

优化品种布局 持续提高品质

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区管委会副主任 徐玉波

2021年,宁夏国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区、中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会两个“国字号”平台落户宁夏……经过近40年的耕耘,宁夏葡萄酒产业综合实力大幅提高,业界影响实现了从“起跑跟跑”到“并跑领跑”的转变。

优化品种布局,打造全国优质酿酒葡萄种植繁育基地。先后从国外引进170个品种,筛选出20多个适应宁夏产区且规模栽种的优秀品种。建立包含100余份核心种质的资源圃,培育杂交群体66个,把酿酒葡萄“芯片”掌握在自己手中。

持续提高品质,打造国际国内中高

端酒庄生产基地。坚持标准引领,围绕种植、酿造、产品调配、质量监管等关键环节制定了41项技术标准。推进成果转化,实施栽培、酿造等关键环节技术研发。

强化品牌塑造,打造辐射全球的葡萄酒品牌集群基地。宁夏贺兰山东麓产区先后荣膺“世界十大最具潜力葡萄酒旅游产区”“全球葡萄酒旅游目的地”。宁夏连续6次参加世界葡萄与葡萄酒大会,在国际舞台上发出中国声音。实施政府主打产区品牌、企业主打产品品牌提升战略,制定了系列扶持政策,实行酒庄列级管理制度,为产区及产品走向全球保驾护航。

立足资源禀赋 推动产业升级

宁夏回族自治区中宁县县委常委、常务副县长 彭小沛

“中国枸杞之乡”中宁县位于宁夏回族自治区中部,是中国枸杞的发源地和正宗原产地。近年来,中宁县大力实施基地稳杞、龙头强杞、科技兴杞、质量保杞、品牌立杞、文化活杞“六大工程”,走出了一条从“产量产值”向“品质品牌”转型升级的高质量发展之路。

资源禀赋塑造了品牌。中宁枸杞铁、锌、锂、硒等微量元素含量高,尤其是调节人体免疫力的枸杞多糖含量非常丰富,具有较高的药食价值。

产品质量保障了品牌。全面实行标准种植、配方施肥等“六个全覆盖”,实现了产业生态化和生态产业化的融

合。建立了从田间地头到市场流通的全程质量追溯体系,让“中宁枸杞”成为值得信赖的金字招牌。

龙头带动锻造了品牌。以“中宁枸杞”区域公用品牌为依托,统一中宁枸杞品牌形象,支持龙头企业顺应消费升级趋势,先后培育了宁夏红、早康、玺赞、华宝等自主知名品牌75个,全县枸杞深加工产品达十大类100多种。

宣传营销彰显了品牌。在线下,建设国家级中宁枸杞交易市场,在全国大中城市开设旗舰店,连续5年举办枸杞产业博览会。在线上,引导企业开设网上专卖店,举办直播带货大赛,线上交易额连年攀升。

深耕数字经济 打造特色优势

润泽智算科技集团股份有限公司董事长 周超男

润泽智算科技集团股份有限公司历经13年发展,深耕智能算力和算力基础设施,积极履行责任,全力服务经济社会发展。

战略引领,提升品牌建设张力。润泽科技以国家发展战略为支撑,以国家新基建、“东数西算”工程等产业政策为导向,完成京津冀、长三角、大湾区、成渝经济圈、甘肃规模化数据中心布局,持续夯实项目的规划设计、工程建设及数据中心运维的关键竞争力,打造稳定、安全、可靠、绿色的数据中心。

红色文化铸魂,赋予品牌丰富内涵。润泽科技把红色文化理念融入品

牌体系建设之中,以“红色”提升内在品质,形成品牌文化的“红色基因”和“传统底色”。润泽科技紧跟党和国家政策,深耕数字经济“蓝海”,以党建引领打造的企业文化“软实力”,为企业稳健发展的坚强支撑。

践行社会责任,激活品牌建设内生动力。润泽科技不断提升经济、社会、环境综合价值,铸就品牌高度。成立党支部帮扶小组与科技帮扶小组,借助大数据技术开展帮扶工作;多次开展卡车司机专项物资捐赠活动,为基层和一线疫情防控工作提供物资保障;助力重庆市森林火灾灾后生态修复等。

坚持创新引领 助力全民健康

华润江中制药集团有限责任公司总经理 刘为权

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现,是参与全球竞争的重要资源。品牌也是无形的资产,是带动经济发展的强劲动力,更是高质量发展的生动印记。华润江中作为一家中医药品牌企业,在抢抓机遇中创新奋进,推动中医药产业高质量发展。

持续强化科技创新。创新是引领发展的第一动力,企业在古方和现代技术中探索突破,做到让良药不苦口,让中药还好吃,健胃消食片多年来深受消费者的喜爱。企业正不断加大科研投入力度,加速科研成果转化,推出更多符合大众健康、体验愉悦的产品。

持续引领智能制造。企业狠抓药

品质量,不断优化生产线软件,生产效率和品质加速提升。企业的生产基地江中药谷拥有全球首条全自动中药液体生产线,车间内107只机械手有序运转,完成一瓶瓶“参灵草”的制造。

持续铸就企业品牌。华润江中已经走过了53年历史,致力于打造大品牌、大产品、大市场,坚持把“让人类充分享受健康的快乐”作为使命,让更多的大品牌、大单品走向全国。

近年来,“全民健康”与中医药产业的发展被提升到新的高度,华润江中将守正创新,走品牌创新驱动之路,让江中品牌的含金量更高、成色更足,让中医药产业助力全民健康。

2022中国品牌论坛

汇聚智慧力量 建设品牌强国



徐玉波



彭小沛



周超男



刘为权



杜兰



徐诺金



程峰



胡柏山

践行社会担当 传递科技温度

科大讯飞股份有限公司高级副总裁 杜兰

科大讯飞坚定不移贯彻新发展理念,通过持续构建有影响力的科技品牌,向世界传递中国科技的温度,推动中国科技品牌高质量发展。

第一,成为好故事的创造者,传递品牌的热爱和坚守。科大讯飞创办于1999年,一开始就立志一定要将中文语音技术牢牢掌握在中国人自己手里,由中国人做到世界最好。2018年以来,企业获得55项人工智能竞赛的全球冠军。只有源于热爱的初心,才能在创新道路上长期坚守。

第二,成为社会价值的赋能者,彰显品牌的使命和温度。科技品牌只有服务于国计民生,为社会创造价值,解

决社会刚需命题,才能成为一个有温度的品牌。经过多年奋斗,我们用人工智能技术赋能教育、医疗等国计民生领域,有375万开发者通过讯飞开放平台已开放的542项人工智能能力,开发出158万个各行各业的应用。

第三,成为人类命运共同体推动者,展现品牌的视野和担当。在参与构建人类命运共同体的过程中,中国科技品牌应该努力讲好中国故事,传递中国科技力量的温度。我们用人工智能技术打造人类语言沟通的共同体,通过多语种技术助力,把北京冬奥会打造成历史上首届沟通无障碍奥运会。

厚植企业文化 提升服务效能

中原银行股份有限公司董事长 徐诺金

中原银行自2014年成立以来,始终坚持“中原人民自己的银行”定位,讲好品牌故事,书写中国力量。

提高站位,把“打响品牌”上升到战略层面。作为河南省属法人银行,中原银行肩负着助力河南经济社会高质量发展的重要责任。“打响品牌”要求中原银行扎根中原、深耕中原、依靠中原、服务中原,应时代所需、群众所盼,努力打造中原人民的首选服务银行,使企业的品牌形象深入人心。

深度融合,优化品牌带活业务发展。深化品牌内核,致力于优化服务,在已有的优势上下更大功夫,并将其悉心落实到每个产品、每种业务之中。

同频共振,塑强品牌厚植企业文化。经过凝心聚力和持续奋斗,中原银行构建了完整的文化生态系统,打造了过硬的团队,给客户带来高效、便捷、贴心的服务,满足客户及社会的金融需求,最终形成中原银行独具特色的品牌形象。

目前,中原银行品牌建设已初见成效,正日益深入人心。未来,我们将通过几代中原银行人胼手胝足、披荆斩棘,打造百年品牌,满足人民日益增长的美好生活需要,展示更有魅力、更有品质、人民满意的中原银行品牌形象,为高质量发展蓄势赋能、提供坚实支撑。

深化价值创造 增强发展动能

武汉众邦银行行长 程峰

众邦银行把支持实体、服务小微、发展普惠作为出发点和落脚点,持续创新探索批量化、规模化、标准化、智能化的数字普惠服务模式,通过深化价值创造,提升品牌竞争力,增强发展动能。

用“好服务”塑造品牌形象。众邦银行聚焦供应链金融,打造了“众链贷”“众商贷”“众微贷”等金融产品,提供键对键、零接触优质服务。开展“十百千万工程”及“万邦计划”,建立一体化、自动化信贷审批系统,线上渠道最快1分钟完成放款。截至2022年10月末,累计对7042户中小企业实施延期还本付息支持,涉及贷款金额110亿元。

用“超预期”增强品牌优势。众邦银行创新研发端到端的“云网点”服务模式,将开户时间缩短至30分钟内,小微企业开户成本下降90%。建设智慧运营体系和数字化营销与服务体系,提供更精细的金融服务解决方案。

用“深赋能”扩大品牌影响。众邦银行以开放、共享、共建、共赢的合作发展思路,与政企及个人客户构建金融生态。截至2022年10月末,众邦银行服务客户数突破4000万,与50家生态场景、100家互联网平台和1000家金融机构相互赋能,开展产品、服务、金融科技等方面的合作,进而提升品牌影响力和号召力。

夯实技术根基 创造美好生活

vivo执行副总裁、首席运营官 胡柏山

科技创新是赋能制造业现代化的关键,也是诞生领先科技品牌的根基。作为在通信行业奋战了近30年的科技公司,打造健康长久的科技品牌是vivo创业之初就植入的基因,底层研发和用户导向型创新则是企业的路径选择和坚守。长期以来,企业不断提升自身能力,满足并引领用户快速变化的需求。

产品方面,企业坚持用户导向型创新,争取给用户带来有意义的、颠覆性的创新体验。

企业经营方面,vivo做到了“三个专注”和“两个闭环”。专注底层技术、专注极致产品、专注前沿方向;底层技术是科技竞争力的根基,极致产品明确

了科技创新最终载体,前沿方向是差异化策略的重要体现。体验闭环要求创新必须从用户出发最终回到用户,并持续迭代优化体验细节;商业闭环则实现了从创新、研发,到产品的价值正反馈。“两个闭环”保障了用户导向型创新能够沿着正确的轨道持续发展。

目前,企业研发队伍已经过万人,人员规模和素质都达到了国际先进水平,全球市场份额一直保持前列,作为卡塔尔世界杯智能手机品牌赞助商,vivo向全球消费者展示了中国智能手机的风貌。未来,我们将继续深耕科技创新,赋能产业发展,让更多人享受科技进步带来的快乐和美好。