



● 工作人员在老干妈生产线上整理货品。

新华社记者 刘续 摄

■ 新华社记者 杨三军 欧东衢 向定杰 施钱贵

从小作坊起家，成长为我国产销量最大的辣椒制品企业，日均生产 300 万瓶，远销 160 个国家和地区，以独特的风味征服无数人的味蕾，成为千家万户餐桌上的常备品……

这就是贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司（简称老干妈），一家土生土长的中国企业。

拿起任何一瓶老干妈辣酱，都能看到瓶身标签上的肖像，创始人陶华碧系着白色围裙，神情坚定，眼里透出执着，恰是企业性格的生动写照——

成立 28 年来，老干妈始终专注于做好辣酱。近年来，面对消费需求多元、市场竞争加剧等挑战，依然保持着我国辣酱行业龙头地位，销售额、出口额逆势上扬。

变化的市场，不变的辣酱，老干妈为何能长红不衰？近日，记者走进这家企业，探寻其发展密码。

匠心：只为做好一瓶辣酱

沿着老干妈贵定分公司的参观走廊，隔着玻璃也能听到机器发出的轻微轰鸣，以及瓶子碰撞的叮当声。上百米长的自动化生产车间，仅能看见几名巡查设备的工人。

空气中时而飘过的淡淡香辣味提示着访客，这是一家辣椒制品企业。

打开一瓶老干妈风味豆豉，黝黑的豆豉、鲜红的辣椒浸在色泽红亮的辣椒油里，令人垂涎欲滴。夹一颗豆豉入口，轻轻咀嚼，软糯鲜香、辣而不燥，浓郁独特的酱香味道在唇齿间散开……

前三季度：工业经济平稳运行，新型工业化加快推进

■ 新华社记者 张晓洁 张辛欣

前三季度工业经济走势如何？稳工业政策如何发力？新质生产力怎样培育？工业和信息化部相关负责人在 23 日国新办举行的新闻发布会上进行了回应。

工业平稳增长 新动能持续累积

工业和信息化部总工程师赵志国在会上表示，前三季度工业经济运行平稳，产业结构持续优化，新质生产力加快发展。

会上发布的数据显示，前三季度规模以上工业增加值同比增长 5.8%，对宏观经济增长发挥“压舱石”作用，贡献率近四成。31 个省（区、市）和 41 个工业大类行业的增长面均超九成。工业投资连续 8 个月保持两位数增长。

工业生产保持稳定，主要得益于重点行业的有力支撑。数据显示，装备制造业、高技术制造业增长较快，增加值占全部规上工业增加值的比重较去年全年均有提高，电子、有色、化工、汽车 4 个行业对工业生产增长的贡献率接近一半。汽车产业方面，前三季度汽车产业增加值同比增长 7.9%。

在推动消费品以旧换新行动政策带动下，近期各类电子数码产品消费实现明显增长。1 月至 9 月，规模以上电子信息制造业增加值同比增长 12.8%。国内市场手机出货量 2.2 亿部，同比增长 9.9%。

值得一提的是，新动能不断累积，产业结构持续优化。前三季度新能源汽车产销同比分别增长 31.7% 和 32.5%，我国承接了全球 70% 以上的绿色船舶订单，并实现了对主流船型的全覆盖。目前国家绿色工厂产值占制造业总产值比重已超过 18%，预计全年环保装备制造业总产值近万亿元。

也要看到，当前外部环境变化带来的风险挑战明显增多，部分企业生产经营面临困难。赵志国表示，下一步，将在稳增长、扩需求、增动能、优环境方面下更大功夫。深入推进十大重点行业稳增长工作方案实施，支持工业大省、工业大市巩固优势、勇挑大梁，推进“十四五”规划重大工程建设，加快形成实物工作量。深入实施制造业重大技术改造升级和大规模设备更新工程，研究制定提升产业科技创新能力的政策措施，培育新产业新赛道。

促进成果转化 推动创新发展

18 兆瓦海上风电机组成功并网发电，300 兆瓦级 F 级重型燃气轮机成功点火……今年以来，工业领域重大创新成果不断涌现。

作为土生土长的贵州人，陶华碧从小喜吃辣、擅做辣。年轻时，她挑过货担、摆过小摊、开过饭店，客人最称赞的都是她做的那一勺辣酱。

不承想，做辣酱，成了陶华碧一生的事业追求。

“沿用传统工艺精心制作的老干妈辣酱，是我们的起家产品。”陶华碧的儿子、老干妈总经理李妙行说，这款辣酱一经问世，就被消费者口口相传，迅速在市场铺开。

造就老干妈辣酱特有的香味，离不开独特的工艺，也离不开优质的食材。

“在老干妈，辣椒、香菇、黄豆等所有原料都有着近乎苛刻的选材标准。”李妙行介绍，公司所有产品开发都尽力遵循食材的天然本味。

从袋子中取出一个干香菇，原料检测员李浪仔细端详，凑到鼻子边闻了闻，又拿起游标卡尺测量尺寸。

“我们要求菇盖直径 3.5-7.5 厘米，厚度必须大于 0.4 厘米。”李浪熟练地向记者讲出验收标准。

“这并不是吹毛求疵。”老干妈生产技术总监匡维然说，这样选出来的香菇，成熟度最佳、营养成分和口感更好。

在一旁的豆豉酿造车间，整齐摆放着上百个贴有时间标签的大陶缸。“豆豉一般发酵一两个月即可，但为了使口感更好，风味更醇，我们坚持自然条件下至少发酵 12 个月。”春梅酿造公司生产总监曾君学说。

生产线上，一排排清亮的空玻璃瓶整齐行进，经自动灌装、旋盖、贴标签、装箱，再经智能传感器识别，机器人码垛，整齐摆放到如钢铁森林般的立体仓库……

科技成果加快产业化，离不开经营主体的壮大与科技服务业的发展。前 8 个月，规上工业专精特新“小巨人”企业营业收入利润率达 7.5%，高于规上工业企业平均水平。前三季度，全国技术合同成交总额达 4.49 万亿元，同比增长 17.8%，技术交易持续活跃。工业领域设备更新和技术改造积极推进，具有较高技术含量和较高附加值的人工智能芯片、服务器等产品产量高速增长。

为推动企业创新发展，相关部门和金融机构开展产融合作，实施科技创新和技术改造再贷款，优化无还本续贷政策。工业和信息化部运行监测协调局局长陶青介绍，国家产融合作平台提供定制化、智能化金融服务，设立产业转移、先进制造业集群等 24 个特色专区，助企融资突破万亿元。

陶青说，工业和信息化部将持续深化产融合作，抓紧制定出台金融支持新型工业化的政策文件，深入实施“科技产业金融一体化”专项，引导社会资本为重点领域和关键环节提供多渠道、可持续的资金保障。

记者从会上了解到，一体化技术市场加快培育，创新成果加快应用。赵志国说，将开展先进适用技术遴选，会同有关部门研究制定科技成果“先使用后付费”工作指引，引导高校和科研机构将科技成果许可给企业使用。

数字化转型步伐加快

我国大力推动网络、算力、人工智能等新型信息基础设施协调发展。据统计，截至 9 月底，累计建成 5G 基站 408.9 万个，5G 用户普及率达 69.6%，千兆宽带用户达 1.96 亿户，实现“县县通千兆、乡乡通 5G、村村通宽带”。

信息基础设施、数字产业等加快发展，不仅培育了经济新增长点，也推动制造业转型升级步伐加快。

据介绍，目前，5G 行业应用已覆盖 76 个国民经济行业大类，累计间接带动总产出约 14 万亿元，“5G+工业互联网”项目超过 1.5 万个。现有完成备案并上线为公众提供服务的生成式人工智能服务大模型近 200 个。

工业和信息化部深入实施制造业数字化转型行动，累计培育 421 家国家级智能制造示范工厂，建成万余家省级智能工厂。

赵志国表示，工业和信息化部将推动关键核心技术研发加快，持续推动 5G 演进（5G-A）、非地面网络（NTN）等技术发展和产品研发，超前布局 6G、人工智能、量子信息等领域科技创新。尽快出台 5G 规模化应用、工业互联网高质量发展等接续政策，持续打造高水平 5G 工厂，开展“5G+工业互联网”融合应用先导区试点建设。

一瓶辣酱的长“红”密码

仓库外，记者发现一箱“不合格”产品，被孤零零地排斥在流水线旁。“看，这箱子二维码上有一道划痕。”现场工作人员用手指着说。

“从原材料到每一瓶产品出厂，至少经过 10 道检测。”匡维然介绍，产品除了理化、重金属、微生物等检测指标合格外，还要经过望、闻、尝等感官检测，色香味缺一不可。

“老太太是出了名的严格。”老干妈常务副总经理李鑫清晰记得，曾有一批产品风味出现偏差，负责人挨了陶华碧的严厉批评，约 500 吨、价值上百万元的产品全部报废。

对此，陶华碧态度坚决：“产品就是自己的作品，做食品要讲诚信，要对得起良心。”

专注：不上市不融资的倔强

在老干妈办公楼，大厅正中间“创民族品牌，立千秋大业”几个大字格外醒目。

为了这个梦想，陶华碧给公司立了一条规矩：只做辣酱，不搞多元化、不搞跨界经营。

曾有高校课题组到老干妈调研后提出，只做辣酱是“把所有鸡蛋放在一个篮子里”，违背现代经济理论，建议老干妈多元化发展。

“母亲相信一个朴素的道理，吃的东西，老祖祖辈辈都可以延续下去。”李妙行说，把所有鸡蛋放在一个篮子里，就会花全部精力来呵护它。

这样的场景曾经多次出现：

来自不同投资咨询机构的人员到访老干妈，他们西装革履，带来“并购重组”“股权投资”“上市培育”等概念。

“很多大的资本公司来过，提出的方案也很专业。”李鑫说，面对“赚快钱、赚大钱”的诱惑，老干妈很坚决，一概婉言谢绝，始终只想着把辣酱做大、做专、做精。

除了不上市，老干妈也坚持不欠款、不融资、不贷款。

成立至今，老干妈执行的仍是现款交易的财务管理模式，不管是对上游经销商还是下游经销商，均是“一手交钱，一手交货”，互不欠账。稳健经营的老干妈，拥有充沛的现金流，能够聚焦主业、持续投入。

专注，也体现在做好产品的各个细节上。

“TPE 材质盖垫，不含 PVC……”在老干妈产品的瓶盖沿上，都打着这样一行字。

为了这个小小的瓶盖垫，老干妈曾花了很多精力。

“原来的瓶盖垫是 PVC 材质，针对其安全性，英国、瑞士等国相关部门曾要求我们提

供检测报告。”李鑫说。

2020 年，老干妈投资 4000 万元建设了新的生产线，用上了 TPE 材质的瓶盖垫。

“TPE 即热塑性弹性体，像婴儿饭勺、围兜、软胶玩具等都会用到它。”老干妈质量总监司华光说，“我们的瓶盖垫材质达到了婴儿亲肤级，这让产品更加安全 and 健康。”

一排排工人，每人拿着一柄带漏斗的特制长勺，将炒制好的辣酱灌进一个个玻璃瓶中……这是 6 年前记者在老干妈看到的场景。

如今，这一工序已被自动灌装所替代。

“之前人工灌装，每人每分钟最多可装 16 瓶，还可能出现漏油导致的浸标、发霉等问题。”匡维然说，自动灌装设备投入近 8000 万元，现在一条生产线每分钟可灌 157 瓶，生产效率大为提高，各种形态物料的配比也更加精准。

在公司仓库里，一批崭新的进口设备旁，4 名外国专家正在与老干妈的技术人员作深入交流。

这批价值 2 亿多元的智能化制曲设备，将会应用到今年开工的老干妈提质扩产三期工程中。该工程占地近 500 亩，预计总投资额超过 12 亿元。

焕新：老干妈其实“很年轻”

“太油了”“味道变了”“不懂现在的年轻人”……近年来，随着消费者的口味日趋多元，加之其他辣酱品牌异军突起，社会上出现一些对老干妈的唱衰之声。

有人担忧，老干妈是否能应对新挑战、适应消费新潮流？

“我看还是继续做油制辣椒够当。”

“但现在不少消费者喜欢低油低脂食品。”……

在老干妈开发新品的实验室里，研发人员之间的业务争论时常上演。

一次次品尝对比，一次次调整配方，只为找到最能触动消费者味蕾的新产品。

在每个新品推出前，老干妈都会作充分的市场调查，还要组织经销商一起品尝，从新品推出到推向市场至少需要半年时间。

去年底，经过两年多精心研制，上千人试吃，近百种配方比选，老干妈下饭菜和拌饭酱一经推出，便受到市场欢迎。

拿出手机，扫一扫老干妈产品包装上的二维码，点开“产品展示区”，一道通往美食世界的大门就此打开。

页面上，风味糟辣剁椒、干煸肉丝油辣椒、

探寻企业的破局之道

■ 新华社记者 谢希瑶

企业如何破局突围，逆势增长？穿越行业凛冬的光伏独角兽，突破“卡脖子”的光电“小巨人”，出海寻机的跨境电商平台，扎根小城的网红“商超”……

在新华社近期推出的“中国经济样本观察·企业样本篇”系列报道中，一个个有故事的企业，来自精密制造、商贸、种业、创投等多个领域，折射出中国经济的万千气象，藏着中国企业破壁进化的生长密码。

故事无一不从问题开始。

传统企业包袱重、压力大，革新求变举步维艰；初创企业诱惑多、风险高，站在风口找不准方向；环境纷繁复杂，行业竞争加剧，“卡脖子”“一源难求”……这些样本企业遭遇的种种难题，折射出中国经济发展中、转型中“成长的烦恼”。

市场唯一不变的就是变化，企业发展如风浪中行船。纵览这些企业样本，他们不惧变化，以应变变，把准市场需求的“舵”，扬起自主创新的“帆”，扎根时间定力的“锚”，劈波斩浪、御风而行。

“不懂人性，别干企业”。人在，需求就在，市场就在。洞悉市场要什么，是破局的第一步。

例如胖东来。就在传统商超被“客流下降”“交易萎缩”等气氛笼罩时，这家起家于河

南许昌的商超，凭借对“人性”“健康”“幸福”的理解和追求，被网友追捧为“没有淡季的 6A 级景区”，呈现出不一样的风景。

由此可见，消费者在追求更高品质的生活，更具个性化、差异化和附加值的产品，高质量的商品与服务仍是市场的稀缺品。

从衣食住行，观千行百业，高质量发展就是从“有没有”转向“好不好”，唯有高质量供给才能创造新的高质量需求。不做所有人的“可有可无”，而做特定人群的刚需，庞大的中国市场，个性化需求带来的细分市场依然潜力无限。

市场蛋糕如何做大？高质量供给路径何在？唯有向创新要动力。

从高端镀层切削丝，到砂型 3D 打印铸造，再到陶瓷半导体靶材，细观这些样本企业从事的细分领域，有些技术我们鲜少知晓，有些产品只是在隐蔽的一隅，却是产业链关键的一环，开辟出广阔的市场空间。

“用新技术找增量，虽难，却是一条正确的路”“天上不会掉馅饼，专心搞技术才是破除危机感最重要、最安心之策”，这些样本企业的自身体会里，“创新”二字尤为闪耀。

回顾历史，电灯代替油灯、汽车代替马车、互联网打破国界，人类社会每一次经济繁荣无不伴随科技创新的突破，从而刺激新的需求、催生新的行业、创造新的市场。

应对变局，就要躬身入局。当前，新一轮

风味水豆豉等瓶罐图标依次排列。点开图标，家常豆腐干、香辣蟹、豆豉回锅肉等约 100 道美食的原料、做法映入眼帘，还配有专业厨师示范视频。

“扫码学做菜”，是老干妈近年的又一创新尝试，旨在更好地发挥风味优势，让消费者品味更多美食。

开拓海内外市场，老干妈一直很新潮。一个故事至今令人津津乐道：

2003 年，法国巴黎，美食云集的 SIAL 国际食品展上，人声鼎沸。然而，首次参展的老干妈展位前冷冷清清，营销团队一连坐了几天的“冷板凳”，无奈只能铩羽而归。

次年，不甘心的老干妈再度参展，但营销方式却悄然发生了变化。

两个法国姑娘穿着靓丽的服装，用流利的法语热情招呼着过往行人：“朋友，尝尝这款辣酱吧！它是手工制作的，充满了爱意！”

人群逐渐簇拥到老干妈展位前，品尝过后，不少采购商主动留下了名片，表示愿意进一步合作……

这次经历，给了老干妈很大启发：拓展海外市场，当地人在文化、语言、渠道等方面有天然优势。

“后来，我们要求海外经销商必须是当地的。”李鑫说，因为他们最了解那里人们的口味和饮食习惯，更便于因地制宜地制定营销策略。

为了让外国消费者接触并爱上这份来自中国的独特味道，老干妈的经销商时常会组织美食分享、品鉴活动，现场展示老干妈产品多样化的食用场景。

“这些创意吃法在海外社交媒体上广为传播，无形中也为老干妈做了最好的品牌宣传。”李鑫说，某种程度上，老干妈已经成为中国饮食文化的一张名片。

如今，老干妈产品已行销全球 160 个国家和地区，不仅进入了欧美 30% 左右的主流超市，还远销到秘鲁、巴西、尼日利亚、津巴布韦等南美洲和非洲国家。

今年 1 至 8 月，老干妈的销售额同比增长 20%，其中，出口额同比增长 32%。

从贵州走向全国、走向全球，几十年如一日，做辣酱、做口碑，老干妈还是那个老干妈。

“让顾客持久满意并认可，是我们的奋斗目标。”李妙行说，老干妈对品质的追求，一直在路上。这瓶辣酱还将继续跨山越海，陪伴人们的美好生活。

打破行业内配煤手动操控的传统模式



中安联合煤气化装置 SE-东方炉用淮南本地煤炭作为气化用煤时，需要其他煤种进行混配，针对气化用煤的严格要求，该公司储运部输储煤作业区成功研发出三元配煤自动控制技术，有效提升了三元煤配煤的准确率和稳定性，并为生物质掺掺配情况下的“四元”配煤创造了良好的操作条件，此举也打破了行业内配煤手动操控的传统模式。2024 年初，该项技术通过中国版权保护中心审核，被国家版权局授予软件著作权证书。

图为 10 月 23 日，中安联合储煤仓三元配煤作业现场。

赵天奇 摄影报道