

打造中国品牌提升国家竞争力

品牌体现着国家竞争力,代表着经济转型升级方向,事关经济发展、国家强盛。然而,环顾当下,部分企业诚信缺失,产品粗制滥造,同质化现象严重,食品药品安全事件频频发生,这些现象无一不对企业形象造成不利影响,从根本上动摇了我国的品牌建设,进而削弱国家竞争力。因此打造中国品牌,提升国家竞争力势在必行。①

打造中国品牌提升国家竞争力,弘扬工匠精神是前提。②“凿井者起于三寸之坎,以就万仞之深。”工匠精神就是追求品质、注重诚信、精益求精的精神。康熙年间的同仁堂,“以济世养生,取利于义”,为其经营宗旨,炮制虽繁必不敢省人工、品味虽贵必不敢减物力,坚守匠心,赢得消费者认可,得以长盛不衰。可见,只有潜心经营,诚信经营,注重品质保障,品牌才能历久不衰,焕发生机与活力;相反,若一味追名逐利,将诚信弃如蔽履,就会发生如三鹿奶粉、长春毒疫苗那样令人痛心的事件,毁坏的是企业品牌,社会信任,还有国家竞争力。所以,想要打造中国品牌,提升国家竞争力,工匠

①先写“品牌”的意义,“然而”表转折,论述现在出现的问题和影响,从而引出总论点。开篇条理清晰、有理有据,值得考生学习。

②分论点一:造中国品牌提升国家竞争力,弘扬工匠精神是前提。

③首先介绍同仁堂正是因为有工匠精神才长盛不衰,然后介绍三鹿奶粉、长春毒疫苗现象令人痛心,通过对比两种不同的表现、不同的后果来论证“工匠精神”的重要性,更有说服力。这种正反对比的论证方式值得考生学习。

精神是前提。③

打造中国品牌提升国家竞争力，崇尚创新精神是关键。④木桶原理告诉我们，短板决定成败，当前中国社会的一大短板就是创新。这是最好的时代，人工智能、网上购物、物联网各种新兴技术层出不穷，各种思想不断迸发，国家政策环境都为创新提供了丰富的土壤。这也是最坏的时代，自主品牌创新能力薄弱，山寨产品盛行，核心技术被外方抑制，很大程度上削减了我国的竞争力。**究其原因，一方面**是企业缺乏竞争意识，创新意识目光短浅所致，而**另一方面**在于人才的流失，由于学术界浮躁的氛围，以及体制的不完善等，许多科研人员面临工资低，没有项目的窘境，为了改善环境，降低生存压力，转而流向其他的领域，因此想要中国品牌走出国门，提升竞争力，创新是关键。

打造中国品牌提升国家竞争力，融入民族文化是重点。⑤中国品牌之所以被称为中国品牌，关键在于其拥有独特的魅力，不同于其他国家，必须有中国的特色，必须有中国的文化，与文化紧密结合。故宫博物院的文创产品，就是将这一融合发挥到极致的典

④分论点二：打造中国品牌提升国家竞争力，崇尚创新精神是关键。

⑤分论点三：打造中国品牌提升国家竞争力，融入民族文化是重点。

⑥举例论证，以“故宫博物馆”为例，它的成功正是体现了融合民族文化打造品牌的重要性。举例论证在写作时能充实文章内容，考

范，将文物蕴含的文化内容融入到产品设计当中，设计出具有中国特色的独一无二的文创产品，不仅能够吸引大量的游客，更传承了中国文化之道，不仅打造了品牌，更将这一品牌销往国外。⑥可见，打造中国品牌，还必须要将中国文化结合其中，方能够让中国品牌脱颖而出，与众不同，方能体现中国竞争力。

中国品牌是国家竞争力的灵魂。有人说：“庄稼最好的肥料是农民的影子”。我们必须脚踏实地，以工匠之精神为舟、以创新之精神为桨，以民族之文化作帆，这样才能让中国的品牌走出国门，更具竞争力。⑦

生可借鉴。

⑦结尾呼应文章开头，概括三个分论点，总结全文。