

深耕科研创新 推动成果转化

中国飞鹤有限公司董事长 冷友斌

当前,新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,练好科研内功成为做强品牌的必修课。飞鹤作为民族乳业的代表性品牌,始终将科研创新置于重要地位,着力打造值得信赖的产品和品牌,努力带动民族乳业品牌做强。

要甘坐“冷板凳”。科研创新基于扎实的基础研究,飞鹤自创立之初就坚持长线发展,不断加大研发投入,承担了近40项国家和省级重要科研项目,在“十四五”国家重点研发计划中,飞鹤承担了和奶粉相关的1个专项和1个课题。多年来,正是依托扎实的基础研究,飞鹤取得了诸多开创性成果,同时,通过不断推进科研成果的及时转化,有效满足了市场日益精细化、多元化的需求,形成了高品质和好口碑。

要敢闯“无人区”。做好科研创新须面向未来、不断突破。为了更好地满足婴幼儿健康成长需要,飞鹤多年来深耕脑营养研究,并于今年正式发布了“脑发育”相关战略,与北

京大学医学部等合作设立研发平台,进一步围绕“生命早期1000天”这一生长发育的关键时期进行系统化研究,为婴幼儿研发营养更精准的产品,助推中国奶粉行业迈入新领域、攀登新高度。

要做好“科研链”。以消费需求为导向,科研创新须打破学科界限、打通产学研链路。多年来,飞鹤以科研为抓手,整合优势资源,积极携手国内外科研机构,在研究中融合食品、营养、医学等多个相关领域的前沿成果,发挥与整合高校、医疗机构、企业等各力量,推动科研成果快速转化,构建了更加顺畅的跨学科产学研链路,推进了关键技术与制备的自主化和国产化,推动了行业高质量发展。

科研创新是品牌建设的灵魂。飞鹤将持续承担主体责任,积极发挥带动作用,不断深耕科研创新,助力做强中国品牌,为建设品牌强国贡献更大力量。

发力养老金融 丰富产品种类

本报记者 赵展慧

党的二十大报告提出,完善基本养老保险全国统筹制度,发展多层次、多支柱养老保险体系。2022年11月25日,个人养老金制度启动实施。一年多来,光大银行贯彻落实党的二十大精神 and 中央金融工作会议精神,坚持以人民为中心的发展思想,构建整套养老服务体系,推动个人养老金业务高质量发展,努力做好“养老金融”大文章。

作为首批获得个人养老金业务资格的商业银行,2022年11月25日光大银行正式上线个人养老金业务。围绕监管要求和客户需求,全新构建个人养老金系统集群,保障个人养老金业务平稳有序运营。按照人力资源社会保障部信息平台、银保监会平台、基金行业平台等要求,按时进行系统新增功能对接和优化升级,保障信息传输和存储的完整性、准确性、安全性和及时性,为业务平稳健康发展奠定基础。

在线上服务方面,光大银行在手机银行开设个人养老金专区,提供涵盖“账户+功

能+产品”的实用养老工具和综合金融服务。在账户服务方面,提供个人养老金开户、缴存、凭证查询功能,为客户提供全视角账户管理服务,同时优化开户流程和增值服务,推出个人养老金缴存凭证查询、下载、预开户等功能。在财富管理服务方面,持续深化资产展示和财富功能建设,丰富产品货架,打造高水准养老金融服务。

2022年12月,光大银行推出养老储蓄产品,针对低风险偏好投资者需求,推出首批定期整存整取1年、2年、3年、5年期养老储蓄产品。截至今年10月31日,光大银行已提供4款养老储蓄产品、12款保险产品、116支养老金基金产品供客户选择。

光大银行将积极贯彻落实中央金融工作会议精神,持续加大资源投入,发力养老金融业务,提供专属养老产品,丰富增值服务,构建综合养老金融服务新生态,助力社会保障事业高质量发展,服务人民美好生活。

依托平台优势 孵化优质内容

本报记者 喻思南

当前,互联网行业不断发展,信息生产速度不断加快,用户对优质内容的需求也在不断提升。作为年轻人高度聚集的综合性视频社区,哔哩哔哩始终坚持以高质量内容供给推动互联网平台高质量发展。近年来,哔哩哔哩不断孵化传统文化、科学知识、历史故事等方面优质内容,满足用户需求。

不久前,哔哩哔哩在北京举办首届“bilibili超级科学晚”,基于过去一年用户在知识和科技品类的播放、投稿、互动数据,发布2023年度五大科学焦点——生成式人工智能、室温超导、脑机接口、黑洞、可控核聚变。活动现场,哔哩哔哩邀请众多UP主(上传者)进行创意科普实验与互动,让科学离生活更近。

数据显示,过去一年中,有2.43亿用户在哔哩哔哩学习。科学和知识品类占用户搜索比例排名第二,相关内容播放量占全平台播放量的41%。今年,“感动中国2022年度人物”集体奖项颁发给在网络上做科普教学的“银发知播”。在13名获奖者中,10名是哔哩哔哩

的UP主。

哔哩哔哩相关负责人表示:“在哔哩哔哩,很多的视频生产者都是科技工作者。目前,3位诺贝尔奖获得者、8位院士、645位大学教授和各类专家学者入驻哔哩哔哩。我们欢迎并鼓励更多用户参与优质内容的创作,让更多目光聚焦科技和知识内容,推动科学事业发展。”

哔哩哔哩鼓励视频生产者创作不同类别的优质内容,满足用户对视频真实性、专业性、创新性的需求。每年年初,哔哩哔哩都会发布“百大UP主”评选,把优质的视频生产者推荐给更多人,引导更多优质内容生产。同时,哔哩哔哩也依托自身平台优势,基于用户喜欢的内容,推出自行出品的纪录片、晚会、综艺等优质项目,持续孵化精品内容。

未来,哔哩哔哩将始终秉持“坚守高质量内容”的价值理念,持续引导高质量内容生产,让更多的优质创作者创作出好内容,让优质内容能够触达更多用户。

建设品牌强国 提高发展质量

焕新升级品牌 展现责任担当

本报记者 李晓晴

在中国农业银行总行大厦,“山河锦绣”创意展区引人注目。主展板以中国传统刺绣工艺展现祖国山河与百姓生活,乡村振兴、实体经济、绿色金融3块展板,表现出农业银行以三大品牌服务国家发展的责任与担当。

当前,中国农业银行已实现从品牌内涵体系、品牌口号,到品牌视觉及线下品牌触点的全面升级。

以“助力共同富裕的银行”为主要品牌定位,以“更懂中国的综合金融服务商”和“服务可持续发展的先行者”为辅助品牌定位,中国农业银行作为“有温度、有实力、有远见的同行者”,强调“以现代金融服务惠及城乡最广大客户”的品牌价值主张。

此次中国农业银行的口号升级为“耕耘美丽中国 共创幸福生活”,传递出农业银行与广大客户携手同行的决心。

视觉焕新,品牌色彩更加丰富。“萌芽绿”“青山绿”“金穗黄”3种颜色,与“农行绿”组合,让品牌新形象更具生机。新增的“数字流

动生长的麦穗”辅助图形设计,以流动的线条轮廓,体现数字时代的金融服务。从“农行绿”到“金穗黄”的色彩变化,寓意中国农业银行陪伴客户共同成长。

此次品牌焕新还增加了动态LOGO的创新设计。以数字麦穗为基础图形,LOGO中的麦穗颗粒、外环图形通过旋转、环绕、层层叠叠,最终汇聚定格为农业银行品牌标识,展现出中国农业银行金融服务的多元性与包容性。

伴随品牌焕新,中国农业银行发布了以“幸福交响”命名的全新品牌形象广告片。广告片以“声音”为主要创新点,用民族乐器演奏出欢快、喜庆的乐章,展现出人们幸福生活的美好场景。此外,中国农业银行正式推出数字人形象“农小耘”,对品牌焕新的整体内容进行了完整解读。

品牌是企业重要的无形资产,推进品牌建设是巩固竞争优势、提升品牌形象的重要举措。品牌焕新后的中国农业银行,将以崭新的面貌,助力现代金融服务惠及最广大客户。

面向全球市场 讲好中国故事

潘 杨

近年来,海信集团企业营收取得稳健且较快增长。2023年,海信营收规模超2000亿元,在全球拥有10万余名员工,海外收入占集团总收入41%。

早在2006年,海信就从“借船出海”转向“造船出海”,探索发展自主品牌。目前,海信已经在全球多地建立起了具备独立研发、制造、销售能力的区域中心,在全球五大区域形成了产研一体化的布局,拥有34个工业园区和生产基地,设有25所研发机构、66个海外公司和办事处。

特别是近10年来,海信通过向共建“一带一路”国家输出高品质的技术和产品,不仅获得当地消费者的青睐,也带动当地提升制造业水平、改善居民生活与生态环境。

南非是海信全球化布局的第一站。2013年,海信和中非发展基金共同出资建立海信南非工业园。经过多年发展,工业园已形成年产电视100万台、冰箱50万台的生产规模,出口

10余个非洲及欧洲国家。在南非市场,海信电视销售量和市场占有率均排名第一,海信电视、冰箱走入千家万户。自成立以来,工业园已为当地提供约1000个就业岗位,间接创造了5000个工作岗位。

海信全球化布局的另一个突破口是B2B(企业对企业)产业的出海。近20年来,海信持续推动产品向高端转型,产业链向高技术延伸,产业架构向高科技转移,持续对智慧城市、智能交通、精准医疗、商用显示、光通信、汽车电子等B2B产业进行拓展布局。海信参与建设的智慧公交、智慧高速、信号系统项目接连落地埃塞俄比亚,又承接了老挝可持续城市轨道交通项目,助力改善当地居民公共出行体验。

海信集团是共建“一带一路”的亲历者,也是讲述者和传播者。未来,海信将在企业全球化进程中用实际行动更生动地讲好中国故事,为更好服务共建“一带一路”高质量发展作出更大贡献。

加大研发投入 推动绿色转型

本报记者 马睿娟

近年来,山西阳光焦化集团股份有限公司始终秉持“绿色发展、实业报国”的创业初心和发展理念,紧紧围绕“打造世界知名煤化工企业”的战略目标,聚焦“一体两翼”产业规划,不断助推企业由传统资源型煤化工产业向碳基新材料产业领域拓展,加快推动碳基新材料产业升级,“绿色转型”已成为山西阳光集团高质量发展的关键词。尤其是在炭黑产业上,山西阳光集团的科技创新能力、产品开发水平及品牌影响力均成为业界翘楚。

山西阳光集团全资子公司山西安仑化工有限公司是阳光集团旗下一家以煤焦油深加工、炭黑生产为主的新能源、新材料企业,设有省级技术研发中心,其炭黑实验室通过CNAS认证,拥有业界先进的研发技术、检测设备、分析评价装置和中试生产线。

安仑化工生产过程采用DCS自动控制和调节工艺参数,并有安全联锁控制,确保生产工艺生产稳定和安全生产,保证了产品品质,实现了高产低耗、节能环保,年产能达45万

吨。高性能碳基新材料产品广泛应用于锂离子电池负极材料、芯片封装、汽车密封制品、塑料色母、油墨涂料等领域,1/3以上产品替代进口。

“依托山西阳光集团优越的原料供应能力和自身强大的技术能力、多样化的生产线和反应炉型,安仑化工使用的焦炉煤气燃料100%由集团提供,煤气热值稳定,燃烧效率高;生产炭黑采用的原料油40%由集团提供,具有明显的原料成本优势;副产品尾气100%供应给自有发电厂,炭黑生产用电100%由自有发电厂保供。”山西安仑化工有限公司总经理史文仓说。

山西阳光焦化集团股份有限公司总经理薛国飞说:“安仑化工未来3年计划投资3亿元建设年产能10万吨特种炭黑项目。集团将持续加大研发投入,致力在产品升级、品质提升和成本管控方面进行技术创新,在橡胶、树脂、液体应用及新能源领域开发一系列炭黑及炭材料产品,满足客户应用需求。”



图①:2023中国品牌论坛现场,参展商展示的纪念品。 谢明摄(人民视觉)

图②:2023中国品牌论坛场馆外景。 本报记者 伊霄摄

本版责编:智春丽 陈圆圆 陈世涵
版式设计:张丹峰