

## 于洋:深耕建筑工程领域 创新激活企业发展新动能

在国家大力推动基础设施建设和绿色发展战略的背景下,河南中之间实业有限公司(以下简称“中之间”)以其全面的业务能力和对创新技术的不懈追求,成为行业内的佼佼者。公司在总经理于洋的领导下,不仅在市政工程、建筑工程等领域取得了显著成就,更在科技创新和环保产品开发方面展现了其专业实力和社会责任感。

### 科技创新引领行业发展

在建筑工程领域,技术创新是推动行业进步的关键。于洋深知这一点,他带领团队研发出“建筑工程地下暖通管道缺陷智能检测系统”,这一科技成果的问世,不仅解决了传统检测方式中存在的效率低、准确性差等问题,更为建筑工程的质量安全提供了强有力的保障。该系统通过集成高精度传感器、大数据分析等先进技术,实现了对地下暖通管道的全面、精准检测,为建筑工程的智能化、精细化管理树立了新的标杆。于洋的这一创新举措,不仅彰显了公司强大的研发实力,更为公司在建筑工程领域的竞争中赢得了先机。

### 业务拓展与多元化发展

河南中之间实业有限公司在于洋的领导下,业务范围不断拓展,形成了市政工程、建筑工程、机电工程施工总承包,以及装修装饰、城市道路照明、环保工程、防水防腐保温工程等多个领域的专业承包能力。公司还以合同能源管理模式实施供热供冷投资、运营,积极推动节能、环保产品的技术开发与推广。这一多元化的业务布局,不仅满足了市场的多样化需求,更为公司的持续健康发展提供了坚实的基础。于洋凭借其敏锐的市场洞察力和战略眼光,成功引领公司抓住市场机遇,实现了业务的快速增长和企业的全面发展。

### 重大项目的成功实施

在业务发展上,中之间在于洋的带领下,成功签署了多个重大项目的合同,这些项目的实施不仅为公司带来了经济效益,也为社会基础设施的完善和城市环境的改善做出了贡献。公司在合同能源管理模式下的供热供冷投资和运营,体现了中之间在节能减排和绿色发展方面的积极探索和实践。

河南中之间实业有限公司在总经理于洋的领导下,以其全面的业务能力、创新的科技成果和专业的服务水平,为建筑工程行业的发展贡献了重要力量。公司积极响应国家政策,致力于技术创新和绿色发展,彰显了企业的社会责任和行业领导力。我们期待中之间在未来的发展中,继续以创新驱动发展,以质量赢得市场,以责任回馈社会,为建筑工程行业的繁荣和国家的可持续发展做出更大的贡献。

(芭姗诗)

## 刘松阳:创新驱动高科技行业 销售领域的高质量发展

实施创新驱动发展战略,是加快转变经济发展方式、提高我国综合国力和国际竞争力的必然要求和战略举措。近年来,从自主创新到自立自强,从跟跑参与到领跑开拓,从重点领域突破到系统能力提升,我国科技事业实现跨越式发展。

回顾过去,一系列关键技术促使产业迈向中高端水平,战略性新兴产业蓬勃发展,高性能设备、智能机器人、激光制造等技术突破,有力推动制造业的升级发展,新能源汽车和新型显示产业规模位居全球首位。新兴前沿技术不断涌现,催生众多新产业和新业态。超级计算、大数据、区块链等技术的应用加速,推动人工智能和数字经济的蓬勃发展。

党的二十大报告提出,“加快实施创新驱动发展战略”“加快实现高水平科技自立自强”。全国科技界深入学习贯彻党的二十大精神 and 决策部署,攻坚克难、奋力拼搏,各行各业协力攻关,东中西部合作创新,科技产业金融融通发展,深化改革与创新发

展统筹推进,汇聚形成全国上下勠力同心、锐意创新的磅礴力量。近年来,高科技行业得到了前所未有的发展机遇。政府出台了一系列支持政策,鼓励企业加大研发投入,推动科技创新。这些政策不仅为高科技企业提供税收优惠、资金扶持等实际支持,也为其销售领域创造更加广阔的市场空间。在此背景下,安似科技(上海)有限公司高科技行业销售经理刘松阳,凭借其深厚的行业经验和不断创新的销售策略,逐渐成为高科技行业销售领域的佼佼者。

刘松阳自 2019 年 6 月起担任这一职务,负责 Ansys 中国高科技行业的大客户销售工作。他深知 Ansys 作为全球领先的工程仿真软件提供商,对于支持中国高科技企业的创新与发展具有重要意义。因此,他时刻关注政策动态,紧跟科技创新的步伐,深入了解客户需求,提供针对性的解决方案,以赢得客户的信任与满意。在与中兴通讯的合作中,他成功推动 Ansys 软件在 5G 网络、云计算等领域的广泛应用,助力中兴通讯在技术创新和市场拓展方面取得显著成果。而在与比亚迪的合作中,他则通过提供高效能仿真解决方案,支持比亚迪在新能源汽车领域的研发和生产,为绿色出行贡献力量。

随着国家对科技创新的支持力度不断加大,高科技行业将迎来更加广阔的发展前景。刘松阳表示,他将继续紧跟政策导向,不论是创新销售模式,还是实施市场策略,都会把“创新驱动发展战略”作为行动的指导方针,推动企业的科技进步和产业升级,为行业的发展贡献自己的力量。

(林恣)

# 孟娜:坚持创新驱动发展 推进数字营销行业变革



近年来,我国广告行业持续增长。2023 年,全国从事广告业务的事业单位和规模以上企业达 1.7 万户,广告业务收入 13120.7 亿元,比上年增长 17.5%。其中,以互联网为代表的数字营销是带动整体行业增长的核心力量。伴随信息技术的快速发展和营销业务的

## 姚南西:引领智慧营销潮流

在数字化时代,信息科技正以前所未有的速度重塑着全球经济的每一个角落。作为市场营销行业的领航者,锦京集团副总裁姚南西女士凭借其深刻的行业洞察和前瞻性思维,引领着智慧营销的潮流。

“如今市场营销的重点已经转移到了消费者身上,个性化精准营销成为行业的重要发展点。信息技术是行业发展的重要‘催化剂’。只有打好信息化基础,主动出击,锚定消费者需求,创新智慧营销理念,才能实现直达消费者心底的营销效果。”作为智慧营销领域的专家,姚南西对营销行业的发展现状有自己精辟的解读。

随着信息科技基础设施的进一步完善,信息通信技术持续发展,新兴技术不断向实

## 孙旭阳:完善税收制度,实现征管精准化与智能化转型

在全球经济深度融合的浪潮中,税收作为国家宏观调控的核心杠杆,其合规性与筹划效率的优化,不仅关乎国家财政的稳健与安全,更是推动中国经济迈向高质量发展阶段的关键驱动力。作为世界第二大经济体,中国正以非凡的勇气和决心,深化税收制度改革,优化税收生态,力求在全球税收治理中树立新标杆。

税务管理专家、大连万达集团股份有限公司高级总裁助理兼商管集团财务中心常务副总经理孙旭阳认为,面对数字经济时代的新挑战与新机遇,税收制度必须与时俱进,不断创新。利用现代信息技术手段提升税收征管效能、研究制定与新业态相适应的税收制度已成为当务之急。这些举措的实施将有助于实现税收征管的精准化与智能化转型,为税收合规与筹划效率的优化提供强有力的制度保障与技术支撑。

## 郭新:新经济时代企业财务管理的转型与创新

新经济时代,呈现独特的创新驱动和信息化特征,企业财务管理正经历着深刻的转型与创新。这场变革不仅重塑了财务管理的目标,也革新了其手段和对象,为企业带来了前所未有的发展机遇。万达集团地产财务副总经理郭新深刻认识到,在新经济时代,财务管理是企业管理中最重要的组成部分之一。

### 财务管理目标的多元化发展

在旧经济时代,企业财务管理的目标主要集中在在股东财富的最大化上。然而,随着新经济时代的到来,这一目标已扩展至员工利益的最大化,强调以人为本,认识到员工创新性劳动对企业生存与发展的核心价值。企业

数字化转型,数字营销行业正在迅速崛起。

北京擎众网络科技有限公司 CEO 孟娜,在数字营销行业中披荆斩棘多年,依托自身卓越的才能和杰出的行业成就,成为数字营销行业的佼佼者之一。同时,孟娜也是一名热心的教育者,在多年的从业经历中多次参与到高专业性质的培训和演讲当中,致力于推动数字营销行业的学术与实践的交流。让我们跟随这位数字营销行业专家的步伐一起探究当前中国数字营销行业的发展现状,洞悉该行业的新动向和市场趋势。

### 数字营销行业技术的蓬勃发展态势

数字营销行业正在与全球经济深度融合,在互联网、人工智能、大数据、云计算等科学技术的飞速发展中,迎来了前所未有的变革与机遇,表现出强劲的韧性和活力。在诸多行业中,可以看到数字营销的融入和创新,例如住宿业、饮品行业、健康食品行业等,都在数字化营销的推动下,实现了产业的发展和创

在这一领域,孟娜通过她的技术成果——基于高维大数据统计分析的个性化数字广告投放策略设计,为数字营销行业的蓬勃发展作出了突出贡献。该系统利用大数据技术和先进的统计分析方法,对用户的在线行为、消费习惯、个人喜好等进行分析,从而实现个性化广告的精准投放。这不仅提高了广告投放的效益,更增强了用户体验,使得广告信息能更加有效地传达给目标用户。

孟娜的策略设计充分利用了人工智能和机器学习技术,对大量用户数据进行分析 and 挖掘,给出精准的广告推荐结果。同时,基于高维大数据统计分析的个性化数字广告投放策略设计,也提供了一种更为智能的、主动的

体经济的研发、生产、销售、服务等各环节渗透,生产方式与商业模式获得了极大创新,企业、商家与消费者的关系得以重构,全要素生产率持续提升,一系列商业新模式、新生态不断催生。对于市场营销行业而言,升级传统的营销观念,实现现代营销活动的更新换代,构建以消费者为中心、以市场为导向的现代营销体系,既是行业紧跟时代发展的必然要求,也是重塑市场营销模态、实现企业市场营销战略化的重要基础。

作为链接企业与消费者之间最重要的环节,市场营销行业发展对于发掘消费新增长点、带动经济增长有重要意义。受到市场需求收缩、全球产业链收紧等压力的影响,全球经济面临增速放缓的大问题。如何在环境形

当前,中国税收领域正面临前所未有的挑战与机遇并存的局面。经济的高速增长与税基的持续扩大,虽为国家财政注入了强大动力,但也暴露出高税负与复杂税制结构对企业和个人财务规划的严峻考验。企业所得税与个人所得税的税率结构优化、税收优惠政策的灵活调整,均要求纳税主体具备更高的财务规划与税务管理能力。同时,新兴业态如电子商务、共享经济、数字经济的蓬勃兴起,更对传统税收征管模式提出了前所未有的挑战,增值税抵扣难题、跨境税收协调等复杂议题亟待破解。

面对挑战,中国税收制度改革步伐从未停歇,且成效显著。营改增的全面实施,如同一剂强心针,不仅彻底消除了重复征税的顽疾,更促进了产业结构的深度调整与升级,为经济注入了新的活力。个人所得税法的修

财务管理的视野也拓宽至债权人、客户、供应商、社会公众等多方利益相关者,以成本效益原则为指导,旨在维护企业声誉、获取营业许可等,最终实现高于投入的回报,推动企业向多赢目标迈进。

### 财务管理手段的信息化与数字化

新经济的到来,加速了企业财务管理的信息化和数字化进程。计算机技术,尤其是网络技术的广泛应用,极大地提高了财务管理的效率和透明度。管理信息系统(MIS)的引入,使得每笔财务数据和计划都能被快速录入、分析和应用,减少了人为因素的干扰,提高了决策的科学性和严密性。网络技术的应

广告投放模式。投放策略不仅根据用户需求做出最合适的广告推荐,也能够时间和空间上进行精准地投放,提高广告点击率和转化率。此外,孟娜还考虑到数据隐私和安全性的问题,采用了匿名化处理和安全的数据存储手段,尽最大努力保障用户隐私和数据安全。她的贡献不仅在于为数字营销行业带来创新,同时也在推动对数据隐私和安全的重视和探讨方面发挥作用,为数字营销行业未来的健康发展奠定坚实基础,也将广告投放、用户体验、数据隐私和安全等方面带来深远影响。

### 科技创新的助推力量

随着科技的不断进步和应用,数字营销领域的技术和工具不断创新和完善,为企业的营销活动提供了更多的选择和机会。借助人工智能、大数据分析等技术,企业可以更准确地了解目标用户的需求和行为,从而制定更精确的营销策略,并实时调整和优化策略的执行过程。通过科技的应用,企业能够更快地获取并处理大量的数据,提高决策的准确性和效率。以 AI 在数字营销领域的深度应用为例,AI 的全面应用深入改造了数字营销行业,全面提升了各环节转化能力,包括个性化营销:通过 AI 技术,企业可以根据客户的偏好和行为历史提供个性化的营销内容,提高转化效果。此外,借助 AI,营销板块的素材内容也能实现快速生成,有效提高投放部门效率,并降低成本,同时基于大模型预测,素材和营销目标匹配程度更高。并且,AI 可以实现适当的时间、平台上自动投放广告,根据竞价和目标变化自动调整策略。在情感分析、数据分析、预测分析方面,在 AI 技术的加持下也实现了有关消费者行为、趋势和喜好的洞察分析社交媒体和在线评论等数据,帮

势严峻的前提下,消除企业生产与消费者需求之间的时间差,实现营销效率的提升,赋予市场营销智慧化动能。一直是许多营销专家们重点思考的问题。姚南西认为,营销行业正从传统的广告和推广方式转向数字化、个性化的营销策略,消费者越来越倾向于通过社交媒体和在线平台获取信息,对品牌的要求也更加个性化和多样化。大数据、人工智能等技术在营销领域的应用日益广泛,为精准营销提供了可能。在这个内容为王的时代,她强调,高质量的内容是吸引和保持消费者关注的关键,智慧营销不

仅要追求商业效益,也要关注社会责任和可持续发展。姚南西预测,增强现实(AR)和虚拟现实(VR)技术将为消费者提供沉浸式体验,成为营销的新领域。同时,中国还将积极加强国际税收合作与交流,参与国际税收规则的制定与修订,为中国企业“走出去”提供坚实的税收保障与支持。

在税务筹划领域,中国将秉持合法合规的原则,鼓励企业和个人进行科学合理的税务规划。通过优化税收筹划方案,提高税收筹划效率等措施,降低税负成本、提升经济效益。同时,税务部门将加强对税收筹划的监管与引导力度,确保税收筹划活动在合法合规的轨道上运行,防止逃税避税行为的发生,维护国家税收利益与税收秩序的稳定。孙旭阳表示,中国税收合规与税务筹划效率的优化之路虽长且艰,但中国正以坚定的步伐和不懈的努力推进税收改革。我们有理由相信,在未来的日子里,随着税收制度的不断完善与税收征

管技术的持续进步,中国的税收环境将更加公平、透明、高效。这不仅将为国家财政的稳健运行提供有力保障,更将为中国经济的持续健康发展、企业的蓬勃壮大以及人民的幸福生活贡献更加磅礴的力量。

(文萍)

## 郭新:新经济时代企业财务管理的转型与创新

财务管理的视野也拓宽至债权人、客户、供应商、社会公众等多方利益相关者,以成本效益原则为指导,旨在维护企业声誉、获取营业许可等,最终实现高于投入的回报,推动企业向多赢目标迈进。

### 财务管理对象的交叉化

工业经济时代的财务管理强调权责利分明,是一种直线式管理。而在新经济时代,随着社会分工的进一步细化,团队协作和知识共享成为财务管理的新要求。财务管理的边界变得模糊,需要以企业整体为单位,实现跨部门、跨企业,甚至跨行业的协作与共享。这种交叉化管理有助于企业充分挖掘和利用各方面的财务潜能,实现资源的最优配置和风险的有效控制。

助企业了解消费者对产品或品牌的情感倾向,以便做出相应策略调整。

在这方面,孟娜通过“基于机器深度学习和社交网络分析的病毒式营销预测模型”为数字营销行业带来创新思路。该模型结合了机器深度学习和社交网络分析的技术,旨在预测并促进病毒式营销效果的提升。此技术利用机器深度学习的算法和模型来分析和理解大量的数据,通过深度学习算法的训练和学习,模型可以自动识别和提取数据中的有用信息,并掌握用户的行为模式、兴趣和偏好等关键要素,这使得模型能够更准确地预测病毒式营销活动的潜力和效果。该模型通过结合机器深度学习和社交网络分析的技术,提供了更准确的病毒式营销预测和优化能力,为企业的数字营销活动带来了更大的成功机会。

现今,孟娜的技术成果以及对数字营销行业的贡献在行业内外得到了广泛的认可。伴随数字营销行业的快速发展,她的技术和理念将持续推动行业的创新与发展,为建设更加安全、便捷和包容的数字营销生态系统作出贡献。

当前,数字化营销推广、针对性营销技术创新和智能化营销传播的应用正不断拓展着数字营销行业的边界,在推动这一行业健康发展的过程中,产业链各环节的合作与共赢愈发重要。

未来,数字营销行业将呈现协同共生、创新驱动的发展局面,为用户提供更加便捷、安全、个性化的营销业务,更为经济转型升级注入新的活力。我们相信,在中国数字营销行业的快速发展过程中,孟娜等优秀的创新研发者作为行业的杰出人才,将以其卓越的专业能力和领导才华,为行业的创新发展提供源源不断的动力。

(张嘉莹)

时,随着消费者对个性化和定制化需求

的增加,智慧营销将更加注重满足这些需求。在姚南西看来,智慧营销是营销新时代来临的标志,也是营销行业智能化的最好范例。“通过将前沿信息科技融入市场营销这张大网中,来拓宽、深化营销行业的智能化发展,为突破传统营销行业存在的平台边际而持续发力,是我能够为营销行业所作出的最大贡献。”姚南西由衷地表示,她将会继续深化自己对于现代信息科技与营销行业相融合的认识,并以自己强大的行业影响力,带动智慧营销行业迈出更大的创新步伐,以更多更优质的科技成果为构建“消费者-环境-内容”的全流程智慧营销体系努力,为打造立体化营销模态提供坚实力量。

(高凡)

## 郭新:完善税收制度,实现征管精准化与智能化转型

在全球经济深度融合的浪潮中,税收作为国家宏观调控的核心杠杆,其合规性与筹划效率的优化,不仅关乎国家财政的稳健与安全,更是推动中国经济迈向高质量发展阶段的关键驱动力。作为世界第二大经济体,中国正以非凡的勇气和决心,深化税收制度改革,优化税收生态,力求在全球税收治理中树立新标杆。

税务管理专家、大连万达集团股份有限公司高级总裁助理兼商管集团财务中心常务副总经理孙旭阳认为,面对数字经济时代的新挑战与新机遇,税收制度必须与时俱进,不断创新。利用现代信息技术手段提升税收征管效能、研究制定与新业态相适应的税收制度已成为当务之急。这些举措的实施将有助于实现税收征管的精准化与智能化转型,为税收合规与筹划效率的优化提供强有力的制度保障与技术支撑。

### 财务管理的发展方向

郭新指出,公司和组织,尤其是大型企业,必须在财务管理方面投入恰当的资源,以期赢得财务优势,从而在激烈的市场竞争中取得成功。郭新不仅为万达集团,也为企业界提供了财务管理的新见解,强调了在新经济环境下,企业必须不断创新财务管理模式,以适应时代的发展,实现企业的持续繁荣。随着企业财务管理的不断进步,我们有理由相信,未来拥有成功财务管理的企业,必将在激烈的市场竞争中占据有利地位。郭新的洞察和指导,无疑将引领万达财务管理迈向一个更加高效、智能、协同的新阶段。

(陈理明)