

夯实服务底座， 建行支持广东民企科创新跨越

A “智造”提速 金融活水助力夯基垒台

民营经济是保障民生、推动高质量发展的生力军。广东作为民营经济大省，一直以来是广大民营企业和民营企业施展身手的良田沃土。数据显示，截至2024年，广东省登记在册经营主体总量已突破1900万户，净增98万户，居全国第一。

从突破“卡脖子”的硬核研发，到布局全球市场的开放合作，民营企业的身影正奔忙在探索中国式现代化广东路径的新征程上。聚焦支持民营经济，建行广东省分行近年来持续夯实金融服务底座，为23万余户重点民营企业提供体系化融资支持，民营经济贷款余额超6100亿元，坚定当好服务地方实体经济排头兵。

位于中山市翠亨新区，与深圳前海仅一桥之隔的高端装备制造产业园里，中山市新益昌自动化设备有限公司（以下简称“中山新益昌”）一派忙碌景象，生产车间内高精度机械臂与智能传送带构成的主生产线正全速运转，随着质检区的蓝光扫描仪缓缓划过刚下线的半导体封装设备，“中山智造”正源源不断向全球市场输送。

“开春以来订单需求明显增多，我们启用了多条生产线赶点交付。”中山新益昌相关负责人介绍。作为一家致力于数字化智能高端装备的研发和制造的企业，总部位于深圳的新益昌集团近几年来不遗余力地加大研发投入，如今在高精度DDR电机、运动控制卡及高性能一体式控制器等领域已经实现自研自产，成为国内少有的具备核心零部件自主研发与生产能力的智能制造装备集团企业。

与此相对应的，则是中山新益昌增资扩产的迫切需求。“公司目前正在推动一个13万平方米的高端智能装备制造基地建设，争取年内投入使用。”上述负责人说。然而转型升级意味着大量资金投入。了解到企业

需求后，建行中山市分行第一时间组建服务团队实地调研，很快为此审批通过了3.6亿元的项目贷款。

“未来这里计划打造成自主知识产权和技术先进性示范基地，并形成一定规模的产业效应。”今年年初，随着建行的贷款资金陆续投放到位，基地的主体结构已顺利封顶。乘着深中通道开通的东风，中山新益昌将在降本增效和人才引进方面有更多发挥空间。

类似的“乘数效应”案例不胜枚举。聚焦支持先进制造业，建行广东省分行以知识产权质押融资为支点，与省市场监督管理局（知识产权局）开展深入合作，推动知识产权质押融资提质扩面、加强服务创新和供需信息对接，2024年全年，分行知识产权质押融资登记金融金额已突破1100亿元，位居同业前列。

另一方面，分行还联合省工信厅等政府部门开展“技改数智焕新”金融服务地市行活动，加快推动民营企业设备更新和技术改造，制造业贷款余额突破3200亿元，金融活水哺育“智造”前沿高质量发展。

B “新三样”出海 建行“蓝”携企乘风破浪

近年来，全球绿色低碳转型和能源革命浪潮席卷，作为改革开放的前沿阵地，广东率先在新能源领域实现产业突破，以新能源汽车、锂电池和光伏产品为代表的“新三样”成为外贸增长新引擎。其中，包括珠海市等地在内的民营企业持续迸发新能量。

走进珠海恩捷新材料科技有限公司（以下简称“珠海恩捷”）产业园，一组组锂电池隔膜成品正在分箱包装准备上车国际物流。经过萃取、吹卷、分切等多道复杂工序加工后，锂电池隔膜从原材料一跃成为科技含量最高的电池

组件之一，深受海外多家知名电器企业的青睐。

“公司在湿法锂电池隔膜生产工艺术上领先国际，拥有近400项专利，是国家级高新技术企业。”珠海恩捷相关负责人介绍。但谈及公司发展历程，建设银行的长期支持不容忽视。“从成立起，建行就为公司承办基本结算、外汇结售汇等各类业务，还提供20亿元授信额度及年均近2000万元的国际收支结算。”

今年年初，在得知珠海恩捷需支付一批货款并将货物出口韩国后，建行珠海市分行再次利用较优惠的利率窗口，

及时为其办理了5000万元的贴现业务，有力支撑企业扬帆出海。

助力更多民营企业走出去，建行广东省分行近年来不断深化与省商务厅协同联动，围绕落实“五外联动”，打造“融资、融智、融制、融创”四位一体的金融服务体系，通过国内信用证+福费廷自营/信用证议付、固定资产贷款+开立进口信用证等组合产品，持续降低企业“走出去”综合融资成本。截至2月末，分行外汇综合融资投放超750亿元，国际结算量达220亿美元，服务国际收支客户超15000户。

C 新材料新突破 科创背后有“硬核”支撑

初春的机器轰鸣声此起彼伏，步入广东东阳光科技控股股份有限公司在韶关乳源基地的三期工厂，映入眼帘的是长达数百米的轧制产线，经特殊锻造的轧辊以每秒数十转的精密转速运转，将金属带材锤炼至极致——仅0.006毫米的双零高端电池箔（相当于头发丝直径的1/10）在轧机末端徐徐延展，表面光洁如镜。

这条凝聚东阳光科20余年电池材料研发底蕴的超级产线，以每年21万吨的规划设计产能，持续向比亚迪、宁德时代等全球头部车企输送新能源动力电池的核心材料。“近几年来，公司高端电池箔成功突破关键技术瓶颈，打破国外技术的

垄断，成为国内最好的电池铝箔产品之一，电子新材料产业进一步优化产能布局。”东阳光科公司相关负责人感慨道。

高质量发展要科技引领、制造业当家，背后离不开金融力量支撑。围绕服务科创强省建设，广东省分行多维度探索金融服务新路径，通过强化政银合作，联合人行、省科技厅搭建科技金融标准体系，牵头联合华南理工和广州实验室等科研院校成立大湾区首个“产学研金服”科技金融联盟，同时加强内部队伍建设，在辖内二级分支行设立科技金融业务中心或科技金融专职团队，打造了一支约189人的科技金融人才队伍，不断加速扩围科技金融服务生态

圈。截至目前，分行科技金融贷款余额已超1800亿元，服务辖内科技型企业超7万家。

东阳光科公司便是一个鲜活案例。2024年年末，监管部门发布股票回购增持再贷款相关政策指引，进一步降低企业社会融资成本。建行韶关市分行根据东阳光科公司发展需求，省市两级分行成立临时党支部，组建“张富清党员突击队”进驻项目，为企业量身设计授信方案，通过延长贷款期限、提高授信额度有效缓解企业资金压力。今年1月，该笔2.8亿元股票回购增持贷款成功落地，为这家铝箔新赛道“骑手”再次注入新动能。

国寿寿险擦亮“金融为民”底色

扎实为民办实事，惠民利民暖民心

A 提升金融服务适老化水平 增强老年客户“获得感”

在我们的身边，你是否留意过这样的场景：当年岁渐长的老者打开智能手机APP，因界面复杂、字号太小而难以享受到便捷的互联网服务；当快递小哥、外卖骑手等新市民群体在酷暑严寒或是风雨交加中奔波时，迫切地寻找一个温暖的港湾；当外籍友人怀揣着对“China”的向往来到这片热土，却因语言不通或证件使用的问题而无法畅享高效的金融服务……

民生无小事，枝叶总关情。中国人寿保险股份有限公司（以下简称“中国人寿寿险公司”）深知，有效解决这些看似微小却影响深远的问题，既是民生所需，亦是民心所向。作为寿险“头雁”，该公司始终秉承以人民为中心的发展思想，充分发挥自身优势，积极推出各项惠民利民举措，不断优化服务内容、拓宽服务渠道、提升服务品质，以实际行动为消费者增添更多温暖与便利，让每一份期待都能得到温馨的回音。

为了让老年客户快捷、安全地享受互联网服务，中国人寿寿险公司自2021年开发并上线了中国人寿寿险App“尊老模式”。该模块于2023年通过工信部适老化及无障碍测评，成为保险业首个获得相关认证的移动应用。尊老模式不仅具有大字号、高对比度等视觉设计特点，还为老年客户提供语音导航、语音播报、理赔报案等服务，为老年客户线上业务办理提供便利。在遇到操作问题时，客户可一键呼叫空中客服、智能客服、服务经理、95519等四类服务助手，有效解决老年客户在线服务困难。

此外，该公司积极开展与银发经济相适应的保险服务，在全国网点柜面推出“长者陪伴课堂”。课堂内，金融保险从业人员耐心引导老年客户熟悉智能手机功能，从开机、解锁、到线上聊天、视频通话、在线支付水电费，边演示边讲解，助力老年客户跨越“数字鸿沟”。

B 发挥柜面优势建设“城市新港湾”为新市民打造温馨生活圈

中国人寿寿险公司坚持以人为本，为发展“新型城镇化”贡献积极力量。在全国300余个城市近2500个网点，建立多层次暖心服务网络，为快递小哥、外卖骑手、建筑工人、环卫工人

等新市民群体提供饮水歇脚、应急雨具等八类基础服务，增配微波炉、充电宝等用品，依据季节提供时令冷热饮品，打造“城市新港湾”。同时，通过柜面转型体验活动，建立城市文化融合

场所，为新市民融入城市生活搭建精神文化桥梁。福建泉州分公司的“簪花围”非遗体验活动中，85%的参与者为新市民群体，通过沉浸式文化互动增强城市归属感。

铁姆肯、三井住友银行、ABB、韬睿惠悦咨询等大量外企客户按需提供定制化的健康管理服务，主要包括医务室、健康讲座、绿色通道、理赔直付等服务。

扎实为群众办实事，惠民利民暖民心。始终致力于提升消费者的服务体验和权益保障，解决广大消费者的操心事、烦心事、揪心事，将温暖与保障送至千家万户，用心用情诠释“简捷、品质、温暖”的国寿好服务——这便是中国人寿寿险公司的初心与底色。

创新金融服务 助力民营经济扬帆远航

——邮储银行广州市分行金融助力半径电力高质量发展

A 行业领先，半径电力深耕细分领域努力向上突破

走进坐落于广州市白云区广州轨道交通产业园的广州市半径电力铜材有限公司（以下简称“半径电力”）生产车间，一条条先进的自动化生产线映入眼帘。上引炉无氧杆生产线、连续挤压机生产线、德国进口铝型材数控加工中心等高、精、尖设备，不仅大幅提升了生产效率和产品质量，更为企业的快速发展奠定了坚实的基础。自1990年成立以来，半径电力始终致力于导电铜排和母线槽产品的研发、生产、销售和安装，通过不断引进先进设备和技术升级，半径电力不仅在质量和产能上实现了质的飞跃，更在智能母线研发智造领域取得了突破性进展，目前，公司年产量达1.5万多吨铜排和超20万米母线槽，年产值约10亿元。

“新扩建的智能母线研发智造基地将于年内全面投产，投产后将进一步提升公司在行业内的领先地位。”半径电力总经理、党支部书记陈庆周对未来充满期待。

在科研与技术创新方面，半径电力确实走在行业前列。截至目前，公司已获得9项国家发明专利、37项实用新型专利及3项外观专利，并多次参与行业国家标准的起草修订工作。凭借优质的产品和完善的售后服务，半径电力赢得了众多国家重点工程的青睐，广州新白云国际机场、广州琶洲会展中心等重点工程均用上了半径电力的产品。

B 创新突破，担保+科创2800万组合授信方案优势凸显

“我们属于重资产、资金密集型行业，资金周转压力巨大。”陈庆周说道。随着半径电力进入发展快车道，伴随源源不断的新增订单而来的是庞大的原材料采购资金缺口。

“去年10月底，合作伙伴比亚迪订单激增，当时多亏了邮储银行快速响应及时放款解了我们的燃眉之急，随后一连几个月我们厂昼夜赶工相当热闹。”了解到半径电力资金困难的情况后，经当地政府的牵线搭桥，邮储银行广州市分行迅速组织普惠金融专项服务小组，派专人上门了解

企业情况，针对企业订单激增的实际，结合企业长期稳健的经营状况及政府的支持政策，制定了专项授信方案，分三批累计为企业授信2000万元专精特新贷款及800万元担保公司担保贷款，总授信金额达到2800万元。

“我行作为半径电力量身定制的授信方案，在年限、额度、灵活性等各方面都有创新突破，更具优势，获得企业信赖。”邮储银行广州市白云支行客户经理林鸿桂称，“考虑到半径电力作为比亚迪工厂建设最主要的

C “看未来”授信，关注企业成长潜力与创新能力

邮储银行广州市分行对半径电力的支持，是其在科技金融领域深耕细作的缩影。目前，该行全面深化科技金融服务，助力科技型中小企业成长壮大，通过研发应用“看未来”授信分析方法，部署上线科技型中小企业“技术流”评价体系，关注科技型中小企业成长潜力与创新能力，积极构建“专业型+特色化+示范性”多层次科技金融服务机构体系，已在越秀区、黄埔区设立科技金融特色支行。截至2024年末，该行服务科技型中小企业近640户，发放科技型企业贷款近

110亿元。

在扩大金融服务覆盖面方面，邮储银行广州市分行加强与广州三大支柱产业、八大战略性新兴产业、五大未来产业等市场主体的对接合作，深耕传统企业转型升级等重点融资需求。同时，针对不同成长阶段的企业，邮储银行广州市分行构建了全链条、全流程、全时段的产融对接。推出“科创贷”“小微易贷”“无还本续贷”等个性化的信贷产品，通过“一户一策”定制服务，构建企业全生命周期服务体系，为企业提供全方位、多层

国台发布产品体系 四大体系“全军出击”

A 矩阵布局，全域深耕

在今年年初国台举行的2025年全国经销商大会上，国台就表示会进一步细化酒体品质、价格带卡位、消费场景、城市消费能力和竞争占位适配性，系统地构建产品体系。这一体系涵盖了国台酒业的不同类别及系列的酒品，旨在推动各品牌之间的协同发展。

此次发布的国台产品体系，是对经销商大会产品规划的响应。国台销售公司总经理汤旭在发布会上表示，产品体系发布后，国台将根据不同体系的特性，制定针对性市场政策，推动国台产品纵向延伸覆盖全价格带，横向衍生满足多元场景。

国台主品牌类，是指以国台酒为根基的产品，是国台品质价值和品牌文化的载体。主品牌下涵盖四个系列：超高端年份的龙酒系列（国台龙酒·黄龙，国台龙酒·青龙，国台水晶龙酒），高年份系列（国台20，国台酒·15，国台酒·10，国台酒·15年，国台水晶十五年），标准年份系列（国台尊标酒，国台金标酒，国台国台酒，国台优标酒，国台数智国台酒，国台数智珍藏酒，国台数智生肖酒）；酱酒系列

（国台酱酒·金质，国台酱酒·银质，国台酱酒·金品，国台酱酒·禧庆版）和国台好礼系列。

国台文创产品类，以“通”为魂，以“文”为骨，创造白酒的艺术精品。包括国台九台系列、大生肖系列等文创精品。

国台怀酒类，以老名酒、老酱香唤醒时代记忆。目前主要产品有怀酒情怀版、怀酒经典、怀酒1951、怀酒·盛开怀、怀酒·福开怀、怀酒·梦开怀、宝葫芦系列（开怀纳福4款礼盒）。

国台定制开发类，则是国台根据细分市场渠道和经销商实际需求量身定制的产销类产品。

保健适宜酒系列，主要是国台适宜43度酒、国台39度适宜酒，和吉时人参、林下山参等保健类酒。

国台品牌体系在此次国台酒会上全面呈现，一个“强主干，多分枝”的产品结构体系跃然眼前，覆盖了从超高端到大众酱酒的各个主力价格带，包含高度、低度、文创和保健酒等多品类，将国台的品牌触手延伸到目前白酒消费的所有主要场景中，力求实现矩阵布局，全域深耕。

B 针对性投入，打造百亿单品不动摇

一直以来，国台都秉持着严谨审慎的态度对待产品研发。每一款新品的推出都会经过严密论证、精心筹备、仔细打磨，确保产品能准确切中目标价格带和目标消费群体。

从国台产品体系结构来看，国台对当前白酒市场进行了深度的研究，不同体系可以满足不同消费者的需求和预算，使国台酒业在市场上具有更强的竞争力。

对市场需求和消费者心理的精准把握，使国台能制定出更加有针对性的营销策略。在发布会上，汤旭对国台产品体系的运营思路作了简单介绍。主品牌中，国台十五年今年将全面进入常规渠道、精选核心终端精细运营，龙酒则实施联盟平台化运营；国台酱酒向县域市场深度布局，共同扩大品牌的知名度和影响力，拓展大众消费市场；国台怀酒以地市级招商为主，还计划下沉到经济较好的

人口大县市场全面招商；定制开发品牌以专销渠道为主。此外，文创产品则会结合销售渠道进行销售布局。

在国台主品牌序列中，国台国台一直是在国台重点打造的品牌。在这次发布的产品体系体系中可以看到，国台国台被进一步丰富、完善，升级为标准年份系列。以国台国台为主导，向下延伸国台优标，补充300—350元价位，拱卫国台国台；向上延伸国台金标，卡位400—500元价位，拉升国台国台；集优质酱酒资源，推出品质无限趋近超高端单品的国台国台，卡位500—600元次超高端。

由此，优标、国台、金标和国台构成的国台标准酒系列实现了对300—600元价位段的密集布局。并且以高于同价格带其他产品的品质实现了对中高端和次超高端市场的全面抢占。

国台销售公司副总经理李迪在发布会上也再次宣讲了国台将坚持

打造国台国台百亿大单品的目标不变，在完善了标准年份系列产品的基础上，推进“两大深耕，四大产品，千商布局，十万终端，三大模式，千人团队”的多维布局，力争“十五五”实现国台国台百亿大单品。

国台此次发布四大品牌体系，其深层用意在于以系统性战略应对行业深度调整期。通过全价位带覆盖与场景化细分，国台既夯实了名酒价值根基，又编织起大众消费市场的密网，展现出头部酱酒企业在存量竞争时代的破局智慧。

在酱酒进入理性发展的下半场，国台凭借扎实的产能储备、科学的渠道架构和与时俱进的品牌战略，正构建起穿越周期的核心竞争力。随着产品矩阵势能释放与市场精细化深耕的叠加效应，国台将在行业新赛段中持续领跑，为“中国新名酒”的价值主张写下更具时代感的注脚。