

深化互联互通 促进共同发展

贵州茅台 丰富文化内涵 提升品牌价值

本报记者 黄娟

过去,每逢重阳节,贵州茅台酒厂的工人就会从碧波荡漾的赤水河中挑水,用于新一轮白酒的下沙生产。如今,肩挑背扛的传统方式已不再采用,但“重阳下沙”这项传统酿造工艺被完整地保留下来,传承至今。

近日,2023“一带一路”媒体合作论坛联合采访团走进贵州茅台,实地参观茅台制酒车间和包装车间,了解悠久的中国白酒酿造工艺。

“天与秋光,云随雁长。绿杯新酒,惟兹重阳……”在抑扬顿挫的诵读声中,贵州茅台癸卯年(2023)茅台酒节如期举行。这一活动已经连续20年在重阳节举办。从“人、文、物、艺、礼、节、史、器、哲”九大系列的深化,到“茅台美学”体系的构建,“文化”已经成为茅台高质量发展发展的关键战略。

依托顶层设计,茅台不断推进文化体系建设。向内,茅台进行文化赋能,构建企业文化体系,以质量文化夯实酒企主业,以绿色理念引领转型升级,以创新思维推动改革发展;向外,茅台进行文化传递,输出品牌魅力,以环境、社会及治理(ESG)理念践行国企担当,以

开放思维走向世界舞台。

近年来,茅台打造了丰富的二十四节气文化IP,围绕中国传统节气文化、福文化、喜文化等元素,赋予产品特定的文化内涵,实现了用文化赋能企业高质量发展。

1951年贵州茅台酒厂建立后,茅台酒就开始进入国际市场。今天,茅台在海外的经销商达到100余家,覆盖64个国家和地区,年销售额超40亿元,茅台品牌价值持续攀升。如今,茅台有了更高的目标——以文化为载体打造世界级品牌。

为此,茅台积极布局全球,将触角伸向海外市场。2015年以来,茅台积极融入共建“一带一路”倡议,开展品牌文化传播交流活动,亮相国际平台,助推茅台品牌国际化,打造香飘世界的“文化名片”。

茅台集团党委书记、董事长丁雄军介绍,茅台作为中国民族工业品牌的代表之一,要坚定不移走品牌兴业、品牌强国的道路,以美为内核,以美为方向,不断丰富茅台品牌“美”的表达,努力向世界展示中国品牌的美学魅力和时代活力。

海信集团

深耕本土需求 带动产业升级

本报记者 喻思南

日前,2023“一带一路”媒体合作论坛欧亚主流媒体考察团走进山东青岛海信集团。“通过引入航空级高科技材料,我们解决了卷曲屏的柔性要求与刚性要求难以兼顾的难题。”在企业展厅一台屏幕可卷曲的激光电视前,工作人员介绍。

可卷曲激光电视旁,是海信新研发的壁画电视。工作人员介绍,这款电视采用了一体式壁画设计,超薄贴墙,平时可以当壁画装饰家居。

10年来,海信积极践行共建“一带一路”倡议,与共建“一带一路”国家经贸合作紧密,全球化布局持续加速。

比如,在南非,海信在冰箱冷藏室植入冰水盒并在冰箱外设置接水装置,满足当地消费者喝冷饮的需求。通过精准把握本土化需求,海信让当地消费者享受到更高品质的生活。

“过去,我们向南非消费者推荐海信产品

时,很多人表示没听过这个品牌,现在我们已经成为当地消费者的主流选择之一。”海信国际营销公司中东非市场副总监胡鹏说。

海信出海,不但带去了产品,还带去了技术,培养了工人,为当地带来新机遇。海信国际营销公司总裁方雪玉介绍,今年9月,海信在塞尔维亚投资建设的冰冷工厂新厂房举行竣工和运营仪式,未来3年将陆续为当地提供上千个就业岗位。同月,海信在乌兹别克斯坦塔什干大学成立暖通学院,依托海信多联机中央空调产品的研发、制造、服务等优势,面向中亚五国招生,培养技术、销售、服务等方面的人才,助力提升当地暖通行业水平。

目前,在共建“一带一路”国家中,海信业务已覆盖126个国家,并设有3个研发中心,10个工业园及生产基地,提供大量就业岗位,带动当地制造业和配套产业升级。

家电产品走出去的同时,近年来,海信还推动更多技术和解决方案落地共建“一带一路”国家,智能交通技术在埃塞俄比亚的落地就是其中之一。

据了解,从去年初签约首个智能交通项目——埃塞俄比亚智慧公交项目至今,海信又接连承接了埃塞俄比亚智慧高速、信号系统项目,以及老挝可持续交通项目。

方雪玉说,未来,企业将继续努力,为共建“一带一路”高质量发展作出更大贡献。



图①:山东青岛东方影都影视产业园全景。 青岛东方影都影视产业园供图

图②:埃塞俄比亚一个疫苗接种站内,小朋友们围观海尔太阳能疫苗冰箱。 海尔集团供图

图③:贵州茅台举办的泰国品鉴晚宴。 贵州茅台供图

图④:海信视像科技股份有限公司青岛基地,工人在赶制外贸订单。 新华社记者 李紫恒摄

图⑤:拥有120年历史的青岛啤酒厂。 青岛啤酒供图

版式设计:沈亦伶

山东青岛西海岸新区

抢抓共建机遇 提升服务能力

本报记者 侯琳良

不久前,印尼KCI航线首航船舶“德翔蒙德拉”轮顺利靠泊山东港口青岛港,标志着青岛港再添“一带一路”新航线。至此,青岛港累计开通“一带一路”集装箱航线已达80余条。

“随着航线的不断增加,我们出口市场中有70多个都面向共建‘一带一路’国家。”青岛兴邦电器集团有限公司销售总监薛孝田说,今年前三季度公司对共建“一带一路”国家出口额达3.9亿元,同比超70%。

近日,2023“一带一路”媒体合作论坛欧亚主流媒体考察团来到山东青岛西海岸新区,探访新区抢抓共建“一带一路”机遇的做法。青岛西海岸新区创新建立青岛自贸片区、青岛海关、山东港口青岛港多方参与的“区关港”联动机制,设立“区关港”联合研究中心,“区关港”联合创新实验室,加强制度创新,提升港航综合服务能力,打造口岸便利化营商环境。

27.8吨香干从阿富汗启运,经巴基斯坦中转后抵达青岛港,只需30分钟便可在青岛海关完成查验手续。“通过‘关港通’口岸智慧查验平台即可申请鲜活易腐食品的预约查验、优先查验,大大提高效率。”青岛凯特瑞丰农贸有限公司总

经理刘月梅说。

据介绍,“关港通”口岸智慧查验平台将原先企业委托、港口调箱、海关查验的线下串联作业,优化为海关、港口同时为企业服务的线上并联作业,整体提高口岸信息流转、物流调度、码头作业效率。平台上线3年来,已累计完成23.2万票、56.2万箱货物查验,将制度创新红利直接传导给进出口企业。

在“区关港”的紧密联动下,青岛西海岸新区相继推出50多项创新成果,其中,获省级及以上复制推广的有24项。

制度创新赋能之外,青岛西海岸新区在更大范围、更广领域、更深层次持续推进向海开放。开通青岛自贸片区中欧班列·中德商通专列,中欧班列终点站直接延伸至“家门口”;搭建中国轮胎汽配全球海外仓,企业交货效率提高66%;打造集跨境电商、一般贸易、海运国际快件等功能为一体的综合性口岸……

据统计,今年1至8月,青岛西海岸新区与共建“一带一路”国家进出口值达1440亿元,吸引共建“一带一路”国家外商投资项目24个。

海尔集团

推进科技创新 拓展全球市场

本报记者 任飞帆

早上8点,乌干达坎帕拉姆波马村第二卫生所一天的疫苗接种工作开始了。仅5分钟,莎米娅就为小女儿完成了脊髓灰质炎等4剂疫苗的接种。在乌干达,停电是常有的事。断电导致的冰箱温度变化会让疫苗失效。莎米娅另外的几个孩子时常因疫苗短缺而放弃接种。

情况在2022年得到了改善。这一年,海尔带着太阳能疫苗冰箱来到这里。借助自主研发的太阳能直驱制冷技术,疫苗冰箱不需要外接电网,通过太阳能板就可供电,即插即用。即使在43℃环境下,也可以提供恒定的冷藏温度。如今,海尔太阳能疫苗冰箱已进入包含“一带一路”合作伙伴的78个国家和地区,每年服务4500多万名儿童接种疫苗。

自主研发的科技是推动海尔集团深耕海外的关键力量,也让海尔成为一张闪耀的中国科技名片。

开放式创新平台是海尔满足全球市场不同区域本土化需求的支撑。海尔在全球构建了“10+N”开放式创新生态体系,“10”代表十大研发中心,“N”代表N个创新中心和网络,链接超过20万名专家,汇集全球一流资源。以用户为中心,海尔通过联动“10+N”的创新触点,共同推动技术专利化、专利标准化、标准国际化。

今年5月,海尔在哈萨克斯坦阿拉木图市设立海尔中亚有限公司。“海尔电器质量过硬、外观好看,性价比很高,我身边的朋友都喜欢买这个品牌。”2023“一带一路”媒体合作论坛欧亚主流媒体考察团中的哈萨克斯坦《新闻报》总编辑瓦列里·苏尔加诺夫说。他在青岛海尔科创生态园

生态体验中心沉浸式感受了智能家电、智慧场景后,为海尔竖起了大拇指。

目前,海尔在全球拥有35个工业园、138个



制造中心和23万个营销网络。比如,在中东非打造了支持阿拉伯语言的智慧家庭场景;在亚洲、欧洲、大洋洲,均研发了适应当地用户习惯的线上平台。

海尔还持续输出中国高端化、智能化、绿色化的先进制造业经验,带动当地产业链全面升级。海尔埃及生态园依托数字孪生技术,将建成智能化、数字化、柔性化的生态园区,带动当地家电全产业链智能升级及制造业管理人才的培养。



青岛啤酒

铸牢质量根基 持续谋新谋实

本报记者 李安琪

前不久,2023“一带一路”媒体合作论坛欧亚主流媒体考察团来到山东青岛,走进位于登州路56号的青岛啤酒博物馆,了解青岛啤酒百年历史文化。

“来到这里,我理解了青岛作为‘啤酒之城’的魅力与活力。”吉尔吉斯斯坦《比什凯克晚报》第一副总编辑妮娜·尼奇博洛娃说。考察团成员置身于青岛啤酒的老厂房内,了解啤酒酿造工艺、中国啤酒工业及青岛啤酒的发展史,在趣味盎然的互动中体会青岛独特的城市文化。

商标上的建筑是什么?啤酒原料产地在哪里?单锅产量多少?……尼奇博洛娃听着讲解,不时提问。尼奇博洛娃说,希望以后与家人一同再来参观,“这座博物馆将百年历史底蕴与现代时尚元素相结合,置身其中犹如穿越古今,对不同年龄段的游客都有吸引力,令我印象深刻。”

今年是青岛啤酒成立120周年。一直以来,青岛啤酒坚持铸牢质量根基,持续创新品牌,推

动国际化传播,目前已销往120个国家和地区,构建了以欧洲、北美、东南亚为主,覆盖共建“一带一路”国家的布局,塑造中国“质造”在国际市场的高端形象,树立中国品牌高质量走出去的典范。今日哈萨克斯坦通讯社社长兼总编辑铁木尔·库瓦托夫表示,青岛啤酒在哈萨克斯坦进口的亚洲啤酒品牌中销量常年靠前,颇受哈萨克斯坦人民喜爱。“在哈萨克斯坦,吃中国菜、喝青岛啤酒成为一种新流行。”库瓦托夫说。

从年产量1200吨的地方性啤酒小厂,到年产量800多万吨的全国性啤酒集团,再到远销120个国家和地区、连接数十亿消费者的世界级啤酒品牌,青岛啤酒见证了中国啤酒行业从有到大、从大到优、从优到精、从精到强的过程。

未来,青岛啤酒将以谋新谋实的攀登者姿态,持续向上生长、向新而行,扎根实业、做优主业,坚持创新驱动企业高质量发展,加快创建世界一流企业,持续推动产业升级,增强中国啤酒行业的全球竞争力。

