

发挥金融力量 服务实体经济

本报记者 赵展慧

11月4日,经过8年科研攻关、5年设计建造,由中国进出口银行融资支持的首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”在上海正式交付。因其复杂的造船技术和工艺,“爱达·魔都号”的顺利交付也展示了我国在装备制造和综合科技实力上的领先水平。

从被誉为造船工业“皇冠上的明珠”的大型邮轮到LNG船,中国进出口银行不断发力,助推实体经济高质量发展。

围绕更好支持先进制造业,中国进出口银行近年来充分发挥政策性金融逆周期、跨周期调节作用,持续加强产品创新,加大信贷投放力度,为制造业高质量发展和制造强国建设提供有力金融支撑。

充分发挥中长期贷款的融资优势,聚焦汽车制造、工程机械等产业,支持上汽集团、徐工集团等企业高端化、智能化、绿色化升级改造,助力传统产业提质增效。将科技创新领域作为信贷投放重点,为创新型企业以及技术产业化初期阶段企业提供

长期资金保障。

发挥对外业务优势和经验,把信贷资源投向进出口环节和进出口企业,持续优化先进制造业外贸金融服务,支持企业进口关键技术、设备和零部件,帮助先进制造业企业在国际市场竞争中融资融智,助推中资制造企业向价值链中高端延伸。

建立健全绿色金融工作机制,支持绿色制造业发展。聚焦先进制造绿色发展的难点、堵点,为构建绿色产业链供应链提供坚实金融保障。制定工作指导意见,重点支持绿色低碳技术研发推广应用,助力绿色领域先进制造业企业做优做强。

按照“增量扩面、提质降本”总要求,着眼高端制造业链条上的中小企业,加大对产业链核心企业及其上下游企业支持力度,推动强链补链固链。通过深化与转贷行的合作,支持先进制造业优质中小企业创新发展。

坚持深耕主业 创新铸就品牌

本报记者 刘晓宇

安踏集团创立30多年来,始终坚守体育用品行业,坚持做好每一件运动服、每一双鞋。对主业的坚持和对品质的要求,让安踏成为消费者信赖的国民品牌,也让安踏集团从晋江走向全国,从中国走向世界。2022年,安踏集团销售额达536.5亿元。

2009年,安踏集团成为中国冬奥会的官方合作伙伴,多年为中国体育代表团提供领奖装备,为22个奥运项目的国家队提供专业的比赛、训练及生活装备。2019年,安踏集团成为国际奥委会官方体育服装供应商。在与全球顶级体育赛事合作的过程中,安踏夯实了品牌专业实力,提升了品牌国际影响力。

安踏集团坚持深耕体育用品行业,以“单聚焦、多品牌、全球化”的战略打造多品牌协同管理、多品牌零售运营和全球化运营与资源整合三方面竞争力,形成了行业领先的“品牌资产”,形成了差异化的品牌竞争优势。过去10多年间,安踏集团累计投入超60亿元用于自主创新研发,已搭建了

覆盖20多个国家和地区、超700名设计研发专家共同参与的全球创新研发网络;与全球几十所知名高校结成合作伙伴,在运动科技、功能面料、低碳环保等多元领域开展创新。

推动可持续发展也是彰显品牌责任感、打造品牌力的重要一环。安踏集团“茁壮成长公益计划”已累计捐赠现金及装备总价值近9亿元,覆盖全国近1.5万所学校,帮助近700万名青少年参与健康体育运动。2021年,安踏集团创始人家族宣布成立安踏集团“和敏基金会”,在医疗、乡村振兴、扶危助困等方面发挥积极作用。同时,安踏集团聚焦生产过程中的资源循环利用,打造绿色低碳商品。

将体育精神融入每个人的生活是安踏集团的使命,安踏集团将继续加大研发投入,用过硬的产品满足消费者多元化的需求;积极履行企业社会责任,为社会进步贡献中国企业的力量。

聚焦品质生活 升级智能卫浴

本报记者 刘温琴

在日前举办的2023广州设计周上,恒洁卫浴打造的“恒洁H-SPACE”美学主题馆通过创新的空间设计和产品展示,诠释了企业“专注品质、持续创新、倡导环保,致力于通过产品和服务,创造品质美好生活”的使命。

恒洁重视研发和生产,现已掌握超千项卫浴专利技术。早在2017年,恒洁便开始启动工厂的数字化转型升级,智能产品、陶瓷洁具、浴室柜、五金龙头、淋浴房及浴缸五大品类生产基地,现已完成多座智造基地的一体化协同。高度集成的全数字化系统,实现研发、生产、物流、销售的全流程数据驱动,有效提高生产效率和经营管理水平,降低生产运营成本以及资源能源消耗,提升企业核心竞争力。

聚焦消费需求,优化产品品质。多年来,恒洁不断推出更具创新性和实用性的高品质卫浴产品。今年6月,2023恒洁品牌升级暨新品发布会在上海举行,正式发

布了“选品质,就是选生活”的全新品牌主张,旨在引领消费者从关注“卫浴好物”向追求“品质生活”转变。恒洁坚持以高品质产品为导向,以消费者需求为中心,通过产品研发和渠道创新持续引领行业发展趋势,打造行业领先的“品质生活方式品牌”。发布会现场,恒洁还推出全新产品R9智能一体机,搭载了多项专利技术,通过“恒流技术平台”“AI智导巡航清洗”“高效全域烘干”三大技术突破,让卫浴生活变得更加舒适、便捷、洁净和安全。

不仅是专注于产品的研发迭代,恒洁还为中国家庭提供卫浴空间解决方案,针对不同家庭的空间布局和风格偏好提供个性化方案,更深入地满足消费者对高品质卫浴生活的需求。

目前,恒洁已有3000多家品牌专卖店,开设阳光服务通道,打造“恒洁在线”“恒洁金牌工程师”等服务体系,致力于提升品牌口碑和消费者满意度。



▲与会者在2023中国品牌论坛开幕式现场交流。
本报记者 蒋雨师摄

▼2023中国品牌论坛现场。
谢明摄(人民视觉)

创新金融产品 服务老年群体

本报记者 韩鑫

近年来,邮储银行北京分行不断创新金融产品和服务,提供安全、稳定、高效的养老金融服务,多措并举满足居民多元化、个性化的养老需求,持续提升老年群体的金融服务获得感。

充分发挥网络优势,不断改善服务环境。近年来,邮储银行北京分行持续加强与北京市社保中心、医保中心的合作。覆盖面更广——目前,代发养老金客户已达127万人,年代发金额超700亿元;代扣“一老一小”客户近160万人,覆盖了全市城乡所有地区。服务更优——邮储银行北京香山支行打造特色手语银行,为周边福利工厂的聋哑客户提供手语服务;延庆支行10余年始终坚持为行动不便的福利工厂退休盲人提供免费送款上门服务。

提供多元化增值服务,提升客群服务质效。自2012年3月起,邮储银行北京分行连续11年推出“小短信,大心意”活动,为全市养老金客户免费加办账户变动短信通知服

务,让广大老年客户足不出户便能即时掌握养老金账户余额变动情况;同时,上线大字版手机银行并增加语音辅助功能,贴近老年人日常需求……一项项细致的金融服务,让老年客户感到更暖心。

做好养老金融这篇大文章,更多举措在路上。依托深耕多年的银发生态服务体系,邮储银行北京分行在账户、产品、服务、渠道等多方面发力个人养老金市场。截至目前,已累计为8.94万客户提供优质的个人养老金账户服务。把握数字化新机遇,邮储银行北京分行致力于开发出更多适应老年人需求的金融产品和服务,让养老服务触手可及。如围绕生活、出行、社交场景开展支付满减等活动,让老年客群享受移动支付便利;持续与养老服务机构开展特惠商户合作,为老年客群提供养老生活咨询渠道;设置老年人专属“语音人工服务”,与养老机构、医疗机构合作,提供预约挂号等服务,不断提升老年人的服务体验。

创新驱动发展 共创和美未来

本报记者 王明峰

今年以来,五粮液按照“稳字当头、稳中求进、提质增效、多作贡献”的工作总基调,坚持品质为基、文化铸魂、守正创新,从产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代四大主攻方向精准发力,全面提升,取得了丰硕成果。

产品支撑力更强。在传承和发扬传统酿造工艺的基础上,五粮液不断推陈出新,丰富高端产品线,产品结构持续完善,完成多个文化酒系列的开发及销售,与经销商联合开发了5个系列、8款文化产品。

品牌影响力持续提升。作为民族品牌的典型代表和行业龙头企业,五粮液始终把品牌建设摆在更加突出和重要的战略地位,不断强化品牌个性和品牌张力。举办“520和美文化节”等文化IP活动,不断提升品牌价值。

创新发展驱动力更强。五粮液以国家企业技术中心、中国白酒风味科学研究中

心等技术创新平台为载体,加大研发力度和投入,从原辅料、制曲、酿酒、陈酿、勾调、包装等全流程环节入手,加速推进科技成果转化。

党建引领保障力更强。坚持把党的建设融入企业治理各环节,“五粮五美”党建案例入选全国国企党建品牌建设优秀案例;着力提升ESG管理水平,荣获2023上市公司ESG最佳实践案例、董事会最佳实践案例。

此外,五粮液集团还主动担当长江上游生态保护的责任,全面推进扩绿、节能、减污、降碳,入选国家发展改革委2023碳达峰碳中和绿色发展优秀案例等。

五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦表示,五粮液将不断以高质量发展满足人民群众对高品质生活的需求,奋力谱写世界一流企业建设的五粮液篇章。

追求新鲜品质 提升智造水平

本报记者 张晔

光明乳业在上海扎根已经112年。“新鲜”是其持续至今的追求。2017年底,光明乳业将巴氏杀菌温度由原来的85摄氏度降低了10摄氏度,实现安全杀菌前提下最大限度保存牛奶中天然活性营养,以满足消费者对牛奶营养与健康的需求。

站在光明乳业华东中心工厂大楼二层的参观通道,透过透明的玻璃,生产车间一览无余。由一个个储料罐、一条条管道、一个个自动控制阀组成的“阀阵”里,从原奶入厂到成品奶出厂,几乎没有手工环节。据介绍,智慧车间占地面积10万平方米,5000个传感器、1.8万个自动控制阀的信息被实时传输到中央控制室。在数字化系统操控下,控制阀根据不同生产环节自动调整方向,将原料送往指定的管道和储料罐,并由电脑全自动化控制管道内流体的流量、流向和流速等参数,全面提升乳品智能制造水平。

据介绍,光明乳业旗下工厂推动智能制造建设,提高生产效率,加快了企业高质量发展步伐。2022年,光明乳业不仅成为上海市首批“工赋链主”企业,旗下工厂也成为国家级“智能制造示范工厂”揭榜单位。

此外,光明乳业顺应传统物流模式向数字化、智能化、网联化的智慧物流模式转变的趋势,建立“五星冷链”体系。目前,光明乳业鲜奶物流在全国拥有综合物流中心65座,通过大数据和数字化应用系统,在采购、订单管理、库内作业及运输管理等方面全面实现冷链物流平台化、数字化、智能化管理,实现上游生产、下游销售数据互联互通,初步形成高效协同运作的智能仓储物流网。

据了解,作为“国内首批获得五星级冷链资质的企业”之一,光明乳业鲜奶物流连续5年为进博会提供餐饮食品保障服务。

