

# 敢闯敢拼 向新而行

## ——从六个故事看民营企业高质量发展

■新华社记者 董建国

企业有活力,经济有动力。撑起中国经济“半壁江山”的民营企业,是观察高质量发展的一扇窗口。

近日,记者走访全国多地,进企业、下车间、走码头,聆听一个个企业迎难而上、危中寻机、向新而行的故事。它们是无数中国民营企业高质量发展的缩影,让我们从中感受到经济的暖意、信心与力量。

### 从“1微秒测试”和“一根丝突破”看创新发展

创新是引领发展的第一动力,在现代化建设中具有核心地位。对企业来说,抓创新就是抓发展,谋创新就是谋未来。

1微秒能做什么?走进武汉光谷一栋不起眼的办公楼,记者见到这样一幕:机械臂将光芯片逐个抓取,放到测试机上,在1微秒内就可以完成光芯片接入测试电源和功率测试。

就在十几年前,这种检测只能依赖国外设备。完成这一突破的是武汉普赛斯电子股份有限公司。公司创立时只有几个人,如今已成长为产品覆盖国内80%以上光通信企业的专精特新“小巨人”。

“我们就不能自己研发生产吗?”带着这个疑问,普赛斯电子总经理周鹏2010年走上创业之路。研发薄弱就到处“招兵买马”,向高校“取经”;设备不稳定就不舍昼夜、反复调试;为了优化技术不断试错……

凭着不服输的劲儿,2011年公司初代产品成功落地,价格相比国外设备大幅降低,但效率提高5倍,不少企业找上门来订购。

“看准方向,不计得失,舍得投入,再难也不放弃。”周鹏这样总结成长“秘诀”。“我们坚信,做创新的‘加法’,才能做好企业发展的‘乘法’。”周鹏说,公司研发投入近年来年均增长超20%,近300名员工中,研发人员占比超50%。“高研发投入带来高速增长回报,预计今年销售额同比增长约50%。”

创新是实现高质量发展的关键所在。今年全国两会期间,习近平总书记强调“民营企业要践行新发展理念”“自觉走高质量发展路子”,提出“有能力、有条件”的民营企业要加强自主创新,在推进科技自立自强和科技成果转化中发挥更大作用。

创新无止境,高质量发展对民营经济提出了更高要求。“我们不能把‘无人区’当成‘舒适区’,必须坚定不移走自主研发之路,在深耕主业的基础上找到容量更大的新赛道。”周鹏说,随着第三代半导体技术快速崛起,检测需求大幅增加,企业正抓住产业链国产替代的黄金时期打造新的业务增长点。

多地走访调研,一路“新”风扑面。记者发现,掌握更多具有自主知识产权的关键技术,从而掌握产业发展主导权,走高质量发展的必由之路,已成为当前众多民营企业的高度共识。

长三角腹地、东太湖之滨,江苏省最南端的苏州市吴江区,一家企业年产的光纤预制棒达2500吨,全部拉成光纤丝可绕地球赤道2000圈。

走进亨通集团全球规模最大的光纤预制棒智能制造基地,能看到长达6米、直径200毫米的光纤预制棒。这根亨通集团自主研发的超大尺寸光纤预制棒可连续拉丝6天,拉出的“一根丝”总长度

达1.5万公里。光纤预制棒,光通信产业的核心技术,一度被国外垄断,自主研发是唯一出路。

没有外援,没有现成的研发路线和图纸工艺,亨通研发团队鏖战1200多个日日夜夜,终于成功将光通信核心技术牢牢掌握在中国人自己手里。

不创新就要落后,创新慢了也要落后。从白手起家创办乡镇企业,到在光纤通信等领域跻身国际先进行列,从行业跟跑、并跑到世界领跑,亨通集团董事长崔根良坦言:“靠的就是无处不在、无时不有、永无止境的自主创新。”

笃定“污染环境的产品坚决不做”,企业持续向研发生产绿色光棒迈进,新一代绿色光纤材料实现颠覆性创新。如今,亨通光纤产品已覆盖全球市场的15%、国内市场的四分之一。

创新引领,向“绿”而行。亨通集团的转型升级之路是民营企业自觉走高质量发展路子的生动缩影。

谈及未来,崔根良满怀信心。“身处颠覆式创新时代,我们只有主动识变、积极应变、创新求变,方能百战不殆。”他说,亨通将继续深耕光纤通信、电力能源等主赛道,聚焦海洋能源、智慧城市、人工智能等新赛道,以引领行业发展的科技创新,打造具有全球竞争力的世界一流企业。

坚定践行新发展理念,持续书写创新故事,民营经济发展的新动能新优势将不断汇聚。

### 从“厚积薄发”和“主动出击”看转型升级

民营企业始终活跃在市场最前线。紧跟时代发展脚步,在高质量发展大潮中,转型升级成为企业做大做强选择的必然选择。

走进位于山西清徐的美锦华盛化工园,几乎看不到工人,闻不到异味,但能感受到园区中的忙碌气息。

很难想象,这是传统能源企业美锦能源的重要生产基地之一。这家从1981年以汽车运输大队创业起步的传统煤化工企业,目前已是全国最大的炼焦煤生产商之一。但面对行业周期的反复冲击,面对绿色发展的时代趋势,美锦能源主动选择转型升级。

可传统能源企业要如何才能完成华丽转身?早在10年前,美锦能源就开始尝试跨界转型,几经尝试之后,美锦能源董事长姚锦龙还是将目光投到了自己最熟悉的煤焦等传统能源上。

“焦炉煤气制氢是目前大规模、低成本获得氢气最可行的途径之一,氢能重卡商业化大规模推广最佳的应用场景还要回到传统能源领域,形成产业闭环。”姚锦龙说,按美锦能源每年近千万吨焦炭产能计算,可从焦炉煤气中提取氢气9.6万吨,预计减碳109.5万吨。

投资发展氢能及其下游产业,形成产业闭环创新生态链——姚锦龙边思考边摸索一条能源转型新路子。

2016年,企业选择将氢能作为转型突破口。“我们要把先天优势做成持续优势。”姚锦龙说,做好节能减排的“减法”,并依托主业优势做开辟清洁能源的“加法”,完成绿色发展转型。

如今,美锦能源定下新目标:希望协同产业链企业共同发展,向发展更多绿色

氢能迈进。对于民营企业而言,转型升级既有多年积累的厚积薄发,也有把握大势的主动出击。

走进传化集团展厅入口,可以看到企业发展起源的标志——一口大缸和一辆自行车。靠着这两样东西,20世纪80年代末,传化从一个做液体肥皂的简陋家庭小作坊起步。

再往里走,能看到用于光伏新能源领域的产品、线下线上结合的货运网模型、致力于乡村振兴的农业生物科技新成果、聚焦生命科技企业的传化科技城沙盘……37年来,从家庭小作坊,到横跨物流、化工、农业等多个板块的现代化企业集团,多元化的产业版图清晰记录着传化集团今非昔比的变化。

看似是毫不相关的跨界发展,实则是立足于优势主业的开枝散叶。“行业的痛点就是我们的创新原点。”传化集团董事长徐冠巨与记者分享企业每一次转型升级的经历。

在发展制造业过程中,徐冠巨发现了物流痛点。如何降低成本、提高效率,统一标准?怎样让物流不仅服务自己,也为更多制造业企业服务?传化公路港模式应运而生,企业也由此“闯”入物流领域。

如今,把握推进共同富裕大势,传化在杭州浦阳加快建设“传化和美丽乡村”示范点,实践一二三产融合发展,探索以企业驱动乡村振兴创新模式。

在钱塘江南岸,正在加快建设的传化科技城里,已有100余家生命科学类企业落地生根,瞄准新产业,传化的实业版图不断做大。

“创新的事情需要提前十年想,提前五年做。”徐冠巨说,传化布局了赖以生存的“吃饭业务”,开拓了发展业务,也播种了未来业务。

尽管今年以来传化集团面临不小的市场压力,但得益于科技创新支撑,纺织化学品、稀土顺丁橡胶等业务的营收实现稳步增长。

“路被堵了并不可怕,应对变局当中机会也会有很多。我们要稳住今天,找准问题,谋划未来。”徐冠巨说。

转变发展方式、调整产业结构、转换增长动力……越来越多的民营企业积极应对、主动求变,在转型升级中踏上高质量发展之路。

### 从“转身国内市场”和“开拓海外市场”看双循环新天地

加快构建新发展格局是推动高质量发展的战略基点。能进能出,可内可外,立足两个市场、两种资源,把握大势、顺势而为,企业就能找到高质量发展的新天地。

模具,被称为“工业之母”,是衡量一个国家制造业水平的重要标志,大到飞机、汽车,小到手机、手表的生产都离不开它。

位于浙江宁波北仑的中小微企业宁波臻至机械模具有限公司,正是一家生产汽车压铸模具的“小巨人”企业。

走进臻至模具新的生产车间,忙碌劲儿扑面而来。机器轰鸣,近3米高的大型联动设备有序运作,一套150吨的超大型新能源汽车车身结构件模具正在加紧组装。

“这是目前国内新能源车订购的最大一体化压铸模具,5月下旬要交付,我们在加班加点赶工。”公司常务副总经理周

金荣告诉记者,一季度,大量车企、主机厂、大型压铸厂纷纷前来调研并下单。

忙碌的背后并非没有隐忧。“去年我们要努力寻找新订单。”周金荣坦言,全球经济复苏乏力,二季度海外订单下滑明显,让企业压力不小。

把握市场脉搏,及时调整经营方向,是民营企业应对挑战、敢闯敢拼的必备能力。

转变思维、调整策略、加快布局……在开拓国内市场,臻至抓住了新机遇:今年以来,国内新能源汽车厂商加快车身轻量化改造进程,车身一体化压铸模具成为趋势。

到2022年,我国新能源汽车产销量连续8年保持全球第一,今年一季度产销量更是保持了快速增长。巨大的市场潜力和行业前景,让更多臻至模具这样的原先以外贸为主的企业大胆尝试、主动拥抱国内市场。

“二季度,国内订单占比首次超过海外订单,市场增长强劲,我们对实现今年4亿元的订单目标信心倍增。”周金荣说。

在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下,一些外向型企业不断加快深耕国内市场,一些企业也在立足国内市场的基础上加大开拓海外市场的力度。

“一季度实现营业收入890.38亿元,同比增长82.91%;实现归母净利润98.22亿元,同比增长557.97%。”

宁德时代的首季成绩单十分亮眼。营收和利润大涨的背后,有企业在新能源领域厚植多年的优势,也有“走出去”的战略开拓。

今年年初,美国福特汽车公司宣布将在密歇根州马歇尔市投资35亿美元建一座电池工厂,宁德时代则提供电池专利技术许可、筹建及运营服务。

“这种方式开创了宁德时代海外战略的全新路径,也展现了中国企业在新能源领域的自信与实力。”宁德时代董事长曾毓群说。

今年前两个月的数据显示,宁德时代在欧洲市场的份额达31%,在美国市场的份额达16%,在海外的市场份额还在持续提升。

这个2011年成立时注册资金只有100万元的企业,不到12年时间就成长为动力电池标杆,连续6年动力电池全球市场占有率第一。

抓住新能源汽车发展大势,宁德时代2015年开始进入发展快车道。要与国际一流新能源企业同台较量,就必须跑得更快。德国、匈牙利、印尼、美国……宁德时代开始频频走出国门,在海外设立工厂或对客户提供技术许可。

如今,宁德时代将目光投向更广阔的天地,宣布将在2025年实现核心运营碳中和,2035年实现价值链碳中和。

“‘绿色红利’将再塑我国经济的基础性优势,让‘中国制造’再次站到国际竞争的制高点上。”曾毓群兴奋地说。

和臻至模具、宁德时代一样,大量民营企业正在积极行动,统筹国内外两个市场、两种资源,掌握发展主动权,努力在加快构建新发展格局中拓展新空间、展现新作为。

向新而行,“新”潮澎湃。更多民营企业健康、高质量发展的生动故事正在上演,给人信心,也给人启示,为经济持续回暖向好注入强劲力量。

(新华社北京5月15日电)

《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》提出,“打造中国品牌,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

在5月10日至14日举行的2023年中国品牌博览会现场,凤凰锂电助力自行车、豫园预制食品质构分析仪、回力数字资产球鞋……众多“老字号”齐聚一堂,向世界展现中国品牌的创新力、跨界力和想象力。

### 抢抓新赛道:吹响产业升级的号角

20世纪80年代,上海品牌凤凰自行车就已进军国际市场。如今,凤凰通过嫁接新能源技术向中高端市场持续攀升,希望能弯道超车。

在中国品牌博览会现场,凤凰带来了四辆供应欧美不同市场的锂电助力自行车。上海凤凰企业(集团)股份有限公司品牌运营部总监甘霖介绍,锂电助力自行车是当下的一个风口,它起源于日本,流行于欧美,在传统自行车的基础上增加了电机、传感器、控制器等,以“人力+电力”的混合动力模式运行。

记者了解到,在两轮骑行领域,电动化已成为一个趋势,凤凰是这一领域的首批上市者,其推出的锂电助力自行车已在海外多国进入销售渠道。

甘霖透露,早在2019年,凤凰就已组建锂电产品的专业研发和业务团队,开设专业锂电产品制造工厂,并搭建锂电上游供应链合作。“最近三年,自行车出行渐受欢迎,对凤凰来说是巨大的契机。我们希望在锂电助力自行车的新赛道上强化自主创新,发展高端制造和智能系统,一起吹响产业升级创新的号角。”

### 拥抱新技术:适应消费新需求

在中国品牌博览会现场,“老字号”拥抱新技术无处不在。比如,为适应时代需求,餐饮老字号纷纷推出预制菜,通过辅助工具的创新,提升质量、延展品牌生命力。

在拥有17个“中华老字号”品牌的豫园股份的展台一隅,穿着防尘实验服的工作人员正在操作食品质构分析仪,这是豫园布局预制菜新赛道的研发“利器”。豫园文化饮食科创中心研究员聂蔚在现场展示了一块肉如何通过质构分析仪来分析其酥烂、脆度、弹性等特质,保障预制菜产品的口感与质量。

经过科创中心的研发,上海德兴馆大汤包、上海老饭店肚肺汤、松鹤楼松鼠桂鱼等“老字号”预制菜产品,都已成为经过市场验证的爆品。

同样是预制菜领域,“中华老字号”广州酒家与格兰仕合作打造的“无人零售+智能烹饪解决方案”,展示了“一键填饱肚子”的打开方式。

在广东展区,记者看到粤菜师傅现场给大家“烹饪”美食,只要在微波炉前扫一扫外包装上的条形码,微波炉就会自动识别出菜品、分量,并智能匹配最佳烹饪时间与火力,几分钟一份正宗的广式点式就能食用了。

同时,为贴合数字时代的便捷需求,预制菜微波炉还可实现远程控制,满足中央厨房、便利店、机场、高铁站等不同场景下的智能烹饪需求。

### 引领新消费:跨界打造“新网红”

随着年轻消费群体的崛起,企业开启跨界共创新姿势,“老字号”纷纷转型为“新网红”。

上海华谊集团旗下的“老字号”品牌回力亮相中国品牌博览会,除了带来消费者熟悉的经典WB-1低帮篮球鞋和565型篮球鞋以外,还带来了众多新款联名鞋。“不老老”的回力更是打造了“数字资产”,实现“老字号”的逆生长。

据介绍,2022年,回力首发数字资产“回力DESIGN元年”,是上海数据交易所数字资产板块成立以来发布的首个数字资产,通过数字资产可兑换购买限量球鞋的权益。受到消费者热捧后,回力又推出了国内首款AR数字资产“哎哟喂”并在上海数据交易所完成登记,通过AR技术进一步提升数字资产的可玩性和消费者的体验感。

与此同时,百年画材品牌马利不仅演绎了新潮中国色,还主动拥抱时代变化,在保证品牌延续经典、传统的同时,积极迎接年轻和未来。其通过虚拟形象代言人和Q版形象以及先进的数字技术,赋予品牌创新、多元、时尚的属性。

为充分释放“老字号”的创新活力,商务部等五部门于今年年初联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》。商务部副部长盛秋平说,“‘老字号’在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。”

(新华社上海5月13日电)

## 以新技术新理念引领品牌发展 ——制造业企业谈加强中国品牌的创新力

■新华社记者 张晓洁 张璇

“推动数字化转型”“实现技术突破”“加大创新力度”……近日在浙江德清举办的2023世界品牌莫干山大会系列活动中,制造业企业共享经验、畅谈合作、把握机遇,畅想中国品牌未来,探讨如何利用蓬勃兴起的人工智能、大数据、5G等新技术为经济社会发展注入新动能。

智能化助力传统制造业加快生产过程的技术迭代和质量升级。提高产品含金量,也增添品牌“含金量”。在浙江泰普森实业集团有限公司打造的绿色工厂,用企业自主研发的绿色材料制成的露营产品更加轻便环保,不断发往海内外市场。

“我们通过智能制造、绿色制造,实现废气、废水再利用,降低能耗,还采用可回收、多用途的包装材料,控制减少废料。”集团常务副总裁张文涛说。

加强品牌创新力,产品研发和技术攻关是关键。大会上,“转型”“突破”“创新”是许多制造业企业分享经验时的关键词。

波司登集团董事局主席兼总裁高德康认为,产品支撑品牌高度,产品创新工艺是消费者可以直接看到的。不断加强

# 创新+跨界

# 「老字号」拥抱新时代

■新华社记者 桑彤 杨有宗 谢希瑶



眼下正值长芦盐区海盐生产基地春盐收获季节,河北省唐山市曹妃甸区南堡盐场的工人开始扒盐作业,盐田呈现一派繁忙景象。据介绍,南堡盐场是我国长芦盐区海盐生产基地之一,当地依托盐资源丰厚优势,大力发展盐化工产业,助推经济发展。  
图①5月14日,唐山市曹妃甸区南堡盐场的工人在盐田内使用机械设备收获春盐(无人机照片)。  
图②5月14日,唐山市曹妃甸区南堡盐场的工人在整理春盐。  
图③5月14日,唐山市曹妃甸区南堡盐场的工人在将收获的春盐运出盐场(无人机照片)。  
(新华社记者 杨世尧 摄)

(新华社杭州电)