



岚县一颗土豆的全产业链“革命”

■ 马晓洁

冬闲时节，在山西岚县康农薯业生产基地的组培室里，一颗颗马铃薯脱毒苗在恒温25摄氏度的瓶子里不断生长，一场关于土豆的产业链“革命”也在悄然发生。在三晋这片黄土地上，小杂粮、养殖业、精品水果……一幅幅从小产品到大产业的发展画卷，每一帧都是“大食物观”的生动注脚，成为乡村振兴的鲜明底色。

每天上午，魏旺红都来到组培室，看脱毒苗的长势，根据其长势控制温湿度和做无菌处理。“等苗长好后，我们就拿下去切割扩繁，一瓶苗可以扩出五瓶苗，每年可以繁殖近50万瓶脱毒苗。”作为康农薯业生产基地有着25年工龄的技术员，魏旺红感触颇深。“这些年来，我们反复试验，与老百姓自己切块种下的马铃薯相比，脱毒苗育出的种薯抗病害能力强，产量也翻倍。”魏旺红说。

当前，康农薯业生产基地的“脱毒苗”、“原原种”、“原种”、“一级种”马铃薯脱毒种薯三级良繁体系已逐渐配套完整，生产基地二期还建设了智能温室、水肥一体化灌溉设施、温室系统、离地苗床、种薯大小分离器、计数器……智能化设备让种薯的生长收获进入“快车道”，可以达到一年两茬，辐射带动30多个县市。

走进岚县界河口镇吴家沟村，村民们在热炕上聊着去年的收成。牛云珍去年共种下17亩“原种”，平均亩产近5000斤“一级种”，年收入4万元左右。“合作社先选好微型薯‘原原种’种出‘原种’，然后把‘原种’分给我们种，种薯、农药、化肥、机械种收都是免费的。”牛云珍说。

如果说种薯是马铃薯产业的“芯片”，那土豆花、土豆宴就是马铃薯产业的“引擎”。

“今年8月欢迎你再来我们这儿，土豆花可美嘞！”岚县农业农村局产业股股长刘林权对记者说，2023年土豆花景区迎来旅游热潮，累计吸引县内外游客11.5万余人次。作为主景区的王家村，村里开了20多户农家乐和民宿，县政府还在此投资新建了房车露营基地，助力乡村旅游发展。

小小的土豆，能变出多少种花样？岚县土豆宴108道菜品就是答案。在岚县土豆宴全国推广总部的餐厅里，游客对各式各样的土豆菜充满了好奇：掏拿土豆糕、土豆馅饼、土豆豆皮、薯泥养生汤……岚县马铃薯主粮化研发推广中心主任李晓阳告诉记者：“越来越多的人想了解岚县土豆宴，更多的人想去学习土豆能怎么做。”

王红宇是岚县本地人，去年他刚参加完土豆宴职业培训，已在推广总部上班。“土豆宴是老一辈人智慧的结晶，我们有责任传承下去，同时我们也要创新出符合当下潮流的菜品。”王红宇告诉记者，同他一起参加培训的还有从云南等地来的年轻人。岚县土豆宴也成为吕梁山一张靓丽的劳务品牌名片。

科技助农，文化兴农。从种薯三级良繁体系到土豆宴职业培训劳务品牌，盘活全链条资源，带动农民增产增收，促进农文旅融合，未来，岚县土豆的产业链条将更长更完整。

苏州全力打响创新之城品牌

日前，苏州市第十七届人民代表大会第三次会议开幕，备受关注的政府工作报告出炉，报告提出强化科技创新引领重点任务，打响创新之城品牌。

科技创新既是苏州这个制造业大市产业结构升级的“牛鼻子”，也是苏州实现高质量发展的必由之路。过去一年，苏州持续加大科技研发投入，全社会研发投入达到1055亿元；高新技术企业超过1.57万家，国家级专精特新“小巨人”企业突破400家，均位居全国第4；苏州实验室加快建设，成功获批5家全国重点实验室；深时数字地球国际大科学计划获国务院批复立项。

面向未来，苏州把创新驱动摆在更加突出位置，提出将统筹推进科技战略平台能级提升、创新主体培育壮大、产业技术攻坚突破、高水平大学建设、创新创业人才集聚、创新成果转化加速、科技金融赋能助力、开放创新合作拓展“八大工程”，具体包括推动头部企业建立研究院、制订产业高峰人才评价标准、高水平推动“一区两中心”等重大平台发展等一揽子举措。

“政府工作报告中提出，要持续构建产学研有效衔接、大中小企业融通创新的格局与生态，加快打造具有全球影响力的专业技术创新中心主承载区，这无疑将更深层次激发企业创新动力。”苏州市政协委员、苏州华兴源创科技股份有限公司董事长陈文源表示，企业将积极响应苏州创新之城建设的号召，勇攀科技高峰。

（陈诚 陈志奇）

佛山深圳双城联动助企业从“产品出海”到“品牌出海”

■ 李慧君

一边是享誉全球的佛山制造，一边是中外贸的重要枢纽之一的深圳，佛山携手深圳会擦出怎样的火花？

1月16日，“双城联动聚力共进”佛深两地跨境“出海”高质量发展交流暨墨西哥市场拓展活动在佛山市南海区举行，吸引了佛深两地120多名来自泛家居类、工业装备、医疗器械、汽车配件、家电、物流供应链等领域企业家参加。

当前，世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开，企业走出国门寻求第二增长曲线的需求愈发强烈。在此背景下，佛山制造与深圳生产性服务业的优势相结合，将增强企业“出海”信心，助力企业打通从“产品出海”到“品牌出海”的路径。

创新优势叠加产业优势产生1+1>2成效

日前召开的中共佛山市委十三届七次全会暨市委经济工作会议提出，要着力推动高水平双向开放，全力推进粤港澳大湾区建设，打好“五外联动”组合拳。

在激烈的国内外市场竞争中，民营企业如何在“走出去”中赢得主动？佛山与深圳的“牵手”就是一个很好的探索。

众所周知，产业是外贸的基础，而雄厚的制造业实力是南海外贸的重要支撑。2023年，佛山正式成为全国第二个、广东首个“工业3万亿”地级市，佛山制造正大跨步向全球价值链中高端迈进。

而作为制造业大区，南海拥有31个制造业大类中的30个，全区制造业企业4.92万家，年产值超200亿元的产业集群14个。日前召开的中共佛山市南海区第十四届委员会第七次全体会议暨区委经济工作会议透露，2023年南海金融机构本外币存款余额、工业总产值预计双双突破万亿元大关。

另一边，深圳是我国改革开放先行示范区，粤港澳大湾区发展的领头羊，是具有全球影响力的经济中心城市和现代化国际大都市。



●位于佛山市宇森医疗有限公司内的世界口腔器材博物馆

在深圳市福田区工业和信息化局副局长苏玉霞看来，通过给深圳福田和佛山南海的生产制造企业搭建交流平台，可以推动生产性服务业和制造业深度融合创新发展，助力企业找市场促进发展，为企业提供有力支撑。

南海区工商联副主席许伟强则希望，通过推动佛山深圳两地企业交流对接，深化务实合作，促进互利共赢，从而助力南海企业更好地链接海外资源。

基于此，在交流会上，南海区总商会与北美供应链管理协会签约，两地行业协会将在跨境出海展开深度合作，搭建有效的资源对接交流平台，打通产业链上下游，帮助企业精准对接合作伙伴，助力南海民营企业抢占美洲市场，在国际市场获得更大的竞争力。

值得一提的是，此次交流会的首站，40余名深圳企业家参观了中国(广东)机器人集成创新中心，了解南海制造业发展现状。近年来，南海不断抢抓机器人产业发展风口，加快布局机器人产业，逐步形成“核心零部件—机器人本体—系统集成”产业链链条。深圳的创新需要良好的产业化基地，而南海拥有完善的产业配套体系，制造业本地配套率高达90%以上。深圳的创新优势，叠加南海的产业优势，可产生1+1>2的效果。

中小企业将迎美洲市场风口

两座城市的“双向奔赴”，让双方企业“出

海”合作有了更大的想象空间。

然而，在竞争越来越激烈的国际市场上，传统的“产品出海”正遭受越来越多的挑战，目前包括佛深两地的企业都在全球寻找新的投资市场，从而实现从“产品出海”到“品牌出海”。

“目前美国商品市场逐渐在寻找供应链替代国家来取代中国产品，但是中国工业门类比较齐全，生产量相当大，很难在短时间内被完全替代。”在广州外语外贸大学国际服务经济研究院副院长孙波看来，企业如果到境外投资，一定要科学评估投资风险，谨慎考察投资行业，而最关键的是提高自身企业产品的创新能力和服务能力。

受美国投资环境的影响，北美特别是墨西哥成为很多外贸企业重点关注的市场。作为世界上第六大工业国，墨西哥制造业发达，最主要的就是汽车、机械、电子和化工，出于关税优惠等政策吸引了不少中国企业前往投资，当中包括电子、卫浴、汽车和新能源等行业。

“去年中国到墨西哥投资的整车零部件企业就有30多家。”中国商务部专家、北美供应链管理协会创始会长郑艳玲认为，越来越多的企业已经从“产品出海”走向“品牌出海”，国内中小企业将迎来进入美洲市场的时代风口，以墨西哥为制造跳板，绕开美国对中国产品的种种限制以及关税等成本，继续把更多产品卖到美国。

对此，南海区电子商务协会会长梁锡钧认为，墨西哥市场的优势很明显，因为北美自由贸

易区，很多产品可以零关税进入到美国市场。他建议，企业如果到墨西哥投资要做到“服务本土化，制造中国化”，无论从融入本土还是产品设计、品牌故事等，都需要进行本土化。

护航企业“走出去”拓市场

尽管不少企业愿意“走出去”，但“出海”如同一场扬帆远航，彼岸看上去美好，但途中却充满了不确定因素。“我们之前在叙利亚、乌克兰、阿根廷市场开拓都挺好的，但是由于地缘政治等影响，订单一下子就急剧下降。”佛山市宇森医疗有限公司总经理郑永良说，如何在稳住原有外贸市场基础上开拓新兴市场成为企业重点思考的一个问题。

作为根管治疗仪的国内“隐形冠军”企业，宇森医疗研发生产多款口腔医疗器械，产品出口到美国、德国、意大利、法国、巴西、印度、土耳其、埃及等130多个国家。但在当前全球形势下，宇森医疗正面临着很多的考验和挑战。“在2024年，我们将继续瞄准新兴产业市场，包括墨西哥、中东、东南亚等市场。”郑永良说。

为了帮助企业更好开拓海外市场，2023年，南海多批次组织企业到日韩、欧洲、东南亚开展经贸交流，通过了解当前国外市场形势，支持南海企业“走出去”、抢订单。

然而，民营企业目前跨境出海不同程度受经营规模、资金体量、人才储备等因素的制约，尤其面对国际政治经济的新形势，企业存在国际合作商贸信息获取渠道不畅、涉外政策法规生疏等诸多短板。

为了助力更多企业打通从“产品出海”到“品牌出海”的路径，更好支持南海企业“走出去”、抢订单，2023年10月，《南海区工商界跨境电商出海行动计划》正式发布，具体将构建“1+4+4”跨境电商综合服务体系，即通过建设企业跨境出海综合服务平台、打造四个南海产业跨境供需对接基地和探索四个企业实现高质量出海的有效路径，通过搭建政、企、资、研对接沟通平台，畅通采购商、供应商、平台资源及合作伙伴沟通堵点，链接优质的海外资源，助力企业拓宽海外市场增量。

解锁未来工厂创新密码

■ 祝君壁

在浙江省桐乡市一栋玻璃纤维制造厂房里，一个个由人工智能技术掌控的机器人灵活敏捷地张开臂膀，有的快速准确地搬运货物，有的“秀”起分拣货物的技能——这是中国建材集团旗下中国巨石股份有限公司的未来工厂。整座工厂的精细化、数字化和智能化为中国巨石赋予了新动能、新力量。

现代化未来工厂的背后，是中国巨石发挥专精特新企业新优势，打造玻纤科技创新策源地的持续努力。“中国建材集团是央企中首家制定差异化管控实施细则的企业，中国巨石是中国建材旗下首批差异化管控企业试点。通过实施差异化管控，做到应授尽授和分类授权，优化了决策程序，提高了决策效率，促使企业运营效率进一步提升。”中国建材集团相关负责人表示。

从产能不足200吨的作坊式小厂，到拥



有全球超四分之一市场份额的玻纤制造商，中国巨石现已发展成为技术领先、管理精细、高质成长的玻纤行业领军企业。

玻纤纤维在工业产品中起到增强作用，可以使材料更轻、更牢固、绝缘、耐腐蚀，因此被广泛应用于交通运输、电子电气、建筑建材等国民经济各个领域，成为替代钢材、木材、石材等传统材料的新一代复合材料。

新一代复合材料并不是一蹴而就的，它需

要多道工序层层组合，而每一道工序都离不开

精细化管理和高新科技支撑。“以其中的‘拉丝工艺’环节为例，需要借助各种智能化技术以更好地提升生产效率。”中国巨石六分厂厂长邓湘华介绍，拉丝工艺采用行业先进的多分拉工艺，能够实现玻璃纤维高流量连续生产。

玻璃配方是玻璃纤维的核心技术。2008年，中国巨石成功研发了E6玻璃纤维，打破了国外的技术封锁，此后又实现E7、E8、E9技术更新。中国巨石E8高模高强玻纤，助力全球最长海上风电叶片成功下线；E9玻纤模量超过100GPa，为海上风电、新能源汽车、智能家居、5G通信等高端应用领域带来了更优质的新解决方案。

随着信息技术和制造技术融合发展，玻纤制造业在转型升级过程中，必须牢牢把握新一轮科技革命和产业变革大势，持续向精细化、数字化、智能化方向优化升级。中国巨石玻璃纤维研究院副院长顾桂江表示，中国巨石不仅聚焦工厂内部数字化、智能化转型，

还将“未来工厂”建设扩大到了外部，促进产业链上下游协同发展。

作为冠军型链主企业，中国巨石在未来工厂打通了生产制造与企业经营的数据链，通过高标准建设行业工业互联网平台，实现产品生命周期、生产经营的全领域数字化管理；促进生态圈信息数据流通，增强了玻纤全产业链协同创新与开发应用，走出了一条“从生产玻纤到使用玻纤”的新路。2022年，桐乡市玻纤及复合材料产业集群总产值超300亿元，中国巨石通过未来工厂建设推动了当地高质量产业集群建设。

玻纤制造业精细化不仅体现在产品品质提升上，还体现在关键技术把控上。记者了解到，近年来中国巨石在浸润剂配方研发生产、浸润剂原料开发自制、漏板设计加工、绿色制造、智能制造等技术和装备方面拥有100%自主知识产权；全球每3支风电叶片中就有1支用到他们的产品。

“老字号”年货成畅销礼

■ 赵佳慧

新潮设计的文创周边、琳琅满目的坚果礼盒、古法制作的打手瓜子……临近龙年春节，随着“90后”“00后”接手“年货采购权”，不少“老字号”年货礼盒正成为春节送礼的主力军。

1月15日，在长沙梨街道湖南童年记食品科技有限公司炒制车间，各种口味的瓜子、花生经过筛选、煮制、炒制、脱皮、烘干、精选等工艺，在生产机器下变成品质优良的半成品，再由运输带传送到包装车间，包装成精美的袋装食品。

近80年历史的湖南老字号“童年记”，为迎接甲辰龙年新春，推出了CJ系列、RSR系列、七子团圆系列等礼盒，内含各类热销款坚

果，包装设计新颖，产品内涵丰富，从出锅到发货只要240个小时。

“现在消费者的需求已经从物质层面逐渐转向精神层面，所以我们非常注重以产品为载体，传承中华优秀传统文化。”陈魁江说，现在离春节只有1个月了，童年记生产车间的自动化生产线24小时不间断工作，各类坚果销售交易量在持续上升，预计1月份的销售额将达到4000万以上。

“我们线上每天发出包裹在8000个以上。”陈魁江说，现在推出的5款年货礼盒通过与抖音、天猫、京东等平台合作，专业主播

每天不间断直播18小时，进行线上销售，目前日销量在300单左右，增长明显。

“古法瓜子，皮薄仁大，小时候的味道，嘎嘎香！”在童年记销售平台可以看到各类“网言网语”正渗透到产品营销的各个环节。作为湖南烘炒食品龙头企业之一，童年记深度融合“互联网+”，成立了与之配备的电子商务中心及物流仓储园区，善于使用线上场景，借助互联网力量打造自身话题，展现自身底蕴。同时，利用“电商”所营造的全新消费环境与消费者进行交流，将品牌背后的文化故事与历史传承讲述给消费者，正逐渐成为老字号出圈的秘诀。

提品质与创品牌互促共进 打造中国品牌美誉度

2023年，Berkshire品牌推出便携电热毯、蓝牙控制器、嵌入式控制器等多款新品，打造了电热毯、电热垫、电热披肩等多品类产品矩阵，业务接单规模超2000万美元。“我们持续聚焦核心产品、核心市场，坚定不移推进创新驱动、品牌驱动，结合自身优势能力在新品类

提升了“中国制造”品牌的知名度、美誉度。

2023年2月印发的《质量强国建设纲要》明确，到2025年，形成一大批质量过硬、优势明显的中国品牌；到2035年，质量和品牌综合实力达到更高水平。

“品牌一头连着生产，一头连着消费，是产业结构升级和消费结构升级的重要方向，承载着千家万户对美好生活的向往。”国家发展改革委主任郑栅洁在2023年中国品牌发展国际论坛上指出，培育打造一批质量过硬、美誉度高、竞争优势明显的中国品牌，既有利于扩大高品质产品和服务供给，有效引领、激发和拓展消费

需求，又有利于促进技术创新，提升产业链供应链现代化水平，还有利于推动更多中国产品和服务“走出去”，提升贸易投资合作质量和水平。

“作为区分市场上商品和服务的标识，品牌所具有的高价值、稀缺性、不可替代等特点，使其不仅成为企业的主要战略资产和经营利润的源泉，也成为塑造国家竞争优势的重要基础。”中国社会科学院财经战略研究院副院长夏杰长表示，近年来，中国品牌知名度、美誉度和影响力不断提高，中国商品和服务日益受到国内外消费者欢迎和喜爱。立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，要保持战略定力，踔厉奋发、勇毅前行，推动中国品牌建设实现高质量发展。

魏琪嘉建议，采用市场化运作模式，发展一批品牌培育和运营的专业服务机构，形成一批在国际上有影响、国内消费者信得过的知名品牌；完善品牌保护机制，建立政府监管、社会监督、信息公开的品牌维护、侵权惩罚体系；积极推进品牌价值评价工作，规范品牌评价活动，引导更多制造业企业参与品牌价值评价活动；强化科技对经济的支撑作用，实现从跟踪模仿、高消耗、低附加值向原创突破、高品质、高附加值的赶超跨越。