效率。

数据交易是数字经济时代大数据领域的新型交易形态,2020年7月被纳入全国科学技术名词审定委员会发布的第一批108条大数据新闻。截至2023年11月,我国数据交易市场规模达877亿元,占全球数据交易总量的13.4%。国家数据局通过“数据要素×”三年行动计划(2024—2026年)等政策推动交易制度创新,计划到2026年实现交易规模翻倍增长。长三角、粤港澳、京津冀三大区域集群贡献全国54.2%的交易规模,金融行业占据35%的市场份额。

据悉,目前我国主要存在四类典型的数据流通交易

场景:数据提供方直接向接收方提供数据,数据委托方交由受托方处理,多方共同参与数据融合开发,以及由数据中各方促成交易。此次发布的合同示范文本正是围绕这四类场景进行定向设计。

据国家数据局政策和规划司有关负责人介绍,相关企业反馈显示,示范合同的应用将大幅降低数据流通交易的协商成本。下一步,我国将深入推进全国一体化数据市场建设,支持在北京、浙江、安徽等数据要素综合试验区落地一批示范文本应用场景,支持数据交易机构、行业龙头企业等优先将示范文本作为标准模板,进一步提高数据流通交易效率,促进数据价值释放。

在各行各业加速数字化转型的背景下,此举将有助于推动我国数据要素市场化配置改革,加快构建高效、合规的数据流通体系,进一步释放数据价值,为数字经济发展注入新动能。

央行拟修订人民币跨境支付系统业务规则

本报讯 记者李立娟 为适应人民币跨境支付系统(CIPS)业务发展需要,中国人民银行组织修订了《人民币跨境支付系统业务规则》(以下简称《业务规则》),形成《人民币跨境支付系统业务规则(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》),现公开征求意见。

《征求意见稿》共六章三十一条,包括总则、账户管理、业务处理、结算机制、风险管理及应急处置等。从修订背景及必要性来看,此次修订一方面是为了更好适应CIPS参与者拓展和管理要求。近年来,随着CIPS业务发展和参与者规模扩大,《业务规则》相关内容无法有效满足参与者拓展和管理要求。有必要根据CIPS业务发展实际,对《业务规则》进行修改完善,进一步健全参与者管理机制,有效满足CIPS参与者拓展需要,提高CIPS参与者管理水平。

另一方面,旨在更好满足CIPS业务发展的需要。《业务规则》明确了CIPS参与者的账户管理、注资、资金结算等详细流程。随着CIPS功能和服务的持续优化,有必要调整《业务规则》相关内容,仅对参与者业务行为提出原则性要求,确保规范性文件的科学性和前瞻性,有效适应CIPS业务发展和功能升级



的需要。对于此次修订的主要内容,具体来说,在总则方面,明确制定依据、适用对象和业务范围,在账户管理方面,对参与者和运营机构账户开立、参与者结算资金归属、参与者流动性管理等业务行为进行规范,在业务处理方面,明确参与者的业务类型,对报文权限申请、系统登录、业务种类填写、查询复等业务行为进行规范,在结算机制方面,明确结算机制,并对队列管理、业务撤销与退回、参与者记账和对账等业务行为进行规范,在风险管理及应急处置方面,明确CIPS运营机构和参与者应建立健全应急处置机制,运行异常和突发事件预警机制,建立备份系统,并及时做好故障处理。

工信部召开光伏行业制造业企业座谈会

本报讯 记者刘欣 近日,工业和信息化部召开第十五次制造业企业座谈会,聚焦加快推动光伏产业高质量发展,听取光伏行业企业及行业协会情况介绍和意见建议。

会上,14家光伏行业企业及光伏行业协会负责人作交流发言,围绕企业生产经营、科技创新、市场竞争、行业生态建设等方面进行交流,介绍企业基本情况、面临的困难和问题,提出政策建议。

据工业和信息化部负责人介绍,近年来,在各部门积极扶持和产业界共同努力下,我国光伏产业坚持自力更生、技术创新、效率优先、市场主导,实现了从无到有、从弱到强的转变,在产业规模、技术水平、应用市场等方面取得领先优势,成为中国制造的一张亮丽名片。要全面客观认识光伏产业发展形势,坚定信心,多措并举,进一步巩固提升优势,为共建清洁美丽

世界作出更大贡献。

该负责人表示,要聚焦重点难点,依法依规,综合治理光伏行业低价无序竞争,引导企业提升产品品质,推动落后产能有序退出,实现健康、可持续发展。行业企业要大力弘扬企业家精神,锚定正确方向,致力技术创新,坚守质量安全底线,加强国际合作,进一步拓展光伏应用的深度和广度,加快塑造我国下一代光伏产品的竞争优势,努力成为全球光伏产业的技术引领者和全球能源低碳转型的关键参与者。行业协会要发挥政府和企业间的桥梁纽带作用,引导企业加强行业自律,切实履行社会责任,合力营造良好产业生态。工业和信息化部将进一步加大宏观引导和行业治理,强化标准引领和服务保障,持续帮助企业解决急难愁盼问题,为推动光伏行业高质量发展保驾护航。



近日,安徽省淮北市相山区市场监管部门在辖区开展家装建材领域专项整治,执法人员以灯具、电器开关、电线电缆、装修材料等为重点商品,检查产品合格证明、进货渠道、环保检测报告等,严厉打击销售假冒伪劣、以次充好、标识不规范等违法行为,维护广大消费者的合法权益。图为淮北市相山区南黎市场监督管理所执法人员对辖区建材经营户进行检查。

本报通讯员 李鑫 摄