

## 激发“数”动力 2024 全球数商大会 在沪开幕

10 月 19 日在上海开幕的 2024 全球数商大会上,全国数据集团联盟成立,旨在加强各省市数据企业合作,加快数据要素产业发展。

根据中国信息通信研究院发布的报告,2023 年,我国数据经济贡献度已达到 2.05%,比 2022 年增长 0.99 个百分点,数据驱动经济增长能力已经初步显现。

国家数据局副局长沈竹林在大会上表示,将立足当前数据市场发展阶段,以明晰规则、补齐短板为重点,尽快建立完善数据产权制度,配套出台数据产权登记、质量管理、责任界定、合规管理等方面的具体规则,为全国一体化数据市场的蓬勃发展保驾护航。

作为数据产业发展的重要基础设施,区块链技术不仅在金融、医疗、气象等领域有着广泛应用场景,也是推动数字经济和新质生产力发展的重要力量。

国家区块链技术创新中心主任董进说,目前,国家区块链技术创新中心正面向跨境贸易、全球支付等复杂、重大场景,面对超大规模、超高效率和超强安全的区块链应用需求,积极推进下一代区块链网络建设。

本次大会还发布了 6 个区块链典型场景,包括沪贸批次贷主动授信场景、大宗商品保税仓单融资场景、“一带一路”数字咖啡产业链场景、“一带一路”跨境电子签署平台场景、新三样安全运输数据服务场景、跨境电子提单流转服务平台场景等。

(胡洁菲 高少华)

## 中外嘉宾齐聚云南大理 共话全球绿色发展

2024 推进全球生态文明建设(洱海)论坛的主论坛活动 10 月 19 日在云南省大理市举办。近 300 名中外嘉宾齐聚一堂,围绕“携手推进生态友好型现代化”这一主题展开深入交流。

中国外文局局长杜占元说,携手推进生态友好的现代化,要坚持人与自然和谐共生的发展理念,推动科技向善;要用好各国生态文明建设的有益成果,加强文明交流互鉴;要汇聚全球生态文明建设的广泛合力,加快共同行动。

中国公共关系协会会长郭卫民认为,新时代新征程上,推动生态文明传播工作,要不断提升传播的针对性有效性,充分发挥多元主体的传播作用,努力创新传播方式,切实做好精准传播,提升实效。

克罗地亚共和国驻华大使达里欧·米海林表示,克罗地亚是一个生物多样性丰富的国家,与中国在生物多样性保护等领域开展了持续而富有成效的合作。

自然资源部综合司副司长王爱民表示,下一步,将重点开展优化国土空间开发保护格局,完善自然资源资产管理体制体系,构建统一的国土空间用途管制制度,构建从山顶到海洋的保护治理大格局等方面的工作。

国际湖泊环境委员会科学委员会副主席阿德林娜·桑托斯-博尔哈说,洱海论坛汇集了来自地方、国家和全球的利益相关者,为我们共同推动湖泊流域生态友好的现代化搭建了平台。

本届论坛由中国外文局、云南省人民政府、中国公共关系协会联合主办,中国外文局国际传播发展中心、云南省人民政府新闻办公室、大理白族自治州人民政府共同承办。

(丁怡全 王安浩维)

有喜庆·今世缘

有缘 就喝 今世缘

CCTV5《体育频道》独家冠名

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三鲜肉,更入味

责编:邓梅 版式:黄健

新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn

官方微博:http://weibo.com/jwbd http://weibo.com/qjrb

企业家日报微信公众平台

企业家日报网

# 潍柴:矢志打造自主动力“中国心”



■ 新华社记者 袁军宝 陈灏 王志

发动机,是现代装备动力之“心”。

渤海湾畔,山东潍坊,被称为“国际动力城”。在这里,潍柴集团从一家濒临破产的老柴油机厂,成长为全球最大动力产业集群的核心企业,拥有自主知识产权的动力系统和发动机出口 150 多个国家和地区。

攀登科技高峰,搏击市场大潮,企业的发展之路,注定不是坦途。

种好发动机这块自家“田”,瞄准柴油发动机本体热效率的极限不断冲锋,紧盯发展趋势坚定向天然气、氢能源发动机等新赛道进军,围绕动力总成体系链式融合国内外相关企业,主业同心圆越做越大……

“心无旁骛攻主业,打造自主动力‘中国心’。”探问潍柴发展的“动力密码”,潍柴人这样回答。

“追上来”还要“强起来”

4 月 20 日,在天津召开的 2024 世界内燃机大会上,潍柴发布全球首款本体热效率 53.09%柴油发动机。

这一成就,轰动业界。

柴油发动机热效率是影响整车实际油耗的关键参数,已历经百年时间的改造升级。热效率对节能减排意义重大,但每提升一小步都极为困难,突破 50%是世界公认的技术难题。

这已不是潍柴第一次突破极限。

“50%、51%、52%、53%,近四年潍柴已四次刷新柴油发动机本体热效率世界纪录。”潍柴集团党委书记、董事长、总经理马海涛说。

为何潍柴对提升热效率如此执着,不断向极限冲锋?

回看 1998 年,潍柴正处在存亡关头——债务高达 3 亿元,拖欠 1.36 万员工半年的工

资,滞销柴油机在仓库里堆积如山……

被逼到绝路的潍柴开始大刀阔斧改革,剥离辅业实现“大瘦身”,将有限的资源全部投入到研发生产中。

数年间,潍柴研发出拥有完全自主知识产权的“蓝擎”发动机,扭转我国高速大马力发动机长期依赖进口的局面;2012 年,重型柴油机高压共轨电控系统批量上市,填补我国自主发动机核心电控技术的空白……

活下来了、追上来了,但危机意识和忧患意识已在潍柴人的心中扎根。

不少人对这一幕记忆犹新:

曾经,公司高管团队到欧洲一家世界知名发动机公司参观,经过精密部件装配车间时,对方立马用布遮住不让看。

“那一刻,我们感到深深的屈辱!”一名时任潍柴高管说。落后于人的窘迫,让潍柴人憋着一股劲:一定要争口气,“追上来”还要“强起来”,不然还是被人瞧不起。

2015 年,潍柴开发出 WP13 系列发动机,推动中国重卡行业进入大马力时代。

不敢有丝毫懈怠或喘息。也是在这一年,潍柴成立由包括上百名青年博士在内的千余名工程师组成的高热效率发动机科研攻关团队,向行业极限发起冲锋。

“项目启动之初,几乎没人相信会成功。”潍柴动力股份有限公司总裁助理、发动机研究院院长李志杰说,项目干了 3 年仍技术路线不明,让当时不到 40 岁的他头发熬白了一片。

在高温效率研发团队“作战室”的墙上,挂着“攀巅峰之巔,破极限之限”的座右铭。

没有经验可循,只能自己摸索。“仅发动机燃烧室的形状,我们就做了数百种尝试。”潍柴发动机研究院系统开发工程师田红霞说。

研发之路伴随着许多次的失败与重来。

2020 年 5 月,在一次台架试验中,样机热

效率首次突破 50%,大家激动得跳了起来。然而,当晚开展第二次验证时,样机高压油管突然窜油,瞬间浓烟四起。

看着“宝贝疙瘩”被烧得黑黢黢,8 个月的努力付之一炬,大家心如刀割,有的忍不住失声痛哭。

但冷静下来,没有人放弃,“就从起点开始,无论如何这条路一定要走下去!”

功夫不负追梦人,又经过一个个不眠之夜,2020 年 9 月 16 日,潍柴发布全球首款本体热效率 50.23%柴油发动机。

那一刻,在场的研发人员热泪盈眶。

时任博世集团董事会主席兼首席执行官沃尔克马尔·邓纳尔评价说:“世界内燃机发展迎来历史性突破,潍柴成为世界一流柴油发动机制造商。”

未来产业从今天起跑

走进潍柴科技展馆,柴油发动机、天然气发动机、氢燃料电池发动机等近百台发动机令人目不暇接,犹如一个发动机博物馆。

展板上,记录着潍柴的一个历史性时刻:2017 年,销售收入突破 2000 亿元,其中柴油发动机是绝对主力。

此时,潍柴高管团队没有沉浸在喜悦之中,而是感受到了新的危机。

就在这一年,时任潍柴集团负责人成了“飞人”,120 多天在国外考察,跑了十几个国家的 30 多家世界知名企业。

越看,危机感越强。

为实现碳中和目标,很多国家都在推动能源绿色低碳转型,有的甚至公布了燃油汽车禁售时间表。

潍柴动力股份有限公司党委副书记、执行总裁王健说,新能源风潮下,如果固守柴油机“老本”,未来的路只会越走越窄,甚至只有

死路。

“这是我们最大的挑战。如果应对不好,我们很可能成为潍柴的历史罪人。”在出国考察后的总结大会上,时任潍柴集团负责人严肃地给大家“泼冷水”。

居安思危,潍柴吹响进军新能源赛道的号角。

2017 年底潍柴制定“2020-2030 战略”,提出“到 2030 年新能源业务要引领全球行业发展”。为掌握原创性技术,潍柴投资 110 亿元成立未来科学技术研究院,加速研发并推出天然气等新能源发动机产品。

搏浪新蓝海,就要面对前方未知的“暗礁险滩”。

2020 年,潍柴一款新型天然气发动机推向市场,不错的销量让研发团队松了口气。但没过多久,接连有客户反映发动机排气管开裂、车辆动力下降。

“当时真是心急如焚。”潍柴应用工程中心应用工程师刘海朋说,工程师们只能 24 小时待命。

“学费”再贵也要交。“全面处理这个问题得花上亿元,确实让人心疼,但这是对产品和用户负责,必须解决!”最终,研发团队 3 个月攻克相关排气管技术,有效解决这一行业难题。

为保证新产品的可靠性,潍柴在冬季最低气温零下 45℃的内蒙古海拉尔,在夏季最高气温 50℃的新疆吐鲁番,在海拔 5200 米的青藏高原,对产品进行苛刻验证。

“危”的另一面是“机”。2023 年,潍柴销售天然气重卡发动机 12.2 万台,市场份额达 65%,产销量稳居世界第一。

握紧主动权,向“新”的脚步不能停。

瞄准氢这一更清洁、更高效的能源,潍柴牵头建设国家燃料电池技术创新中心,与国外知名公司开展技术合作,建成年产 2 万台氢燃料电池发动机工厂,不断在技术及产品上取得突破。

新产品要打开市场,困难重重。

氢燃料电池发动机具有绿色环保、动力性好、噪音低等优势。但车价是传统车辆的 3 倍;氢气价格高,还没地方加;客户对安全性有疑虑……推广之初,种种困难让潍柴氢燃料电池产品推广业务经理曹文跃常常睡不着觉。

没有加氢站,就自己掏钱建!2018 年,潍柴花费 3000 多万元,建起潍坊第一座加氢站。

没有氢气,就千方百计找!潍柴与大型化工企业合作,将原本被工厂排放掉的副产品氢“变废为宝”。

[下转 P2]



# 透视“中国制造”出海的消费动能

■ 宋瑞

从前年 5 万多台,到去年 24 万台,再到今年预计 50 万台……比亚迪品牌及公关处总经理李云飞用一组企业“汽车出海”的数据证明,“中国制造”的消费品正在阔步走向海外。

“我们在海外的经销商渠道从原来的几十家拓展到现在的四五百家,更陆续在海外建厂,实现了产业链出海、产能出海,日益在国际市场站稳脚跟。”李云飞日前在天津举办的 2024 海河国际消费论坛上分享道。

近年来,在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下,“品牌出海”作为中国企业寻求高质量发展和新增长点的战略机遇已逐步成为市场共识。

2024 年,中国政府工作报告提出,打造更多有国际影响力的“中国制造”品牌,推动高质量共建“一带一路”走深走实。这为企业出海营造了良好的政策条件。

业内人士认为,中国是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家.220 多种工业产品产量位居世界第一,强大的供应链叠加快速发展的数字技术,让中国企业的生产和服务能力更好地扩展到全球,并成为推动经济全球化的积极力量。

数据显示,2023 年,中国直接投资的非金融类境外企业数达到了 7913 家,较 2022 年增加了近 1500 家,增速是历史新高。在此高起点的基础上,今年 1 至 8 月企业累计数量再度同比增长了 20%。



○10 月 18 日,2024 海河国际消费论坛在天津举办。 赵子硕/摄

深圳品质消费研究院副院长杨庆星认为,中国企业正在通过文化赋能,打造产品吸引力,让更多海外消费者认识、相信、喜爱“中国制造”。

中国服装企业依文集团近年来挖掘了 8900 多种中国民族传统纹样,搭建起“中国民族美学纹样数据库”,并在全球范围内将其应用到家居服饰、生活用品中。“中国文化是企业驶向海外的根基。只有带着中国特色鲜明的文化属性出海,才能成为一个响亮的产品品牌。”依文集团联席总裁温婉说。

在产品出海步伐加速的同时,越来越多中国企业正在做好供应链出海,与当地共建

生产园区、人才培训基地。

中埃·泰达苏伊士经贸合作区(泰达合作区)就是一个典型。泰达合作区是中非合作共建“一带一路”的示范性项目,也是推动中国和埃及经贸合作、产能合作的关键平台。

中非泰达投资股份有限公司董事长李代新介绍说,截至今年 9 月底,泰达合作区共吸引 175 家企业入驻,吸引投资额约 30 亿美元,累计销售额近 49 亿美元,为当地解决了近万人的就业岗位。

“今年举办的中非合作论坛期间,我们又与 6 家行业知名企业签署了超 10 亿美元的合同,涉及光伏玻璃、氯碱化工、太阳能电池

片、家电供应链等产业类型,投产后将为埃及本地创造 3000 多个就业岗位。”李代新说。

跨境电商也是中国消费品牌出海的重要渠道。今年年中,在中国深耕 20 余年的全球网络交易平台 eBay 的海外仓实现爆仓。“很多中国企业通过我们的海外仓出口全球,往年的传统销售旺季是第四季度,今年爆仓提前反映了中国跨境电商蓬勃发展的局面。”eBay 大中华区商务拓展总监康成宇说。

越来越多地方青睐并着力发展跨境电商。天津市商务局副局长王亚刚说,目前天津各类跨境电商主体超过 5000 家,拥有 6 个跨境电商示范园区,还布局了 45 个海外仓,打造以乌兹别克斯坦为中心的中亚丝路电商生态体系,新开至美东快船航线,至南美、巴西直航航线等,培育出海新优势。

商务部数据显示,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。海关总署数据显示,今年前三季度,中国货物贸易进出口 32.33 万亿元人民币,同比增长 5.3%,其中,出口 18.62 万亿元人民币,增长 6.2%。

由中国经济信息社上海总部研发的“新华消费出海优选 50 指数”显示,品牌出海中消费领域的投资价值获得了资本市场的认可,未来仍有巨大的潜力待挖掘。

中国经济信息社上海总部金融指数部负责人周宇涵认为,在本轮以产业链外延为基础的品牌建设后,中国企业有望在全球市场构建起一个更加完善、更加稳固的发展格局。