

做自己的大牌



大
讲
堂

2023年5月10日,是第七个“中国品牌日”,主题词为“中国品牌,世界共享,品牌新力量,品质新生活”,诚然,品牌日是中国的,但品牌是全球化的,影响着整个人类命运共同体。“品牌”这个词又一次进入到了大家的视野中。

说起品牌,大家可能会想到吃穿住用行中各类耳熟能详的大牌。

其实,大到一个国家,小到个人,再到流通中的商品,都有“品牌”。比如说,中国早前在国际中的品牌就是“China”,又比如说,提起“螺丝钉”,你会想到雷锋,提起“铁榔头”,你肯定会想起郎平;提到万科,你会想到房子;提到李宁安踏,你会想到运动服饰。

为什么大家面对这些符号,脑海里就能对号入座,这就是“品牌”的影响。

主讲人

宁波市四眼碶小学
陈佳桦



这是在2023年中国品牌博览会创新100+展区中国航天展台展出的中国空间站1:10模型和长征系列火箭模型展品。

新华社发



2023年中国品牌博览会在沪开幕,图为参观者在一个由OLED柔性屏组成的“品牌树”下驻足观看。新华社发

A 品牌无处不在

“烙印”在古英语中,是品牌(Brand)最早的含义,它是一种符号,更是一种语言,传递着声音和力量。所以,品牌最持久的含义和实质是其价值、文化和个性,是其根植于自身、深刻持久,同时又区别于他人,创造无限价值的特点所在。

品牌的意义,远比我们想象中重要。

“可口可乐之父”伍德鲁夫曾直言:“即使一夜之间,在世界各地的可口可乐工厂都化为灰烬,我也完全可以凭可口可乐这块牌子东山再起!”他不但成功把可口可乐推销到全世

界,创造了“可口可乐”的品牌神话,而且,他本人身上所具备的奋斗不息、永不停步的精神,也成了可口可乐公司的品牌象征,创造了更多无形的价值。

中国品牌的足迹更是源远流长,从广义来讲,丝绸、瓷器和茶,那都是中国品牌的一种缩影。公元前119年,沿着神秘而美丽的丝绸之路,迎着苍茫戈壁和长河落日,张骞让中国元素第一次大规模走出国门;明朝初年,郑和指挥着宝船扬帆起航,乘风破浪,七下西洋,历时28年,行程十万余里,不但将中国品牌又一次传扬

海外,发展了海外贸易,也将中华文明传递给了世界。

近年来,中国品牌用“心”和“新”与世界对话,逐步实现了从制造到创造、从跟跑到领跑的跨越,在“转型与升级”之间,不断推动品牌竞争力、美誉度和影响力,迈上新台阶。中国桥、中国路、“国潮热”现象的背后,是中国经济的底气与韧性所在,也是中国深厚底蕴的东方美学文化的集中展现。

现在,中国品牌已经闯出一片星辰大海,正在以一种文化软实力的形式,走向世界舞台。

B 品牌以真为本

每一段“路漫漫其修远兮,吾将上下而求索”的历程铸就了品牌四溢的光芒。而每个阶段独特的经历也描绘着每一段独有人生的色彩,形成自己的人物性格,成为他人眼中的“品牌形象”。

儿时的牙牙学语蹒跚学步、少年时期的读书郎、春夜里收养过的流浪猫,甚至同桌那笑意盈盈的眉角,只会前进的时光执笔人不仅忠实地将

记忆的画面记录在岁月的相册里,它更是将当时朦胧的情绪、萌芽的念头、稚嫩的动作,掰开来、揉碎了又重塑在骨子里,它内化为你的魂,外化于你的行,成了你立于尘世间的标尺,也成了你一生的品牌烙印。

我们常常会看到,品牌的新陈代谢犹如花开花谢般,成了一种自然轮回的规律。

“经历了百年风云,却没有经受住

市场的洗礼”的老字号,在“老”字上固步自封,停滞不前;更有甚者,将历经百年的品牌毁于因一时耍大牌;而一些风头一时无两的“爆款”网红品牌犹如昙花一现,来也匆匆,去也匆匆。

而人物的“品牌形象”比商品更难经营。故意打造的“人设”,因背离本真,终有一天会面临坍塌的尴尬,而一个人由内而发的真实美好,经岁月洗礼,则会越发耀眼迷人。

C 个人品牌修炼

古有“得黄金百斤,不如得季布一诺”的美谈,在那个风起云涌、名将辈出的年代,季布用他侠肝义胆成就了“信守承诺”的金字招牌,也成就了流传千古的传统美德,延续至今,与社会核心价值观中的“诚信”一词前后承接,跨越千年,流淌在无数中国人的血脉之中。

今年94岁高龄仍满怀热情投身社区工作的章金媛奶奶,喜提近两年全球仅一人的“国际成就奖”时,她说了这样一番话:“我是中国护士,中国的护士为人类卫生健康共同体做贡献,我们中国有这个力量,中国的护士真的是大爱无疆。”她用坚持与信仰,打造了“中国护

士”温暖有光、一路芬芳的美好品牌,向全世界传递了中国力量。

以他人为镜,我们可以看到真的“大牌”的底色。

著名教育学家李镇西老师是教育领域中无可争议的大牌。他曾说:“让人们因为我的存在而感到幸福。”这句话是他送给历届学生的“见面礼”,也是他的教育理想。他用四十年时间写成了《教育的100种可能》,真实记录了三十六位学生在他的影响下,恪守“善良、正直、勤奋、向上”的行为标准,助力每个孩子成为自己的“大牌”。

助力每个孩子做自己的大牌,更是每个平凡教师最为浪漫的教育情

怀。看见孩子的天性与个性,多一份包容心,保持从容和淡定;看见孩子的努力和付出,多一份耐心,给予一点肯定、认同;看见孩子的困境或处境,多一份同理心,用在乎和陪伴一起去翻越成长的山山水水……在我的“小橙子”班里,有孩子们如橙花一样清澈明净眼神,又如橙子一样焕发着明艳色彩的笑容,但我更希望他们有着“诚挚”人生,甚至能用自己的“品牌力量”去辐射提升周边的正能量。

坚实的品性、明亮的品德、高雅的品性、各色的品位、合一的品行……打好孩子的品牌烙印,是我们每个人为之奋斗一生的品牌事业。