

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 094 期 总第 11062 期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2024 年 4 月 16 日 星期二 甲辰年 三月初八

新闻简讯 | News bulletin

全国消费品以旧换新行动地方站首站在海南启动

全国消费品以旧换新行动——海南站暨海南国际消费季 4 月 13 日在海口市启动。其中,海南站是全国消费品以旧换新行动启动的地方站首站。

商务部副部长盛秋平出席活动时指出,商务部坚持“政策+活动”双轮驱动,以推动消费品以旧换新为重点,开展“消费促进年”系列活动,多措并举稳定和扩大消费,巩固增强经济回升向好态势。政策方面,商务部等 14 部门近日印发《推动消费品以旧换新行动方案》;活动方面,通过“春季主题、月月有活动、周周有场景”,推动形成“全年乐享 全民受惠”的波浪式消费热潮。

此次海南站以旧换新行动,将聚焦汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”,持续扩大有潜力的消费,不断增强消费对经济发展的基础性作用,满足人民对美好生活的向往。

海南省政府有关负责人介绍,近期,海南省出台消费品以旧换新政策,围绕“2024 消费促进年”,针对以旧换新、离岛免税、餐饮等领域持续开展促消费活动。

据了解,在本次海南国际消费季活动期间,海南还开展家电以旧换新暨绿色流通主题活动,组织省内家电企业开展以旧换新活动;发动免税企业优惠让利,推出消博会专属优惠;举办“舌尖上的相遇”中法美食之夜活动;举办海南好物直播电商节,助力海南优品拓展线上渠道等。后续还将举办第三届海南国际离岛免税购物节、家居家装以旧换新节等系列活动。(齐中熙 吴茂辉)

中国连续 7 年保持货物贸易第一大国地位

商务部外贸司负责人近日说,2023 年中国出口国际市场份额 14.2%,连续 7 年保持货物贸易第一大国地位。在世界经济艰难复苏的大背景下,中国保持了国际市场份额的总体稳定,显示出较强的发展韧性。

当地时间 4 月 10 日,世界贸易组织(WTO)发布 2023 年全球货物贸易数据。数据显示,全球货物出口 3 年来首次下降。2023 年,全球出口总额 23.8 万亿美元,下降 4.6%,继 2021 年、2022 年连续两年增长后再次下降。

在此背景下,据这位负责人介绍,中国出口国际市场份额 14.2%,连续 7 年保持货物贸易第一大国地位。2023 年,中国进出口 5.94 万亿美元,其中,出口 3.38 万亿美元,国际市场份额 14.2%,与 2022 年持平,连续 15 年保持全球第一;进口 2.56 万亿美元,国际市场份额 10.6%,较 2022 年微增,连续 15 年保持全球第二。稳定的进出口市场份额充分表明,依托产业链配套集成优势和持续创新能力,中国的各类优质产品深受国际市场欢迎。依托超大规模市场优势,中国进口也已成为各国经济发展提供了强劲动力。(谢希瑶)

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621
企业家日报社



责编:邓梅 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



一家独角兽企业背后的长三角产业协同创新



●天兵科技智能制造基地内的“天龙二号”火箭陶啸天/摄

杨绍功

对于制造实力强劲的长三角而言,造汽车已经不是难事。于是,近年来,三省一市开始组团攻关更高难度的挑战——造火箭,角逐商业航天,让制造业不仅“跑”得更快,还要“飞”得更高。

近日,记者走进“中国独角兽企业”江苏天兵航天科技有限公司位于江苏张家港的智能制造基地,从这家企业窥探商业航天产业背后的长三角产业协同创新。

在张家港,天兵科技投资 40 亿元建成百吨级液体火箭发动机和大运力液体箭体等总

装制造基地。全部投用后,这里每年将有 30 发大型液体火箭和 500 台火箭发动机生产下线。总装车间犹如庞大的体育场,对标 SpaceX 猎鹰 9 号的“天龙三号”液体运载火箭的组装工作已经开始,身着白衣的工作人员在往来忙碌。负责天兵科技智能制造基地的副总经理赵宝峰在现场说,在 4 月完成一子级火箭总装测试后将进行“天龙三号”9 台发动机并驱动的一子级全系统热试车。“天龙三号”预计将于 7 月首飞,届时将带来“1 箭 30 星”以上的“群射”能力。

去年 4 月,天兵科技“天龙二号”成功发射,创造了全球民营液体火箭首飞即成功等

8 项商业航天纪录。一年后,运载能力是“天龙二号”8 倍、采用大推力可复用液体火箭发动机的“天龙三号”迅速推出,其背后是长三角强力的制造业支撑。

“以张家港为中心,方圆 100 公里内能找到制造火箭需要的 95% 零部件。”天兵科技创始人康永来说,长三角完整的工业门类和产业配套,是当年吸引他将企业落地在此的直接原因。如今,从发动机到发射系统,从酸洗到 3D 打印,天兵科技在装备、技术等各方面都与长三角紧密依存。

多点协同是长三角制造的特点。在张家港以南约 50 公里的无锡市梁溪区,“天龙二

号”的研发生产基地正在加紧建设。业内人士认为,发射成功的新型火箭要大规模量产,也需要不断改进和优化,无锡成熟的物联网产业可以为“天龙二号”赋能。

产业协同创新,资金是重要推动力。康永来说,公司成立 5 年,已完成 13 轮累计超 40 亿元的融资,估值已近 200 亿元。这些资金有 68% 来自长三角,支撑着企业短期内投产了 60 台发动机和 5 发运载火箭,招聘了 400 人,建设了百吨位的 4 个综合试验中心、两处发射工位……正是长三角活跃的金融环境,让造火箭这个高投入的行业实现市场化生存。

长三角高校林立、人才充足,也让企业拥有了良好的人才基础。在长三角,一大批年轻工作者从校门到厂门再到发射场,全流程参与了火箭的研发、生产和发射。“这在以往是很少有的。在非商业航天领域,很多人终其一生只参与了其中一个环节。”赵宝峰感慨地说,公司员工的平均年龄不到 30 岁,在长三角造火箭是一件充满希望的事情。

竞争压力也是创新的动力之一。上海、浙江、安徽等省市近年来都在加紧布局商业航天产业,许多有实力的火箭研发、制造企业也接连崭露头角。“我们会关注其他企业的研发生产进展,时刻提醒自己更要更快一步。”天兵科技的工作人员说,长三角的竞争压力催动着企业加快创新节奏。

“你可以想象,未来从长三角出发,1 个小时内可以到达地球上任何一个地方。”康永来说,长三角的协同创新将加速商业航天产业的蝶变,中国人的商业环球洲际旅行、商业星际旅行也有望更快成为现实。

共商行业发展大计 中国白酒 T9 峰会隆重召开

杨仁宇

春光烂漫,莺啼枝头。4 月 12 日,由中国酒业协会主办,汾酒集团承办的第十三届中国白酒 T9 峰会在龙城太原隆重召开。来自茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、古井、郎酒、习酒、剑南春等国内知名酒企的领导齐聚一堂,共同探讨中国白酒行业的未来发展方向。峰会由中国酒业协会秘书长何勇主持。

在峰会上,中国酒业协会副秘书长甘权、刘振国、杜小威分别就中国酒业协会的工作进行了总结和部署。汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰为峰会致辞。他表示,T9 峰会在中国酒业协会的组织引领下,在参会企业的共同努力下,在探索白酒行业发展方向、促进白酒行业高质量发展、推动中国白酒走向世界舞台、营造行业良好发展环境、承担社会责任等方面都发挥了积极作用。相信通过与会企业共谋共赢,定能推动中国白酒的巨轮驶向更加光明的未来。

中国酒业协会理事长宋书玉以《树信心 固本源 提价值》为题作主题报告,从中国白酒产业新格局的形成与发展、白酒市场拓展和培育、数字化转型和智能化生产、文化价值和品牌建设、跨界合作、多元化和国际化发展等方面进行了分析,并对 2024 年协会重点工作作了安排。他表示,2024 年是酒业发展的重要节点,要主动化解矛盾,主动下沉触底,主动调整战略,增强信心;要以传承自信、消费自信、发展自信构建起强大的自信力;要坚守本源,不忘初心,筑牢酿造本源,提升人才本源,强化科创本源;要提升价值体系,提



●中国酒业协会理事长宋书玉(左五)与九位 T9 峰会领导人



●汾酒集团党委书记、董事长袁清茂在峰会上演讲

升品质,提升品牌,提升文化,做强做优,做特做久,要繁荣国内市场,开拓国际蓝海,增强中国酒业生命力和影响力。

峰会上,茅台集团党委书记、董事长丁雄军,五粮液集团党委书记、董事长曾从钦,洋河股份党委书记、董事长张联东,泸州老窖集团党委书记、董事长刘淼,古井集团党委书记、董事长梁金辉,郎酒集团董事长汪俊林,习酒集团党委副书记、总经理汪地强,剑南春集团总工程师徐占成等与会企业领导分别围绕大会主题发表了真知灼见,共同探讨中国白酒发展中的新问题、新思维和新战略,为中国白酒产业永续发展建言献策。其中,作为东道主的汾酒集团党委书记、董事长袁清茂发表了题为《“123”中国白酒发展观》的演讲,引起了与会者的广泛关注。

袁清茂认为,中国白酒行业的高质量发展需要把握“1”个根本,即对白酒行业品质的坚守。白酒企业应秉持匠心精神,传承和弘扬悠久的酿酒文化,致力于为消费者提供优质

的产品。他强调,只有坚守品质,才能赢得消费者的信任 and 市场份额。

“2”代表着中国白酒行业需要关注的两个关键点,即把握市场需求和提升品牌形象。袁清茂指出,白酒企业应深入了解消费者的需求和喜好,不断优化产品结构,推出符合市场需求的创新产品。同时,企业还需注重品牌建设,通过广告宣传、文化传播等手段提升品牌知名度和美誉度,塑造具有独特魅力的品牌形象。

最后,袁清茂提出中国白酒行业应坚持“3”个融合,即酒与文化、酒与科技、酒与消费的融合。他认为,白酒行业应充分挖掘和利用中国丰富的酒文化资源,将酒文化融入产品设计、品牌传播等各个环节,提升产品的文化内涵和附加值。同时,企业应加强科技创新,运用现代科技手段提升酿造工艺和产品质量,推动行业的转型升级。此外,白酒企业还需关注消费者的需求和体验,加强与消费者的互动和沟通,提升消费者对白酒产品的认知和认可度。

袁清茂的“123”中国白酒发展观演讲,切

准了中国白酒行业生存与发展的脉搏,为中国白酒行业应对诸多挑战赢得发展机遇提供了有益的思路和建议。

新形势下,中国白酒只有坚持品质至上、关注市场需求、提升品牌形象、加强科技创新、推动文化融合,才能实现行业的高质量发展。就此,袁清茂表示,当前的汾酒在中国酒业协会的指导和帮助下,在各兄弟企业的先进理念和卓越实践感染及启发下,发展正确逻辑,践行卓越逻辑,把握名酒势能、品类势能,基本做到了“稳中求进、进中保稳、先立后破”,实现了较快速度的增长。未来,汾酒将继续向兄弟企业对标学习,对照改进,优化提升,使汾酒的发展更加稳健,更有效率,更有质量,更好地为中国白酒产业的健康持续发展贡献“汾酒力量”。

会议号召,在面对诸多不确定因素的情况下,中国白酒产业要坚定发展自信;要守住本源,厚植根基;要提升价值,永不停歇,持续推动白酒行业行稳致远。

Advertisement for 双汇熟食 (Shuanghui Deli) featuring a pig logo and the slogan '三重卤,更入味' (Three layers of braising, even more flavorful).

Advertisement for 山西特产 霍州年馍 (Shanxi Specialty Huozhou Nianmo) featuring images of various steamed buns and the slogan '舌尖上的美食,指尖上的艺术' (Delicious food on the tongue, art on the fingertips).