

聚焦“数字出海”

上海在线新经济企业加速海外布局

■ 高志苗

伦敦、法兰克福、新加坡……位于上海的优刻得科技股份有限公司展示厅内，全球智能云计算中心“驿站”实时跳动。作为中国第一家云计算科创板上市公司，优刻得 2014 年在北美部署了第一个海外数据中心，目前已在全球 5 大洲、24 个地域部署了 31 大可用区。

优刻得科技股份有限公司高级副总裁周可则告诉中新网记者，通过布局全球的高标准数据中心、以及高性能、便捷的网络产品，至今优刻得全球云计算中心已服务了游戏、电商、资讯、视频、智能硬件、绿色能源等领域的中国企业在全球构建坚实可靠的数字化基础设施，加速中国企业走出国门、走向世界。

上海市经济和信息化委员会相关负责人表示，近年来，来自中国的在线新经济平台和创业者们，将发展的目光投向了海外，展开一场“数字出海”的新历程。

作为中国网文出海的先行者，阅文集团在经历出版授权、翻译出海、模式出海后，推动网文出海进入“全球共创 IP”的新阶段。不同国家和地区的创作者共同进行网络文学 IP 的培育及开发，开启了网络文学全球化的新一轮浪潮。

阅文集团相关负责人告诉记者，2017 年，阅文集团推出海外门户起点国际(Web- Novel)。截至 2023 年底，起点国际已上线中国网文翻译作品约 3800 部，培养海外网络作家约 411 万名，推出海外原创作品约 62 万部，海外访问用户数累计突破 2.3 亿，覆盖 200 多个国家和地区。

锦坤品牌创始人、工信部专精特新评审专家石章强认为，在线新经济企业品牌出海是内外双循环、两手都在抓的表现。这些企业既拥有专业化团队，也具有国际化视野，还深谙契约精神。2024 年伊始正式实施的《上海市促进在线新经济健康发展的若干政策措施》提出，加强优质数字内容企业、产品出海支持力度，完善产品、服务、品牌出海培育孵化机制，畅通境外业务资金回流渠道。

作为中国品牌电商服务行业的先行者及数字商业赋能者，宝尊集团 2022 年初开始布局东南亚市场。上海宝尊电子商务有限公司党总支书记、副总裁朱文华表示，跨境电商方面，上海有实实在在的政策鼓励。

企业出海过程中仍面临一些挑战，中国企业出海不仅面临文化差异，本地化改造、IT 基础设施建设等都给出海企业带来诸多风险和不确定性。周可则直言，企业出海是一项长期战略，需要稳定的政策环境，希望政府制定长期、稳定、有针对性的政策支持，帮助企业化解风险、降低成本。(据中新网)

“松下将继续深耕中国市场”

——访松下控股集团全球副总裁本间哲朗

■ 刘春燕

中国日本商会会长、松下控股集团全球副总裁本间哲朗日前接受新华社记者采访时表示，中国营商环境令人满意，日本企业视中国为重要市场，积极推进在华业务。松下将一如既往地深耕中国市场。

本间说，自 2019 年松下设立总部位于北京的中国东北亚公司以来，产品与服务更加贴近中国市场，在华业务连续多个财年实现较高速度增长。

本间表示，过去几年，全球经历了新冠疫情、贸易环境恶化等多重挑战，松下仍不断加强对中国市场的投资，新建生产基地 17 个，其中 2023 年新建基地 3 个。今年松下也已制定多个针对中国的投资计划。

本间认为，中国市场具有五大特点：市场规模巨大，智能化进程不断推进，对新技术的消化吸收能力强，具有对创新的容错能力，拥有人才储备和强韧的供应链。他强调，如今的中国不仅是制造大国，更是消费大国和创新大国。据本间介绍，从 2023 年进博会开始，松下将中国业务分为“健康智能住空间”“新能源汽车零部件”“智能制造”三大领域，提出贯穿整体的“绿智造 创未来”概念。松下认为这三大领域契合中国市场需求和中国经济发展趋势。

本间介绍了松下在上述三大业务领域取得的最新进展。在新能源汽车零部件领域，松下与丰田在中国大连建立的生产车载锂电池的合资公司去年完成第三期工厂建设，已开始量产。在智能制造领域，杭州松下马达有限公司去年 9 月开始搬迁建设新工厂，新工厂总用地面积超过 5 万平方米，将于 2025 年 4 月投产。在健康智能住空间领域，目前已有 35 个项目在逐步展开。

本间表示，松下将继续深耕中国，并根据市场变化，把在日本所积累的养老、住宅和精密制造等方面的经验与中国市场实际相结合，助力中国制造业高质量发展。(据新华网)

代表委员风采

“90 后”全国人大代表的“凡尔赛”

■ 马兰

“加工这个配件相当容易，因为公差比较大，有 0.08 毫米。我们一般加工高精尖产品，公差最大允许范围只有 0.015 毫米。”全国人大代表刘彦冰，是中国兵器北重集团最年轻的高级技师。这位“凡尔赛”的“90 后”参与过 3 项国家重点装备型号工程，在生产线上解决了多项技术难题。

夜色深沉，刘彦冰还在认真梳理走访调研时收集的职工意见。作为一名来自基层一线的工人，他深知肩上的职责和重任。

为此，他结合实际，深入调研，积极反映群众身边的难题，做好群众的“代言人”。

勤学善思“克”难关

刘彦冰身材精瘦、身姿挺拔，虽然戴着一副眼镜，镜片后的双眼却炯炯有神。

他深刻感受到技能人才对于企业发展的重要作用。在他看来，高技能人才是新时代技术工人的核心力量，是企业发展的主力军，也是推动技术创新和实现科技成果转化的重要力量。

“成为大国工匠是我一直以来的梦想。”刘彦冰追梦的脚步一刻也不曾停歇。在校期间他就已熟练掌握数控车加工技术，他潜心学习，积极参加技能竞赛，2016 年在第 44 届世界技能大赛赛数控车包头市第一，内蒙古第二的好成绩。

2017 年，刘彦冰毕业后进入北重集团，他所在的车间是机械加工车间，公司研制的新产品中有一半以上的工序需要在他所在的车间完成。身兼加工的关键重要技术，也是企业的核心技术。

刚进厂时，企业和车间就对刘彦冰寄予厚望，把他分配到了车间里最“高精尖”的大型设备上，也给他配置了最顶尖的技术大拿当师傅。

凉山会理企业家“抱团”振兴民族经济

■ 邱海鹰 龙 会

近年来，四川省成都市营商环境不断优化、持续向好，吸引一大批凉山彝族自治州会理市人士来蓉经商、投资、创业。为了更好地整合资源，加强成都与会理两地的商业交流与经济互动，共同振兴民族经济，2 月 28 日，成都市会理商会在蓉成立，开启抱团发展新篇章。

成都市会理商会中的 38 家会员企业来自各行各业，遍及房地产开发、新型材料、医疗卫生、电子产品、法律服务、教育文化、餐饮



师傅告诉他，干军品容不得一丝马虎，这是车间的车铣复合机床，要在这台机床上通过合理的刀具选择和工艺参数设置，在同一工件上完成不同类型的加工操作，如车削、钻孔、铣削、镗削等，工艺技术要求很高，干活时一定要小心加细心。

师傅的话牢记在心，他深知知识靠积累，技术靠练习，遇到复杂的工艺技术和难懂的专业知识，他就追着师傅刨根问底。

“心在一艺，其艺必工。”

爱钻、爱拼、不服输，对工作始终怀着一份执着和热情，刘彦冰总是脚步匆匆，在作业现场，总能看到他来回奔波。

刘彦冰朝着做最好的技术工人的目标“加速跑”。

在师傅的悉心指导下，他的专业技能和工作效率有了很大提升。刘彦冰还常常利用午休时间工作，提前完成全天生产任务，剩余的时间都用来“补课充电”。

向老师傅请教疑难问题，与工友研究分析产品图纸，独自推敲计算、软件编程、测量验证……

很快，刘彦冰渐渐得到大家的认可，这个 30 出头的小伙子凭着自己的努力初见锋芒。勤思好学的刘彦冰还会经常从网上搜集一些关于软件加工的视频，为今后技能水平的提高埋下了伏笔。

在大家眼中刘彦冰就是质量的保证，别的地方加工不了的产品，都要上他的机床去加工。他总是不负众望，带动更多的青年职工技术、学技能。

能干肯干实干但不“蛮干”

几年间，刘彦冰从车间新人到公司最年轻的“高级技师”，他的快速进步也有自己对工作的独特见解。“我认为最重要的还是学习，遇到问题时，问完一个师傅，我可能只明白了一部分，那我就去问多个师傅，然后把他们所有的回答给予我操作的方法，最后总结到一起，再去思考这个产品该如何加工。”

有时为了攻克技术难题，刘彦冰和团队成员连续一周吃住在单位、研讨在车间，完成计算与装夹定位，改进刀具，加工定位辅具，针对刀具路径计算出多个重要基准点坐标。

“面对高精度变截面锥孔的又一加工难题，我们通过三角函数计算相对应基准点，利用高精度 CNC 加工中心制作对应辅助量具，利用 mastercam 软件编程模拟，反复调试，终于在大家的共同努力下，用一个星期攻克了一项重大难关，大家真的都特别的高兴。”

能干、肯干、实干，但不会“蛮干”。刘彦冰经常将日常生活的细节与工作的细节结合起来，诞生了一个又一个工作“小妙招”。

成都。

成都美方力信科技公司总经理杨兴则留意到，成都连续两年新春首会召开“12345 亲清在线”工作推进会议，释放出持续优化营商环境的积极信号。“我们企业在成都发展多年，见证着成都的营商环境越来越好。现在有许多手续可以在线上办理，省心又省力。接下来希望成都出台更多支持政策，让我们科技企业搭上成都发展的‘顺风车’。”

让会理企业走出来，把成都经验带回去，是成都市会理商会成立的目的之一。成都市会理商会秘书长冷冯刚接受笔者采访时表示，商会的成立架起了两地的经济交流与合作的桥梁。“一方面，可以为会员企业搭建交流与合作的平台，促进会员之间的信息互通、资源共享。另一方面，可以为会员企业提供成都的政策资讯，帮助企业解读政策、掌握政策，更好地融入成都市场，享受成都优化营商环境的红利。”

展示博大中国文化 树立企业海外形象

中铁国际集团南美分公司受邀参加玻利维亚圣克鲁斯大学举办的“温暖迎春·共庆中国年”文化活动

■ 潘龙柱 刘康宁

近日，中铁国际集团南美分公司受邀参加中国驻玻利维亚圣克鲁斯总领馆与玻利维亚加夫列尔·雷内·莫雷诺自治大学举办的“温暖迎春·共庆中国年”文化展示活动。中国驻圣克鲁斯总领事王家雷以及大学 300 余名师生出席了此次活动。

南美公司作为中国驻玻商会会长单位，始终积极履行社会责任，促进地区经济合作发展与文

化交流。本次活动中，旅玻侨团、思源华文学校及当地中国武术教练通过精彩表演展示了武术、舞狮、茶艺、戏曲、书法等中华优秀传统文化，公司负责人姜涛代表商会现场演唱了歌曲《一世情缘》，现场文化交流氛围热烈，欢声笑语此起彼伏。

近年来南美分公司多次参与开展中国驻玻使领馆、驻玻商会、旅玻侨团等组织的文化交流活动，演出的各类文艺节目受到了社会各界的广泛好评，展示了博大精深的中国文化，树立了积极正面的企业海外形象。



●活动现场玻利维亚侨胞表演舞狮。

潘龙柱 摄影

中国工程机械企业海外本土化加速

■ 唐小晴

节后返岗，在享有“中国工程机械之都”美誉的长沙，多家工程机械行业头部企业一片繁忙，赶订单、忙交付。记者走访了解到，在争取海外大单的同时，中国工程机械企业海外本土化也在加速。

“去年 11 月，中联重科在阿联酋迪拜和沙特达曼举行工程起重机械海外新品推荐会，现场签约 85 台各类设备，订单总金额超 2 亿元(人民币，下同)，并获超 200 台、总计超 5 亿元的意向订单。”中联重科董秘陶兆波透露，中联重科将新增投资建设卡塔尔、科威特、伊拉克子公司，加强本土化建设，全面为中东的合作伙伴提供支持。

中国工程机械工业协会数据显示，2023 年，中国工程机械累计出口额 3414 亿元，同

比增长 15.8%。从企业公布的数据来看，海外市场的拓展是工程机械企业 2023 年业绩增长的主要因素之一。

业内人士称，工程机械本土化是海外市场上扬的关键因素，包括在各地建制造基地，设研发中心、创新实验，以及通过并购扩大市场份额和获取更多技术、人才。

三一集团轮值董事长向文波说，在俄罗斯，三一组建本土化销售团队，推出系列适应当地工况的工程机械设备，“例如生产适应极寒环境的低温版起重机”。

他透露，因本土化制造，三一集团在巴西、俄罗斯、印度、南非及获邀加入金砖国家合作机制的 6 个国家已累计实现销售额超 700 亿元。

一方面扩大本土化制造，另一方面打造本土化团队和服务方案。在印度，中联重科从制

造、研发、销售、服务、备件全面推行本土化战略，在蒲朔建立生产基地，培养本土化队伍。

“中联重科推行‘海外航空港+本土化团队+产品事业部’模式。在非洲，我们本土服务团队会对客户和机手进行操作及维护保养培训。”陶兆波说，中联重科在共建“一带一路”国家等海外市场也打造了多个研发制造基地和贸易平台，产品覆盖全球 130 多个国家和地区，并以本土化经营创造了共赢局面。

随着国产工程机械企业品牌竞争力提升及全球海外工程机械市场蓬勃发展，出口市场有望继续保持良好增长。也有研究机构指出，在经历过去年高速增长后，工程机械行业出口已进入稳步发展阶段，出口销量增速可能进一步放缓，前期海外营收高速增长带来的业绩高速增长或将逐步进入瓶颈期。

“今年全力推进属地化经营，拓展新市场

和领域，提升国际市场份额、影响力。”铁建重工董秘唐翔表示，铁建重工已建立 10 个海外区域经营部，覆盖 184 个国家和地区。

星邦智能董事长刘国良说，星邦智能在波兰投资设立了首家海外高空作业平台制造基地并实现批量生产，今年也全面加快全球本土化。“原计划海外销售在 2025 年占比 50%。从目前发展来看，这一目标有望今年实现。”

“不久前开业的山河智能南非公司，将作为山河智能在非洲市场的销售与服务中心，辐射周边国家及地区。”山河智能南非公司总经理孟凡杰说。

分析人士称，海外市场潜力和空间巨大，需以技术革新和服务升级提高产品竞争力和市场影响力，在国际市场建立品牌形象，形成差异化竞争优势。(据中新网)