

# 根植特区 深耕广拓 迈向未来

## 建发集团焕新发布“专业 共进 生生不息”品牌理念,同时发布全新品牌视觉体系



### 主视觉设计理念

此次品牌体系优化升级中,建发集团同时发布了更为年轻化、国际化与现代化的全新品牌视觉体系,除了延续以往的海洋文化基因,还创造性地以品牌超级符号“&”作为核心链接,直观展示了建发集团积极贯彻新发展理念,主动融入“双循环”新发展格局,谱写现代化、国际化发展的生动图景。

### 品牌理念 品牌特质 解读

本轮品牌体系优化升级,建发集团结合新时代的发展命题,焕新推出新的品牌理念——“专业 共进 生生不息”。

#### 专业

“专业”作为企业实现高质量发展的基石,承载了建发集团对底线的坚守和对至善的追求。40余年来,建发以专业为本,深耕主业,深化创新驱动,不断培育壮大新动能,力争铸就“建发专业”典范。

#### 共进

“共进”是建发携手股东、员工、客户及合作伙伴共赢的态度,秉持“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念,积极融入国家和地方发展大局,以“合作共赢”为出发点,实现共同发展。

#### 生生不息

“生生不息”则是企业实现永续发展的“互利”思考,不仅向内求索,创造永续发展动力,更需向外持续赋能,构筑生态,创造价值,锚定高质量发展之路勇毅前行。

作为对以上新品牌定位的延展,建发集团进一步梳理出“专业精进、值得信赖、开放共创、永续成长”的品牌特质,除了深度的价值阐释,更为企业发展提供相应的实现路径与指导。

本版本/本报记者 林露虹 本版图/建发集团 提供  
近日,建发集团正式发布品牌体系优化焕新成果,包括推出新的品牌理念,梳理品牌架构,并优化视觉识别体系等。这意味着这家拥有40多年历史的国有企业将以一个更现代、更年轻、更国际化的品牌新面貌,迈入更广阔新阶段。  
此次品牌焕新,建发集团推出新的品牌理念——“专业 共进 生生不息”,并继续秉持“开拓新价值,让更多人过上更有品质的生活”的企业使命,使建发成为股东信任、员工热爱、客户满意、社会尊重的充满正能量和生命力的企业。

作为无形资产,品牌不仅是企业特质的集成、传播的窗口,更观照未来,传递企业发展理念及理想。  
建发集团品牌焕新的“变”与“不变”彰显改革创新的决心。建发集团党委书记、董事长黄文洲表示,建发集团将深入贯彻落实党的二十大精神 and 习近平总书记致厦门经济特区建设40周年贺信重要精神,立足新发展阶段、贯彻新发展理念、服务和融入新发展格局,以高质量发展为目标,对标世界一流企业,聚焦五大核心主业,深化改革创新,不断培育壮大新动能,勇立潮头、勇毅前行。



建发集团办厦门弘爱医院,今年10月,该院启动首次加速器BNCT肿瘤患者安全临床前研究,这是我国首次在院内使用加速器BNCT技术。

## 1 根植特区 特区精神融入品牌底色

历史成就品牌底色。打开建发集团40余载的发展时间轴,每一步都带着鲜明的时代印记,与厦门经济特区的发展同频共振。

1980年,随着厦门经济特区成立的嘹亮号声,建发集团的前身——厦门建设发展公司应运而生,作为厦门对外招商引资的“窗口”,代表政府参与谈判、签约和招商。短短几年内,建发为厦门全市各领域接待来自30多个国家和地区的客商,洽谈各类项目470多个,有力推动了早期厦门经济特区的发展。

1984年,邓小平同志视察厦门经济特区,写下“把经济特区办得更快些更好些”的题词。正是在这样的感召下,建发先行先试,在城市经济体制改革的春潮中,果敢而坚决地开始了市场化转型,成为率先尝试转型的企业样本。

2004年,建发基于特区精神并结合自身独特的企业文化,确立了“敢想肯做”的品牌理念,并正式推出新的品牌标识及品牌形象。

党的十八大以来,随着自贸试验区、海丝核心区、金砖国家新工业革命伙伴关系创新基地等一系列国家战略相继落地,厦门从更高层次探索多层次、全方位、综合性经济开放格局。建发集团把握机遇,加快走出去步伐,聚焦主业探索服务特区新路径。如今的建发集团已成长为业务遍及全球170多个国家和地区,并连续5年跻身《财富》世界500强榜单的国有资本投资集团,五大主营业务在所在产业/行业中形成独特竞争力及引领能力。

回首来时路,敢闯敢试、敢为人先、埋头苦干的特区精神,激励一批又一批建发人砥砺前行,走出一条高质量增长之路。可以说,建发的每一步发展,每一次嬗变,都是特区精神的生动写照,建发品牌的特区气质也在这一过程中不断涵养、丰满,成为企业持续高质量发展的动力引擎。

建发集团融入“一带一路”,加快“走出去”步伐。建发中欧班列自2017年8月首次开行至2022年8月已累计发运366列、3.1万个标箱。

## 2 坚持“专业化”和“走出去” 深耕广拓

从核心主业到新兴产业,从国内市场到国际舞台,梳理建发近年业务亮点,“专业化”和“走出去”是牵引发展的关键词。

面对复杂多变的国内外经济环境,建发主动融入国家和地方发展大局,以“专业化”为锚点,把稳“走出去”的方向之舵,在市场浪潮中奋楫争先,探索出一条内涵发展和外延扩张并举的双轮驱动发展路径,逐步形成了五大核心主业的业务架构。

在供应链运营板块,所属建发股份服务和融入国内国际双循环新发展格局,聚焦钢铁、浆纸、汽车、农产品以及消费品、矿产有色、能源化工、机电等行业,助力产业供应链畅通循环。

在城市建设与运营板块,建发以深耕多年的地产开发业务为基础,加强“产城人”融合,推进城市建设与更新、城市公共服务、城市产业运营、住宅与公建物业管理、城市规划服务等。所属建发城服则凭借“干管分离、市场化运作”的创新模式,为城市提供一体化“城市管家”服务。

在旅游会展板块,建发集团坚持高品质专业服务,构建高端商旅体验与展会商机平台,有效发挥旅游会展对社会经济的带动辐射效应,不仅持续提升厦门作为“国际旅游会展中心城市”的影响力,更促进厦门培育形成文化和旅游会展万亿产业集群。

在做好传统优势主业“专业化经营”的同时,建发集团以战略规划为抓手,以转型创新为主导,着力布局和培育医疗健康和新产业投资等新产业,链动新价值。

在医疗健康板块,建发集团响应“健康中国”倡导,于2013年以捐资兴办三级非营利性综合医院厦门弘爱医院为切入点,探索通过提升专业内涵和增值服务能力,为医疗机构定制医用物资一体化供应链服务解决方案,保障地方民生。目前,建发集团已拥有“致新”医疗流通品牌、“弘爱”医疗服务品牌。

在新兴产业投资板块,建发集团专注新兴产业,强化“产融结合”,构建连接资产端与资源端的“生态圈”,帮助更多新兴企业谋求发展,优化产业生态,并以投带引,助力厦门招商引资工作。

实干擦亮品牌底色。通过持续输出专业高品质高价值的产品及服务,建发不仅铸就了“建发专业”典范,更与全产业链共赢共进,并反哺特区,为厦门加快构建“4+4+6”现代产业体系贡献建发力量。

## 3 在推进中国式现代化中展现新担当新作为 迈向未来

品牌需要历史传承,在沉淀中形成自身的性格与形象;品牌亦需要常变常新,以前瞻的姿态赋予自身蓬勃向上的生命力。

阔步迈向中国式现代化的新征程上,建发集团如何实现高质量发展?答案或许就藏在品牌焕新的“变”与“不变”里。

“专业 共进 生生不息”——以专业为本,以共进为路,将企业及社会的永续发展作为长期命题,是建发集团锚定高质量发展之路的全新思考。“开拓新价值,让更多人过上更有品质的生活”的企业使命则是建发集团的不懈追求。

以党的二十大精神为指引,建发集团将完整、准确、全面贯彻新发展理念,更加突出高质量发展,全面深化改革创新。坚持党的领导和优化公司治理相统一,把中国特色现代企业制度优势更好地转化为治理效能;围绕建设现代化产业体系,不断提升自身作为现代新型国企的核心竞争力;以创新人才队伍建设驱动创新发展,促进产业链创新链深度融合,努力争创“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”的世界一流企业。



建发集团融入“一带一路”,加快“走出去”步伐。建发中欧班列自2017年8月首次开行至2022年8月已累计发运366列、3.1万个标箱。