

锻造“渝字号”金字招牌 重庆国企开启品牌建设新篇章

渝见国企一流知名品牌

■ 新重庆-重庆日报记者 余振芳

拥有38年历史的国民品牌“冷酸灵”，今年成功跻身首批“中国消费名品”之列；在角逐激烈的2025中国新能源商用车挑战赛中，“庆铃汽车”一举斩获六项实力大奖；“三峰环境”不仅成功签约澳门垃圾转化中心营运项目，更将先进的垃圾发电技术输出至越南河内，助力项目成功并网发电。

这一系列亮眼的成绩并非偶然，其背后是一场由重庆国资系统精心布局、层层推进的深层次变革。2023年9月，市国资委启动“渝字号国企品牌行动”；2024年10月，《市属国有企业品牌建设行动计划（2024—2026年）》出台，提出六大重点任务；2025年6月，“双一流”行动启动，首批16个品牌入选“一流知名品牌”培育名单。

从宏观部署到精准培育，从系统规划到标杆打造，这套环环相扣的“组合拳”，如何解答“从产品竞争到品牌引领”的时代课题？背后蕴含着怎样的顶层设计与破题逻辑？下一步，重庆又将如何深化这套品牌培育体系，推动更多“渝字号”国企从区域标杆迈向全国一流乃至世界一流？

凝聚价值共识

从产品竞争到品牌引领

品牌是企业穿越周期的护城河，更是国家竞争力的重要体现。品牌不仅关乎企业能否实现“优质优价”、行稳致远，更是国家核心竞争力的重要表征，是经济高质量发展的重要引擎。纵观全球，基业长青的企业无不视品牌为生命，制造强国无不将品牌建设提升至国家战略高度。

党的十八大以来，品牌建设被赋予新的时代内涵。习近平总书记明确提出，推动中国产品向中国品牌转变，为中国产业迈向价值链高端指明方向。2022年，国务院国资委部署中央企业品牌引领行动，标志着品牌建设从企业战略升维为国家系统工程。在这一宏观背景下，各地国资委积极跟进，形成了上下协同、系统推进的强劲态势。

市国资委有关负责人表示，重庆国有企业虽具备扎实的产业基础，但仍面临有产品缺品牌、有实力缺实力的现实挑战。随着“三攻坚一盘活”改革突破取得成效、国企改革深化提升行动主要任务基本完成，重庆国企经



天友乳业生产车间，全自动利乐冠灌装机前，工作人员在查看产品品质。（资料图片）
记者 万难 摄影 重庆

装上阵，为品牌建设奠定了坚实基础。

文旅领域的酒店整合便是典型例证。此前，全市82家酒店分散隶属于17家不同市属国企，品牌碎片化问题突出。通过专业化整合，这些资源被归集至重庆文化旅游集团统一运营，以“两江假日”为核心品牌，计划孵化3至5个差异化子品牌。“通过集约化管理、规模化采购和品牌化运营，彻底改变以往‘小、散、弱’的局面，形成强大的市场合力。”上述负责人表示。

推动系统破局

六大任务推动品牌建设

当“价格战”让位于“价值战”，产品竞争进阶为品牌较量，一场关乎未来的破局之战已在重庆国资系统全面开启。重庆国资国企正以品牌为刃，奋力挺进价值链高端。

为建设具有全国影响力的“渝字号”品牌体系，重庆国企构建了一套系统化、组合式的战略路径，实施六大任务精准破解品牌发展难题。

战略引领，夯实品牌根基。重庆国企将品牌顶层设计置于首位，推动品牌目标深度融入企业发展规划。庆铃汽车以新能源战略为引领，系统布局研发制造与海外拓展，实现品牌全链条落地；冷酸灵深耕“抗敏感”细分领域，构筑差异化竞争优势，持续强化专业形象。

分类培育，构建品牌梯队。重庆国企坚持精准施策，构建多元化品牌发展格局。工业制造企业紧扣“33618”现代制造业集群

体系，打造“重庆国企制造”名片；工程建设企业依托西部陆海新通道等国家战略，以标志性项目带动质量提升；现代服务企业则借助“互联网+”推动模式创新，如重庆设计集团整合资源，打造数字化平台，持续提升专业服务能级。

质量为本，筑牢品牌生命线。重庆国企将质量管理作为核心支撑，引导企业树立“质量第一”理念。三峰环境主编或参编多项国家及行业标准，显著提升行业话语权，并积极争创各级政府质量奖，构建全链条质量标准体系。

创新传播，讲好品牌故事。重庆国企强化品牌宣传，推动企业实现价值共鸣。天友乳业通过打造“鲜奶屋”直营体系，塑造“新鲜生活”品牌形象，并借助新媒体平台，以年轻人喜闻乐见的方式实现深度互动。市国资委同步推进“国企优品”平台建设，集中资源提升“渝字号”整体声誉。

强化保护，捍卫品牌资产。重庆国企高度重视品牌权益维护，推动企业增强保护意识。鸽牌线缆专门设立品牌宣传与知识产权维权部门，每年投入近千万元用于推广维护与打假，切实捍卫品牌资产与市场声誉。

通过六大任务的系统推进与有机联动，重庆国企正加速实现从“产品竞争”到“品牌引领”的历史性跨越，为高质量发展注入持续而强劲的品牌动能。

谋划长远未来

从区域标杆到世界一流

品牌建设非一日之功，在全球化竞争中

如何持续保持创新活力、提升品牌声誉，仍是重庆国企需要直面的重要课题。

重庆市综合经济研究院副院长邓兰燕指出，当前重庆国企品牌建设仍需破解“三个不平衡”：战新产业品牌与传统产业品牌发展不平衡，新兴领域品牌影响力尚未充分形成；品牌资产保值增值与市场竞争节奏不平衡，部分老品牌价值挖掘不够深入；品牌国际传播与技术实力不平衡，许多技术领先的产品在国际市场的认知度仍需提升。

面对挑战，市国资委已明确方向：通过强化顶层设计、深化品牌定位、分类推进建设，持续提升国企品牌价值。

今年6月，市国资委印发《推动市属国有企业高质量发展的重点举措》，明确以“增品种、提品质、强品牌”为核心，实施培育“具有全国影响力、市场竞争力强”的一流知名品牌行动，召开建设一流知名品牌推进会议。其中，优选16个品牌作为首批一流知名国企品牌重点培育对象，包括冷酸灵、天友、红蜻蜓、庆铃汽车、中国四联、三峰环境、重庆水泵、鸽牌线缆8个产品品牌，数字重庆、重庆设计、重庆咨询、重庆人力、重庆安保、两江假日、悦来会展、课堂内外8个服务品牌，形成“8+8”品牌矩阵。

下一步，重庆将深化“国企优品”载体建设，推动重点品牌美誉度与市场占有率双提升。天友乳业力争三年实现年销售收入突破30亿元，夯实高端白奶全国领先地位；数字重庆公司力争到2027年实现知识产权1000件，成为具有重庆辨识度的一流品牌。资源要素将向重点品牌倾斜，专项考核方案也已同步出台。

针对新兴产业品牌影响力不足等短板，重庆将推动品牌差异化发展与国际化传播，支持庆铃汽车海外建厂、三峰环境加快技术出海，让更多“重庆造”赢得全球认可。

未来2到3年，重庆将力争实现市属国企中华老字号3个、重庆老字号11个，一般商标超8500个，品牌建设费用持续提升，打造10个具有全国影响力、37个具有较强区域影响力的品牌。这不仅是对品牌数量的追求，更是对品牌质量的深耕，旨在让每个品牌都能找准定位，聚焦主业形成核心竞争力。

这场品牌建设的长跑，关乎企业未来，更决定城市能级。随着品牌行动的深入推进，“渝字号”金字招牌必将在中国乃至全球品牌版图上绽放耀眼光芒。

全国首个数字分保平台在渝上线

本报讯（新重庆-重庆日报记者 余振芳）10月29日，由重庆三峡担保集团打造的全国首个数字分保平台在重庆正式上线。该平台以数字加密、生物识别等技术为支撑，汇集全国担保高质量信息，实现分保产品的线上发布、在线申请、电子签约和全链条管理，构建“资源共享、风险共担、协同赋能”的担保生态体系，切实增强市内市场主体的金融可获得性。

据悉，该平台首批已推出分保项目164个229亿元，覆盖重庆14个区县并辐射全国11个省份；截至目前，已签订战略合作金额550亿元，达成意向分保金额124亿元。

该平台的发布，也是重庆国资国企改革聚合效应的一次集中释放。今年3月，重庆市属担保行业完成了次标志性的整合重组，三峡担保、兴农担保、进出口担保3家全国知名机构合并组建“重庆三峡担保集团”，形成资产规模400亿元、在保余额超2500亿元、拨备覆盖率达290%的行业龙头，综合实力跃居全国第一梯队。

目前，重庆国资在国有担保领域投入已超过200亿元，整合后将紧扣国有资本“三个集中”导向，持续保障担保领域资本投资，充分发挥对金融资源的撬动作用。

重庆市第二轮第三批

生态环境保护督察实现全部进驻

督察进驻为期15天,将全面督察12个方面工作

本报讯（新重庆-重庆日报首席记者 陈维灯）10月28日，记者从市生态环境局获悉，10月27日至28日，重庆市第二轮第三批生态环境保护例行督察的第一、第二、第三、第四生态环境保护督察组正式进驻南岸区、永川区、璧山区、万州区、奉节县、涪陵区、长寿区。至此，重庆市第二轮第三批生态环境保护例行督察全部实现督察进驻。

据悉，此次市级生态环境保护例行督察将坚持严的基调，坚持问题导向，坚持精准科学依法，全面督察习近平生态文明思想贯彻落实情况、党中央和国务院关于生态文明建设重大决策部署落实情况、市委和市政府生态环境保护工作要求落实情况等12个方面工作，对习近平总书记重要批示指出问题、三轮中央生态环境保护督察反馈问题等整改任务落实情况以及污染防治攻坚战目标任务完成情况、“治气”攻坚战推进情况等等重点督察。

根据工作安排，重庆市第二轮第三批生态环境保护例行督察进驻时间为15天。进驻期间，各督察组分别设立专门值班电话和邮政信箱，受理被督察对象生态环境保护方面的来信来电信访举报，受理举报电话时间为每天8:00—20:00。督察组全体成员将严格执行纪律要求，接受被督察对象和社会监督。在后续工作中，督察组将严格落实为基层减负有关要求，进一步完善方式方法、简化工作流程，实现减负不减压、督察增实效，不断提高督察工作的精准性、针对性，确保有序有效完成督察任务。

黔江卷烟厂“智”变描绘烟草工业未来图景

重庆中烟黔江卷烟厂易地技改后的新厂区——恒温恒湿的制丝车间，挥舞着机械臂的机器人精准地执行着开箱与掺配指令，动作流畅划一；地面上，AGV智能小车沿着既定路线无声滑行，如工蚁般高效地运转着物料，取代了传统的人工叉车。视线尽头，高达数层楼的全自动高架库中，堆垛机在立体货架间高速升降，构成一个庞大的“工业魔方”。“我们工厂真正的核心，在这里。”顺着工厂信息科负责人手指的方向，运行管理中心的巨幅电子屏上，无数条数据流汇成一张覆盖全厂的“数字神经网络”。生产、质量、设备、能源等全链条信息在这里实时跳动、分析、预警，实现了生产过程的透明化、异常响应的敏捷化和资源调配的智能化。这，就是黔江卷烟厂的“智”变现场。它不仅是一次硬件的迭代，更是一场生产逻辑的深刻重构。

“优而精”工厂展现硬核实力

黔江卷烟厂“逐梦之旅”始于2009年提交的第一份报告，于2013年获得国家烟草专卖局立项批复，并在2022年5月18日正式动工建设。

截至目前，项目已进入全面调试运行阶段。

最令人印象深刻的，是其智能化体系的完整性与前瞻性，它构建了一个从顶层决策到底层执行无缝衔接的智慧生态。

“如果说运行管理中心是工厂的‘数字大脑’，那么我们产线上的每一台设备、每一个环节，就是被精准赋能的‘神经末梢’。”工厂负责人对智能生产体系的运行架构作出了形象的比喻。

这条产线不仅带来了产能的提升，更是“柔性”与“精益”的代名词。它融入了中式卷烟最先进的工艺理念，采用“叶片真空回潮+滚筒式回潮”、叶片两次加料、“滚筒烘丝+气流式烘丝”特色工艺布局 and 筒式单元烘丝技术，使其具备了极高的生产弹性。

“柔性制造”是当前全球制造业应对市场变化的核心能力。过去大批量、单一化的生产模式已无法适应快速迭代的消费需求。一位长期关注烟草行业的观察人士分析，黔江卷烟厂的这条产线既能满足大批量生产，也能灵活切换，适应小批量、多品规的定制化需求，这为其承接高端品牌乃至未来更多样化的生产任务，抢占了战略先机。

事实上，无论是国内同行，还是菲利普莫里斯国际、英美烟草等国际巨头，都正在陆续建造全新的工业4.0工厂，并不断改造升级全球范围内的原有工厂，以适应新产品生产。黔江卷



黔江卷烟厂新厂外景

烟厂的探索，正是这一全球浪潮下的典型实践。

除了“柔性”，对品质的极致追求也体现在技改项目的种种细节中。新产线引进了行业领先的二级智能光电除杂设备，从源头上保障了产品的高纯净度。

而在卷包车间，新引进的国产高速卷接包机组设计产能高，不仅实现效率的飞跃，更彰显了中国烟草装备制造的技术自信。

“我们的目标很明确，就是要打造行业内‘优而精’的标杆工厂。”重庆中烟相关人士表示，“‘优’‘精’体现在技术领先、管理高效、品质卓越。黔江卷烟厂的每一项技术引进和工艺布局，都服务于这个核心定位。”

不得不为的自我革命

上述现代化工厂的诞生源于一场持续十余年的逐梦之旅。

“我见证了工厂的三次技改，从青涩小伙变成了中年大叔，还将继续和新厂一起奔跑。”一位进厂二十多年的老员工动情地回忆道，始建于1975年的黔江卷烟厂，曾是承载着区域经济发展重任的功勋企业。但随着时间推移，运行超过20年的老旧设备、分散的厂区布局等都成了制约其发展的沉重枷锁。

“不改革就没有出路，不技改必然落伍。”黔江卷烟厂负责人一语道出了当时的紧迫感。从2009年提交的第一份技改报告，历经国家局批复、方案论证、选址建设，直至今日新厂落成，可谓十年磨一剑。

“技改从立项之初，就不仅仅是为了解决黔江卷烟厂自身的问题。”一位参与项目规划的业内人士透露，“它被置于一个更宏大的坐标系中去考量。”

这个坐标系的一端，是国家的顶层设计。当德国提出“工业4.0”，中国也发布了《中国制造2025》，明确将“智能制造”和“绿色制造”作为主攻方

向，推动制造业向中高端迈进。

对于中国烟草行业而言，发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。因此，黔江卷烟厂的技改，本质上是中国制造业转型升级国家战略在行业内的一个具体落地和生动实践。

坐标系的另一端，是全球烟草行业的激烈变革。一方面，日益严苛的全球供应链追溯法规，倒逼所有制造商必须进行数字化升级；另一方面，新型烟草产品的兴起，正从根本上重塑市场格局和生产模式。

一位烟草行业观察人士分析，观察全球烟草巨头的战略，可以发现清晰的路径分野。有的企业选择是高举高打的全新建设模型，有的通过机器人流程自动化、混合云等技术优化现有资产。而以黔江卷烟厂的技改项目，则展现了第三种模式——在国家产业政策引导下，进行的一次系统性、跨越式的整体升级。它既有新技术的

全面应用，又承载着区域经济发展的使命，具有独特的示范意义。

精神淬炼下的攻坚克难

将宏伟蓝图变为“实景图”，考验的不仅是技术与资金，更是一支队伍的意志与精神。

“事非经过不知难，成如容易却艰辛。”易地技改指挥部负责人感慨道。回望建设历程，挑战无处不在。项目从谋划到动工历时十余年，期间需不断根据行业发展和技术迭代，反复论证修改设计方案。

在建设阶段，工期紧、任务重、技术要求高，项目团队面临着多重压力。期间遭遇过暴雨突袭，也经历过高温炙烤。面对这些困难，项目团队做出了系列明智判断：坚持“一盘棋”推动，与设计、建设单位反复论证，确保设备配置、工艺布局深度匹配智造需求；针对生产线建设这一“咽喉”工程，组织力量进行专项攻关，确保了核心环节的顺利推进。

在这些艰苦努力的背后，是一种精神的淬炼。

面对突如其来的暴雨，是党员突击队率先行动，顶着风雨与施工人员一同搭建防雨棚，将天气对工期的影响降到最低。

面对酷暑高温，是“员工志愿者”们穿梭于一线，为建设者送去清凉与关怀。

在设备搬迁这一牵一发而动全身的系统工程中，工厂成立了由领导班子带头的领导小组，党员干部靠前指挥，技术骨干昼夜攻关，许多员工也踊跃报名参与志愿服务。

正是这种上下同心、攻坚克难的精神，确保了上百台套设备、600多名员工在短短两个多月内，安全、有序地完成了“大迁徙”。

如今，一个崭新的黔江卷烟厂已经起航，其未来的发展蓝图也愈发清晰。

工厂负责人表示，新厂将全力构建行业“优而精”的卷烟工厂，并致力于打造成为黔江区的“财政新支柱、管理新典范、城市新名片、精神新家园”，为成渝地区双城经济圈建设提供更加坚实的产业支撑。

唐勐 图片由重庆中烟黔江卷烟厂提供



技改后的新制丝线车间