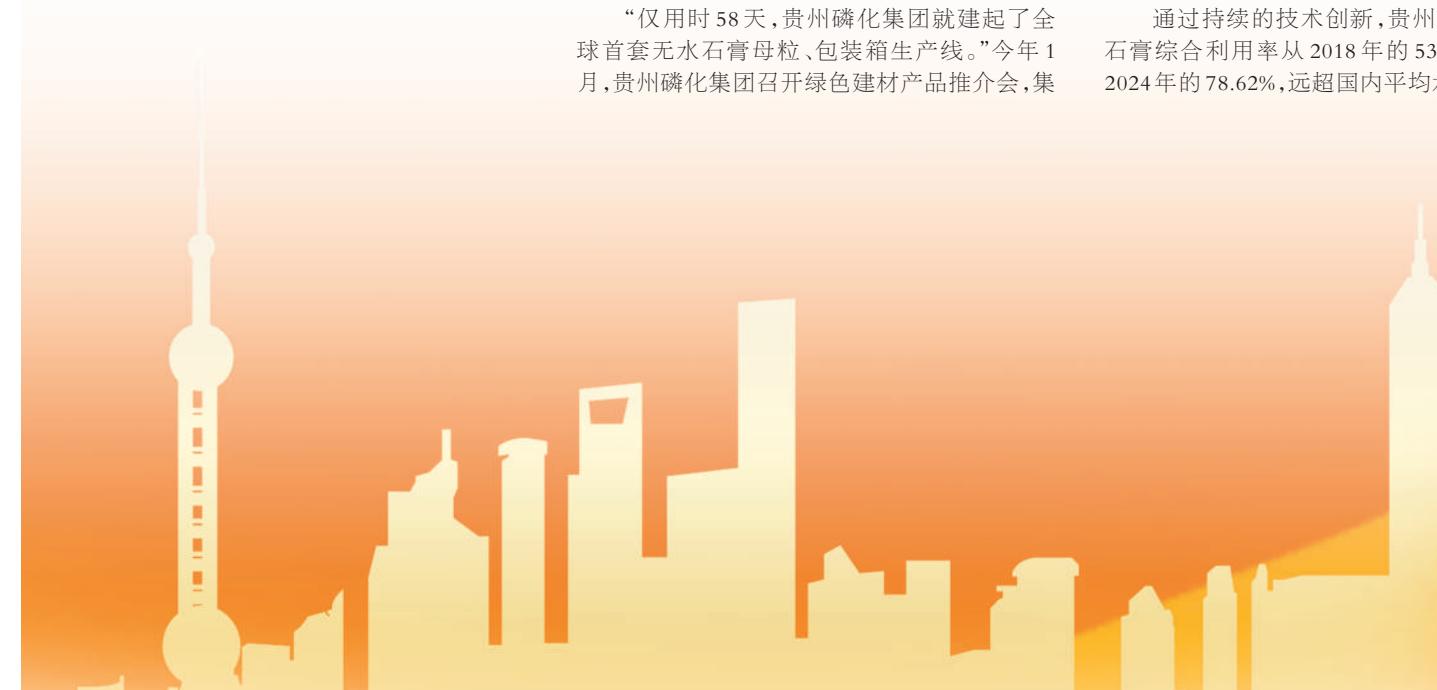


中国品牌日
CHINA BRAND DAY加强
品牌
建设夯实
创新
根基茅台集团着力构建四大板块公益矩阵
厂商同步并行 共担社会责任

本报记者 黄 娜

近日,茅台集团邀请豫、鲁、陕、晋、冀、鄂、皖七省经销商在河南省周口市沈丘县冯营镇李寨村召开座谈会,茅台集团党委书记、董事长张德芹就“茅台需要什么样的合作伙伴”给出了答案。

从赤水河畔的小作坊到走向全球的千亿级企业,茅台集团高质量发展聚势赋能的背后,有着茅台人践行社会责任、主动担当作为的身影。

“亿星集团与茅台合作30多年,茅台‘顺天敬人、明理厚德’的企业价值观对我影响颇深。”2012年,茅台经销商、亿星集团创始人李士强在事业取得成功后,回到家乡李寨村担任村党支部书记,截至2024年底累计投入帮扶贫资金2.2亿元,使李寨村从深度贫困村变成了远近

闻名的富裕村、示范村。

李寨村距离茅台总部1400多公里,张德芹仍选择将经销商座谈会定在这里,只为让厂商们更直观感受到帮扶效果。“先富带后富,茅台酒经销商要承担更多的社会责任,和茅台同步并行。”张德芹说。

近年来,茅台集团聚焦“中国茅台·国之栋梁”公益主IP,着力打造了“生态环保、民生教育、文化传承、行业产业”四大板块的公益矩阵。截至目前,累计投入资金超13亿元开展“中国茅台·国之栋梁”公益助学活动,助力25万余名学子圆梦大学;累计推广酒用高粱种植面积3000万亩以上,创造农业总产值超750亿元,带动增收农户850万人次。

海信集团强化自主品牌建设
加速高端布局 满足潜在需求

本报记者 肖 鑫

近年来,海信集团强化自主品牌建设,加速高端化布局、深化智能化升级、推进绿色化转型,为消费者提供“科技温度+人文关怀”的深度体验。

海信保持“预研一代、储备一代、上市一代”的研发节奏,持续以全球首发、行业首创技术和产品,蓄积品牌高质量发展的动力。2024年,海信突破RGB三维控色液晶显示技术,实现了液晶显示从传统的单一背光到RGB三色背光、从单一亮度控制到光色同控的跨越。

通过创新供给激活潜在的消费需求。针对超大屏电视入户难、安装难的用户痛点,海信推出了折叠屏激光电视;针对居家陪伴、户外露营

等需求,推出了罗马假日系列家电、三色激光投影等产品。最新推出的多筒洗衣机不仅具备洗烘一体功能,各筒还可以自由组合、延展,让科技更有温度。

基于不同用户场景,海信创新音质技术,提供合适音效。儿童模式下,声音平稳柔和,保护儿童听觉;长辈模式下,提升语音清晰度。通过情感计算、情感决策算法,公司为语音回复加入情绪属性,让用户在交互时感受到共鸣和关怀。

2024年,海信1000美元以上的高端电视在海外销售额同比增长94%,1000美元以上的高端冰箱在海外销售额同比增长79%,展现了“中国制造”提质升级的精气神。

邮储银行北京分行不断优化金融服务
服务科创企业 推动创新发展

本报记者 韩 鑫

房山赛区,12家科创企业在人工智能和高端制造业两个赛道同场竞技;通州赛区,来自智能驾驶、新能源、新材料等领域的企业在路演环节各展所长……近日,由邮储银行北京分行举办的“新质创富大赛”系列活动在北京各地火热开展,吸引了众多科创企业参与。

作为向科创企业提供竞技舞台和交流平台,“新质创富大赛”已成为邮储银行北京分行全方位赋能科创企业的重要成果。在融资方面,参赛企业将被纳入分支行重点支持名单,享受授信审批绿色通道;在投资方面,投资机构将与获奖企业签订股权投资意向

书,为企业成长注入资金活水。此外,大赛还为企业搭建与政府部门、科研机构、产业园区等各方的沟通桥梁,给企业发展营造良好外部环境。

创新金融服务,既要强“外力”,也要练“内功”。借助“看未来+技术流”评价模型,邮储银行北京分行科学全面评估科创企业的市场价值和发展潜力,推出“U亿算”算力贷平台和“U聚投”股权估值模型,更好解决企业融资难题。同时,邮储银行北京分行深化与政府部门、科研机构、产业园区合作,构建金融服务矩阵,以创新举措助力科创企业茁壮成长。

贵州磷化集团高效推进磷石膏综合利用
技术赋能转型 填补行业空白

本报记者 陈隽逸

磷石膏是磷化工生产中的主要副产物,长期被视为难处理的工业固废。目前,磷石膏虽已利用于水泥缓凝剂、石膏建材、矿井充填、道路建设等领域,但我国仍有大量磷石膏堆存,综合利用率仅为50%左右。

近年来,根据自主研发的磷石膏生态修复技术和无水石膏填充料,贵州磷化集团牵头编制了4项国家标准,其中发布的《磷石膏处理处置规范》填补了行业空白。

“仅用时58天,贵州磷化集团就建起了全球首套无水石膏母粒、包装箱生产线。”今年1月,贵州磷化集团召开绿色建材产品推介会,集

中推介了磷石膏互锁式高精度模块、无水石膏自流平、石膏基阻燃、装饰板等新产品。

据贵州磷化集团党委书记、董事长何光亮介绍,磷石膏互锁式高精度模块相较于传统建筑材料优势显著,具有轻质、防火强、隔音好、强度高、抗开裂等特点,实现工厂化生产,现场快速组装,大大提高了施工效率。同时,由于采用干式工法施工,将有效降低施工现场的扬尘和噪声污染,积极推动磷化工产业绿色发展。

通过持续的技术创新,贵州磷化集团的磷石膏综合利用率从2018年的53%大幅提升至2024年的78.62%,远超国内平均水平。

中国信保助推外贸质升量稳

聚焦主责主业 助力对外开放

本报记者 罗珊珊

为助推外贸质升量稳,中国出口信用保险公司2024年新签出口信用保险承保规模超过8000亿美元,支持新业态新模式、服务贸易出口分别增长24%和40%,助力外贸企业增强信心,开拓市场。

中国信保推动共建“一带一路”成果落实,2024年支持对共建“一带一路”国家出口和投资的承保金额2815.7亿美元,支付赔款20亿美元。对拉美、东盟、非洲出口同比分别增长25.6%、17.4%、35.9%。

中国信保做实科技金融服务,加大对人工智能、芯片等领域的承保理赔支持;制定《绿色金融发展战略》,支持绿色贸易和投资的承保金额605.6亿美元;推进普惠金融高质

量发展,服务支持小微企业数量和承保金额分别增长16.2%和8.6%;助力养老健康产业“走出去”,支持生物医药出口规模增长8.2%;拓展数字金融服务,优化短期出口信用保险综合险4.0版系统,“单一窗口”线上签单率增长19.4%。

在浙江,全国首张印刷行业国产化系统开发服务贸易保单落地;在山东,工程机械行业“框架+订单”模式保单首次试点……中国信保2024年支持电子信息等11条重点产业链出口超4500亿美元,对我国外贸起到重要支撑作用的电子信息产业链、现代化工产业链、整车工程机械产业链项下承保金额均实现较大幅度增长。

广州谷雨打造国货护肤品牌

融合文化科技 诠释东方审美

本报记者 吴 姗

从二十四节气文化中寻找品牌名字灵感,投入500万元设立支持非遗保护与传承的“思源·谷雨公益基金”……成立9年来,广州谷雨生物科技有限公司以文化传承为根基、以科技创新为动力,致力于打造具有传统文化特色的国货护肤品牌。

品牌创立之初,就坚持探寻更适合中国人肤质的美白思路。谷雨携手北京工商大学建立中国人肌肤数据库,分析10万份样本,为产品研发指明方向。谷雨坚持高投入与规模化自主研发,创新使用中国本土植萃成分,通过熔融结晶提纯技术、28纳米包裹体技术及靶向递送技术,推出自研美白原料“极光甘草”,有效提高原

料功效性、稳定性及温和性。

为保障规模化生产,谷雨还自建集原料、配方、功效检测于一体的研发中心,累计投资超2亿元。目前,谷雨已实现超过70%的核心产品自产,从源头上实现对产品品质的严格把控。

在新疆喀什,谷雨建立了光果甘草科研种植基地,不仅从源头上保障原料供应,还帮助当地防风固沙,改善生态环境。2024年,谷雨启动“雨水共生计划”,鼓励消费者参与空瓶回收,并将回收物料制成环保课桌椅,捐赠给山区小学。

“中国品牌不仅要追求商业价值,更应承担社会责任。”谷雨品牌联合创始人林雨汀说,谷雨将积极服务乡村全面振兴,助力实现“双碳”目标。

云天化探索绿色发展模式

加大研发投入 引领产业升级

本报记者 叶传增

近年来,云天化集团有限责任公司立足自身产业特点和发展实际,围绕“绿色原料、绿色制造、绿色产品、绿色治理”,不断创新实践绿色发展模式,推进全生命周期绿色管理取得实效。

云天化不断深化“绿色矿山、绿色工厂、绿色产品”建设,推进废气超低排放、废水近零排放、固体废物尽量资源化利用,夯实绿色、安全、环保竞争优势。截至目前,累计创建绿色矿山8座(其中国家级7座),绿色工厂20个、绿色产品125个。

云天化以数字工厂深度应用,推动全程低碳、低耗、低污染生产制造,保持能源消耗、成本

费用、环保指标处于行业领先水平。云天化与华为合作实施了全球首个煤气化RTO大模项目应用成果,可实现每年节煤9100吨、减少二氧化硫排放量20086吨。

云天化以技术创新助力产业升级、竞争力提升。云天化国际复材在玻纤新材料领域深耕30多年,现已成为全球最主要的风电纱及织物供应商之一,市场占有率达到25%,其中高模、超高模产品品质居全球领先地位。2024年,云天化集团投入研发经费9.8亿元、研发投入强度2%;新获批省级及以上科技创新平台3个,其中国家级创新平台1个。

本版责编:苏显龙 许丹旸 徐雷鹏

版式设计:张丹峰

