

## 全面布局战略性新兴产业

中国能源建设集团有限公司党委副书记、总经理 倪 真

品牌是企业乃至国家竞争力的重要体现，也是高质量发展的重要象征。作为全球最大的能源电力水利和基础设施建设企业之一，中国能建将企业发展融入国家发展大局，全力打造管理先进、贡献卓越、价值引领、享誉全球的卓著品牌。

中国能建聚焦主责主业，完成国内90%以上的电力规划、咨询评审、勘测设计和行业标准制定，90%以上特高压输变电工程和核电常规岛设计，70%水电工程总承包，50%以上大型水电工程建设。强化科技创新，全面布局战略性新兴产业和未来产业，在新型储能、绿色氢氨醇油、高空风能、光热发电等领域攻克关键技术，加快打造具有能建特色的新质生产力。

中国能建加快绿色转型，积极践行能源安全新战略，助力实现“双碳”目标，在新型能源体系、新型电力系统建设中当先锋、打头阵。深入实施

全面质量管理，设计建设了一大批高标准、可持续、惠民生的标志性工程，获得中国建设工程鲁班奖74项、国家优质工程奖370项。

中国能建锚定高质量共建“一带一路”，在全球设立6个区域总部、27个次区域中心、256个分支机构，业务范围覆盖147个国家和地区，将绿色低碳、社会责任、文化尊重等理念融入发展全过程，全面塑造有责任、有担当、有温度的国际品牌形象。

未来，中国能建将充分发挥规划设计咨询优势、全产业链优势、创新与人才优势、能源产业传统产业融合促进绿色低碳转型优势、国际化与全球资源整合优势五大优势，持续深耕新能源、新基建、新装备、新材料四大赛道，努力打造更多精品工程，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业作出更大贡献！

（本报记者闫伊乔整理）

## 原始创新激活品牌新动能

中国核工业集团有限公司党组副书记 刘建平

中核集团作为我国核科技工业体系的“国家队”“主力军”，始终以“强核强国 造福人类”为使命，坚持以“新”破局、以“质”立标，推动企业品牌建设高质量发展。

锚定新质生产力，以原始创新激活品牌新动能。中核集团积极推动核能“三步走”战略，形成核能国际竞争优势。自主研发的三代先进核电技术“华龙一号”打造“国家名片”，高温气冷堆“炽龙一号”突破第四代核电技术壁垒，模块化小堆“玲龙一号”开启技术革新，“超碳一号”全球率先实现超临界二氧化碳发电工程化应用……自主技术转化为国际标准，让中国在核领域从“跟跑者”成为规则的参与者、制定者。

深耕新场景，以跨界融合拓展品牌新边界。

（本报记者孙龙飞整理）

中核集团创新“核+”思维，重塑品牌新场景。助力实现“双碳”目标，打造核能供汽、供暖、制氢等新场景，首个核能供汽项目“和气一号”每年可为石化企业提供480万吨工业蒸汽。构建“核+大健康”生态，中国同辐提供核医疗整体解决方案，“和福一号”让医用同位素从依赖进口转向自主供应，首款国产螺旋断层放疗系统TOMO C帮助癌症治疗更精准。

探索新实践，以社会责任厚植品牌新价值。在推进乡村全面振兴一线，中核打造“核苗计划”“核苗强师”“核苗强医”等品牌，10余年累计投入超8000万元；发展劳动密集型企业“同心防护”，带动宁夏同心县少数民族妇女家门口就业的做法获评全球最佳减贫案例。

（本报记者孙龙飞整理）

## “数智电建”为品牌建设拓展应用场景

中国电力建设集团有限公司党委副书记 姚 焕

中国电建锚定“建设世界一流企业”目标，推动品牌建设从“外形内质”创始阶段，迈向“品业融合”“价值创造”发展新阶段。

以战略为锚，筑牢品牌建设根基。中国电建助力实现“双碳”目标，全力投身水电可再生能源、风光新能源及新型电力体系建设，在行业享有“世界水电看中国，中国水电看电建”“十成抽蓄，九成电建”美誉，同时锚定新能源、节能环保、新一代数字建造技术、高端装备制造等新产业，为品牌注入全新内涵。

以创新为核，激活品牌价值提升。企业始终坚守“高科技基础设施建设领军企业”定位，把技术创新作为“头号工程”，自主开发的智慧水务、智慧能源、智慧矿山、智慧城市等成果，在全球数百个工程项目应用，“数智电建”为品牌建设拓展

应用场景。以全球为境，拓展品牌国际格局。企业秉持全球视野，将中国产业、标准、技术融入公司品牌内涵，先后建成东南亚及非洲最大水电站、美洲最大新能源基地等标志性工程，让“中国电建POWER CHINA”品牌成为国际电力工程领域的金字招牌。

以民生为本，彰显品牌价值温度。企业始终坚持把社会责任融入品牌建设，把“电建帮扶”打造成推进乡村全面振兴的亮丽名片。

面向未来、面向全球，中国电建将秉承“电建世界·世界电建”的理念，持续提高品牌建设水平，助力国际人文交流合作，为建设品牌强国、构建人类命运共同体贡献力量。

（人民网记者孙博洋整理）

## 锻造品牌推动北斗规模应用

中国时空信息集团有限公司党委书记、董事长 张 弼

中国时空作为北斗系统唯一运营服务商，将品牌建设与服务国家战略、引领科技创新、带动产业发展、构建运营服务等融通，推动公司竞争力与影响力提升。

打造战略保障品牌，夯实企业高质量发展底色。着力网络聚合赋能，构建天地一体、通导融合应用网络，提升北斗国际竞争力。着力新质应用赋能，为重点行业提供北斗短报文服务，在“断路、断网、断电”等极端条件下有力支撑应急抢险救灾。实施“时空之帆”场景联创计划，打造“北斗+”“+北斗”标杆应用。着力国际推广赋能，落实北斗应用政府间合作协议，打造高层次交流、高质量供给和高水平合作平台，服务高质量共建“一带一路”。

打造科技创新品牌，增添企业高质量发展成色。深化自主创新，强化协同创新，加强开放创新，

发挥北斗民用应用总体作用，实施“时空之基”技术创新行动，发布“时空星慧”大模型；共建时空信息产业安全创新中心，增强北斗创新合力。

打造敏捷服务品牌，擦亮企业高质量发展本色。首发“时空星脉”电信级时空信息运营服务平台；推出“时空信达”新一代北斗短信、“时空精位”导航定位、“时空刻守”授时等系列时空信息产品，助力更多行业和更宽领域提高效率、做优服务。

打造组织平台品牌，彰显企业高质量发展亮色。统一终端服务标准，开放运营服务标准，共建行业应用标准，实施“时空之芯”产业合作行动，今年内带动手机短报文芯片出货量超2000万，明年将突破5000万，推动更大范围、更深层次的北斗规模应用。

（本报记者韩鑫整理）

# 推动中国品牌迈向高质量发展阶段

## 以精品佳作筑牢电影品牌之基

中国电影集团公司党委书记、董事长 傅若清

电影承载着民族的文化记忆与精神追求，是国家文化软实力的重要标识。党的二十届四中全会提出“发展具有强大思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力的新时代中国社会主义文化”，这为我们做好中国电影品牌建设工作指明了前进方向。

近年来，中影聚焦创作，以精品佳作筑牢电影品牌之基。《志愿军》三部曲让波澜壮阔的抗美援朝战争时隔70余年再次激荡人心，《只此青绿》以光影盛宴重新定义了“中国式浪漫”。《流浪地球》系列向世界展现了中国人特有的家国情怀与构建人类命运共同体的强烈愿望。持续不断推出好作品才能聚沙成塔，让中国电影的品牌效应深入人心。

科技是推动电影产业升级的核心引擎。中影自主研发推出高格式电影技术，构建起从放映系统、制作工艺到前端拍摄的完整应用链条。

（本报记者闫伊乔整理）

CINITY LED新推出的10米、20米和23米银幕成功获得数字电影倡导组织(DCI)最新认证，标志着中国电影放映技术和装备在高端放映领域达到全球领先水平。

中影作为电影进出口领域的排头兵，持续把各国电影“迎进来”，推动中国电影“走出去”。《流浪地球》系列在44个国家和地区上映，成为打破圈层、地域的现象级影片；《南京照相馆》在11个国家和地区上映，将代表中国内地角逐第九十八届奥斯卡最佳国际影片；连续多年在戛纳、香港等国际电影节设立“中国电影联合展台”，全方位呈现中国电影的蓬勃活力与开放姿态。

中影愿与各界伙伴携手共进，共同提升中国品牌价值、树立中国品牌形象，为强国建设、民族复兴伟业作出积极贡献。

（本报记者闫伊乔整理）

## 构建更稳定、灵活、智能的数字新电网

中国南方电网有限责任公司党组成员、副总经理 李 锐

在加快建设新型能源体系的新形势下，南方电网从对数字新电网的构建能力、对能源新格局的定义能力以及对绿色新未来的贡献能力等方面开展品牌建设。

率先建设数字新电网，锻造品牌竞争优势。构建更稳定的电网，保障群众用上电、用好电，整体供电可靠性达99.924%。构建更灵活的电网，实现新能源发电与负荷变化在百万平方公里尺度上的秒级匹配，让新能源发电不完全“看天吃饭”。构建更智能的电网，自主研发“大瓦特·驭电”智能仿真大模型，在1小时内完成全年至少8760个运行方式的仿真计算，最大限度提高新能源利用率。

加快融入能源新格局，把握品牌竞争趋势。南方电网实现更大空间的资源配置，建成19条

西电东送大通道，累计送电量超3万亿千瓦时。实现更广范围的能源连接，建立南方区域电力市场，成为全球规模最大的集中统一出清电力现货市场。实现更高水平的能源科技自主创新，取得一批世界领先的原创成果：我国首款电力主控芯片“南网伏羲”成功研发并量产，世界首台兆瓦级漂浮式波浪能发电装置“南鲲”号并网运行。

携手共建绿色新未来，重塑品牌竞争范式。南方电网构建绿色消费生态，第十五届全运会所有赛事实现100%绿电供应。加强清洁能源供给，基本形成以清洁能源为主的电力供给格局，全网每两度电就有一度是“零碳电”。广泛开展能源合作，从深耕澜湄到开拓中亚，与周边国家电力互济超800亿千瓦时。

（本报记者孙龙飞整理）

## 探索研产供销服全产业链出海

长城汽车股份有限公司董事长 魏建军

长城汽车围绕品牌高质量发展明确核心路径，通过技术创新、全球焕新、诚信传承多维举措，为中国汽车品牌升级与国际化注入强劲动能。

创新技术自立，筑牢品牌根基。长城汽车把握新能源汽车战略机遇，以科技赋能品牌建设。过去5年研发投入近500亿元，组建人数达2.3万的工程师团队，占员工总数的比例超1/4；创新开发智能电混四驱系统Hi4，运用功率分流技术重构动力系统。近日，长城汽车获中国汽车工程学会“科学技术特等奖”，彰显技术自强成果。

焕新全球体系，助力品牌出海。长城汽车瞄准中国汽车国际化关键窗口期，摒弃单一商品输出模式，推动研、产、供、销、服全产业链

“生态出海”，构建全球化体系能力。自主研发全球首个原生AI、全动力汽车平台，覆盖全自动驾驶、多级别、多品类车型，可全面适配全球各地法规与市场需求，助力实现“一个平台，全球适配”目标，推动中国汽车品牌不断提升知名度和美誉度。

坚守诚信为本，推动品牌传承。35年来，长城汽车始终以质量为生命线，将诚信理念贯穿企业经营全环节，践行“做实在事，造靠谱车”理念，积极构建良性竞争秩序，响应“加快建设制造强国、质量强国”号召，为建设现代化产业体系贡献力量。

长城汽车将加快培育新质生产力，秉持长期主义，努力打造“全球品牌”与“用户首选”。

（《新安全》杂志社记者柳青整理）

## 从单一产品创新向产业链整体能力跃升

国家核电技术有限公司党委书记、董事长 叶元伟

国家核电深耕“国和一号”产业链品牌建设，发挥品牌引领作用，推动从单一产品创新向产业链整体能力跃升，实现链式品牌效应，打造链上赋能、价值共生的产业链品牌新生态。

坚持创新驱动，提升“链”上品牌核心竞争力。国家核电将核心技术攻关作为“国和一号”品牌实力的根本支撑，凝聚产业链单位联合攻关，形成知识产权成果1.4万余项。通过央企技术、平台、品牌赋能，带动近3000家成员单位构建完备的产业链供应链体系，一批中小民营企业实现自身技术突破和能力跃升。

推动“四链”融合，构建“链”上品牌价值共同体。组建“国和一号”产业链联盟，吸纳154家成员单位，连续四年举办联盟大会，推动创新链、产业链、人才链、金融链深度融合，带动机组造价降低约20%，形成“一次认证、普遍认可”的

品牌信任机制。推动品牌生态与区域经济融合，在山东、广东、广西等地建设非能动核能产业基地，促进技术、人才、资本等生产要素集聚循环。

创新品牌叙事，画好“链”上品牌传播“同心圆”。推动品牌叙事从“技术宣讲”向“生态展示”升级，从“单一主体发声”向“多元价值共鸣”转变。“以链为媒”，通过国内外展览展会集中展示“国和一号”产业链建设成果。“以链为桥”，邀请主流媒体深入链上企业，让“幕后冠军”走向台前。

国家核电将坚持服务国家战略，与产业链伙伴携手打造具有全球影响力的“国和一号”现代产业链品牌，为培育新质生产力、建设品牌强国贡献力量。

（本报记者邵玉姿整理）