

以“四个领先”打造鲜亮“大国重器”品牌路径研究

——基于国机重装的实践探索与战略启示

何 玮

国机重型装备集团股份有限公司 四川省德阳市 618000

摘要：在建设“制造强国”与“质量强国”的国家战略指引下，培育具有国际竞争力的“大国重器”品牌已成为我国高端装备制造业高质量发展的核心议题。国机重型装备集团股份有限公司（以下简称“国机重装”）作为中国重大技术装备制造业的领军企业，以“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”为根本遵循，创新性地构建并实践了以“领先技术、领先质量、领先效率、领先成本”为核心的“四个领先”品牌战略体系。本论文旨在系统梳理与深度剖析国机重装实施“四个领先”战略的内在逻辑、实践路径与显著成效。论文首先阐释了“大国重器”品牌建设的时代背景与战略价值；继而，分别从技术、质量、效率、成本四个维度，详细论述了国机重装通过强化科技创新顶层设计、构建精益质量管理体系、优化供应链与服务流程、实施全价值链成本管控等一系列具体举措，如何系统性地提升品牌引领力、品牌含金量、品牌辨识力与品牌管控力；随后，分析了其通过内聚合力、外塑形象的整合传播策略，丰富品牌内涵、扩大品牌影响力的成功实践。最后，论文总结了国机重装“四个领先”品牌战略对于我国高端装备制造业乃至实体经济的普适性启示，并展望了未来的发展方向。国机重装的实践表明，只有将品牌建设深植于技术创新、卓越质量、高效运营和成本竞争力的坚实土壤之中，才能锻造出真正享誉世界、持久鲜亮的“大国重器”品牌，为培育新质生产力、推动中国制造向中国创造转变提供强大支撑。

关键词：大国重器；品牌战略；四个领先；科技创新；精益管理；国机重装

1. 引言：新时代“大国重器”的品牌使命与战略抉择

重大技术装备是国民经济的基石，其发展水平直接关乎国家综合实力与产业安全。习近平总书记多次强调，“装备制造业是国之重器”，要“把制造业高质量发展作为主攻方向”。进入新发展阶段，推动中国从“制造大国”向“制造强国”、“质量强国”跨越，不仅需要技术上的突破，更需要打造一批能够代表国家形象、赢得全球尊重的高端品牌。品牌，尤其是“大国重器”品牌，已成为国家竞争力的综合体现和全球市场竞争中的核心资源。

在此背景下，国机重装作为我国重大装备制造业的“国家队”和“主力军”，其品牌建设实践具有典型的研究价值。公司深刻认识到，传统的以营销为导向的品牌建设模式难以支撑高端装备制造业的可持续发展，必须回归本质，构建一套根植于企业核心能力、贯穿生产经营全过程的系统性品牌战略。为此，国机重装立足自身产业特点与使命担当，提出了以“领先技术、领先质量、领先效率、领先成本”为支柱的“四个领先”品牌战略。这一战略将品牌建设与企业的技

术创新、运营管理、价值创造深度融合，旨在通过内在实力的全面提升，铸就品牌的外在声誉与影响力。

本论文将国机重装作为核心案例，通过系统分析其“四个领先”战略的实践路径，旨在提炼出一套可供我国高端装备制造业企业借鉴的品牌建设方法论，为丰富品牌管理理论、推动实体经济高质量发展提供有益的实践参考。

2. 以领先技术提升品牌引领力：构筑品牌发展的核心引擎

技术是装备制造业的立身之本，领先技术是“大国重器”品牌最硬核的支撑。国机重装将技术创新置于品牌战略的核心位置，通过体系化布局与持续投入，不断夯实品牌的技术底蕴。

2.1 强化顶层设计，构建协同高效的科技创新体系

国机重装深知，持续的技术创新有赖于科学的体制机制保障。公司从组织与投入两端发力，构建了高效的科技创新生态系统。

在组织体系上，公司成立了由主要领导挂帅的科技创

新领导小组，负责战略性、全局性引领与资源统筹。下设科学技术研究院、总工程师办公室、产业融合办公室等专业机构，分别聚焦前瞻技术研究、日常技术管理与产业融合发展。同时，成立研发协同管理工作组，着力破解内部壁垒，形成“国家所需、产业所趋、企业所能”的协同创新合力。这套“顶层决策－系统协调－主体实施”的三级体系，确保了科技创新工作方向明确、协调有力、落地有声。

在投入机制上，公司构建了“三维”经费管控模式，即以公司投入为引导、各业务板块投入为主体、政策性资金为补充，确保了研发投入的持续稳定增长，连创历史新高。更具战略眼光的是，公司遵循重大技术装备创新规律，构建产品技术研究、共性技术研究、基础技术研究投入机制，为提升原创技术源头供给、资源配置、转化应用能力提供了有力支撑。

2.2 聚焦基础研究与关键核心技术，实现高水平科技自立自强

国机重装坚持服务国家战略，以建设原创技术策源地为目标，将基础研究作为科技创新的“总开关”。公司系统梳理出 60 余项“卡脖子”技术清单，集中力量在材料科学、高洁净冶炼、精密成形等基础领域进行攻关，为培育新质生产力夯实技术底座。通过积极承担国家重大科研项目，在清洁能源、航空航天等战略领域取得了一系列突破性成果，有效保障了国家重大技术装备的自主可控。

在科技成果转化方面，国机重装捷报频传。公司成功研制了世界首台最大单机容量 500 兆瓦级冲击式转轮中心体锻件、世界最大等级百万千瓦超超临界 FB2 中压转子锻件，以及首套国产化百万千瓦核电常规岛汽轮机焊接低压转子等关键部件。在航空航天领域，公司攻克了国内最长最重钛合金模锻件极限制造技术，为 C919 大飞机提供 130 余件关键承力模锻件，并成功实现国际航空巨头主起落架外筒锻件的批量化生产交付。这些“首台套”、“首批次”成果不仅是技术实力的证明，更是“大国重器”品牌最响亮的代言。

2.3 搭建高能级创新平台，营造开放式创新生态

平台是集聚创新要素的载体。国机重装统筹各方优势科技资源，高标准推进高能级研发平台建设，体系化的创新能力逐步形成，加快打造国家战略科技力量。完成金属成形技术与重型装备全国重点实验室、大型铸锻件先进制造技术及装备国家工程研究中心重组和转建，牵头组建“旌湖实验

室”“高端装备铸锻件极限制造川渝共建重点实验室”，先后获批国家级工业设计中心、四川省先进极限制造技术创新中心、陕西省金属先进成形技术与装备中试基地、四川省航空模锻件工程技术研究中心、江苏省超大型高压容器工程技术研究中心等创新平台，公司省部级以上科研创新与产业化平台增加至 32 个，形成了“基础研究+应用研究+成果转化”的全链条创新平台矩阵。一个充满活力的开放式创新生态正在形成，为品牌引领力提供了不竭的源头活水。

3. 以领先质量提高品牌含金量：铸就品牌信任的坚实基石

对于重装产品而言，质量是生命线，是赢得客户长期信任的根本。国机重装将“创新超越、臻于至善”的理念融入血脉，通过全过程精益管理，打造领先的质品牌。

3.1 实施质量提升工程，实现实物质量跨越式发展

深入开展专项质量提升工程，核心是推进工艺与现场操作的深度融合，强化过程管控。成效显著：重大技术装备制造达行业领先水平，国产化核电拼焊转子合格率达 100%，这是一个里程碑式的成就，标志着其在极限制造领域的质量控制能力达到世界先进水平。“华龙一号”核电主管道项目荣获第二十届全国质量奖卓越项目奖，是市场与行业对其质量卓越性的最高认可。

3.2 推进“精益管理+数智赋能”，系统提升质量管理水平

国机重装将精益管理作为提升质量的核心方法论。一是打破传统管理思维，由“一把手”推动，全员学习应用精益工具，营造持续改善的文化氛围。二是构建多维度精益改善系统，以精益样板工程、绿带项目和改善提案为三大抓手，运用价值流分析、精益六西格玛等工具，精准识别并消除全流程中的浪费。公司精益六西格玛绿带人才激增，实现了制造板块全覆盖，为质量持续改进提供了坚实的人才基础。三是进行精益运营管理体系建设顶层设计，构建了集知识管理、项目管理、人才建设、成熟度评价于一体的“四位一体”体系，确保精益管理能够系统、持久地推进，牵引企业质量治理能力稳步迈向世界一流。

4. 以领先效率凸显品牌辨识力：塑造品牌差异化的关键优势

在激烈的市场竞争中，效率是赢得客户青睐的关键。国机重装坚持“以市场为导向、以客户为中心”，通过高效

履约和快速响应，打造独特的品牌辨识度。

4.1 深度洞察客户需求，提供精准个性化服务

公司通过强化市场调研，建立多渠道客户沟通机制，不仅了解客户的显性需求，更深入挖掘其潜在需求与痛点，为提供超预期的个性化解决方案奠定基础。公司将客户反馈视为宝贵资产，建立闭环管理机制，确保客户声音能迅速转化为改进服务的具体行动。

4.2 运用精益思维，大幅提升合同履约效率

国机重装锚定“精益重装”建设目标，系统性打造特色化精益管理模式，实现从“精益管理”到“精益运营”的深度跨越。公司以数据驱动生产运行，完善三级生产计划管控机制，强化计划刚性执行，取得了显著成效：核电主管道制造周期缩短超30%，实现产品又好又快交付；中厚板轧机设计制造水平和综合服务能力保持行业领先；部分关键大型铸锻件产品综合技术质量水平实现行业领跑。这种惊人的效率提升，为客户创造了巨大的价值，成为国机重装品牌强有力的竞争标签。

4.3 优化服务流程，实现快速精准响应

公司以“48小时内实质性响应”为硬性目标，通过系统升级部署，实现了服务流程的自动化与智能化。当客户提出需求时，售后服务、设计与营销团队能够即时联动，快速形成解决方案。这种高效协同的服务能力，使其获得了众多重要客户的高度评价，极大提升了品牌美誉度和客户黏性。

5. 以领先成本增强品牌管控力：奠定品牌可持续发展的坚实基础

在保证技术、质量、效率的前提下，实现成本领先，是企业获得健康利润、持续投入研发、最终巩固品牌地位的保障。国机重装的成本领先，绝非简单的“降本”，而是战略性的成本管控。

公司构建了基于产品全流程、全生命周期、全价值链的精益成本管控体系。这一体系将成本管控的触角前移至产品设计、工艺规划阶段，从源头决定成本。通过搭建“四维+1”的成本管控架构，筑牢“横向到底、纵向到底”的成本责任网络。这使得国机重装在保持技术领先的同时，具备了强大的成本竞争力，为品牌的长期可持续发展奠定了坚实的经济基础。

6. 内聚合力、外塑形象：整合传播提升品牌影响力

国机重装深谙品牌建设需要内外兼修。对内，以习近

平新时代中国特色社会主义思想为指引，践行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命，打造“大国重器有我”“超越”等宣传品牌。开辟了“视觉重装”“捷报”“精益管理、数字赋能”“精彩一线”“学习心得”“一带一路建设”“培育发展新质生产力”“积极担当新型工业化建设主力军”“学习贯彻党的二十大精神见行动”“和善之道企业文化”“乡村振兴”等栏目，发布公司党的建设、改革发展、科技创新、经营生产等各类新闻信息和系列招聘信息，有力展示了“技术报国、装备世界”的良好重装形象，凝聚了重装人服务国家战略、打造世界一流重装企业的力量，提振了股东、客户、职工等社会各界对企业高质量发展的信心。公司形成了丰富的品牌矩阵：以8万吨模锻压力机为代表的“重器”品牌，以“华龙一号”主管道为代表的品质品牌，以“一带一路”项目为代表的工程品牌等。公司选送的节目参加集团职工歌唱比赛决赛分获金奖、铜奖；视频《大国重器有我——“世界清洁能源走廊”》获中央企业社会主义核心价值观主题微电影（微视频）展映优秀奖。

对外，坚持“内容为王”，进行系统性品牌传播，效果显著。年均在人民日报、新华社、央视等主流媒体发稿300余条，首次登上《焦点访谈》，《奇妙中国》8万吨模锻压力机专辑在央视频点击量超1500万，创造了品牌曝光的新纪录，极大地提升了“国之重器”品牌的公众认知度和情感认同。中央人民广播电视台总台纪录片频道《奇妙中国》第二季播出纪录片“8万吨模锻机”，展示国机重装重大技术装备研制成果——“大国重器”8万吨模锻压力机的“奇妙”力量和为国家重大工程建设作出的重要贡献，当天点击量超500万，当月累计点击量达1500万。新华网推出“看见未来”系列访谈，专访二重装备副总工程师漆小虎，讲述国机重装及二重装备通过产学研协同，以创新引领高端装备制造业智能化发展的成果。央视科技频道推出《科幻地带：C919大飞机起落架锻造记》专题宣传，创造了在央视播出时长新纪录（40分钟）。

7. 结论与展望

国机重装的实践雄辩地证明，“四个领先”品牌战略是一条符合高端装备制造业发展规律、能够有效打造“大国重器”品牌的成功路径。领先技术是品牌的灵魂，决定了品牌的高度；领先质量是品牌的基石，构筑了品牌的信任度；领先效率是品牌的价值体现，塑造了品牌的差异化优势；领

先成本是品牌的生存之本，保障了品牌的可持续性。四者相互支撑、有机统一，共同铸就了品牌的核心竞争力。

展望未来，国机重装将继续深化“四个领先”战略，紧跟新一轮科技革命和产业变革趋势，特别是在智能化、绿色化方向加速布局。公司将进一步促进品牌理念与“技术报国、装备世界”使命的深度融合，不仅打造产品品牌，更着力培育技术品牌和服务品牌，助力中国装备制造品牌屹立于世界一流品牌之林，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献重装力量。

参考文献：

[1] 国机重型装备集团股份有限公司环境、社会及公司治理报告（2023）[R].

[2] 习近平：在中国科学院第二十次院士大会、中国工程院第十五次院士大会、中国科协第十次全国代表大会上的讲话 [N]. 人民日报，2021.

[3] 关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见 [Z]. 国务院国有资产监督管理委员会，2025.

[4] 李毅中：“制造强国”的路上，向新向智 [J]. 中国工业报评论，2024.

[5] 韩晓军：以创新驱动发展装备制造业新质生产力 . 旗帜 .2024.

[6] 国机集团、国机重装官方网站、官微及公开宣传资料 .[EB/OL].