

中国品牌日 CHINA BRAND DAY 特别报道

碧桂园集团——

智能建造 引领变革

本报记者 沈寅

走进位于广东省惠州市的潼湖科学城东部项目施工现场,博智林地坪研磨机器人正自主建立地图,规划工作路径,完成研磨清扫及吸尘作业,达到无人化、无扬尘化的效果。在这里,建筑机器人协同作业,智能、高效、舒适、绿色的人性化建筑环境成为一道独特风景线。

据了解,在3月公布的2021德国红点设计奖中,博智林地下车库喷涂机器人等3项产品被评选为年度优胜产品。

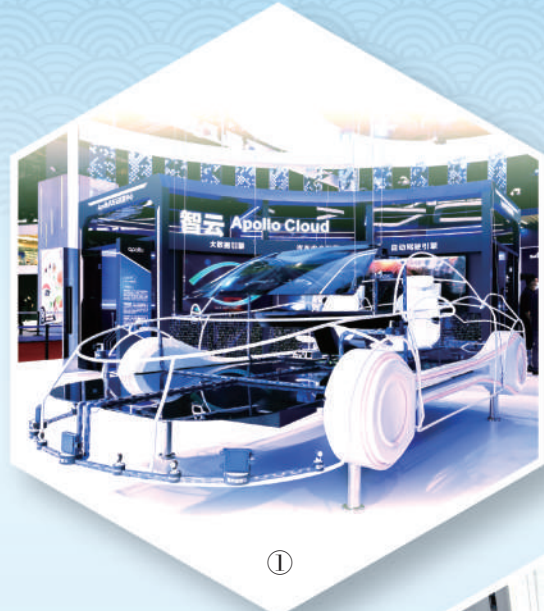
荣获国际大奖,是博智林产品设计及研发实力的有力印证。成立至今仅两年半的时间里,博智林全力打造新型智能建造体系,推动和引领传统建筑业的创新和变革,产品和技术实现诸多突破,成为全球领先的智能建造与建筑工业化整体解决方案提供商。

针对建筑机器人伺服、传感器、导航、视觉、软件五大核心系统,博智林投入大量人力物力实

现了自主研发,填补了相关领域的空白。

经过不懈努力,博智林已在关键领域拥有一批自主核心技术。截至今年2月,在研建筑机器人及智能产品近50款,已有18款机器人在超过15个项目中开展试点应用,累计应用施工面积达80万平方米。已递交专利有效申请3042项,其中发明专利2161项;已获专利授权984项,其中发明专利262项。博智林将建筑机器人实际应用于工程建造的不同环节,初步形成覆盖建筑工程全生命周期的智能建造全系统解决方案。

“碧桂园集团在近3年时间里,针对建筑信息模型、装配式建筑和建筑机器人领域投入了大量研发资源和人才,开展全面研发,目前已经交付了一批机器人,走在全国乃至世界智慧建造和建筑机器人领域的前列。”中国科学院院士、清华大学人工智能研究院院长张钹表示。



图①:百度Apollo汽车智能化方案亮相上海车展。



图②:碧桂园旗下子公司博智林研发的外墙喷涂机器人正在作业。

百度集团——

自主创新 加速转型

本报记者 白之羽

“如果不刻意想着这是无人驾驶车,根本感觉不出来和平时乘坐出租车的区别。”在湖南长沙智能驾驶示范区,一位体验者在乘坐了百度自动驾驶汽车后说。试乘期间,百度自动驾驶汽车速度稳定。在起步、加速、转弯、变道超车、减速让行、过红绿灯路口、靠边停车等各种行驶场景中,汽车的决策、操作都由系统自主完成。

“我们全力帮助车企打造智能汽车,自动驾驶不是远在天边的黑科技,寻常百姓都将触手可及。”百度集团资深副总裁、智能驾驶事业群总经理李震宇表示。

自动驾驶仅仅是百度助力各

行业智能化转型的一个缩影。在福建泉州的金鸡水厂,工作人员利用名为“泉州水务大脑”的应用程序,不需要在水厂步行巡视,就能知道当下的水质如何、设备有无故障。依托百度智能云,“泉州水务大脑”正式投入运行。数据中心、大数据平台、数字孪生

平台等支撑平台,以及加压泵站智能调度、安全生产综合告警等智能化业务应用系统也已开始运行。

除了水务领域,百度智能云在其他不少领域也已经完成了数字化转型落地实践。企业致力于现实世界和互联网经济之间搭建一座桥梁,便利居民生活,助力经济社会发展提速增效。

在交管领域,百度打造了河北省的首个智能交通项目,携手保定公安交警新建成和投入使用了人工智能交管大脑。百度地图与济南交警合作研发了“大型货车导航备案系统”,交警能够通过系统发布限行区域及道路信息,百度地图也能在第一时间为货车规划避开限行的合理线路。

百度将持续发挥全球领先的自主创新技术优势,以多年积累的人工智能、云计算、大数据等领域的技术和实践优势,努力探索出一条完整的行业数字化、智能化道路,助力多个行业加速智能化转型。



图③:华侨城推出的文旅产品深圳欢乐港湾。



图④:中国宝武钢铁集团核电不锈钢中厚板生产线。

图⑤:中国平安总部所在地深圳平安金融中心。

本版图片均为资料图片 版式设计:张芳曼

宝钢集团——

全力攻关 挑战高峰

本报记者 李远哲

今年1月30日,“华龙一号”福建福清核电站5号机组正式投入商业运行。作为我国首家可成套生产第三代核电技术主体设备用不锈钢板材的主力供货企业,中国宝武钢铁集团以专业成熟的不锈钢研发和生产能力,为“华龙一号”核电站建设提供了强有力的材料支撑。

“华龙一号”是我国自主设计、自主研发,具有独立知识产权的第三代核电堆型,关键材料的国产化意义重大。“华龙一号”堆内构件所用不锈钢材料不仅对耐高温、耐高压、耐腐蚀性能要求极高,而且许多产品超厚、超长、超重,规格尺寸都超过了以往的项目,生产难度很大。对此,宝钢研发团队通过开展全方位技术攻关,实现了“华龙一号”关键不锈钢板材的首发、首创和首用。其中,福清5号、6号机组核级不锈钢板材主要由宝钢提供,广东惠州、福建漳州、海南昌江等核电站的12个“华龙一号”核电机

组堆内构件用核一级不锈钢板材100%由宝钢生产。

作为国内最早研发生产核电不锈钢材料的企业之一,宝钢多年来始终坚持自主创新,不断挑战高峰,为我国核电事业发展提供有力的材料保障。除了不锈钢核级板材外,宝钢还率先研发生产出一系列不锈钢特殊异型材和厚涂层高牌号冷轧硅钢,打破了我国核电领域关键材料长期依赖进口的局面,为加速推进国产化发展起到了积极作用。同时,宝钢核电材料还走向了国际市场,用于巴基斯坦卡拉奇的核电站建设。

截至目前,宝钢已累计为10多个“华龙一号”核电站项目提供近2万吨不锈钢材料。今年是“十四五”开局之年,宝钢将坚守产业报国之心,加快融入中国宝武“高质量钢铁生态圈”,继续以创新引领发展,为中国核电事业提供更多更好的材料支撑,为推动我国由核电大国走向核电强国贡献力量。

平安集团——

优化升级 创造价值

本报记者 林琳

自成立以来,中国平安一直践行“五心”理念,坚守服务国家实体经济、保障社会民生的初心,企业社会责任担当的爱心,提供优质金融产品的安心,为客户创造简单便捷服务的舒心,以及金融+医疗健康领域的暖心,运用金融科技和医疗生态的力量,帮助人民群众实现对美好生活的追求。

“五心”理念的背后,是平安科学技术的支撑。近年来,企业持续推动智能化、数据化经营转型,运用科技提升服务效率、获客能力和风控水平。在降低运营成本的同时,大力鼓励金融科技、医疗科技创新,将创新科技深度应用于金融服务、医疗健康、汽车服务、智慧城市生态圈。

2020年,平安加大投入,服务于构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局;全面升级绿色金融行动,力争在2025年实现投资+信贷规模4000亿元,绿色保险保费总额2500

亿元;从客户需求出发,设计定制化产品方案,提供优质金融产品;智能理赔,一键理赔,用高效贴心的服务全方位升级客户体验;为落实“健康中国”战略,平安全面推进医疗健康生态圈布局,推出“保险保障+健康管理+医疗服务”的一站式解决方案,满足客户长周期需求。

中国平安各项业务实现稳健发展。2021年一季度,平安实现归母净利润同比增长8.9%,集团个人金融客户数超2.2亿,互联网用户超6.11亿;2020年,在《福布斯》“全球上市公司2000强”中名列第七位,居全球保险集团第一。

中国平安董事长马明哲表示,公司将持续深化“金融+科技”“金融+生态”战略,践行“专业让生活更简单、科技让金融有温度、医疗让生活更美好”的理念,围绕深化改革、持续增长、部署未来的经营方针,打造有温度的产品与服务,为股东和客户创造价值,为社会发展贡献力量。

华侨城集团——

文旅融合 服务群众

本报记者 韩春瑶

在中国品牌日系列活动中,华侨城集团携旗下众多优质产品亮相2021年中国自主品牌博览会,集中展示企业的品牌“密码”。多年来,华侨城坚定文化自信,培育并发展了具有市场竞争力的文旅产业集群和品牌矩阵,不断满足人民群众对美好生活的需要。

深圳欢乐港湾“湾区之光”摩天轮、北京欢乐谷“天光夜谭”、昆明乌龙古渔村启动区……今年以来,华侨城一批文旅产品在全国各地相继推出,以高质量供给引领创造文旅消费新需求。近期,企业还深入推进“我为群众办实事”实践活动,发挥文旅优势,开展“优质服务惠游客”等专项行动,今年“五一”假期推出丰富优质的产品和服务,接待游客超530万人次。如今,华侨城旗下一系列具有核心竞争力的创新产品不断涌现,并在世界舞台崭露头角,为促进经济社会发展做出了贡献。

在2020年中央单位定点扶贫

工作成效考核中,华侨城集团获得最高等次评价。目前,华侨城在全国持续推进“100个美丽乡村计划”,从生态宜居、乡风文明、村落提升、治理有效、产业兴旺、基础配套等多方面促进乡村一体化发展,助力实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,让当地群众拥有更多幸福感、获得感。

近年来,华侨城持续深化改革,实现发展模式、产业组合、盈利模式的创新升级,进一步激发了品牌发展活力。同时,企业通过在产业发展中积极拥抱数字化和智能化,以技术创新驱动应用创新和产业创新,旗下康佳、文旅科技等科技型企业的创新产品在本届中国自主品牌博览会上受到瞩目。

未来,华侨城将持续以品牌的高质量发展为主线,坚定不移推动主业做强做优做大,擦亮文旅央企“金字招牌”,为促进形成强大国内市场、推动经济高质量发展、构建新发展格局提供有力支撑。

青岛啤酒集团——

与时俱进 拥抱世界

本报记者 杨彦帆

作为百年“老字号”,青岛啤酒始终立足于打造具有全球影响力的国际化大公司,紧紧围绕“质量立牌、创新强牌、开放兴牌、文化铸牌”,提高对建设品牌强国的认识,取得了良好的经济效益和社会效益。

质量立牌。好品牌归根结底还是要靠产品质量来支撑。质量是青岛啤酒的立身之本。近年来,企业在“基础质量+特色质量”之上,进一步提出了“魅力质量”。从单一产品的魅力质量,到品牌、服务、啤酒文化、消费者体验、消费场景、企业管理的魅力质量,最终转化为高质量的经营成果,满足消费者的多样化需求。

创新强牌。青岛啤酒以创新点亮中国品牌,坚持技术创新、产品创新的体制机制,加快管理方式、商业模式创新,拓宽品牌发展空间。研发创新、生产模式创新、组织创新……企业始终顺应时代潮流,怀抱开

放的姿态:与新时代互动,开发年轻人喜爱的模式;与新技术互动,打造出更具潮流的产品;与新业态互动,让经典和时尚链接,展现百年品牌与时俱进的魅力。

开放兴牌。青岛啤酒始终以开放塑造品牌格局,到全球市场与国际大牌同台竞技、主动对标,从而找差距、补短板、谋超越,在更高层次强身健体。目前青岛啤酒销往全球100多个国家和地区,将世界领先的原料、研发、生产、设计、营销、人才引进来,锻造更具竞争力的国际化品牌。

文化铸牌。在品牌年轻化、时尚化、国际化的道路上,青岛啤酒将优秀传统文化与现代商业文明有机融合,让中国产品植入中国文化元素和文化基因,让中国品牌更具中国气质、中国韵味。从在海外市场推出“生肖罐”产品,到把青岛啤酒节开到国外,通过一瓶瓶青啤的产品自信、品牌自信,打造享誉世界的中国品牌。

