

大禹节水集团扎根一线勇创新 数字赋能写华章

中国上市公司协会联合新华网等媒体,开展“我在“十四五”这五年 上市公司在行动”主题宣传活动。在河西走廊的疏勒河灌区,数字孪生平台正实时模拟着水流的每一寸轨迹,让每滴水都找到最高效的用途;在渤海之滨的天津武清智能工厂,机械臂精准装配,每分钟产出数百米滴灌带;在西北广袤的田野间,朱万同——这位从操作工成长起来的“全国劳动模范”,正带领团队调试新设备,他的技改让管材生产效率提升**42.6%**,配方成本每吨降低**184元—325元**……

这些都是大禹节水集团近五年来的生动缩影。公司作为节水行业的领军企业,以创新为笔,以责任为墨,在中华大地上书写着智慧水利与农业现代化的崭新篇章。

一线绽放的劳动之光：从操作工到“技改专家”的蜕变

公司“禹脉计划”“禹你同行”构建全方位、多层次文化体系,育人质量显著,涌现出“全国劳动模范”朱万同等先进典型,是大禹节水人才成长的最佳注脚。**2006**年,他带着对技术的敬畏走进车间,从记录每台设备参数、每道工序要点做起。面对轰鸣的设备和复杂的工艺流程,这个年轻人展现出超乎常人的执着。“对于技术问题,别人不知道的我必须知道,别人解决不了的我一定要解决。”这句朴实的技术信条,支撑着他在无数个深夜里挑灯钻研。

十八年如一日,他扎根生产一线,用心记录每台设备参数、每道工序要点,同时利用业余时间不断学习。从PVC生产线挤出模具改进,到PE混料系统优化;从PVC切割机改造,到配方优化,他先后完成了一系列技改项目。最让人称道的是,通过对管材生产线**Ø160-200**模具改造和混料机参数及混料方式变更,管材生产效率提升**42.6%**;通过调整管材车间PVC管材配方添加比例,管材配方成本总体降低**184元/吨—325元/吨**。

“不下车间,光凭嘴说是解决不了问题的,只有实践才能找到技术改进的‘金钥匙’”。在新购进的**Ø1000mm**口径PVC生产线调试过程中,由于没有成熟的配方出现焦料现象,他连夜组织人员拆卸组装。当领导和同事劝他休息时,他坚定地说:“今天不弄完的话,明天等料冷却后根本拆卸不了,再加热需要耗费大量的电费而且拆卸比现在更难。”连续奋战**30**多个小时后,他通过创新调整配方和生产工艺,一次性拉管正常,成功攻克了这一技术难题。

如今,这位“全国劳动模范”依然保持着最初的热忱。“我喜欢搞创新,喜欢带着大家一起干,看到技术难题被攻克,团队成员成长成才,是我最有成就感的时刻。”在他的带领下,大禹节水的技术团队形成了一支敢打硬仗、能打胜仗的创新铁军。

创新驱动的智造飞跃：从“制造”到“智造”的华丽转身

大禹节水在科技创新领域实现了一系列令人瞩目的突破。公司自主研发的“滴灌成套装备”入选“全国制造业单项冠军”,打破了国外技术垄断。其中,祛根防负压抗堵型滴灌技术,有效解决了农业节水灌溉灌水均匀性差、易堵塞和运行成本高的行业难题。

在智能制造方面,大禹节水在全国拥有**4**家生产设备生产基地,年产滴灌管(带)**150**万吨、管材**10**万吨、集成设备**10**万台。位于天津市武清区的节水装备制造基地,是全球最大的节水装备制造工厂之一,工厂智能化改造后,获批国家发展改革委全生命周期服务能力提升项目,实现产品全生命周期管理,形成了国内精量灌溉装备智能制造的模式及标准体系。

在数字孪生领域,大禹节水走在了行业前列。公司打造的**Topmap**三维可视化平台通过构建数字孪生应用系统,为水利和农业领域提供了精准管理工具。在水利管理方面,该平台能够实时监测水文气象数据,预测洪水风险,并优化水库调度方案,有效防范洪涝灾害,确保水资源的合理利用。在农业领域,它通过智慧农业解决方案,使农业生产者能够实时监测土壤、气候和作物生长情况,实现精细化管理。

甘肃疏勒河、湖南欧阳海灌区的数字孪生项目双双入选水利部优秀案例,公司成为唯一独立承担两个项目且均获优秀的企业。其中,数字孪生疏勒河项目入选水利部公布的《第一批数字孪生灌区模型推荐清单》。这些项目通过构建数字孪生系统,实现了灌区管理的可视化、可控化和智能化决策,让利通区灌区数字孪生平台成为灌溉管理总体调度以及各合作社分片区调度的日常工作平台。

更令人振奋的是,大禹节水的创新团

队在**2024**年的野外试验中成功验证了“声波增雨器”。这项融合现代声学、气象科学和环境科学等多项技术的创新成果,利用特定的声波频率与天空中的云层进行“对话”,通过增强云滴颗粒间的相对运动,促进碰并过程,从而诱导降水。在实验中,声波增雨器开启仅**10**分钟便迎来了降雨,**45**分钟内为当地增雨**33**毫米。这项无需升空载具、具有成本低、响应快、无空域限制、环保无污染等优势的高新技术,成为解决干旱半干旱地区水资源短缺问题的重要突破口。

责任引领的可持续发展：从“内部小家”到“社会大家”的温暖传递

作为行业龙头企业,大禹节水始终心怀“国之大者”。公司积极响应国家“双碳”目标,将ESG理念深度融入企业治理,连续两年荣获“上市公司可持续发展最佳实践案例”和“上市公司董事会优秀实践案例”。

在企业内部,大禹节水特设爱心互助基金,为罹患重病或面临家庭困境的员工提供及时援助,这一举措不仅展现了公司对员工的深切关怀,更弘扬了互助互爱的优秀企业文化。面向外部社会,大禹节水先后在各类扶贫济困、捐资助学等公益活动中捐资捐物达**6000**余万元。

公司的公益足迹遍布全国,在江西省赣州市兴国平川中学、甘肃省酒泉中学、肃州区临水中心小学等设立“大禹奖学金”,以此激励优秀师生,促进教育事业蓬勃发展;为“敦煌流失海外文物数字化复原专项基金”进行捐赠,助力中华优秀传统文化的保护与传承;向甘肃省政协对口帮扶点——榆中县马坡乡河湾村乡村振兴示范项目进行捐赠,助力当地乡村振兴。

在治理层面,大禹节水构建了大禹农业集团、大禹装备发展集团、大禹慧图集团、大禹设计集团等四大子集团协同发展的新格局,以华北、华东、华中、西北、西南五大区域中心为依托,夯实全国服务网络。公司正式上线客户服务系统,这一举措极大地促进了与业主之间的高效沟通,确保了对项目全生命周期、全方位、全过程督促管理。

迈向未来的水之梦想：从“传统节水”到“智慧生态”格局提升

站在“十四五”收官的新起点,大禹节水正以更加昂扬的姿态迈向未来。公司将继续秉承“节水优先、空间均衡、系统治理、两手发力”的治水思路,积极落实国家乡村振兴和粮食安全战略,推行“三农三水三张网”战略方针。

大禹节水深知水资源管理在提升水生态环境和推动乡村振兴中扮演着至关重要的角色,并始终以“三农三水三张网”为指引,专注于农业节水、农村污水处理和农民饮用水供应这三个核心领域,构建水网、信息网和服务网的综合解决方案。公司整体性考虑农业、农村、农民三者的交叉影响,融合环境治理和可持续发展理念,围绕“水”构建丰富的解决方案,积极探索数字孪生、节水灌区、高标准农田、河道堤防、污水处理、智慧人饮等多个领域。

未来,大禹节水将继续致力于推动数字水利行业的发展,借助数字孪生、SaaS云服务、AI、大数据等新一代信息技术,推动水利行业向数字化、智能化转型。公司在行业内开发出水利人工智能模型,并将其应用于水资源管理、灌区输配水、城乡供水等业务领域。在DeepSeek人工智能大模型推出后,公司快速在自身智能模型中完成DeepSeek的本地化部署和接入,持续优化对水资源利用的智能化管理和高效调配,积极探索智能模型新的市场化利用。

从车间里的技术革新到数字孪生的前沿探索,从一线员工的匠心坚守到企业治理的现代化升级,从国内市场的精耕细作到国际合作的开拓创新,大禹节水的生动实践,展现了一家上市公司服务国家战略、推动行业进步、履行社会责任的使命担当。在这幅波澜壮阔的画卷中,每一滴节水、每一项创新、每一份坚守,正汇聚成推动农业水利现代化建设的磅礴力量,让节水事业的火炬在时代浪潮中熠熠生辉。

(转自新华网)



矫健智勇排头雁 鹏程万里担重任 ——中国重汽引领国产重卡出海成为民族品牌价值标杆

■ 本报记者 赵健

2025 年 9 月 30 日,100 台中国重汽重卡在烟台港整齐列阵,即将发往沙特。随着这批车辆出海,中国重汽 9 月重卡出口量达到 1.5 万辆,再度刷新由自己保持的纪录,创下国内重卡行业单月出口新高。

这一佳绩不仅是中国重汽发展历程中的重要里程碑,更是国产重卡在全球市场展现强大竞争力的生动写照,背后蕴含着中国重汽在复杂多变的国际市场环境中,凭借智慧与勇气,担当起民族品牌出海的重任,引领国产重卡走向世界的深刻内涵。

■深耕 出海 21 载 踏平荆棘之路

中国重型汽车市场的格局在经历了深入整合后,今天已经发生了巨变,一批国内自主企业由此茁壮成长,成为推动行业巨变最重要的力量,并已迈过缺乏核心技术制造的难关,迅速做大做强,完成着自身“幼蛸化蝶”般的蜕变,踏上了与世界重卡全面接轨的步点,较好地展示出了一个国家、一个企业要持续发展的基因:自信心与创新力!

站在全球的视角来看,中国是全球最大的市场,中国企业必将参与全球竞争,参与全球资源整合,做优做强品牌。因此,在行业面临颠覆性变革的今天,特别是全球商用车产业整合的大趋势背景下,客观上要求国内商用车行业按照市场的主体、产业链的需要、竞争力的提升来进行价值链的战略构建。

自**2004**年布局海外以来,中国重汽在出海的征程中已经走过了**21**个年头。在这漫长的岁月里,中国重汽始终稳坐国内重卡行业出口的“头把交椅”。作为中国商用车行业的领航巨擘,中国重汽凭借强大的产品竞争力和前瞻性的战略布局,加速布局海外战略落地,全面进军全球高端市场,与一流国际对手正面竞争,这为提高中国重汽的整体竞争力、全球化经营能力奠定了强大基础。

从国际重卡产品发展的潮流和我国目前经济与社会发展的角度来看,中国重卡工业的发展应该积极紧跟世界的步伐,缩小与先进国家的差距。作为“进口替代”的打旗者,中国重汽以精工品质跻身世界一流卡车之列,从“进口替代”向“进口超越”进阶,以汕德卡为代表的的高端产品在海外市场与国际品牌正面交锋,取得了历史性突破,让中国智造在世界舞台大放异彩,极大地提高了中国重汽的整体竞争力、全球化经营能力。

2025 年 10 月 18 日在山东青岛举办的中国重汽**2025**年全球合作伙伴大会上,公布的一组数据令人瞩目:**1—9 月**,中国重汽实现汇总收入**228.9 亿美元**,同比增长**14.9%**;整车销量**33.5 万辆**,同比增长**22.8%**。其中,重卡出口销量**11.1 万辆**,同比增长**24.5%**。如今,中国重汽的产品已遍布**6**大洲、**150**多个国家和地区,全球市



场保有量超**100**万辆。

这些辉煌成就的取得,是中国重汽多年来在海外市场深耕细作、不断开拓创新的结果。从最初的艰难起步,到如今的行业领军者,中国重汽凭借着坚定的信念、卓越的品质和优质的服务,赢得了全球客户的信赖和认可。

■固基 不畏挑战 把稳航行的舵

随着越来越多的车企布局海外,低价厮杀、过度同质化等国内市场问题也日渐凸显。如何在这样复杂严峻的环境下管控风险、保持竞争力、实现持续盈利,是中国重汽这样的先行者、引领者必须时刻面临的“灵魂拷问”。

以越南市场为例,越南正处于城镇化加快、开展大规模基建的快速发展期,卡车市场的刚性需求十分庞大。但不同国家有着不同的风土人情,“水土不服”是企业出海最为常见的问题。中国重汽通过不断延伸服务链条,为客户提供全生命周期解决方案,把“本土化”做到极致。在越南,中国重汽已在当地建设**35**个联保服务站,销售与售后服务网络实现了全境覆盖。**9 月**,中国重汽与越南经销商携手,举办了横贯越南六大城市的巡展活动,凭借卓越的产品质量和长期口碑,最终拿下超**800**台订单。到**2030**年,中国重汽计划将海外经销渠道数量扩展至**400**家,以为全球客户提供更便捷的服务。

随着全球市场保有量的攀升和客户消费理念的升级,后市场正展现出巨大的发展潜力。中国重汽十分注重后市场建设,已系统展开车辆融资、车队管理、二手车置换回购等业务。今年**1—9 月**,中国重汽后市场配件销售收入同比增长**59%**。**2025**全球合作伙伴大会上,中国重汽首次面向全球市场推出了定制化的油品、轮胎等配件产品,未来还将在海外建设**63**个配件中心库、前置**5000**万美元的配件,为全球客户推出更精准、灵活的服务配件政策。

出海想“稳”,既要“前端打得赢”,也要“后方供得上”。国庆节前夕,中国重汽莱芜工厂一片繁忙景象。他们收到通知,一位非洲客户急需车辆用于秋季生产,交付周期十分紧张。从销售端接收任务,工

厂即刻响应,产线加班加点生产制造,整车仓储部**24**小时值班发交,用“重汽速度”守住了对客户的承诺。这是中国重汽专为客户建立的“销售—生产”联动快速响应机制。目前,中国重汽在国内拥有十大整车生产基地,重卡月产能最高可达**3**万辆。智能化工厂建设是中国重汽产能提升的重要原因。以中国重汽莱芜工厂为例,该工厂拥有国内首条**AGV**柔性总装线和比肩高端乘用车的杜尔涂装线,且打造了驾驶室焊接全自动化的“黑灯工厂”。

在新能源、智能驾驶等领域,中国重汽表现同样亮眼。今年**1—9 月**,中国重汽新能源整车销量同比增长**300%**。当前,中国重汽新能源已覆盖纯电、氢能、混合动力等多种技术路线,三电技术、整车技术等关键核心技术不断实现创新突破。中国重汽还将继续聚焦电动化、智能化、低碳化革命,不断推出更符合市场需求的新能源产品,加快**L2+和 L4**级智能驾驶技术实现量产,深入智能座舱开发、人工智能交互等前沿领域,持续塑造竞争新优势。

未来,中国重汽计划打造更多精益化、智能化、绿色化的“灯塔工厂”,推动关键工序自动率提升到**60%**以上。莱芜工厂的国际订单已占据大半,而随着需求回暖,国内市场的火热也为中国重汽出海增添了底气。在刚刚过去的双节假期,中国重汽国内订单累计斩获超**6700**辆。两个市场互为支撑、互相促进,形成了国内与国际市场“两条腿走路”的良性循环。

■搏击 积极进取 拓展全球版图

面对新形势下的全球竞争,中国重汽深化营销改革与网络拓展,在越南、尼日利亚等传统优势市场,逐步将销售与服务网点延伸至二、三线城市及偏远地区,通过下沉网络、完善配件供应网络,极大提高了市场覆盖率与客户触达率。

与此同时,不断进行本地化生产与产能布局。在菲律宾,中国重汽投资建设组装机厂。**9 月 5 日**,首辆整车成功下线。该厂满足了底盘、货箱的本地化组装与生产需求,有效缩短了交付时间,为经销商提供了更多选择。据统计,**1—9 月**,中国重汽非洲市场、东南亚市场销量分别同比增长

37.4%、41.5%。当前,中国重汽在全球拥有**30**家在运营的**KD**工厂,预计**2030**年产能将达到**10**万辆。南非、巴西等国家的本地化制造项目也在加速筹建。

此外,为满足国际客户的多样需求,中国重汽对产品进行了本土化研发与产品定制。在摩洛哥最大的城市卡萨布兰卡,中国重汽生产的工程车是最畅销的车型之一。当地客户表示,相比欧洲生产的车型,中国重汽的车辆更符合需求,而且性价比高、服务效率高,优势十分突出。未来**5**年,中国重汽计划投入超**40**亿美元的研发费用,并组建一支超**8000**人的专业化研发团队,同时单独设置海外产品研发机构,定制化开发产品。

在拓展新市场与业务领域,扩大自身基本盘的同时,中国重汽还主动拓宽“新航道”。**1—9 月**,中国重汽在中东市场销量增长**28.7%**,高端市场也实现了快速发展。近几年,中国重汽凭借卓越的产品品质与领先行业的技术实力,以及独树一帜的造型设计,在国际赛事和展会上大放异彩。德国汉诺威车展上全新升级的黄河重卡、亚冬奥会上的豪沃超高清转播车、国际赛场上的汕德卡等,都给全球观众留下了深刻印象。借助重卡出口优势,中国重汽将将进一步拓展轻卡、矿卡、皮卡、VAN等业务,真正建立起覆盖全系列商用车的强大产品矩阵。

中国重汽已经形成较大规模生产能力,极大程度上满足了用户对各类商用车型的需求,在有力促进地方经济发展和企业效益提升的同时,也能更好地抵御因放开外资比例而受国外重卡巨头“入侵”带来的行业冲击,为早日实现“走向高端,争创世界一流”的目标奠定了基础。中国重汽用冲劲、干劲,用亮丽的成绩,在行业内树立起国有企业发展新质生产力,实现高质量、高速度发展的新标杆。

据了解,今年中国重汽重卡出口销量预计将突破**15**万辆,再创历史新高。同时,中国重汽坚定提出,到**2030**年,计划出口重卡**25**万辆、轻卡**10**万辆、轻型车**5**万辆、矿卡**3000**辆,海外后市场收入目标**10**亿美元。为了实现这一目标,中国重汽将推进“五大转型”——绿色化、数智化、服务化、国际化、多元化,构建“产品+服务+金融+数据”的全价值链生态。正如中国重汽党委书记、董事长刘正涛所言:“我们不仅要做强全球商用车的‘领跑者’,更要成为推动人类可持续发展的‘贡献者’。”

从筲路蓝缕到星辰大海,从黄河之滨到莱茵河畔,从湄公河三角洲到亚马逊丛林,中国重汽的出海之路,是中国制造崛起的缩影。它证明:唯有坚持创新、开放与担当,才能在全球化浪潮中立于不败之地。中国重汽将继续以矫健智勇之姿,在国际市场上乘风破浪,担当起民族品牌出海的重任,为全球商用车行业的发展贡献中国力量。中国重汽正以矫健之姿,书写着民族品牌“鹏程万里”的新篇章。

潮流“挂”身上 小包挂“摇动”新浪潮

■ 程思琪 邓瑞璇 张璇

走在熙熙攘攘的街头你会发现,越来越多年轻人的背包上,摇曳着各式各样的小挂件。从毛绒玩偶到文创产品,从动漫周边到智能挂件,这些形态各异的小挂件,正悄然掀起一股时尚消费新浪潮,成为人们情绪表达的“移动符号”。

包挂消费热潮涌现 市场数据亮眼

走进位于上海南京东路的名创优品MINISO LAND全球壹号店,挂满整面墙的包挂产品,从经典动漫IP到原创设计,品类繁多,价格从几十元到上百元不等,吸引了不少消费者。

在三丽鸥包挂专区,大学生小吕和姐姐正在挑选与自己有“眼缘”的HelloKitty包挂。“这个秋日款很符合我现在的心情。”小吕一边说,一边将包挂放在背包上比划。

得物App统计显示,今年9月“挂件”关键词搜索量同比增长**140%**,订单量也实现**127%**的显著增长。小红书平台上,“万物皆可挂”话题浏览量突破**1**亿次。

云南昆明景星花鸟珠宝世界的文创摊位主李女士透露,今年她的摊位挂件销量比去年同期增长了约**20%**,游客和年轻白领是主要消费群体,“尤其是有地方特色的包挂更受欢迎,不少游客一次性购买多个作为伴手礼。”

“双十一”前期,浙江义乌市沃安饰品有限公司的工厂里,工人们正在生产线上全神贯注地赶制小马形状의皮革包挂饰

品,经过质检与包装,这批货即将出口至韩国、泰国等地。“5月份至今,我们包挂的销售额月均增速达到**20%**,旺季单月甚至能翻倍。”公司总经理陆毅介绍。

“从今年年初开始,国内外客户频繁询问包挂产品,于是我们迅速开始开发生产。”陆毅说,为紧跟潮流,团队每月会开发**100**款左右包挂,平均一天就有三、四款新品,“我们还获得元气小黄鸭、三丽鸥等IP授权,开发的包挂产品深受批发商欢迎。”

“包挂类产品因开发周期更短、效率更高、形式变化更快等特点,成为潮玩企业研发的不二选择,也为年轻消费者带来了更多新体验。”潮玩品牌TOP TOY市场营销负责人孔筱告诉记者,“截至目前,TOP TOY自研搪胶毛绒挂件**2025**年内销售额已超**2**亿元,同比增长超**200%**。”

为何包挂成了潮流“搭子”?

如今,“日更包挂”成为不少年轻人的生活日常。“每天出门前,我都会挑选一个包挂来搭配当天的心情。”网友“卷卷”在社交平台发布的视频,展示着家中玄关处整齐悬挂的数十个萌趣可爱的挂件。

“包挂热”的背后,是情绪消费市场快速崛起。咨询机构MobTech研究院发布的《情绪经济消费人群洞察报告(2024)》显示,2024年,为情绪价值和兴趣买单成为年轻人消费的首要理由,占比超过**40.1%**。

“在现代快节奏生活中,包挂成为年轻人表达情感、缓解压力的重要载体。”艾媒咨询CEO张毅分析,“这些可爱的小物

件不仅能带来视觉上的愉悦,更能通过触觉等感官体验,为使用者提供即时的心灵慰藉。”

与手办、模型等静态藏品不同,包挂具有“可携带”的独特优势,能随时随地陪伴使用者,成为移动的“情绪调节器”。“在基础款穿搭盛行的今天,包挂成为展示个性的重要配件。”一位时尚博主分析,“一个独特的挂件,往往能成为整体造型的点睛之笔。”

智能制造的发展和数字化车间的普及,也成为推动包挂流行的重要因素。“这种柔性生产让‘50件起订’‘100件生产’的小众订单也能轻松实现,产品得以快速投放至市场。对商家,库存压力降低;对消费者,可选择的商品种类更多样。”智能潮玩挂件生产商广东东莞市裕洪电子科技有限公司内销负责人张华说。

包挂变身“行走的国潮”

不久前,以上海“网红地标”武康大楼为灵感设计的玩偶包挂“武康康”一经推出,便受到市民游客热捧,成为武康路上的新晋“网红”。

“人们来看武康大楼,希望可以购买到有武康大楼IP的文创产品,‘武康康’会让人们觉得有温度、有亲和力,我们很多同行的朋友当场买下就立刻挂在自己的背包上,氛围感拉满。”来自江苏的游客张女士说。

如今,小包挂正被赋予越来越多的文化内涵。西安、成都等地推出的文创产品,

让文旅特色包挂成为传播地域文化的“移动名片”;《长安的荔枝》等本土影视IP也推出多款包挂产品;敦煌研究院推出的张骞严选果疏毛绒挂件,让历史以更亲切的方式走进日常生活……

“这背后,是中国消费者对以包挂为代表的国潮单品的喜爱认同和更深层的文化自信。”张毅说,当人们带着饱具文化内涵的包挂,在游览名山大川、历史建筑时一同拍照打卡,这不仅是对个人身份的展示,更是民族自豪感的真情流露。

中国包挂正在成为海外社交圈的“硬通货”,其承载的文化内核引起了越来越多海外游客对中华文化的好奇和向往。

在上海南京路步行街,海外游客们兴致勃勃地采购着中国特色包挂饰品。在社交平台上,外国博主开箱LABUBU挂件视频获得数十万点赞。泡泡玛特数据显示,2025年第三季度,其海外收益同比增长**365%—370%**。

名创优品集团副总裁兼首席营销官刘晓彬等业内人士分析,未来包挂市场将呈现多元化发展趋势:一方面,文化内涵的注入将使包挂成为传播符号,让地域文化与大众需求更紧密结合;另一方面,技术赋能将拓展包挂的功能边界,从单纯的装饰品升级为兼具实用性和情感价值的生活伴侣。

从街头潮流到情感寄托,从个性表达到文化传递,小包挂正在以其独特的方式,串联起一个庞大的消费市场。随着跨界融合的不断深入,包挂这个“小物件”必将撬动更大的市场机遇。(转自新华网)