



# 国货当自强,更是一种使命

方翔



中国品牌日活动现场,随处可见国货情怀 本报记者 陈梦泽 摄

## 新民眼

国货当自强。这句话在今天显得尤为重要,不仅是因为5月10日是中国品牌日。

1915年,“全国国货展览会”在京师农商部商品陈列所召开。这是“国货”之名第一次出现在全国性展览会上。在随后的100多年中,“国货”的概念也在不断地发生改变。特别是在2008年全球金融危机爆发后,缺乏核心竞争力的“中国制造”遭遇了前所未有的危机。今天,某些国家力图通过发展先进制造业,重塑竞争优势,以出口和投资拉动经济复苏,并通过贸易战等方式打击其他国家。在此情况下,我们需要跨越以成本优势为主要的竞争手段,转向高端和产业链转化,通过创新来打造国货的核心竞争力。

前两年,《一只iPhone的全球之旅》这本书非常畅销。其中提到,iPhone手机在美国设计,在日本

制造关键零部件,由韩国制造最核心的芯片和显示屏,由中国台湾厂商供应另外一些零部件,最后在深圳的富士康工厂里组装,然后空运到美国,再被苹果商店门口排队的华人买走,然后再通过零售渠道卖到全国各地……

在全球化的今天,随着科技的快速发展,跨国巨头们已经开始在全球范围内进行资源配置,其产品的研发设计、生产加工、分销及售后服务等环节,已不再局限于同一个国家或地区,而逐渐演变为“一件商品,全球生产”的局面,即所谓的“全球价值链分工”。因而我们所说的国货并不等同于“中国制造”,但是我们必须主导全球价值链,也就是在产品标准、技术规范、研发设计、品牌运作等附加值较高的环节拥有主导权。

今天,对于没有掌握自己的核心竞争力的企业来说,只能跟着别人在后面跑。若是别人不让你依靠的时候,企业就很容易倒下来了。然而有了核心竞争力,企业也不是“高枕无

忧”,还需要的是品牌的文化吸引力。今年中国品牌日的活动主题为“中国品牌,世界共享;加快品牌建设,引领高质量发展;聚焦国货精品,感受品牌魅力”。品牌建设和品牌魅力在很大程度上是由品牌文化所决定的。一个品牌之所以被称为经典,并不在于其价格高低,而在于其所承载的文化。无论是什么样的产品,其所承载的文化价值才更具吸引力,这些甚至超过了产品本身。

这些年来,许多机构纷纷推出了品牌价值的评选,估值几百亿元,甚至上千亿元的中国品牌层出不穷,但是真正体现出品牌价值的,还是品牌的文化吸引力。“一带一路”建设给中国品牌带来了巨大的商机,但走出去一定是文化先行,通过理解与信任,通过文化感知与当地消费者建立认同感。建立品牌的文化吸引力,能够消除用户在文化认知上的隔阂,理解上的障碍,更赢得人心,这对于今天国货的发展尤为重要。

对于许多企业和商家来说,都

有一颗打造“百年老店”的心。在我们的邻国日本,百年老店的数量超过了3万家,其中的绝大多数都有独特的经营之道,比如:下策留住钱,中策留住店,上策留住顾客的心等。因为这些百年老店都明白了一个道理:不管经营什么事业,都是在经营人的心。

从日化产品到穿戴服饰,从食品到智能家电,国货品牌正在重新回到中国消费者的选择清单,而要参与到全球竞争中,国货不仅要有“形”,更要有“魂”,而这个“魂”就来自于产品的核心竞争力和品牌的文化吸引力。

今天,当我们谈起国货当自强,这已经不仅仅是一种主张,更是一种使命。中国经济是一片大海,而不是一个小池塘,是大海就难免会有风浪,但只要拥有了众多能够在全球市场上叫得响的国货,抵御风浪的能力就会进一步加强,每次风浪过后大海也会依旧深邃辽阔。

## 声音·八方

“今年以来多名外逃分子归案,充分证明‘有逃必追、一追到底’决不是一句空话。我们将以永远在路上的坚韧和执着,一以贯之、一刻不停,坚决切断腐败分子后路,绝其幻想。”

——中央追逃办有关负责人表示。近日,中央纪委国家监委网站相继公布一批境外追逃案件最新进展。“天网”越织越密,今年1至3月,全国共追回外逃人员374名,追赃金额约6.24亿元人民币。

“贫困地区农村义务教育学生营养膳食补助标准调整为统一国家基础标准,即每个学生每天4元。”

——财政部发布消息,调整完善贫困地区学生营养膳食补助政策。近日,中央财政下达2019年城乡义务教育补助经费1565.3亿元,比上年增加103亿元,增长7%。

“全国儿童及青少年总体近视率为53.6%,初中生为58.07%,高中生为78.02%,大学生为82.68%。”

——近日,北京大学中国健康发展研究中心发布《国民视觉健康报告》。我国青少年群体的近视率呈现快速增长态势,青少年近视问题日益严峻。

“2018年中国完成公民逝世后器官捐献6302例,完成器官移植手术2万余例,捐献、移植数量均位居世界第二位。”

——中国医师协会器官移植质量管理委员会副秘书长江文诗9日说。根据中国人体器官捐献管理中心的最新数据显示,截至今年4月21日,中国志愿捐献器官登记人数超122万人。

“工厂应该按照《中华人民共和国职业病防治法》的规定对鉴定出职业病的工人进行赔偿,同时要改善劳动条件,对没有发生职业病的工人进行体检,并采取预防措施防止此类事件再次发生。”

——北京大学医学部免疫学系副主任王月丹说。近日,深圳一电机公司被曝多名员工患上白血病,当地卫生部门已赴现场调查。

“这些陨石坑今后将成为重要的观测对象,有望通过调查陨石坑的大小等,帮助推测‘龙宫’表面的强度和年代。”

——日本宇宙航空研究开发机构(JAXA)认为。9日,JAXA宣布,小行星“龙宫”上新发现人造陨石坑,它们由在上空爆炸的碰撞装置的碎片冲击地表而形成。

关注时事热点,聆听八方声音,敬请关注本报微信“新民眼”。

## 声音·热点

# 恶意差评背后的利益张力

“7人团伙共作案15起,敲诈金额最多的8888元,最少的金额是1500元。”

——90后“差评师”团伙的判决书显示。警方介绍,与传统的案件相比,不法分子利用恶意差评来敲诈,手法趋于职业化,也更加隐蔽。

“恶意差评不仅侵犯消费者和商家的利益,更侵犯互联网公平交易的秩序,损害了电子商务的营商环境,对整个经济健康发展来说是一块毒瘤。”

——浙江大学光华法学院副教授高艳东说。

“网络交易经营者不得删除用户不利评价。”

——国家市场监督管理总局近日发布公告,对新起草的《网络交易监督管理办法(征求意见稿)》面向社会公开征集意见。

“如果恶意评价也不能在甄别后进行删除,不是正中不法分子下

近日,7名90后组成的“差评师”团伙被判赔偿阿里经济损失8万余元、合理支出4万余元,恶意差评背后的利益链条受到社会关注。有评价功能存在的地方,就有恶意差评生存的空间。传统的网络评价机制如何优化改进?监管部门、互联网平台、商家、消费者应该如何博弈,维护生态的健康?且看各方说法。

怀吗?”

——经营一家服饰网店的店主赵杰就曾遭遇过职业差评师的骚扰。他担心,如果明显的恶意差评都无法删除,职业差评师、恶意差评等现象,将会有所抬头。

“在对待差评的问题上,消费者和商家永远有着不同的立场。对商家和服务者来说,一个差评可能会影响他们的收入,但消费者心里不满意,表达出来又有什么问题呢?”

——消费者周蕙说,差评是她的权利。有一次她因为体验不好给出差评,商家将其申诉为不合理评

价,平台客服通过后将评价内容给隐藏了。周蕙认为,一条评价是否合理、标准如何衡量,应该有更客观的方式,而不能在这个问题上给商家太多的权限。

“阿里巴巴于2012年推出了大众评审机制;微信将这一模式引入来判断‘洗稿’问题;滴滴上线了公众评议会,试图通过邀请公众共同参与,群策群力解决行业的一些难题。”

——《法制日报》报道,一些互联网企业正探索更加合理的判定方法,来解决认知不同带来的判定差异。

“不得删除评价这样一刀切的规定,没有考虑到职业差评师、恶意差评等行为的存在,应当设置合理标准,既能保护电商领域的信用评价制度,又能剔除恶意差评等不良内容。”

——中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春表示,在电子商务法具体落地的过程中,还需要社会各界共同努力,建构一系列弹性规则来缓冲不良后果的产生。

“一旦允许网络交易经营者可以删除用户不利评价,就可能衍生出有偿删帖。同发布恶意评价一样,删除恶意评价的权力也可能被滥用。”

——中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为,差评在原则上不能删除,而对于恶意的、侵权违法的评价,评价者要承担法律责任,现在网络实名制都落实了,可以按照溯源机制找到他们。

本栏编辑 杨洁