

优质品牌培育认定助力企业从“硬件硬”向“品牌响”跨越 让更多“商河造”产品走向全国



王贝艺 报道

不光硬件“硬” 品牌也要“响”

在山东叶华纸制品包装有限公司(以下简称“山东叶华”)的彩印生产基地内,工人们正分布在不同的岗位上操作机器:印刷机、覆膜机、裱纸机、模切机……各种先进的生产设备开足马力、高速运转、环环相扣,经过一道道工序,一个个印有产品物料的包装纸箱便制作完成。

2022年,山东叶华数字印刷有限公司成立。工厂配备国内一流的生产设备、高水准的加工工艺,这使得山东叶华成为当之无愧的科技创新型生产企业。

目前,山东叶华已具备年生产9600万平方米三层、五层标准瓦楞纸箱的能力,每日可生产近40万只纸箱。其“看得见”的生产规模、完善的产业链体系,以及“过硬”的开拓能力和创新实力,为企业积累起众多稳定的“大客户”,更让“山东叶华”成为不少商家口中“质量优、信得过”的“好”企业,由此一来,良好的口碑也逐步塑造起山东叶华的企业品牌。

在商河县市场监管局质量监督科科长邢志勇看来,在商河,像山东叶华这样,能在行业内做到龙头,创造巨大经济效益,特别是极具创新动能的企业并不少,“很多企业‘硬件很硬’,但都觉得‘品牌’好像离自己很遥远,只有上市公司做的东西才是品牌”。

如何帮助企业更好地认识到品牌的重要价值?5月14日,商河县优质品牌培育认定工作以中国品牌日为契机正式启动,培育分为制造业、服务业、高品质农业三个类别,以经济效益、技术创新、质量发展、品牌建设等为考核指标。

同时,对于有意向的企业,商河县市场监管局将服务送上门,提供品牌建设方面的“一对一”

近日,商河县正式启动优质品牌培育认定工作,助力一批“实力过硬”的本土企业,实现从“硬件硬”到“品牌响”的跨越,让更多“商河造”产品走向全国。



商河本土企业自主研发的大蒜播种机。



山东叶华的彩印生产基地内,工人们正分布在不同的岗位上操作机器。

一”技术指导,对相关扶持政策及申报流程进行全面解读。

“对一家企业而言,品牌远不光是一个名称或标识,还能够连接消费者、市场和社会。”邢志勇说,“企业‘品牌响’,才能在激烈的市场竞争中占据更有利的位置。”

让“家乡特色” 转化为“地域名片”

“优质品牌能增强产品辨识度。时间一长,不用刻意宣传,一看到这个产品,消费者就会被优先吸引。”邢志勇说,“有了品牌忠诚度和市场需求,地方品牌就拥有机会迈向更广阔的市场。”

而地方品牌不是无源之水。在此次认定工作内容中,也特别提到“商河本土品牌”。

作为商河的本土企业,“手

握”不少奖项荣誉和自主知识产权专利的济南华庆农业机械科技公司的实力同样不容小觑,其自主研发的大蒜播种机便是代表性产品之一。“和别的农作物不同,大蒜下种时,要求单瓣,蒜芽朝上直立在土中。所以,蒜农一般都采用原始的办法,弯着腰把一个个的蒜瓣按到土里,不仅劳累,而且种植效率低。”于是,企业创始人崇峻开始思考是否能通过机器解决这一难题。经过多轮试验、改良,第三代大蒜播种机横空出世,它凭借省时省力、竖起率高、方便操作等优势收获不少好评。

在商河,隐匿着不少像华庆机械这样的“宝藏企业”,邢志勇的眼中,这些企业背后的品牌故事同样精彩动人,“此次品牌培育认定工作,正是要挖掘这些企业的独特魅力,让‘家乡特色’转化为‘地域名片’”。

挖掘商河企业故事、品牌故事,不仅是讲好“商河故事”,更是助力企业在商河这片沃土安心扎根、茁壮成长。“这样一来,品牌建设让行业营商环境进一步优化、市场竞争进一步规范,于我们监管部门而言,这也是‘品牌认定’的题中应有之义。”邢志勇说,“品牌培育必须以提升产品质量、服务品质为前提,我们也希望能以标杆企业带动行业整体提升,形成‘培育一个、带动一片’的效应。”

商河县也将进一步建立全县优质品牌培育库,全力打造具有市场竞争力和区域特色的品牌矩阵。

目前,商河县优质品牌培育认定工作正在如火如荼地进行。“希望通过认定工作,让更多优质本土品牌成为‘好品山东’‘泉城好品’,让更多‘商河造’产品走向全国。”邢志勇说。

□头条链接

通讯员 李辰

为进一步推动质量强县建设,助力企业打造“好品山东”“泉城好品”等优质品牌,5月14日,中国品牌日暨商河县优质品牌培育认定工作启动活动在商河县市场监管局举行。此次,优质品牌培育认定活动以“聚焦品牌力量,共促商河发展”为主题,县经济开发区、县质量强县建设协调推进专项小组各成员单位、各镇街分管负责人及部分企业代表参加活动,副县长范晓旭出席活动并讲话。

会上宣读了《关于推进商河县优质品牌培育认定工作(2025—2027年)的通知》,呼吁广大企业积极响应政策号召,将政策红利转化为发展动能,在品牌建设的实践中大胆探索、勇于创新,共同谱写质量强县建设的新篇。

活动现场,齐鲁宏业和乡村绿洲企业代表依次发言,分享了企业在品牌建设道路上的不懈努力和卓越成效;高端品牌培育专家李占峰老师进行授课,为参会人员打开了企业前进的新思路。

会议指出,品牌建设是企业的灵魂,是企业高质量发展的基础,更是推动县域经济高质量发展的核心力量。各部门单位应主动担当作为,将品牌建设纳入重点工作,积极挖掘辖区内优势产业与特色产品,制定符合实际的品牌培育计划,推动高端品牌建设在全县落地生根。

会议强调,品牌是城市最具特色的“软资源”,更是城市高质量发展的内生动力,各部门单位要同题共答、同向发力,合力做好优质品牌打造工作。一是县市场监管局要主动强化服务,优化评选机制,加强政策宣贯,提升企业认知,解读扶持政策及申报流程,动态优化评选标准,简化申报流程,增强企业适配性,吸引科技型、创新型中小企业参与。二是企业主体要主动对标,积极参与,不断强化品牌意识,抢抓政策机遇,充分认识品牌创建的长期价值,将参评纳入年度品牌战略规划;重点提升产品质量、创新能力与社会责任表现;做好与其他获评品牌组建产业联合,通过资源共享、跨界合作不断扩大影响力。三是多部门联动赋能。品牌培育作为质量强县的重要组成部分,是一项系统工程,质量强县建设协调推进专项小组成员单位要多维联动、协同发力,提升品牌声量,增强市民认同感,为“商河造”产品走向全国、拓展市场搭建平台。

商河实施“出彩妈妈岗”巢翼工程 为育儿妇女提供更优质更贴心的就业服务

近日,济南市商河县召开“出彩妈妈岗”就业模式推进会。据悉,商河县妇联将在全县范围内实施“出彩妈妈岗”巢翼工程,该工程共涵盖春风十里、岗位拓新、唤爱回家、柔光普惠和芳华永驻五大特色行动,构建起全方位、多层次的妇女就业服务体系,旨在为育儿妇女提供更优质、更贴心的就业服务。

春风十里行动编制“妈妈岗”就业指导目录,对岗位设置、工作时间、技能要求等作出明确规定,为用人单位与育儿妇女提供清晰指引,动员人社、

金融等职能部门和工会、团委等群团部门组建“出彩妈妈岗娘家帮帮团”。

岗位拓新行动充分发挥妇联桥梁纽带作用,建立三级妇联执委联系“妈妈岗”企业制度,定期举办企业座谈会、政策宣讲会,深入解读设立“妈妈岗”的政策优势与社会价值,鼓励各类企业依据自身业务特性,创新打造多元“妈妈岗”岗位形式。

唤爱回家计划针对留守儿童家庭,通过政策宣讲、亲情沟通等方式吸引母亲返乡就业,

配套开展职业技能培训和岗位对接。举办电子商务、手工编织、包装设计等各类技能培训和“技能大赛绽光芒,岗位竞彩耀工坊”活动,搭建女性创业创新竞技平台。

柔光普惠计划积极推动用人单位按照统一标准建设“妇女之家”与“女性柔光空间”,配备舒适休息设施与护理用品,优化工作场所布局,合理规划接送儿童上下学绿色通道。

芳华永驻行动树立优秀用人单位及杰出员工典型,激发各界对“妈妈岗”的关注与支持。

开展“最美妈妈岗”创建活动,表扬通报在促进女性就业、保障权益等方面表现突出的企业和岗位。

商河县妇联相关负责人表示,县妇联将依托“出彩工坊”平台,为众多育儿妇女匹配“妈妈岗”,显著提高相关家庭的经济收入,构建“出彩工坊”“精彩岗位”“异彩人生”多向共赢,让育儿妇女实现“门口就业有岗位、技能提升有通道、家庭事业有收获、创业发展有标杆、政策支持有保障”的目标。

据中国妇女报

中国品牌日暨商河县优质品牌培育认定工作启动

会议强调,品牌是城市最具特色的“软资源”,更是城市高质量发展的内生动力,各部门单位要同题共答、同向发力,合力做好优质品牌打造工作。一是县市场监管局要主动强化服务,优化评选机制,加强政策宣贯,提升企业认知,解读扶持政策及申报流程,动态优化评选标准,简化申报流程,增强企业适配性,吸引科技型、创新型中小企业参与。二是企业主体要主动对标,积极参与,不断强化品牌意识,抢抓政策机遇,充分认识品牌创建的长期价值,将参评纳入年度品牌战略规划;重点提升产品质量、创新能力与社会责任表现;做好与其他获评品牌组建产业联合,通过资源共享、跨界合作不断扩大影响力。三是多部门联动赋能。品牌培育作为质量强县的重要组成部分,是一项系统工程,质量强县建设协调推进专项小组成员单位要多维联动、协同发力,提升品牌声量,增强市民认同感,为“商河造”产品走向全国、拓展市场搭建平台。