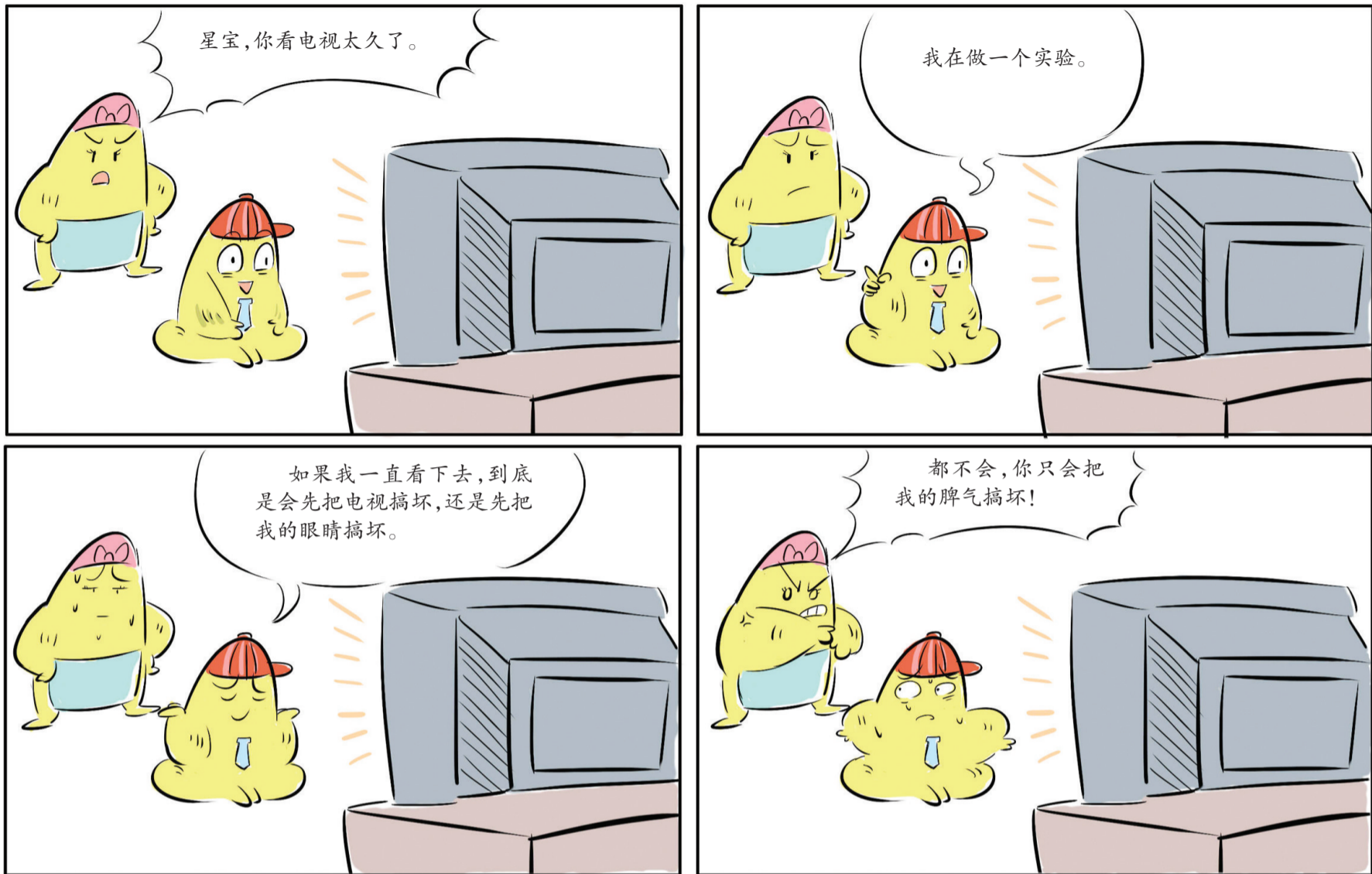


# 实验的结果

形象设计:王超 文字:吴硕桢 记者 王珊珊



## 借“亚投行”之势 扩大中国家电制造“一带一路”国际影响力

随着中国经济的崛起和综合国力的提高,2014年10月24日,包括中国、印度、新加坡等在内21个首批意向创始成员国的财长和授权代表在北京签约,共同决定成立亚洲基础设施投资银行(简称“亚投行”)。

截至2015年4月15日,亚投行意向创始成员国确定为57个,其中域内国家37个、域外国家20个。涵盖了除美日和加拿大之外的主要西方国家,以及亚欧区域的大部分国家,成员遍及五大洲。其他国家和地区今后仍可以作为普通成员加入亚投行。各方商定将于2015年年中完成亚投行章程谈判及签署,年底前完成章程生效程序,正式成立亚投行。

与此同时,近年来,中国国家领导人高屋建瓴提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的重大倡议,也吸引了全世界的目光。随着《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》的发布,“一带一路”宣告进入了全面推进阶段。

### 中国制造迎来重大机遇和挑战

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称,是依靠中国与有关国家既有的双多边机制,借助既有的、行之有效的区域合作平台,主动发展与沿线国家的经济合作伙伴关系,共同打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体。

事实上,在国务院办公厅下发的相关文件中,就明确提出2015年要围绕实施“一带一路”战略,加强检验检疫、认证认可等方面的国际合作,同时首次提出开展中国制造海外形象维护“清风”

行动,制定3年行动计划,对出口“一带一路”沿线国家和地区的重点商品,开展专项整治。充分说明了在“一带一路”的贸易合作中,质量基础的重要性。

一方面,中国制造应该充分利用“亚投行”和国家政策支持,不断强化自身技术实力和创新能力,充分借助“一带一路”大好时机,为中国制造打造全新的国际影响力,为中华民族工业文明创下新的篇章。另一方面,在更大范围、更为开放的竞争环境中,中国制造的认可度和品质,也被世界环境提出了更高要求。

### 品质企业要敢于参与标准制定

据权威经济数据统计,2014年中国与沿线国家的货物贸易额达到1.12万亿美元,占我国货物贸易总额的1/4,未来“一带一路”将成为最具历史和文化底蕴的国际经济长廊。

此刻的中国制造企业应充分响应国家号召,借助“亚投行”和“一带一路”政策红利,将两者充分结合起来。

在“一带一路”国家战略指导下,中国制造品质企业应充分发挥好质量基础在

国际贸易中的“规则”作用,只有“一带一路”上取得所有国家和地区在质量“规则”上最大限度的认同,才更利于中国产品的流通和交换。

“打铁还需自身硬”,中国品质企业要重新诠释“中国制造”的实力,扩大“中国制造”国际市场影响力,必须从自身抓起,勇于制定有利于行业发展的规范、标准,勇于以更高更科学的标准主导生态系统的健康发展。

### 代表型企业应借机扩大世界影响力

在新的机遇下,中国制造业正在集体发力,加强研发和创新力度,牢牢把握市场需求,增加产品的质量、科技含量、提升产品的价值。要通过标准、计量、检验检测、认证认可等多方面的国际交流合作,用国际最前沿的技术和理念,在“一带一路”上唱响“中国标准”,力推中国制造。

在安徽,在合肥,就有这样一家制造企业,正期待着借助亚投行和一路一带,向世界证明自己,它就是有着61年历史的“老字号”品牌——荣事达。20世纪90年代,荣事达冰洗驰名海外市场;现代荣事达智能洁身器,出口全球40多个国家,是行业内海外认证最全的品牌;荣事达小家电,联手世界500强企业华特迪士尼,推出系列创意文化产品;荣事达净水机,从马来西亚自贸区走向国际舞台;荣事达厨卫,建起行业首个欧洲产品研发设计中心……

61年时光荏苒,孕育出“零缺陷”、“红地毯”、“新和商”一系列优秀的企业管理文化……品牌自强之路,荣事达步履坚定。现在有了亚投行的支持,一路一带的契机,荣事达,一个用数代人心血铸就的中国品牌,应该在更广阔的天地振翅翱翔!

张华玮