

M 品牌建设大家谈 (15)

推动中华文化
国际品牌传播迈向新阶段

□上海同济大学国际文化交流学院院长 孙宜宣

“滴滴”作为领先的移动出行平台,核心运营逻辑在于通过技术手段实现供需高效匹配,构建可持续的生态闭环,形成一种平台化、智能化、用户驱动的商业范式。其本质是通过技术平台重构传统行业的资源配置效率。这一模式已超越行业领域,成为多行业数字化转型的参考模板。其优势主要体现在三个方面,即高效性、灵活性和规模效应。

如何借鉴“滴滴模式”的经验,对中华文化国际品牌传播资源进行整合与应用,进而实现中华文化内容与全球用户需求的精准、动态匹配,对提高中华文化国际品牌传播的效能,具有直接的启发意义。

高效性,即减少资源闲置,提升供需精准匹配速度。就中华文化国际品牌传播而言,要做到这一点,首先要深度洞察需求,运用大数据技术,广泛收集海外不同地区、文化背景、年龄段受众的行为数据、兴趣爱好、文化消费习惯等信息,精准识别其对中华文化的兴趣点,构建精准受众画像。其次,整合媒体资源,基于数据分析结果,整合分散的文化传播媒体与平台,构建跨平台、跨媒体的传播矩阵,实现资源优化配置与协同运作。最后,是精细化内容生产与推送,根据不同国家和地区的文化特色及受众需求差异,对文化产品和服务进行精细化分类与定位。挖掘代表性、有吸引力的文化主题与故事,创作个性化、差异化内容,利用算法推荐系统实现精准推送与个性化触达,并运用数据分析工具实时评估传播效果,及时调整优化传播策略、内容及渠道,实现针对性改进。

灵活性,即用户可随时调用服务,司机可自由接入平台。就中华文化国际品牌传播而言,要做到这一点,首先要进行需求预测与前置准备,利用大数据工具预测海外文化需求趋势,提前把握潜在兴趣点,做好内容策划与资源储备。其次,打造无障碍服务平台,建设多终端适配、满足多元需求的文化服务平台,确保用户能随时随地通过便捷设备接入,并尽可能提供多语言界面与内容选项,减少语言障碍,提升传播灵活性与覆盖广度。再次,促进互动与社区建设,在平台设置评论区、论坛、社交群组等功能,鼓励受众间及受众与文化机构、创作者的交流互动,分享观点感受,形成活跃的文化传播社区。最后,运用人工智能技术确保平台稳定运行,配备专业的技术维护与内容运营团队,及时处理故障、更新内容,保障用户随时获取所需文化服务。

规模效应,即平台用户越多,算法越精准,越容易形成正向循环。就中华文化国际品牌传播而言,要做到这一点,首先要拓展多元传播渠道,深耕社交媒体。在Facebook、Instagram、TikTok、Twitter等全球主流平台建立官方文化账号,持续发布高质量内容,广泛触达海外用户。其次,要深化国际媒体合作,我国各级媒体机构(电视台、广播电台、新闻网页)应主动拓展海外合作,与国际知名媒体联合制作中国文化专题或报道,“借船出海”扩大影响力。再次,建设自有核心平台,主动开发专门的中华文化国际传播移动应用平台,集成个性化推荐系统,按需推送精准内容。最后,创新“中华文化+”品牌,与国际影响力强的时尚、餐饮等品牌合作,将中华文化元素融入其产品设计及营销活动。通过统一的品牌形象、理念传播与活动策划,在提升品牌商业价值与文化内涵的同时,使中华文化成为品牌基因的一部分,实现文化传播的“财富自由”,推动其向自我传播、自主传播演进。

总之,“滴滴模式”的精髓在于“实事求是”“用户至上”和“技术赋能精准匹配”,将其应用于中华文化国际品牌传播,核心在于发现、汇聚并高效利用一切可用资源,通过技术赋能,使静态的中华文化“展品”转化为可触达、可交互、可增值的“服务”,让全球用户能像“打车”一样便捷地调用所需的文化元素。这不仅将显著提升传播效能,降低服务成本,而且更契合中国综合实力提升的现实,最终实现文化内核与对外传播的高度统一,在弥合文化“供需”差距、节约资源的同时,积累更丰厚的国家软实力,推动中华文化国际品牌传播迈向更深层次、更广覆盖的新阶段。

□吴贤文/图

近日,在国务院国资委社会责任局主办的中央企业乡村振兴培训班上,由国务院国资委社会责任局指导、责任云研究院执行的《中央企业助力乡村振兴蓝皮书》正式发布。中国石化在定点帮扶县安徽省安庆市岳西县打造的翠兰“罗源场”品牌被评为中央企业助力乡村振兴特色产品品牌。

这一荣誉的背后,是中国石化35年深耕岳西县乡村振兴的生动实践:自1990年开展定点帮扶以来,通过“一县一链”帮扶模式,成功将当地茶产业打造成为年产值34.1亿元、品牌价值34.88亿元的支柱产业,为乡村振兴提供了可复制的“产业样本”。

帮扶接力:从扶贫输血到产业造血的战略升级

整合12家优质茶企,覆盖1.2万亩核心茶园,让分散的“小舢舨”结成“联合舰队”

自1990年起,中国石化开始对口帮扶安徽省岳西县,通过持续投入资金、派驻干部和实施产业项目,致力于推动当地经济发展和脱贫攻坚,为后续茶产业振兴奠定了基础。

“刚来时最痛心的是好茶卖不出好价。”曾在2021年赴任的挂职干部张天雷至今记忆犹新。尽管坐拥近20万亩生态茶园,岳西茶产业却长期困于“三无困境”:无龙头引领——全县200多家茶企年产值超百万元的仅有几家;无技术支撑——传统制茶损耗率达30%;无品牌突围——茶农守着金山过穷日子。

2021年,中国石化创新提出“一县一链”帮扶模式,将岳西茶产业列为头号工程。在县政府与中国石化的共同推动下,安徽翠兰投资发展有限公司应运而生。这家集生产加工、品牌营销、茶旅融合于一体的省级龙头企业,整合12家优质茶企,覆盖1.2万亩核心茶园,让分散的“小舢舨”结成“联合舰队”。

“我们与岳西的三十年,是从‘输血’到‘造血’的三十年。未来,我们将继续延链、强链、壮链,让岳西翠兰绿色茶香飘出红色大别山。”现任挂职干部李勇军话语铿锵。

三茶统筹:科技、文化、产业齐驱动

品牌价值如高铁般一路提速,已经从19.63亿元一路飙升至34.88亿元

在古坊乡的数字化车间里,全自动萎凋机正精准地调控着温湿度,这个曾经依赖老天爷脸色赏饭吃的制茶环节,如今已被数据牢牢掌控。“过去看天吃饭,现在靠数据制



一群年轻人在岳西县茶园体验采茶的乐趣。

茶!”茶人刘友林抚摸着新投产的红茶生产线,难掩激动。

这套由中国石化联合安徽农业大学研发的智能装备,彻底改变了当地茶叶生产的格局,生产效率飙升300%,更令人惊喜的是,以往利用率不足20%的夏秋茶资源,现在利用率高达90%。千年制茶技艺,通过数字化手段被精准复刻,建立的详尽工艺参数数据库,让古老智慧得以永久保存并科学传承。

科技变革带来品质跃升,而品牌的崛起则让深山好茶香飘世界。在中国石化的鼎力支持下,专业团队被引入,精心打造品牌金字塔。他们深挖历史底蕴,将“国宾礼茶”的荣耀与千年古茶场“罗源场”的故事融合,铸就了“罗源场”这一茶文化灵魂品牌,开发了野雾山(山里最早的春之信息)、宋山场(始于公元965年的官茶品质)、高山奉(海拔1000米的云雾兰香)等系列产品。为了让消费者更直观地感受茶文化魅力,精心设计的罗源场茶文化体验中心应运而生,让品茗变成一场沉浸式的文化之旅。

中国石化投入3000余万元聚焦茶产业链全面提升,集中力量办好种好茶、制好茶、讲好茶、卖好茶几件大事。岳西茶产业得到突飞猛进的发展。

三年来,全县茶园亩均效益从2400元跃升至5800元,彻底激活产业造血功能。当印着醒目“岳西翠兰”标识的高铁列车飞驰在长三角的轨道上时,品牌的价值如高铁般一路提速,从19.63亿元一路飙升至34.88亿元。岳西荣获“2024年度全国重点产茶县域”,“岳西翠兰”成功入选“一带一路”地理标志品牌推广清单和中国绿色食品发展中心发布的

首批《中国农产品品牌索引名录》。

奋进印记:绿叶金叶交织的振兴图鉴

借助中国石化强大的帮扶渠道,带着山野清香的“岳西好物”,变成了实实在在的真金白银

中国石化在岳西县播下了一颗名为“罗源场”的种子,浇灌出一条从田间地头到广阔市场的全链条产业帮扶之路,结出了沉甸甸的共富果实。

茶文化展厅悬挂的“为茶农办实事,做茶农贴心人”红色锦旗,是茶农们最诚挚的感谢;“跟着中石化,种好茶,卖好价”,是山间茶园里茶农们最朴实的信念。

“罗源场”品牌的光芒,不仅照亮了岳西翠兰的招牌,更激荡出木耳、香榧、黑猪肉、高山蔬菜这些深藏山中的“好物”。借助中国石化强大的帮扶渠道——遍布全国的易捷便利店、央企消费帮扶平台等,这些带着山野清香的“岳西好物”,终于能整装待发,以统一的形象走出重重山峦,走向全国人民的餐桌,山珍变成了实实在在的真金白银。

“岳西翠兰·罗源场”品牌的成功实践,为中国石化“一县一链”帮扶模式的典型案例,形成了“政府主导、国企搭台、企业运作、科技支撑、品牌引领、农户参与”的特色经验。目前,西藏班戈(藏羊产业)、甘肃东乡(藜麦、牛羊肉产业)、湖南凤凰(蜡染文创产业)等其他8个中国石化定点帮扶县形成各具特色的“一县一链”品牌矩阵,正共同绘就央企助力乡村振兴的壮丽画卷。

“罗源场”品牌的蝶变之路,深刻诠释了中国石化在服务国家战略中的责任担当与创新智慧,为新时代央企助力乡村振兴提供了宝贵启示。

一杯“罗源场”翠兰,氤氲着大别山春天的气息,更浸润着中国石化“爱我中华·振兴石化”“为美好生活加油”的赤诚初心。当中央企业助力乡村振兴特色产品品牌的金字招牌熠熠生辉时,不仅是对过往成绩的肯定,更是对未来征程的鞭策。

从岳西出发,中国石化“一县一链”的产业扶贫列车正满载希望,驶向更广阔的乡村田野。在全面推进乡村振兴的伟大事业中,中国石化正用实际行动证明:央企力量,是托起乡村希望的坚实脊梁;石化担当,是点亮美好生活的温暖之光。国色添香处,翠兰正芳华;乡村振兴路,石化力量正奋发!

LOGO的寓意



罗源场茶叶品牌的logo设计以二禅祖寺的山峰和云雾为灵感,巧妙地将岳西茶文化融入其中,展现出“高山云雾出好茶”的诗意图。山峰的线条流畅且富有韵律,仿佛在诉说着岳西茶山的悠远历史与自然之美。云雾缭绕的形态则象征着茶叶在云雾中汲取天地精华,孕育出独特的香气与口感。



岳西翠兰的logo设计以绿色为主色调,象征着自然与生态的和谐共生。圆形图案寓意着圆满与和谐,内部的山峰与茶叶图案巧妙地融合了岳西的地理特色与茶叶文化,展现了品牌与自然环境的紧密联系。



岳西县古坊茶园。

—深地攻坚·技术破局—

第三届中国深井超深井油气发展论坛

The 3rd China Deep and Ultra Deep Well Oil and Gas Development Forum

2025.7.18 新疆国际会展中心

主办单位
中国国际石油石化技术装备展览会组委会指导单位
国家能源局
新疆维吾尔自治区能源局承办单位
北京振威展览有限公司官方媒体
石油与装备全媒体
全球石油化工网协办单位
中国石油大学(北京)支持单位
怀柔国家实验室新疆研究院

中国石油勘探开发工程有限公司

中国石油塔里木油田分公司

中国石油勘探开发研究院

中国石油大学(北京)克拉玛依分校

中国石油西北油田分公司

中石油华北油田分公司

中国石油大学(北京)克拉玛依分校

中国石油工程技术研究院

中国石油集团勘探开发研究院

中国石油大学(北京)克拉玛依分校

论坛咨询:李经理 联系电话:010-56176923;13581556458(微信同)

河南油田水电厂甘陕项目部实施“大工种”作战模式

在黄土高原守护油田电网

□本报记者 常换芳 通讯员 李如飞

这片黄土地上开始了奋战。

“我工作在黄土高坡,大风从坡上刮过……”6月23日,背着巡线工具包,奔波在黄土高原的沟沟坎坎,河南油田水电厂甘陕项目部员工史锡波哼唱着改编的“信天游”,他在这里工作12个年头了,早已融入这片土地。

史

史锡波工作的这片土地是红河油田,位于鄂尔多斯盆地西南,是典型的黄土高原,梁峁交错,沟壑纵横。

2013年秋,河南油田水电厂被华北油气选为合作伙伴,承担红河油田电力系统运维工作。从此,河南油田水电厂甘陕项目部的18名员工就在

升5倍以上。

为高质量维护电力线路,项目部实施“大工种”作战模式,实行变电站、外线一体化管理,组织员工合力巡检线路、处理缺陷,确保各项工作高效运行。为提升全员技能,他们开设“黄夜校”,每人轮流传授“绝活儿”,分享经验。

12年来,该项目部实施变电站倒闸操作1.2万次、巡检线路4.3万千米,处理线路跳闸紧急缺陷260处、外线一般性缺陷920处,守护了红河油田电网平稳运行。华北油气采油厂一电服中心副主任王敏正夸赞:“甘陕项目部全心全意为甲方服务赢得了市场尊重。”