

## 让东方美学绽放耀眼光芒

中国东方演艺集团党委副书记、总经理 高 艾

中国东方演艺集团前身是中央歌舞团、东方歌舞团、中国轻音乐团,积淀了70余年的艺术传统。作为国家级文化央企,集团始终坚守“以人民为中心”的创作理念,以音乐舞蹈艺术创作和表演践行新时代文化使命,充分发挥“中国东方”艺术品牌的独特优势。

在不久前举行的纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年文艺晚会《正义必胜》,以及上海合作组织峰会《共创未来》文艺演出等重大国事和文化交流活动中,集团各级艺术工作者出色完成各项演出任务,以艺术促进文明对话,向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。

近年来,集团深耕中华优秀传统文化,推出了一系列舞台艺术精品。其中,以《千里江山图》

为灵感的舞蹈诗剧《只此青绿》,成功引领传统文化创新风潮,连续3年稳居中国舞剧票房榜首,全国巡演超800场,赴多个国家和地区演出50余场,成为中国艺术国际表达的典范之作。

与此同时,集团积极探寻新技术与新平台,先后与故宫博物院等单位,山西、河北雄安等地联合打造《永乐未央》《星辰》等舞台剧目,盘活当地文化资源;在抖音等社交媒体平台,借助创意短视频和互动话题触达年轻群体,形成了跨界融合的良性发展态势。

植根博大精深的中华文明,我们有信心、有能力继续打造有温度、有深度的文化品牌,让东方美学和中国精神在舞台上持续绽放耀眼光芒。

(本报记者吴丹整理)

## “科创+文化”塑造国货价值

谷雨生物科技集团股份有限公司总裁、联合创始人 林雨汀

作为国货护肤品牌,谷雨坚持以科技创新和文化传承,探索品牌高质量发展之路。

以科研创新提升品牌价值。谷雨锚定具备完全自主知识产权的原料研发,建设青囊研发中心,组建超百人跨学科科研团队。通过“熔融结晶提纯技术”“28纳米包裹体技术”“靶向递送技术”三大自研专利,谷雨成功将光甘草定的纯度提升至99%,透皮吸收率提升3.4倍,进一步提升美白效能;在另一重要原料稀有人参皂苷CK上,以双专利“智酶仿生科技”实现了超98%的高纯度稀有人参皂苷CK的量产,并进一步探索该原料在整体抗衰上的应用。

以文化传承塑造品牌特质。谷雨植根中国

文化,以中国传统节气命名,深耕中国女性肤质研究,以此精准指导产品研发,推出更优护肤解决方案。在产品设计上,谷雨融入宋瓷美学,打造东方器物独家产品外观器型,并斩获2025德国iF设计及红点设计双料国际大奖,获得消费者肯定。

此外,谷雨积极履行国货品牌社会责任。今年7月,谷雨发布《环境、社会及管治(ESG)报告》,将绿色发展全面纳入企业管治体系;在新疆建立超百亩光果甘草科研种植基地,以技术赋能带动当地就业增收,服务乡村全面振兴;连续两年实施“雨木共生”计划,构建绿色消费循环,助力实现“双碳”目标。

(本报记者黄福特整理)

## 超级供应链服务企业数智化转型

京东工业副总裁 丁德明

伴随新型工业化的持续推进,提高产业链协作效率和供应链一体化水平,围绕供应链更高效率地开展降本工作,已成为工业产业发展的必然选择,也是中国工业企业品牌塑造的基础和“内功”。

京东的“超级供应链”正积极服务于工业等实体经济数智化转型。京东工业立足工业供应链技术与服务,形成了扎实完整的数字化基础设施能力、先进的供应链技术能力和成熟的运营经验。

京东工业通过构建数字化的“高速公路”连接供需两端,推动实现自适应的供需精准匹配,带动中国工业产业盈利能力持续提升。今年以来,京东工业已联合20多个城市发起“链动众城、万亿降本”行动,联动5000多家大中型制造企业。

京东工业和国研大数据研究院发布的《数智供应链助力新型工业化》报告显示,2024年,中国工业供应链总成本约为115.19万亿元,经分析推导,供应链创新优化和数智化转型,将为中国工业企业降低约6.77万亿元的供应链成本。

要实现工业产业的数智化转型,供应链的数智化是最好的切入路径和底层链接。京东工业陆续发布十大行业的专属供应链解决方案,聚焦细分行业场景,帮助企业快速实现数智化落地。

面向未来,京东工业将以专业可信赖的数智供应链技术和服务精准连接供需两端,助力中国工业企业数智化转型和降本增效,为推进新型工业化发展构建扎实的基础设施。

(本报记者郑铁整理)

## 坚持产业革新提升核心竞争力

陕西建工控股集团有限公司党委副书记、总经理 陈 琦

陕建集团作为陕西首家营收千亿元级的上市公司,业务涵盖国际工程承包、城市轨道交通、石化设计施工、绿色能源建设等建筑全产业链,项目分布在中国及45个国家和地区。

坚持产业革新,持续提升核心竞争力。近年来,陕建集团加快从传统单一施工企业向“运营引领、投资驱动、建造支撑”的综合服务商转型。目前,集团运营项目200多个,涉及智慧城市、能源交通等多领域,承建电化学储能电站中核莎车光储一体化项目、世界海拔最高的西藏阿里光伏工程等,成为企业转型发展新名片。

坚持科技创新,加快发展新质生产力。陕建集团拥有2个院士工作站、19个国家和省级企业技术中心,牵头成立陕西省智能建造与新型建筑

工业化产业创新联盟,与相关单位共建“科学家+工程师”“设计师+建造师”团队,形成一批科研成果和核心技术并成功应用。

坚持文化焕新,持续增强发展软实力。陕建集团始终重视企业文化建设,传承红色基因,厚植工匠精神。国家“一五”时期156个重点项目中,陕建参建了其中的40个。近年来,积极参与共建“一带一路”,承建大量中外合作项目,企业国际影响力日益扩大。

未来,陕建集团将坚守“向善而建”的初心和“向新而行”的韧劲,加快建设具有竞争力的一流企业,为推进建筑业高质量发展、服务中国式现代化建设贡献更多力量。

(本报记者郑铁整理)



## 推动中国产品向中国品牌转变



## 科技温度赋能美好未来

中兴通讯股份有限公司副总裁 陈志萍

科技需要温度,作为一家高科技企业,中兴通讯努力以创新之力,打破地理与资源的限制,让科技的种子在“不被看见”的角落生根发芽。

在利比里亚,中兴通讯建成的128座太阳能通信基站,为超过58万人架起通往知识与机遇的信息之路;在南非,全球首个5G RRU商用部署,以创新射频技术将网络覆盖延伸至偏远地区;在云南文山壮族苗族自治州山区,中兴通讯发起的“有间兴教室”项目,通过远程支教与“科学盒子”教具,让孩子们触摸到更广阔的世界;在青海可可西里,生态监测网络为藏羚羊等高原精灵构筑“数字防护网”,也让巡山队员拥有更安全的通信保障。

科技需要普惠,中兴通讯将对品牌温度的真实表达,寄托于一个生动场景,以科技赋能推

动社会迈向智能、绿色、安全的未来。

在河南安阳,以5G+A与无人机技术构建“空中生命走廊”,将急救血液的运送时长平均缩短30分钟;在山东青岛,中国城轨交通行业首个人工智能大模型让地铁运营更智能、服务更贴心;在陕西榆林大海则煤矿,5G全矿井网络实现了地面与井下的高清视频通话。未来,矿工将能在集控室进行远程采煤。针对家庭场景,中兴通讯AI家庭“四大件”帮助家庭成员体验智能生活,让科技的温度惠及更多家庭。

面向未来,中兴通讯将继续秉持“科技向善”理念,以数智温度讲述品牌故事,共创人与自然和谐共生的绿色未来。

(本报记者黄福特整理)

## 让世界记住中国制造的创新

格力电器常务副总裁 朱 磊

让世界记住中国制造的创新,一定要让人们能看得见、记得住、感受到。

今年7月29日,正值炎夏酷暑,在新疆吐鲁番火焰山,地表温度接近80摄氏度。格力空调的创新技术,让一间玻璃屋仅仅依靠一台格力空调就能保持凉爽,格力高管在这里生活了48个小时。这场测试让世界看到,真正的创新,不是冷冰冰的数据,而是要经得起实测,敢于在极端环境中验证自己。就在不久前,格力又将净水机搬到黄河边,现场取水、净化,让黄河水成为可以一饮而尽的直饮水。格力用行动说明,科技创新,最终要回到人们生活本身。

10年前,格力提出“让世界爱上中国造”。

今年,格力牵头的两项制冷压缩机ISO国际标准通过并发布。每一项ISO标准的通过,都要超过2/3成员国同意、不超过1/4反对,还需5个国家派出专家共同审定。正是靠着一场场技术答辩、一次次全球沟通,让“中国制造”的制冷压缩机标准被写进国际标准。这不仅是技术的突破,也是品牌话语权的突破。

当遥远的国际市场因为产品信任企业,格力出口的不仅是机器,更是输出了品牌和信任。创新不是一个冷冰冰的技术词语,而是让世界因为你而变得更好的能力。创新不是抵达,而是出发;不是结果,而是不断挑战极限的勇气和行动。

(本报记者黄福特整理)

## 利用人工智能优化用户体验

中国互联网络信息中心副主任 张 晓

人工智能正深刻改变人类生产生活方式,不仅是生产力工具,也是重塑品牌价值、优化品牌体验的关键要素,为中国品牌实现从“技术自信”到“品牌自信”的跨越式发展奠定坚实基础。

2025年,人工智能领域大模型持续进化、竞争加剧,DeepSeek凭借新架构和先进算法表现亮眼;我国围绕算力自主可控,正在构建更加独立的硬件和软件生态系统。

我国生成式人工智能的发展主要围绕5个方面展开:一是国产AI品牌崛起,以DeepSeek为代表的国产AI产品,正加速成为中国科技出海的新名片。二是逻辑推理能力显著提升,既给AI“补营养”,提高模型参数规模,也给AI“换脑”,优化架构设计,还让AI“读好书”,提升数据质量。三是多模态能力实现跨

越式发展,一些汽车品牌基于多模态能力,为用户提供更多安全感、舒适感和未来感。四是模型的推理成本显著降低,为中小型企业提供触手可及的AI服务。五是轻量模型赋能品牌场景拓展, AI可部署到边缘设备和用户手机上,使品牌服务“无处不在”。

数据显示,我国生成式人工智能用户规模达到5.15亿。下一步,品牌需要思考如何将自身的产品和服务,嵌入到用户工作和生活中,聚焦模型集成,打造能够自我学习、一站式解决用户需求的智能体品牌,提供更自然、更情感化的交互体验。未来,不断完善治理体系,确保人工智能长期健康发展,是实现品牌价值持续增长的保障。

(本报记者郑铁整理)

## 立足资源禀赋构建开放高地

云南省商务厅副厅长 浩一山

近年来,云南省以高质量发展为主线,锚定“品牌强省、质量强省、产业强省”目标,加速构建面向南亚东南亚的开放高地,绿色能源与特色产业协同发力,综合交通网络全面升级。

立足优异资源禀赋,加速推进绿色能源体系建设。云南可再生能源装机容量突破1.5亿千瓦,水电占比超90%,光伏、风电装机



▲2025中国品牌论坛主论坛现场。

◀“雄安最美天际线”摄影展亮相2025中国品牌论坛。 人民网记者 翁奇羽摄

本报记者 雷 声摄

规模均居全国前列。清洁能源驱动绿色铝、新能源电池等新兴产业崛起,2024年绿色能源产业增加值同比增长6%,成为工业增长核心动力。

依托独特区位优势,助力高原特色农业享誉全球。云南2025年前三季度农产品出口达147.4亿元,鲜花、咖啡、坚果等农产品产量连续多年居全国首位,鲜花、咖啡、烟草出口值居全国第一。昆明斗南花市年交易量占全国70%,成为亚洲花卉贸易“风向标”。云南正以“绿色云品”品牌建设为抓手,推动农业向标准化、高端化迈进。

中老铁路开通运营以来,截至今年10月底,累计运输货物超7000万吨。中缅印度洋新通道常态化运行,云南成为连接“一带一路”与《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的陆路枢纽。

“旅居云南”品牌焕新,生态与开放优势叠加。云南诚邀全球伙伴深化现代农业、绿色能源等领域合作,共赴“有一种叫云南的生活”之约,携手谱写高质量经贸合作新篇章。

(本报记者肖飞整理)