

发挥资源优势,中国建设银行——

助力普惠金融发展

本报记者 庄俊亭

近期,中国建设银行“建行惠懂你”APP3.0发布会在北京举办。“建行始终聚焦小微企业、个体工商户等普惠客群需求。”建行相关负责人在发布会上表示,“建行惠懂你”将以打造普惠金融领域公共基础设施为目标,形成普惠金融服务供给的“大市场”和非金融服务的集成平台。

据了解,“建行惠懂你”3.0版本立足融资、成长和生态“三条主线”,将升级为一体化、生态型综合服务平台,为小微企业、个体工商户等普惠客群提供旅程化、多品类、智能化的信贷服务,打造陪伴式、一站式的财富服务体验,营造可持续发展的普惠服务生态圈,最终实现用户、平台共同成长。

2018年9月,建行推出“建行惠懂你”移动金融服务平台,以平台经营模式为普惠金融开启“加速度”。借助大数据、云计算和人工智能分析,建行打造普惠金融服务新模式,提高小微企业贷款的便捷性和可获得性。

新上线的“建行惠懂你”3.0版本信贷融资服务由原有的8项扩围至26项,从基础功能服务扩展至信贷融资全流程,为普惠客群带来“快、易、简、便”的服务体验。截至目前,“建行惠懂你”APP累计访问量近2亿次,服务个人用户超1700万户,企业用户超850万户。

据介绍,该版本以小微企业金融需求为导向,由融资服务延伸至综合金融服务,充分发挥建行集团金融资源优势,满足用户动态化、精细化财富管理需要,为用户提供更加便捷的陪伴式服务。

依托“建行惠懂你”平台,建行普惠的服务进一步拓展到政务服务场景。在重庆,助力打造“建行惠懂你”智慧税服“样板间”,在电子税务端嵌入并实现“建行惠懂你”精准测算等金融功能,同时在“建行惠懂你”平台上增设办税、查询等政务功能,实现政务与金融服务的互联互通,让小微企业享受“1+1>2”的便捷服务。

服务农村农民,湖南农业发展投资集团——

打造优质农业品牌

本报记者 吴 娜

湖南省宜章县是革命老区,农业是传统产业。过去,农产品结构单一、产量有限、市场开拓难。2021年,湖南农业发展投资集团主动联络村集体,与竹渚村集体合资成立宜章县农丰科技服务有限公司,以产业为抓手,以保障粮食安全为切入点,打造水稻油菜轮作示范基地,每年为村集体经济保底创收15万元,同时大力完善道路、水渠等基础设施,为村民生产生活提供了便利。

这是湖南农业发展投资集团推动现代农业品牌建设、服务乡村振兴的一个缩影。近年来,集团发挥湖南省属唯一国有大型农业企业的使命担当,力争让“中国饭碗”里装满“品牌粮”,让“中国饭碗”上摆满品牌农产品。

聚焦粮食安全,湖南农业发展投资集团打造优质粮食品牌,获批全国第一批实施优质粮食工程“中国好粮油”示范企业,是中南地区粮油产品主要供应商、国家畜禽种业大型企业,也是目前

省级储备粮唯一承储企业,聚焦粮、油、肉、乳、休闲食品等基本民生方向,建立从田间到餐桌的全过程可溯源体系。

围绕提升全民营养健康、优化国民膳食结构的目标,湖南农业发展投资集团深耕粮油肉食品主链,积极推进科技与产业紧密结合,聚焦“粮食、生猪芯片”,推动种业重点攻关,相继推出“金健”“新五丰U鲜”“裕湘”“林之神”“金霞”“银光”“中意”等品牌,使消费者“米袋子”扎得更紧、“肉盘子”端得更稳、“菜篮子”拎得更好。

引入活水,擦亮“农业大品牌”金字招牌。近年来,湖南农业发展投资集团积极参与体育、教育等系统的赛事赞助和活动协办,累计捐赠1000多万元物资助力多地抗疫。同时,顺应新消费趋势,与消费者搭建多元沟通平台,通过“直播+路演+推介会”的组合形式,联动线上线下,建立品牌与消费者的互动链接,激发集团品牌全渠道销量增长。

数智引领创新,冠珠瓷砖——

科技构建美好人居

本报记者 宋静思

推动经济高质量发展,冠珠瓷砖致力于发展成为中国瓷砖民族品牌代表,通过建设数字化智能工厂,突破行业“高能耗、低效率”制约,率先实现企业高质量转型升级,为建陶行业清洁生产、智能制造树立了标杆;并将传统文化、品牌文化、美好人居的需求相结合,在市场上掀起新风尚。

科技创新,数智赋能产业升级。冠珠瓷砖作为一家拥有30年发展历史的瓷砖品牌,始终紧跟时代步伐,积极响应国家绿色低碳、自主创新的高质量发展号召,建立中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地,与航天云网合作建立建筑陶瓷行业首个“智能制造+工业互联网+智慧园区”示范工厂,推动行业智能化发展。同时,建设“新明珠当代陶瓷研究院”“博士工作站”以及多个省级研发技术中心和工程中心,并联合中国地质大学等高校进行产学研合作,探索陶瓷领域前沿技术。

文化自信,打造美好人居新体验。基于工业互联网平台,冠珠瓷砖采用5G通信、数字孪生、大数据、人工智能、商业智能辅助决策等技术,打造智能化的生产流水线,用数字化覆盖生产、质检、市场等制造链路。同时,冠珠瓷砖以陶瓷本质溯源为根,创新性地将千年文化融入瓷砖设计,打造了冠珠“窑宝龙脉”“敦煌印象”“漫步巴蜀”系列产品,把一立方瓷砂土矿变成一块精美的陶瓷艺术品。

美好交付,让用户所见即所得。冠珠瓷砖以“美好交付”为宗旨,通过“产品+设计+体验+服务+数字化”品牌运营模式,为消费者提供“从工厂到家”的沉浸式家居体验。2019年,冠珠推出行业首个自主研发闭环新零售系统——“明珠家世界”数字系统,推动全链路数字化、智能化转型,实现家居设计装修“所想即所见,所见即所得”一站式服务,并于2021年获工信部“信息消费产品创新奖”。

2022中国品牌论坛

汇聚智慧力量 建设品牌强国



推进精益管理,华侨城集团——

持续擦亮企业品牌

本报记者 王 洲

今年11月11日,华侨城集团迎来成立37周年。多年深耕,华侨城形成以文化、旅游、房地产、电子科技为主业的发展格局,培育了欢乐谷、康佳、天鹅堡、纯水岸、欢乐海岸、玛雅海滩等一批行业领先品牌和项目。近年来,华侨城集团全面推进精益管理,从产品供给、质量管控等方面加强品牌建设,持续擦亮品牌,努力加快建设世界一流企业。

华侨城坚定文化自信,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,实现供需精准对接。北京欢乐谷携手《大闹天宫》《哪吒闹海》等经典IP举办国潮文化节,为广市民和游客提供了丰富的文化休闲菜单。据介绍,今年以来,北京欢乐谷游客重游率高达82%,暑期营业收入较去年同期增长10%,北京欢乐谷入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

此外,华侨城在参与城市建设的过程中,也在持续推动数字化转型,推出

“智慧工厂”“透明工地”等创新做法。在深圳华侨城四海华亭·龙胜云坊项目现场,施工人员通过人脸识别进入闸机后,工种、施工时长等数据即集成至数据监管中心;自动监测平台全天候监测工地基坑支护、水位、土压力等,辅助基坑安全管理。现场监理人员表示,项目管理信息覆盖程度由传统纸质模式的不足50%提升至超过95%。

通过精益管理,华侨城推动降本增效,拓宽发展空间。今年4月,位于重庆两江新区的重庆华侨城运动生活公园正式向市民开放。公园将自然地貌与现代运动有机结合,结合现场高差推动设计和建设,避免大规模土方开挖和回填,最大程度保留原始植被和生态景观。项目在开发过程中开展全要素成本管理,不仅实现了资源循环利用、降低了资源能耗,也帮助企业在坚持高品质供给的基础上降低了成本,取得了良好的经济、社会和生态效益。

矢志创新发展,中联重科——

积极贡献科技力量

本报记者 曹树林

融合工业与生态之美的厂房宽敞明亮、整洁一新,AGV全自动机器人、RGV有轨输送小车,切割、焊接、涂胶机器人等各类“工友”在各个工序自动、智能地工作,每6分钟下线一台塔机,充满了科技范儿。这是中联智慧产业城挖掘机械园区的日常生产图景,是中联重科打造“面向未来、引领20年”的世界级灯塔工厂的一个缩影。

进入智能互联时代,工业互联网、大数据、人工智能、5G等与装备制造深度融合。中联重科加速以智能制造带动企业生产制造的全面升级,8个全球领先的灯塔工厂,300余条智能产线,全域覆盖5G、首创行业20条“黑灯产线”,一座承载中联重科“思想构筑未来”品牌理念的“智慧之城”正呼之欲出。

中联重科秉持“技术是根,产品是本”的理念,依托全球十大研发中心、八大国家级创新平台和企业二级研发平台,成功研制了全球最长101米碳纤维

臂架混凝土泵车、国内首台3200吨履带式起重机、全球最大12000吨米上回转塔机等一大批世界级标志性产品。

2022年6月30日,由中联重科研制的当时全球最大吨位也是智能化程度最高的全地面起重机批量交付。近年来,中联重科聚焦智能化、数字化、绿色化变革,勇闯科技创新“无人区”,持续引领行业技术创新。以“产品4.0工程”为牵引,中联重科已诞生400余款智能化产品,50多万台各类智能设备服务全球各地,100亿小时的工业大数据汇聚于中联重科工业互联网平台,实现“产品在网上,数据在云上,市场在掌上”。

中联重科先后参与制定国家和行业标准500余项,主导和参与制修订国际标准19项、发布9项,包括我国工程机械行业第一个国际标准、起重机行业第一个国际标准、混凝土泵送机械行业第一个国际标准,提升了中国工程机械在国际市场规则制定方面的权威。

坚持科技创新,鸿星尔克——

树立国产品牌形象

本报记者 庄俊亭

品牌是企业实力与口碑的集中反映,国产品牌要进入全球市场与世界品牌竞争,需要树立更优更强的品牌形象,提高品牌影响力和认知度。

坚持科技创新,助推品牌发展。鸿星尔克自成立之初即明确提出“科技领跑”的策略。作为一个成立22年的国产运动品牌,始终立足于体育用品行业,以创新引领消费升级,塑造品牌发展新优势。

近年来,鸿星尔克更是坚定“科技新国货”策略,秉持工匠精神,重视科技创新,成立了行业内第一家CNAS(中国合格评定国家认可委员会)国家级认证的鞋服检测机构,还与国家权威机构合作建立“极克未来实验室”,展现国产运动品牌的科技硬实力。

独创科技平台,服务中国跑者。国内跑者群体不断壮大,鸿星尔克及时了解跑者的需求,持续研发真正满足中国跑者的产品。创新适合大众跑者的弱

弹科技,推出天弓跑鞋等产品;适合进阶跑者的奇弹科技,推出奇弹4.0及4.0pro系列;服务专业跑者、精英跑者,推出绝尘、极风SP以及即将上线的正境1.0。鸿星尔克以技术与产品创新构筑起跑鞋产品矩阵,开启品牌进化之路,向世界展现中国品牌的科技硬实力。

厚植文化底蕴,深挖品牌内涵。品牌强国,文化兴邦,中国品牌不仅是产品的缔造者,更是文化的传播者。鸿星尔克继承发扬中华优秀传统文化,与国家京剧院、中国航天、河南博物院等进行深度合作。近日,鸿星尔克推出新年限定——无双系列,将中华优秀传统文化融入产品设计,构建东方流行美学。

未来,鸿星尔克将继续致力技术与产品创新,以“科技+文化”驱动企业高质量发展,创造更大的品牌价值,持续为消费者提供优质产品,为实现“全球领先的运动品牌”目标提升竞争力。

图①:冠珠“4.0能效标杆数智时代”岩板双层窑炉。
图②:中联智慧产业城土方机械园灯塔工厂内景。
图③:华侨城深圳欢乐港湾夜景。

冠珠瓷砖供图
中联重科供图
华侨城集团供图

本版责编:程聚新 杨笑雨
版式设计:汪哲平