

中国石化——

# 提升管理水平 打造卓越品牌

本报记者 王洲

今年是中国石化成立40周年。40年来,中国石化着力加强品牌引领。在全球低碳能源行动中,企业以“软硬实力皆位居行业前列的世界领先品牌”为目标,持续推进品牌常识、意识、共识建设,持续推动建立“集团统筹谋划,事业部、专业公司协同推进,直属单位组织实施”的品牌运营机制。

品牌力量植根于品牌管理水平。2020年,中国石化发布了全新品牌主张和品牌口号,围绕“能源至净、生活至美”品牌承诺,讲好中国石化为全球民众带来美好生活的绿色低碳发展故事。近年来,中国石化探索形成独具特色的品牌架构,“中国石化品牌架构管理实践”被国务院国资委评为中央企业品牌建设最佳实践。

中国石化将满足大众需求贯穿到打造卓越品质、加快创新驱动、履行社会责任、培育特色文化、完善公司治理全过程。40年来,企业成果遍布多个领域:建立涵盖“制储运加用研”氢能全产业链条,成为全球建设和运营加氢站最多的企业;超分子量聚乙烯纤维助力港珠澳大桥接头

安装;自主研发生产的碳纤维成功应用于北京冬奥会火炬“飞扬”……

海外业务遍布全球,中国石化十分关注品牌国际化进程,在油气和炼化投资、国际贸易、石油工程和炼化工程服务等各个领域开展广泛的国际能源合作。在“一带一路”沿线17个国家执行油气勘探开发项目31个,累计权益产量3.64亿吨油当量;中国石化和沙特阿美公司合资的延布炼厂成为中沙合作典范,累计提供1.29亿吨清洁油品。

在油气和新能源领域,加快探索构建新型能源体系;在炼油领域,塑造清洁优质绿色油品生产形象;在化工和材料领域,为客户提供最佳解决方案;在油品销售领域,推动向“油气氢电服”综合服务商转型;在资本金融领域,聚焦服务国家战略、服务实体经济、服务主业发展,打造具有央企特点、石化特色的资本金融新模式……立足当下,放眼未来,中国石化将进一步为客户提供更优质的品牌体验,打造立得住、传得开、叫得响的卓越品牌。



中国品牌日 CHINA BRAND DAY

# 抢抓机遇

# 推进品牌建设

中国人寿——

# 优化金融服务 助力农业发展

本报记者 庄俊亭

加快建设农业强国是党的二十大报告提出的重大决策部署。作为金融央企,中国人寿始终心怀“国之大者”,通过服务、产品、模式等多维度创新,为现代农业发展和乡村振兴做好金融服务,助力农业强国建设。

优化服务创新,拓展保障范围。中国人寿聚焦农业农村重点领域,不仅持续通过提质扩面“政策性保险+商业保险”,积极落实大病保险、医疗救助对脱贫群众的优惠政策,有效提升农民人身险保障水平,还不断拓展农作物承保面与保障水平,发挥农业保险“稳定器”作用。2022年,公司三大主粮作物完全成本保险和种植收入保险试点累计承保460余万户次,承保面积4600余万亩。

细化产品创新,彰显区域特色。2022年,中国人寿集团旗下寿险公司新开发推广“国寿乡村振兴团体定期寿险”“国寿乡村振兴团体综合意外伤害保险”等13款乡村振兴专属系列产品;财险公司创新推出林业碳汇指数保险、海洋碳汇指

数保险、贝类碳汇指数保险等,目前农险在售产品达2500余款;广发银行为各地特色涉农产业开发针对性专案产品,截至2022年底,累计制定涉农专案产品近60个。

深化模式创新,坚持科技赋能。近年来,“保险+期货”模式成为帮助农户更好应对市场价格风险的有效手段。截至2022年底,财险公司“保险+期货”已覆盖25个省份,涉及玉米、白糖、大豆、棉花等多个品种。与此同时,中国人寿全面加快农业保险科技战略部署与深度应用,通过“国寿i农飞”无人机管理平台、“国寿i农图”农险GIS系统,逐步实现种植险地块精确承保、理赔,并在理赔过程中引入生物智能识别技术,解决人工鉴别难、传统查勘时间长等问题。

中国人寿集团党委书记、董事长白涛表示,公司将完善以“保险+投资+银行”为核心的“一揽子推进乡村振兴”长效机制,为加快农业强国建设、建设宜居宜业和美乡村作出新贡献。

中兴通讯——

# 加强技术创新 筑牢发展根基

本报记者 吴娜

在吉林白城,中兴通讯针对盐碱地改良、土壤灌溉、智慧种植等开展“大安盐碱地5G专网智慧农业项目”,以低成本、高效、绿色的方式提高农作物的产量和品质;在广东广州,中兴通讯助力广州移动为地铁装上“智慧大脑”,实现了5G智慧车站、5G车地通信、5G数字化隧道等多个场景应用;在四川成都,中兴通讯携手中国移动发布了全球首个“大熊猫保护5G消息应用”,助力以熊猫为代表的生物多样性保护和栖息地的可持续发展……

中兴通讯自1985年成立以来,伴随中国通信产业完成了从“1G空白、2G跟随、3G突破”到“4G同步、5G引领”的跨越式发展,成为全球领先的综合通信信息解决方案提供商。

在完善新型基础设施、夯实数字中国发展底座方面,中兴通讯聚焦构建“极简基础设施”和“智能高效运营”,助力运营商建“好”网,提升网络效率和资源变现。对于算力产品及方案创新,中兴通讯则聚焦强化算法、架构创新,突破技术

瓶颈,实现算网和云网能力的同步发展。

在深化行业数字化融合应用方面,中兴通讯于去年推出行业数字化转型的利器——“数字星云”,依托“数字星云”建设企业数字平台,为行业客户提供灵活、便捷、高效的云网融合定制方案。目前,基于“5G+数字星云”的架构,中兴通讯在工业、冶金钢铁、交通、矿山、数字城市、文旅、媒体等15个行业发展超过500家合作伙伴,实现了百余项数字化转型的创新应用。

在协同开放创新、筑牢产业根基方面,中兴通讯还始终致力于发挥引领作用,通过创新联合体等形式,与产业链上下游企业贯通配合,协同推动数字中国建设。

作为“数字经济筑路者”,中兴通讯将积极把握5G、新基建、东数西算等重大机遇,致力于构建更快捷的链接、赋能更高效的生产、打造更绿色的产品、创造更美好的生活,与全行业携手同行,共同谱写数字中国建设新华章。

中国农业银行——

# 金融科技赋能 服务乡村振兴

本报记者 曹树林

“通过一部手机就能申请贷款和自助还款,快速满足我们的资金需求,真是太便利了。”提到中国农业银行“惠农e贷”,很多农户为其点赞。“惠农e贷”是农业银行为广大农民量身打造的便捷高效线上贷款产品,它以农户信用信息为基础,依托自主研发平台,能够批量化为农户办理线上融资业务。该模式实行整村推进、批量受理、批量办贷,支持种植养殖、生产加工、商贸流通、乡村旅游、绿色康养等各种业态,有效服务农户生产经营。

推动农户融入现代农业生产经营体系,有助于促进农业高质量发展、农民富裕富足。农业银行在全国范围内创新推广“金融科技+农户信贷”的“惠农e贷”模式,就是为了让更多农民贷得到、贷得快、用得好、少跑腿。

在此基础上,农业银行研发全新惠农平台,支持移动调查、自动审批、掌银办贷、智能风控等功能模块,打造智慧信贷系统。此外,农业银行还将“惠农e贷”服务应用到村集体“三资”管理、农户生产经营、生活消费等特色场景中,着力扩大产品

服务触达面。

畜牧业是关系国计民生的重要产业,也是我国农业农村经济发展的重要支柱。长期以来,农业银行积极创新金融产品和服务工具手段,帮助破解困扰畜牧业经营主体的担保难、融资难问题。

农业银行积极探索物联网、大数据、云计算、人工智能等现代信息技术在畜牧产业中的应用,自主创新具有完全知识产权的“智慧畜牧场景”,研发推出“智慧畜牧贷”特色信贷产品。“智慧畜牧场景”是利用电子耳标、智能项圈、电子围栏、生物识别等物联网终端设备和相关AI技术,采集实时数据在线监测。农业银行信贷管理系统与“智慧畜牧场景”平台实现交互,便于银行进行设押、估值、登记等。

通过将“智慧畜牧场景”平台与“智慧畜牧贷”紧密联结,农业银行创新形成“场景+信贷”金融服务模式。截至目前,农业银行“智慧畜牧场景”平台服务客户超3200户,在全国近30家一级分行落地应用,智慧畜牧贷款余额超过100亿元。

南方电网——

# 援建乡村书屋 改善阅读环境

本报记者 温素威

“受限于软硬件阅读环境,乡村儿童课外阅读面偏狭窄。”广西壮族自治区河池市东兰县坡峨小学教师谭美英对乡村儿童阅读状况深有感触。

高质量的乡村教育是乡村振兴的关键。党的二十大报告提出,加快义务教育优质均衡发展和城乡一体化。“十四五”期间,南方电网公司携手中国乡村发展基金会,计划在广东、广西、云南、贵州、海南等省份的脱贫地区,援建300间“南网知行书屋”;书屋以体系化的硬件为载体,改善阅读软环境,助力巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。

为建好、管好、用好书屋,南方电网公司组建专业设计团队对书屋进行设计;“南网知行书屋”项目还成立了书单研制工作小组,研发适合乡村小学生阅读的高质量书单。书单研制工作小组的专家包括长期专注于研究儿童阅读领域的研究人员、教育专家、出版从业者和阅读推广人,来自教

学一线的教师代表。项目组结合孩子们的心愿研制书单,平均为每间“南网知行书屋”配备大约4000册书籍,包括文学类读物、知识类读物、综合类读物等。

“一到放学时间,书屋就成了孩子们最愿去的地方。”贵州省紫云苗族布依族自治县洛麦小学校长任启焱说:“‘南网知行书屋’的建立,让留守儿童多了阅读空间,丰富了孩子们的精神生活。”

为进一步探索适应乡村学校的数字化教学模式,“南网知行书屋”广泛运用数字化手段,研发具备远程教学、同步课堂等功能的多媒体教学系统,邀请各地名师、演讲团“走进”书屋,组织有助于教师能力提升与学生知识拓展的课堂。

据统计,“南网知行书屋”项目自2019年发起以来,已建成书屋260间,上架100余万册图书,投入1500多件电子设备等,惠及5个省份的40个县(市、区),受益人数23万,现有书屋平均每周使用时间超过20个课时。

西凤集团——

# 坚守品质承诺 丰富品牌内涵

本报记者 周小苑

品牌是高质量发展的象征。近年来,西凤集团深入贯彻高端化战略,加强品牌管理、规范条码使用、梳理年份标识,继续巩固、塑造、丰富产品体系;坚定实施“三品联动”策略,全面深化终端配额机制,通过红西凤、红盖老绿瓶等产品引领,带动中高端产品全线突破;坚定不移聚焦“中国红·红西凤”品牌形象打造,升级红西凤专属品牌。

品质是品牌发展的基石。2022年,西凤集团全面提升优质产能,筑牢品质根基。3万吨优质基酒和3万吨凤型大曲项目产能全面释放,全年新产基酒优等品率突破70%,新产大曲优等品率突破90%,产质双标均达到历史最高水平。

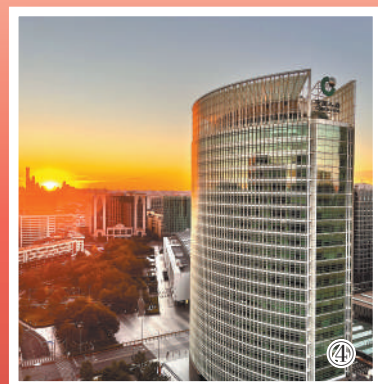
创新是品牌发展的“活力之源”。西凤集团积极推动企业数字化、绿色化协同转型发展。

一方面,大力推进创新技术应用,利用数字技术对现有的业务格局进行改造和提升。智能收酒勾酒管网系统投入使用,酿酒机器人、智能运输机

器人等智能化设备实现规模化应用。2022年,白酒数字化工厂项目顺利通过验收,成为陕西省首个人选国家智能制造的食品工业项目。

另一方面,大力推进可持续发展,将数字化转型与绿色低碳转型深度融合。在绿色低碳发展方面,西凤集团积极引入清洁蒸汽,实现生产过程二氧化碳零排放。优质凤香型酿酒车间引入太阳能光伏发电照明、雾化喷淋装置以及三级沉淀池循环水利用等绿色建造装置和方式,实现绿色低碳发展。在节能减排方面,西凤集团不断对厂区生产设备进行更新升级,通过改进原有用水冷却工艺,将制酒水循环冷却系统更新为高效风冷设备,实现制酒生产冷却用水循环重复利用,每年可节约生产用水约85万吨。

未来,西凤集团将继续坚定高端化战略不动摇,在巩固现有品牌和产品定位的基础上,持续拓展产品布局、丰富品牌内涵,为高质量发展蓄势赋能。



图①:中兴通讯总部大楼。  
图②:中国农业银行员工为农民提供“惠农e贷”产品服务。  
图③:中国石化“深地一号”跃进3—SXC井。  
图④:中国人寿中心大楼。  
图⑤:小朋友在“南网知行书屋”阅读。  
图⑥:西凤酒自动装瓶设备。

本版图片均为资料图片  
版式设计:沈亦伶