

中华文化与中国品牌美美与共： 当龙牌邂逅“龙节”，与北新一起向美而行

王盼

坐标：长城

当书法遇见长城，当龙牌邂逅龙节，传统美与工业美将会碰撞出怎样的火花？

6月19日，龙生甘霖，细雨霏霏，八达岭长城如一条巨龙横亘苍山翠绿间。北新建材“翰墨飘香迎端午”的品牌文化活动在这里拉开帷幕。数十位书法爱好者和书法家一起，共同在百米长卷上书写“龙”字，欢庆端午，传播中国文化和中国品牌。

以长城为案，用笔墨传魂，百米长卷在龙脊上徐徐展开，各位书法家及书法爱好者泼墨挥毫，隶书、草书、行楷等多种字体各显神韵，一个个饱含祝愿的“龙”字跃然纸上。这些书法爱好者来自北新建材各企业、经销商以及行业协会，他们都与北新建材石膏板高端品牌“龙牌”有着不解之缘。

端午节是中国的龙节，是“飞龙在天”吉祥日，划龙舟、吃龙须面……龙文化始终贯穿于端午节的传承历史中。北新建材龙牌，承继着中国人作为龙的传人的自豪感，在石膏板行业已经成为高端品质的象征。此次活动，龙牌与端午相遇，是工业美与传统

美的美美与共，是文化上的和合共生、向美而行。

文化自信是一个国家、一个民族发展中最基本、最深沉、最持久的力量，品牌的文化自信亦然。自1980年始，“龙牌”这个带着民族骄傲的品牌名字，作为北新建材的重要文化和品牌图腾而诞生。四十余年来，北新建材从北京西三旗的一家工厂出发，发展成全球最大的石膏板龙骨制造企业，防水业务规模位居行业前三，涂料业务中华老字号百年“灯塔”服务大国重器，摘得中国工业大奖。获得国家建筑工程奖90%的建筑都采用了北新建材“龙牌”绿色环保产品体系，这不仅意味着“龙牌”的品牌实力，也印证着龙的精神和文化的传承，一种坚持、变革、融合、实干的精神，一种奋斗、拼搏、创新、无畏的韧性。

目前，北新建材正在加速向消费类建材综合制造服务商转型，把做出好产品、满足人民群众对美好生活的向往作为不懈的追求。

巍巍长城，绵延山海。心怀热爱，向美而行。我们未来可期。

坐标：深圳

一河水的沸腾需要什么？热爱、自信、拼搏，以及一颗勇立潮头的心。

6月20日，大沙河畔清风徐徐，“龙腾盛世”彩旗招展。北新建材龙牌集团“龙行天下·佳节安康”龙舟赛在深圳大沙河生态长廊沸腾开赛。由北新建材龙牌集团、行业协会、战略合作大客户、经销商组成的6只参赛队伍激荡大沙河，弘扬中华优秀传统文化、展示中国品牌的魅力。

首届龙舟赛是北新龙牌与中华优秀传统文化美美与共的一次品牌文化活动。龙牌腾飞，润泽四海。推动向消费类建材转型的进程中，品牌建设要连接中国传统文化与中国品牌，讲好新时代品牌故事，让“龙的传人用龙牌”更加深入人心；技术创新要持续为市场提供更好更优的产品，实现“画龙点睛”，持续增值。

伴随开赛的锣鼓声，一条条龙舟如离弦之箭疾驰而出，刹那间棹桨翻飞、白浪四溅，选手们奋楫逐浪，朝着终点全速前进，大沙河两岸加油声此

起彼伏。经过激烈的角逐，最终龙翔虎跃队拔得头筹，大沙河两岸一片欢腾！

此次活动也是传统文化与中国工业品牌的一次向美而行。龙牌品牌文化与端午节传统文化根脉相承、精神相通。赛龙舟代表着拼搏进取、积极向上的民族精神，蕴含着龙的传人自强不息、与时俱进、团结奋斗的凝聚力和向心力，龙牌精神正是如此。在时代的潮涌里，龙牌一直怀揣热爱，踏浪而行。从1980年伴随改革开放而诞生，到如今成为中国石膏板行业的高端品牌，走在服务国家建设、服务百姓美好生活的前沿，龙牌一直用实践传承着自强不息、与时俱进的龙牌精神，勇立潮头。

龙行天下志万里，龙牌在继续做好工装业务的同时，目前正在积极布局家装业务，把满足人民群众对美好生活的向往作为己任，不断创新，追求卓越。

“龙的传人用龙牌”，新的故事刚刚开始……

