

# 建设数字国企的思考

■ 徐代军

数字国企作为数字中国建设的一部分,同时也是数字经济的组成部分,是“十四五”时期我国经济发展的重要内容,更是国企未来的发展方向之一。与数字经济对传统经济的升级、变革一样,数字国企也是一种对传统国企发展方式的升级、变革,是一种发展路径、模式与思维的创新。本文旨在从宏观层面,对如何建设数字国企做一些战略性思考,以起到“抛砖引玉”的作用。

### 一、数字国企的定义

G20 杭州峰会发布的《二十国集团数字经济发展与合作倡议》对“数字经济”如此定义,以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素,以现代信息网络作为重要载体,以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动。中国信通院发布的《中国数字经济发展白皮书 2020》对“数字经济”的定义是:数字经济是以数字化的知识和信息作为关键生产要素,以数字技术为核心驱动力,以现代信息网络为重要载体,通过数字技术与实体经济深度融合,不断提高数字化、网络化、智能化水平,加速推动经济发展与治理模式的新型经济形态。参考以上两种对“数字经济”的定义,我们可以定义“数字国企”为:以数字化的知识与信息为纽带,以现代信息网络和信息通信技术为桥梁,以重塑重构经济发展与治理模式为目的而从事一系列经济活动的新型国有经济形态。

### 二、建设数字国企的意义

第一,建设数字国企是国企更好融入新一轮科技革命和产业变革,推动产业发展的质变变革、效率革命和动力变革的客观要求。当下的数字技术创新一日千里,成为汇聚各类创新要素、带动创新发展、实现创新驱动的最佳领域。数字技术在金融、制造、电力、石油、天然气、铁路、民航、电信等传统领域,正在引发跨领域、跨行业技术的颠覆性突破,孕育了智能制造、工业互联网、科技金融等新模式新业态新产业。国企作为国民经济的支柱,横跨电力、石油、天然气、铁路、民航、电信等传统领域,能否抓住数字技术创新的机遇,建设数字国企,关系到能否更好地融入新一轮科技革命和产业变革,推动产业发展的质变变革、效率变革和动力变革,进而赢得未来竞争的主动权。

第二,建设数字国企是深化国企改革,推动国企高质量发展的重要途径。一是有助于国有企业实现布局优化、结构调整,实现新一轮科技革命和产业变革,推动产业发展的质变变革、效率变革和动力变革,进而赢得未来竞争的主动权。二是有助于国有企业提升发展质量和经济效益。数字技术为打造便捷高效、公平竞争、稳定透明的营商环境提供了动力,为推进供给侧结构性改革,实现各行业供需有效对接提供了服务,为加快新旧动能接续转换、推动经济高质量发展提供了支撑。三

品牌评价国家标准宣贯教材 | (连载一百二十二)



上的能力,加强与产业链上中下游及各行业应用场景企业合作,合理布局新兴产业,培育行业领先的数字化“独角兽”企业。

第二,数字国企产业链供应链价值链“双循环”。数字国企产业链供应链价值链内外循环所涵盖的范围包括国企所涉足的能源、教育、交通、通信、金融等行业之间的循环,是要适应人民期待和需求,加快数字化服务普及,降低应用成本,为老百姓提供用得上、用得起、用得好服务,让亿万人民在共享数字经济经济发展成果上有更多获得感。数字国企产业链供应链价值链“双循环”的着力点是打造内市产业链供应链价值链发展的“链主”上市企业。

第二,数字国企区域城市市场“双循环”。数字国企区域城市市场“双循环”囊括了城市之间、地区之间的协同发展。尤其其包含了国企所在城市、省区的发展战略与国企业务发展的协同发展。例如,长三角一体化、京津冀一体化、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈建设等。数字国企区域城市市场“双循环”着力点是着力于培育发展先进产能,增加有效供给,加快形成新的产业集群,孕育更多吃得饱、产得多、飞得远的好“鸟”,实现腾笼换鸟、凤凰涅槃。

第三,数字国企国内国际“两个市场”“双循环”。数字国企国内国际“两个市场”“双循环”是基于国内市场实际,突出重点,抓住主要矛盾,着力打通堵点,疏通生产、分配、流通、消费各环节,实现供求动态均衡的战略决策。具体而言,就是打造适应国内国际“两个市场”“双循环”的数字国企范本。一是树立制造业数字国企范本。以智能制造为主攻方向,着力提高生产设备数字化率和联网率,提升关键工序数控化率,增强基于数字孪生的设计制造水平,全面提升企业研发、设计和生产的智能化水平。二是树立输配类数字国企范本。加快建设推广“智能现场,着力提升集成调度、远程操作、智能运维水平,强化能源资产资源利用、建设和运营全过程运营管控能力。三是树立建筑类数字国企范本。重点开展绿色建筑信息模型、三维数字化协同设计、人工智能等技术集成应用,提升施工项目管理数字化管理水平,推动数字化与建造全产业链的深度融合,强化现场环境监测、智慧调度、物资监管、数字交付等能力。四是树立服务类数字国企范本。着力推进智慧营销、智慧物流、智慧金融、智慧服务、智慧供应链等建设,打造在线的数字服务产品,提升客户体验,提高客户黏性,拓展数字服务能力,扩展数字业务规模。五是树立农业类数字国企范本。着力拓展智慧感知、物联网、大数据等快各类资源汇集和按需调用,带动提高国有企业以数据为核心的新型产品与服务创水平,为人民群众提供更加智能、更加便捷、更加优质的公共服务。同时,强化国企在核心技术攻关和资源社会化输出

发展的重要力量。作为数字国企建设的重要一环,推进国企创新,需要优化国企科创新体系和运行机制,推动重点领域项目、人才、资金一体化配置,改进创新项目组织管理方式,完善企业创新项目的评价机制,弘扬科学精神和工匠精神。加快突破核心技术,全面提升企业发展的科技含量,提高企业劳动生产率和资本回报率。

二是协同。充分发挥互联网的作用,建设国企大数据中心,把数据汇聚起来,形成发展新要素,同时通过网络的链接,推动不同地区的国有企业之间进行数据交换,丰富数据类型和层次,促进均衡协调发展。

三是绿色。绿色不仅是指数绿青山,还有日常工作过程中的节能减排,用数字技术推动国企办公的自动化、智能化,引导国企推行在线办公、无纸化办公等,都是一种充分运用数据,实现环境保护和价值再创造的行动,实现了企业发展与自然的和谐共生。

四是开放。数字经济的核心之一就是互相链接,也就是彼此开放。尤其在第四次工业革命的推动下,数据成为了生产要素,国企只有实现“走出去”和“引进来”相结合,才能享受数字经济

的红利,跳出舒适圈,走向广阔的市场,越发越好。其中,建设数字国企,可以让数字技术和数据要素更广泛地释放企业的发展优势,树立中国企业形象,吸引更多合作伙伴。

五是共享。对于建设数字国企而言,共享的核心要义是结合企业所在行业和从事的业务,把数据天生具备的“共享基因”组合好,提供“人尽其才、物尽其用”的共享机制和平台。尤其是积极推动国有企业利用数字国企建设的契机,提升自身的信息化与监管体系的融合水平,助力国资国企实时在线监管系统建设。

(二)推动新发展格局的实效
加快形成以内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,是破解发展难题、厚植发展优势、开创发展新局的关键。教育、产业、金融紧密耦合的创新体系形成。三要鼓励国企加大投入,并且长期坚持和大胆探索,为建设数字中国夯实基础。

(二)贯彻新发展理念的思想
“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念是行动的指南。建设数字国企,必须贯彻新发展理念的思想,全面创新发展体制,重塑发展生态,在解决发展动力、增强发展的整体性、协调性、包容性等方面下功夫,使数字国企建设的各项举措落地生根,确保新理念转化为国企发展的新实践。那么,数字国企建设进程中,如何融入和体现新发展理念的思想?

一是创新。纵观人类发展历史,创新始终是推动一个国家、一个民族向前发展的力量,也是推动整个人类社会向前

敏捷制造同步协同。根据动态订单,将订单与企业生产同步,通过数据链中的各动态生产单元的有效组合,合理分配生产资源,被公开预测、销售、补货、库存和促销活动,比以往任何时候都会受到协同企业双方的欢迎,新的机会就会大量涌现,如可以看到整个利润结构的协作企业愿意给出更高的品牌溢价能力。(3)创造需求。理想的“消费社会”是不断创新出更多样化的、新的利润需求,针对合作专家市场的特点,双方的关键性合作环节是满足于特定的专业级市场,在每一个独立的专家级市场彼此获得高利润。(4)鉴于消费者并不会自己发现需求并完成需求,双方考虑的一个基础,是协作企业定义为终端产品企业的“生产部门”,双方必须采取紧密合作,创造更为理想的生产部门,方能具有吸引力的新商品,以满足更挑剔的消费者。

(5)双方把重点放在正在进行的合作,共同解决减少缺货、加强预测的准确性、减少库存、优化价格,有效促进、售后服务等实质性环节才是合作应有的态度,终端产品厂商要协作商能否更好地应对市场发展列为核心目标。

(6)协同之间的预测准确度是关键。任何一方都希望增加销售,实现利润和满足顾客,其结果,是他们最关心的货架空空,这意味着需要准确的库存预测,但目前常常是一种复杂的猜谜游戏。

(7)各品牌协同方实际上都占据着市场的话语权,今天的消费者对品牌溢价购买率已经相当成熟,而品牌本身就是各项谈判的砝码,品牌的影响力更多取决于各自各自的品牌竞争力,消费者在市场终端上有时并没有太多选择权,优势的品牌协同企业将拥有大部分市场份额。

2 品牌协同心理契约
品牌协同心理契约是一种不可被打破的自然平衡。企业的品牌,与各环节平衡关系的完美状态,是达到一种稳定的、持续的、平衡的、高质量的自然平衡关系,各方之间有序运转,企业品牌散发出“天然、自然、恒定、秩序、平衡、鲜活、快乐、幸福”般的生命状态,朝气蓬勃。任何企业在品牌建设的C级、B级,都会致力于向品牌心理契约的平衡推进,以期达到品牌建设A阶段战略级,高能阶段品牌生态阶段,但多数情况下,企业会存在某方面的失衡,这些失去平衡的例子在多数企业会发生,所以最终只有极少数的企业实现了成就双循环品牌的目标。(待续)

# 保时捷严博禹：坚持纯电不放弃内燃机路线,不走大量产品牌路线

■ 王琳琳

“要推进电气化与数字化进程,到2025年保时捷计划投资150亿欧元,要确保足够的投资资金,IPO不失为一个来源。”保时捷全球执行董事兼主席奥博穆说。让保时捷有损分入市场的想法背后是对电气化发展的决心。按照保时捷的计划,到2025年纯电动或插电式混合动力车将占到保时捷整体销量的50%,到2030年将达到80%;此外到2030年之前实现整个价值链的碳中和。

保时捷中国总裁及首席执行官严博禹日前在接受新京报贝壳财经记者采访时表示,“未来十年坚持三管齐下,坚持电气化内燃机车型,开发插电式混合动力车型和纯电动车型。”

### 加快数字化转型,不断丰富电气化阵容

2020年,保时捷全球交付新车27万辆,其中纯电动车销量占比为7%,在大众汽车集团内部保时捷位居第一。在欧洲市场,保时捷的交付新车中三分之一是混合动力或纯电动汽车。博禹一方面表示,计划到2025年保时捷车辆中将有一辆是混合动力或纯电车型,2030年混合动力或纯电车型在销量中的占比将达到80%。

在中国市场,严博禹称去年12月Taycan的交付量超过Taycan整个车系全年交付量的一半,从这个层面来看,可以看到中国市场对于Taycan的需求还是非常大的,预计这样的增长会持续;而在充电基础设施方面,除了保时捷现有充电网络外,也涵盖公共充电网络,同时建

设保时捷专属充电站,经销商门店也配备充电解决方案。目前,在保时捷等车企看来,中国新能源汽车市场最具潜力也是全球最大的市场,汽车企业在加码对中国市场电气化的布局。“在业务层面的发展并不是我们最终的目标,我们也希望更好地满足车主的需求,并且能够在供需两端上达成平衡。未来会有越来越多的车型进入到电气化的阵营当中,还会持续优化内燃机车型和插电式混合动力车型,坚持三管齐下。”严博禹称,“在数字化方面,我们成立了保时捷(中国)数字科技有限公司,满足消费者在车内,以及在整个车辆使用过程中对数字化的需求;同时,也帮助经销商进一步优化销售流程,提升消费者在店内的数字化体验。”

去年保时捷全球交付量27万辆,其中中国市场的交付量近8.9万辆,同比增长3%,中国连续第六年成为保时捷在全球最大的单一市场。实际上随着中国市场重要性的日益凸显,保时捷在中国市场的产品投放、销售服务等方面也有了更多侧重,“我们会始终坚持把高性能、高效率的车型带到中国大陆,未来可能仅有极少数的大众车型不会来到大陆。”严博禹表示。

随着中国市场构成需求的增加,关于保时捷在华建厂的讨论也此起彼伏,但保时捷方面明确表示不考虑在中国市场建生产厂。但在本土化布局方面,严博禹称一方面通过传统的方式,更深入地了解中国市场和国内消费者对车辆的需求,另一方面不断推出创新的服务,提出数字化解决方案,会根据反馈做出相应的调整,以适应国内这种复杂的消费生态环境。

# 无锡国家数字电影产业园:抓数字化先机育文化名牌

■ 过国忠

从上世纪八十年代建成央视影视基地起步,到成为全国唯一的国家级数字电影产业园,无锡国家数字电影产业园已成为无锡文化的独特优势和叫得响的一张“文化品牌”。

3月18日,在无锡国家数字电影产业园举行的2021苏浙影视合作交流会上,无锡市的副市长周青说:“‘十四五’开局之年,无锡将以推进重点项目建设为抓手,围绕建设区域性文化中心城市和工业影视之都的目标,整体提升生产要素水平,全面提升企业研发、设计和生产的智能化水平。二是树立输配类数字国企范本。加快建设推广“智能现场,着力提升集成调度、远程操作、智能运维水平,强化能源资产资源利用、建设和运营全过程运营管控能力。三是树立建筑类数字国企范本。重点开展绿色建筑信息模型、三维数字化协同设计、人工智能等技术集成应用,提升施工项目管理数字化管理水平,推动数字化与建造全产业链的深度融合,强化现场环境监测、智慧调度、物资监管、数字交付等能力。四是树立服务类数字国企范本。着力推进智慧营销、智慧物流、智慧金融、智慧服务、智慧供应链等建设,打造在线的数字服务产品,提升客户体验,提高客户黏性,拓展数字服务能力,扩展数字业务规模。五是树立农业类数字国企范本。着力拓展智慧感知、物联网、大数据等快各类资源汇集和按需调用,带动提高国有企业以数据为核心的新型产品与服务创水平,为人民群众提供更加智能、更加便捷、更加优质的公共服务。同时,强化国企在核心技术攻关和资源社会化输出

# 海南自贸港给了全球品牌新机遇

■ 罗霞

“西班牙‘国宝级’火腿要来了!据海南日报报道,记者3月16日从海南国际经济论坛获悉,西班牙知名食品及酒类集团公司苏堡集团已确认参加首届中国国际消费品博览会上(以下简称消博会上,该集团旗下西班牙国宝级火腿品牌5J Cinco Jotas将一同亮相。

西班牙火腿闻名世界,是西班牙最具代表性的美食之一。在首届消博会上,



●保时捷中国总裁及首席执行官严博禹

保时捷一直关注市场以及其他品牌的动向,尤其是在新能源汽车这个领域的发展情况,也把市场的竞争当成是一个正面的推动发展力量,这也是不断改进车内数字化服务的契机。

乘联会数据显示,中国豪华车市场2020年的累计零售销量约为252.91万辆,同比增长14.7%,占乘用车的市场份额提升至13.1%,并且成为主流合资品牌、自主品牌等细分市场唯一呈正向增长的市场;业内认为国内经济快速复苏,消费升级带动高端车换购需求的增加,也让保时捷等豪华车品牌在中国市场销量增长。

“从保时捷交付来看,2020年中国跃升为保时捷双T豪车全球第三大市场。”严博禹说,“我们预计今年中国汽车市场在豪华车方面仍会保持比较好的增长态势,电气化的发展趋势毋庸置疑,我们希望保时捷成为更加重要的品牌,保时捷会继续专注于豪华品牌的定位。”

随着经济社会的发展,粮食品牌的消费市场已经形成。河南粮食企业品牌意识开始觉醒并逐步加强,一些企业专注于打造企业品牌。精彩的“鹤壁·鹤壁的‘真化’、郑州的‘多福多’”等已经成为耳熟能详的粮油品牌,可以称为河南粮油“新名片”。

随着经济社会的发展,粮食品牌的消费市场已经形成。河南粮食企业品牌意识开始觉醒并逐步加强,一些企业专注于打造企业品牌。精彩的“鹤壁·鹤壁的‘真化’、郑州的‘多福多’”等已经成为耳熟能详的粮油品牌,可以称为河南粮油“新名片”。

“以前只顾着埋头搞品牌,直到有人抢先注册了我们的‘阿城’商标,才开始意识到品牌的重要性。”平舆奥博汇鑫油脂有限公司行政部经理冯磊说,近几年,公司重视品牌宣传后,效益明显上来了。

“我们被开拓国际市场,组织企业参加希腊国际影视展、澳门国际文化艺术品暨非物质文化遗产展览会、中国国际电影节、中国(北京)国际服务贸易交易会等国际外重点展会,帮助重点企业合作国际交流合作,让更多‘无锡文化’走向世界。”周青说。

此次苏浙影视交流对接会,是今年江苏开展“苏新服务·智慧全球”40场服务贸易线上系列对接会的首批活动,通过线上线下对接,集中签约了一批影视文化领域合作项目。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家

数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

目前,无锡国家数字电影产业园内聚集了数字影视企业1000余家,产业规模位居全国前列。2020年,无锡国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家

数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

目前,无锡国家数字电影产业园内聚集了数字影视企业1000余家,产业规模位居全国前列。2020年,无锡国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

## 安溪打响“书香安溪”品牌

■ 李耀辉

17日至18日,福建省委宣传部副部长、省新闻出版局(版权局)局长肖贵新一行到安溪,调研出版物发行和农家书屋工作。安溪县委常委、宣传部长陈剑宾一同参加。

调研组一行先后前往新翰图书馆、新华书店铁观音书城、培文中学、县第十八小学等地,通过实地考察、召开座谈会、听取汇报等形式,详细了解书籍进货渠道、销售情况、全民阅读开展、图书资源共享等情况,并为培文中学新华书展揭牌。

调研组要求,要切实提高政治站位,结合党史教育,开展形式多样、内容丰富的全民阅读活动,使书香充分发挥宣传宣讲的政策、培养践行主流价值、丰富活跃文化生活的作用,要充分发挥政府能动性,大力推动书屋资源整合,不断创新理念、拓展阵地、搭建平台、完善机制,注重多渠道、多途径,助力发挥书屋职能,营造全民阅读氛围,努力打造阅读文化生态品牌,培养全民阅读习惯,激发全民阅读热情,提升全民阅读学习效能,要打造品牌校园书屋,通过典型示范引领推动校园书屋建设,将校园书屋做成一个样板,助力校园文化建设,进一步打响“书香安溪”品牌。

## 河南粮油品牌亮出“新名片”

■ 刘婷婷

随着经济社会的发展,粮食品牌的消费市场已经形成。河南粮食企业品牌意识开始觉醒并逐步加强,一些企业专注于打造企业品牌。精彩的“鹤壁·鹤壁的‘真化’、郑州的‘多福多’”等已经成为耳熟能详的粮油品牌,可以称为河南粮油“新名片”。

随着经济社会的发展,粮食品牌的消费市场已经形成。河南粮食企业品牌意识开始觉醒并逐步加强,一些企业专注于打造企业品牌。精彩的“鹤壁·鹤壁的‘真化’、郑州的‘多福多’”等已经成为耳熟能详的粮油品牌,可以称为河南粮油“新名片”。

### 觉醒:粮油企业品牌氛围渐浓

早些年,河南已经拥有了白象、三全、思念、南街村等“老品牌”粮油企业,但多数粮油企业还处在于干活的“作坊”阶段,直到有人抢先注册了我们的“阿城”商标,才开始意识到品牌的重要性。”平舆奥博汇鑫油脂有限公司行政部经理冯磊说,近几年,公司重视品牌宣传后,效益明显上来了。

“我们被开拓国际市场,组织企业参加希腊国际影视展、澳门国际文化艺术品暨非物质文化遗产展览会、中国国际电影节、中国(北京)国际服务贸易交易会等国际外重点展会,帮助重点企业合作国际交流合作,让更多‘无锡文化’走向世界。”周青说。

此次苏浙影视交流对接会,是今年江苏开展“苏新服务·智慧全球”40场服务贸易线上系列对接会的首批活动,通过线上线下对接,集中签约了一批影视文化领域合作项目。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

目前,无锡国家数字电影产业园内聚集了数字影视企业1000余家,产业规模位居全国前列。2020年,无锡国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。

值得一提的是,无锡在培育发展文化产业上注重品牌交流与合作,先后举办了“中国·江苏太湖影视文化产业投资峰会”、江南文脉论坛、中国(无锡)国家数字电影产业园承接影视剧拍摄制作项目261部,立项影视剧360部,园区企业承办的《八佰》《夺冠》《三而已》《安家》等45部影视剧上映播出。

近年来,无锡抢抓影视产业数字化发展先机,拥有华为5G数字影视创新中心、光影后期制作线上协同平台、数字虚拟咖啡等国内技术领先的影视科技平台,为数字科技电影产业园等重点文化产业园区赋能提升,并打造无锡国家动画产业基地、国家动漫游戏产业振兴基地等一批专业特色园区。