

深耕主业,培育核心竞争力

中国移动通信集团有限公司党组书记、总经理 董昕

中国移动以品牌建设提高核心竞争力,深入实施品牌引领行动,系统构建战略品牌体系,公司品牌价值超3100亿元,在全球运营商中排在前列。面向未来,中国移动将创建走在世界前列的卓越品牌。

一是深耕主责主业,提高品牌引领力。巩固5G和千兆宽带“双千兆”优势,增强多元算力供给能力,推出国家级、产业级能力中台,打造一流算网基础设施。提供全场景、多形态、跨领域的数智服务,赋能生产方式、生活方式、治理方式的数智化转型,创建一流信息服务体系。完善全球“路、站、岛”布局,推动优质产品“走出去”,讲好中国企业品牌故事。

二是强化科技赋能,提高品牌含金量。强化国家战略科技力量,面向算力

网络、能力中台、人工智能、6G、大数据等领域,推进实施“BASIC6”科创计划,助力高水平科技自立自强,提升国际影响力和话语权。深化“一体五环”科创布局,打造科技攻关重地、原创技术策源地、科技人才高地。发挥链长引领带动作用,升级“十百千万”合作伙伴计划,推动产业融通发展,助力构建现代化产业体系。

三是履行社会责任,提高品牌美誉度。保障网络信息安全,服务区域协调发展,支撑共建“一带一路”,推进数智乡村振兴,赋能碳达峰碳中和,彰显有实力、敢担当、讲情怀、可信赖的央企“高品质”形象。促进信息消费升级,为客户提供丰富多彩的品牌体验,打造“高品质”内涵。构建“心级服务”工作体系,塑造“高品质”口碑。

坚持走绿色低碳发展新路

中国建筑集团有限公司党组书记、总经理 张兆祥

新时代新征程,中建集团增强创新这个第一动力,擦亮中国建筑品牌的创新底色,助力中国式现代化。

中建集团以战略创新塑造品牌优势,确定了“一创五强”战略目标,从价值创造力强、创新引领力强、品牌影响力强、国际竞争力强、文化软实力强五个方面,着力创建具有全球竞争力的世界一流企业,把科技创新、数字化转型、绿色低碳作为重要发展方向。成立中建科创、中建数科,着力布局战略新兴产业和未来产业,培育“专精特新”企业,打造原创技术策源地,发展新质生产力,锻造可持续发展竞争力。

中建集团以科技赋能引领行业发展。自主研发的“空中造楼机”可以为百米级超高层住宅至500米级以上摩天

大楼施工作业提供完整的解决方案;“零海拔屋”实现了超低能耗、智能控制等关键技术突破,让人们在高原上也能拥有平原居住体验;新型快速建造技术,在北京桦皮厂胡同8号楼老旧小区改造工程中成功应用,将房屋在工厂进行智能化预制,实现了像“造汽车一样建房子”……

此外,中建集团坚持绿色低碳发展,在成都中建滨湖设计总部,采用自主研发“光储直柔”技术,打造“零碳建筑”典范;在乌梁素海,创新生态修复治理施工模式,每年可减少100万立方米黄沙流入黄河;在文莱淡布隆跨海大桥,采用“不落地”建造工艺,解决了原始森林、沼泽湿地环境保护难题,成为推动绿色建造的生动实践。

自立自强争做行业引领者

中国核工业集团有限公司党组成员、副总经理 曹述栋

中核集团把推动品牌建设与打造核领域原创技术策源地、核工业现代产业链链长建设等重要任务紧密结合起来,筑牢核能品牌“压舱石”,以更经济、更有效、更可靠的方式集聚创新资源、主导产业形态、强化安全支撑。以科技自立自强助推高质量发展,四代核电高温气冷堆投入商业运行,我国快堆已经形成了完备的科研技术体系、新一代“人造太阳”等重大科技成果不断涌现,“热堆一快堆一聚变堆”核能“三步走”发展战略深入实施。

中核集团作为提供核能全产业链整体解决方案的企业集团,致力于成为国际核能发展的引领者,努力提升核能品牌含金量。明确品牌个性,厚植品牌

底蕴,把品牌文化建设摆在重要位置,推动品牌建设能力提升,不断培育核心竞争力、影响力,全力打造享誉全球的中国品牌。

与此同时,中核集团不断擦亮核能品牌“金名片”。加强正面宣传及核能科普,打造核强国战略实践者、核工业市场领导者、人类未来能源开拓者的品牌形象,提升品牌美誉度。持续扩大品牌影响力,提升品牌传播力,打造中核文化品牌周,以“核力无限 共创未来”为主题,让公众近距离感受核科技的神奇,也让中核品牌越来越有温度、有活力、有趣味。

未来,中核集团将传承弘扬“两弹一星”精神和“四个一切”核工业精神,以强核报国之志筑牢中国式现代化战略支撑。

绿色价值赋能可持续发展

国家电力投资集团有限公司党组成员、副总经理 陈海斌

国家电投将品牌建设作为企业改革发展的重大课题,统筹谋划,积极推动,在品牌战略统筹能力、工作体系化水平、管理效能、国际化程度等方面稳步推进。

以“创造绿色价值”为使命,勇当清洁能源综合开发的“排头兵”。截至2023年9月,国家电投清洁能源装机占比超70%。目前,清洁能源供暖装机已达317.6万千瓦,服务超101万人。助力荒漠化治理,目前已完成光伏治沙面积4.4万余亩。创新推出“雪炭N行动”,推动不同电源品种、应用场景深度耦合,在河南兰考率先打造全国首个集微风机、光伏车棚、储能、充电桩、放电桩为一体的村级综合智慧零碳电厂项目。

以“绿色开发、环境保护”为特色,助力“一带一路”共建国家能源结构清洁低

碳转型。截至2022年底,境外项目覆盖38个“一带一路”共建国家,境外清洁能源装机占比达65%。哈萨克斯坦札纳塔斯风电项目2021年投运后每年节约标准煤10.95万吨,减少二氧化碳排放量28.9万吨。沙特红海综合智慧能源项目发电侧为全清洁能源供电,每年可减少二氧化碳排放约56.7万吨,助力绿色可持续发展。

以讲好“绿色发展故事”为载体,让绿色成为国家电投品牌的底色。今年,在中国品牌博览会上隆重推出“国和一号”现代产业链展区,发布代表我国三代核电自主化标志性成果、国家科技重大专项“国和一号”品牌的IP形象。举办“绿动未来”媒体日,讲述绿色发展好故事。在官方微信上创建“国家电投品牌商店”,已入驻21个绿色能源产品和技术品牌。



品质提升锻造发展硬实力

中国通用技术(集团)控股有限责任公司党组书记、董事长 于旭波

通用技术集团是在先进制造与技术服务业、医药医疗健康、贸易与工程服务领域深耕多年的国有重要骨干企业,以科技进步和品质服务助力提升中国创造、中国质量和中国品牌的知名度、美誉度和影响力。

科技创新锻造发展硬实力。作为唯一以机床为主责主业的中央企业,通用技术集团把发展高端数控机床产业作为第一主业,加强技术创新和品牌创新的有效联动。通用技术集团将积极服务制造强国战略,不断提升企业品牌的科技成色和技术含量,着力塑造与企业规模体量、地位作用、发展愿景相匹配的一流品牌。

人民至上彰显中国质量“高境界”。作为以医药医疗健康为主业的中央企业,通用技术集团积极服务健康中国战略,致

力于为人民群众提供集预防、治疗、康复、养老于一体的高品质健康产品和医疗服务。通用技术集团将关注每个人各阶段身心健康的不同需求,打造以人为本的全业态、全方位、全生命周期医疗健康服务新生态。

世界共享助力中国品牌“走出去”。作为最早“走出去”的中国企业,通用技术集团引进先进技术装备服务中国经济建设,聚焦能源电力、轨道交通、汽车制造、医药医疗等重点领域,推动中国产品、中国技术、中国标准、中国品牌走向世界。新时代新征程,通用技术集团将更好服务高质量共建“一带一路”,在畅通国内国际双循环、推动绿色低碳循环发展方面勇担使命,深度参与互联互通和国际产能合作,助力全球经济社会发展

科技创新壮大企业影响力

中国黄金集团有限公司党委书记、董事长 卢进

作为我国黄金行业唯一一家中央企业,中国黄金集团强化品牌战略统筹能力,着力加强品牌管理和建设,向着建设影响力更大、竞争力更强的黄金品牌目标坚定前进。

聚焦关键领域,不断提升科技创新力。与中南大学、北京科技大学等一批知名高校建立了紧密合作关系,共建国家级科技创新中心和行业智库,开展顶尖技术人才、卓越工程师联合培养;科研攻关能力强,顺利推进国家创新工程;加速推进黄金行业原创技术策源地建设,自主设计建造的银粉全流程扩试线,有效保障了国产高端银粉原材料供应链安全稳定。

牢记“国之大者”,不断提升产业控制力。融入新发展格局,培育遍布全国4000

余家门店的黄金珠宝品牌“中国黄金”;不断深化改革攻坚,全面完成国企改革三年行动重点任务,深入实施国企改革深化提升行动;主动服务“一带一路”,在中亚、非洲投资并积极布局多个黄金生产基地。全面深化产业帮扶,依托重点项目,不断加大乡村振兴支持力度。

着眼人民福祉,不断提升安全支撑力。主动融入新一轮找矿突破战略行动,确保金、铜等战略性矿产资源牢牢掌握在自己手中,资源安全保障能力显著提升。助力实现“双碳”目标,在生态环境治理修复、应急抢险救灾等方面积极履行社会责任。防范化解重大风险,在着力推动解决一大批制约企业高质量发展问题的基础上,有效防范并化解资金风险、金融风险、法律风险。

厚植责任底色,点亮美好生活

中国南方电网有限责任公司党组书记、董事 刘启宏

南方电网以品牌强企助力品牌强国建设,推动“万家灯火 南网情深”的品牌形象走进千家万户,为推动高质量发展增添能源品牌亮色。

矢志点亮人民美好生活,厚植品牌“责任”底色。建成19条西电东送大通道,累计送电量超过3万亿千瓦时,实现更大范围、更高效资源配置。粤港澳大湾区供电可靠性达到世界先进水平。农村供电可靠率达到99.88%,实现充电基础设施乡镇全覆盖。

服务高水平科技自立自强,塑造品牌“创新”本色。先后建成多个特高压直流领域“世界第一”工程,昆柳龙直流工程创造了19项电力技术世界第一。研发世界首台兆瓦级漂浮式波浪能发电装置“南鲲号”,自主研发国内首款电力专用主控芯

片“伏羲”,发布国内首个电力物联操作系统电力鸿蒙OS。

赋能美丽中国建设,彰显品牌“绿色”成色。提出“数字电网”概念,深化数字化绿色化协同,推动新型电力系统和新型能源体系建设。南方电网服务保障的5省份新能源装机突破1亿千瓦,非化石能源装机占比59%,达到世界同等规模电网领先水平,清洁能源供给格局基本形成。每年投资超1200亿元建设数字电网,打造清洁能源链。

助力共建“一带一路”,推进澜湄区域能源电力合作,累计电力贸易电量超过700亿千瓦时。倡议发起澜湄国家、中日韩等区域性电力企业高峰会议机制,每年为澜湄区域培养数百名国际电力专业技术人才。

以“美”为核,展示时代活力

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司党委副书记、工会主席 高山

茅台集团坚定不移走“品牌兴业、品牌强国”之路,坚持以“美”为核,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。

以“质造”对标世界一流的核心竞争力,不断提升品牌附加值。作为中国白酒知名企业,茅台始终把做好产品作为永恒的使命,始终用心用情酿造好每一瓶酒,做好每一款产品。围绕生产全要素、全周期,抓好质量的过程管控,聚焦消费者对高品质生活的追求,持续开发“美”的产品和服务。

以“智造”对标世界一流的新质生产力,不断壮大品牌新动能。茅台始终坚信科技的力量,坚持用科技推动价值发现和创造。围绕酒的主业,构建完善了以茅台酒、酱香系列酒、保健酒、葡萄酒、蓝

莓酒为重点的美酒矩阵,同时创新开发冰淇淋、咖啡、巧克力、鸡尾酒等周边的衍生产品,契合消费者的品质化消费趋势。研发上线“i茅台”数字营销平台、“巽风”数字世界。“i茅台”上线至今,累计注册用户超5200万,累计交易额超400亿元。未来,茅台将坚持把美学作为企业哲学,遵循“酿造美好生活”的企业使命,恪守茅台美学之道,大力推动茅台绿色化、数字化、国际化发展,加快建成产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业。

同时,茅台将走进更多国家和地区,以美酒、美食、美文化为载体,不断用茅台“美”的产品和“美”的服务,满足人们对美好生活的向往和期待,持续创造更加广泛的“美”的价值,贡献更多“美”的力量。



图①:参会嘉宾在观看企业展示资料。
图②:2023中国品牌论坛开幕式现场。
图③:2023中国品牌论坛会场外景。

本报记者 蒋雨师摄
本报记者 蒋雨师摄
本报记者 伊 霄摄