

企业家日报

2024年11月10日 星期日
甲辰年 十月初十

今日 4 版

第284期 总第11252期

国内统一连续出版物号:CN 51-0098

邮发代号:61-85

值班副总编辑:肖方林

全年定价:450元 零售价:2.00元

做中国企业的思想者

消费降级,为什么买中高端运动品牌的人却变多了

[详见 P2]



英国品牌中国汽车名爵汽车焕新出发

[详见 P3]

辽宁从“卖原粮”向“卖产品”“卖品牌”转变

[详见 P4]

每周时评 | Observation



图为采购商在第136届广交会第三期展馆中华老字号展位与参展商洽谈。

广交会观察：“中华老字号”圈粉海外

张璐

第136届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)第三期正在广州举行,众多“中华老字号”参展企业,以科技与时尚创新精品,圈粉海外市场。

本届广交会第三期,以“美好生活”为主题,展览包括玩具及婴童童、家用纺织品、文具、健康休闲等题材,参展企业共有11703家。其中,品牌展位4400个,品牌企业834家。

走进食品展区,阵阵香味扑鼻而来。众多采购商在广东省食品进出口集团有限公司(以下简称“广东省食”)展位的开放式厨房大快朵颐。马来西亚采购商苏女士一边品尝,一边拿起手机“直播带货”。

广东省食旗下珠江桥牌(以下简称“珠江桥牌”)是中国最早出口酱料的“老品牌”之一,深耕海外市场60多年,产品远销全球100多个国家和地区。珠江桥牌海外营销总监谢红英介绍:“我们这次带来各款融合粤式经典风味的‘一酱成菜’酱包,可用一包酱就能做好地道的广式风味菜,无需另外增添调料,特别受到外商的青睐。”

谢红英表示,“一酱成菜”酱包是珠江桥牌“老品牌”的科技创新精品,以绿色健康的品质“味聚全球”。目前,“一酱成菜”酱包已在加拿大等国家的线下商超售卖,本届广交会上有不少境外采购商前来洽谈订单。

“这次参展广交会,我们在单一浓缩九剂出口的基础上,又增加了配方颗粒的出口。”兰州佛慈国际商务有限公司副总经理黄维介绍,拥有近百年历史的佛慈制药,近年通过科技创新研发的配方颗粒,成为“老品牌”的经典中药产品,海外销售额持续4年上升,年复合增长率达62.74%。

本届广交会,已有来自美国、澳大利亚等国家的采购商前来咨询,达成意向订单。”黄维说,佛慈制药产品目前已销往美国、加拿大、巴西、澳大利亚、日本等30多个国家和地区。

广交会三期,肯尼亚组织近两百人的采购团前来订货,负责人高玮说:“中国品牌产品物美价廉,我们看好文具、箱包、医疗设备和纺织服装等产品,很适合肯尼亚的市场需求。”

在上海马利画材股份有限公司(以下简称“马利画材”)展位前,中西元素融合的色彩拼图格外吸睛。作为中国历史最悠久、规模最大、品种最齐全的美术颜料和各类配套画材专业生产企业,马利画材这次在广交会带来十几个大类美术画材产品。

马利画材董事长蒋照洲介绍:“马利画材生产了中国第一支水粉颜料和第一支油画颜料。近年马利画材产品追求绿色低碳,通过科技与时尚融合,创出了‘老品牌’新精品。其中,新工艺制造的丙烯酸颜料,色泽鲜艳且骨体细腻,抗水性强,可经久保存在大型壁画和日用工艺美术品等绘制。”据悉,目前马利画材产品已远销世界60多个国家和地区。



双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三鲜、五口味

广告

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、广告等宣传费;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账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:周君 版式:黄健
新闻热线:028-8719500 13811660079
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jnwbd 投稿邮箱:cjb490@sina.com



“世界工厂”刮起新一代工业园风

■ 韦礼礼 杨劲昀

“万亿之城”东莞,正在掀起高品质产业园建设浪潮。

不久前召开的市委十五届八次全会明确400多项改革任务,其中特别强调支持镇域特色产业培育壮大,稳健有序推动现代化产业园可持续发展。历经过去40多年的发展,东莞存量产业园区留下了“低”“老”“小”的时代烙印。而今处于产业新旧动能“换挡期”的东莞,把现代化产业园区建设当作重塑产业空间格局、推进制造业当家、赋能“百千万工程”的重要举措。

当高端制造业越来越成为经济发展的重要抓手,作为“世界工厂”的东莞,正在刮起现代化产业园建设风,科技、人才、资金、土地、数据等资源要素加快向这些园区集中配置,激荡起万千发展浪潮。

如今在东莞,一批批优质制造业企业正在排队准备“上楼”,一座座“高品质工厂”正在拔地而起。其中,由广东光大企业集团旗下产业板块光大产业集团光达制造推出的系列新一代工业园,因环境好、配套好、产业链上下游好“三好”特点备受市场关注,招商持续火爆,不断为东莞区域发展注入新动能。

打造纵向生长的“工厂”

近期,在产业园区及不动产领域的头部智库机构之一亿翰智库举办的“2024产业园区未来大会”上,光达制造品牌旗下的寮步智慧谷成功斩获“2024全国智能制造特色产业园项目10强”奖项。该奖项的获得不仅是对寮步智慧谷综合实力的认可,更是光达制造新一代工业园品牌适配赋能智能制造产业服务平台的有力佐证。

光达制造作为广东光大旗下新一代工业园品牌,自2019年开启首个园区建设以来,推出多个与当地产业进阶方向高度契合的新一代工业园,为东莞高端制造业客户提供新一代生产办公空间与全方位产业服务,截至目前东莞在运营园区已覆盖6镇7园,形成了共促高质量发展的良好态势。

近年来,大湾区各大城市陆续出台相关政策,统筹推进高质量产业空间,旨在留住或吸引制造业企业落户扎根,支撑制造业高质量发展。光达制造率先吸取国外先进经验,借鉴高端服务业建摩天大楼的做法,让东莞工业“卷”上楼,建设出集研发、办公、生产于一体的新型工业楼宇。

寮步智慧谷是光达制造积极参与“工改工”的里程碑之一。园区占地面积约12万平方米,总建筑面积约36万平方米,通过盘活低效闲置土地,再造产业平台,重塑城市区域形象,导入以第三代半导体与集成电路制造为引领的战略性新兴产业,实现土地资源再利用,产业提档再升级。

“向天空要空间”不仅增加了土地产出,还让“上楼”企业享受到更低的用地成本、更全的配套服务。“研发、生产、测试、仓库都在这栋大



楼,极大降低公司的运营成本。”诸百纷日用品有限公司入驻寮步智慧谷后已在园区注册了10家企业,创始人林怡胜直言物理上的靠近使得企业之间可以快速进行研发上的交流讨论和研究,无疑大大降低了各环节的成本。

寮步智慧谷的大楼从外表看,跟写字楼一样,内里实则大有乾坤。整栋楼内有数台智能高速电梯和大型货梯,并配置大型卸货平台,科学规划人车分流、人货分流,垂直运输能力极佳。

纵向生长的“工厂”,不仅仅意味着物理空间上的降本增效,更意味着产业集聚带来的效应。围绕产业、人文、生态三维度,光达制造聚焦新一代人工智能、新一代电子信息、新能源、新材料、高端智能制造装备等前沿产业,形成产业链上下游紧密协作,创新资源高效配置的良好生态。

“请问群里有做线束的公司吗?”“我家做线束,3栋6楼。”在光达制造的企业家微信群里,类似的对话早已司空见惯。上下楼就是上下游,企业有需求只需要在群里喊一嗓子,就有企业迅速响应。

光达制造新一代工业园不仅解决企业因总部办公与制造场地分离而增加运营及管理沟通成本的痛点,还让入驻企业享受到供应链上下游对接、政策申报、人才招聘、商住配套、数字化转型等多元化服务。

优质企业用真金白银投票

“如果有新厂房,我们还要增资扩产。”爱康伟达智能医疗科技有限公司(下称“爱康伟达”)总经理黄伟说,入驻光达制造·大明智慧谷后,企业一心搞生产,产量连年翻番。

爱康伟达是目前国内最大的旋转扣供应商。此前,该公司在深圳进行研发,在东莞找代工企业生产。进驻大明智慧谷后,爱康伟达打破旋转扣行业的代工模式,在行业内首次自建自动化工厂进行生产。

“园区非常给力,完全解决了我们的后顾之忧。我们2月进驻,5月就投产,8月基本实现满产。”黄伟直言,大明智慧谷的空间设计

更加科学,充分满足了企业对场地、生产设备、加工条件的需求,节省了企业的投入成本,也加速了项目的开工投产。

“当初看了不少厂房,这里的区位优势和高品质的园区环境一下子就吸引了我。”黄伟介绍,企业研发人员占比约三成,且多为90后甚至00后的年轻人,这就要求园区的生活配套要适应当前年轻员工的生活需求。与大众设想的产业园通常在偏僻的地方不同,大明智慧谷不仅临近高速出入口,而且周边配套丰富,商圈、餐饮、住宿、医疗、教育等一应俱全。

经过多年市场验证,光达制造新一代工业园不仅契合东莞产业升级的需要,更符合高科技企业的发展需求。截至目前,光达制造旗下各园区进驻企业数量总计已超300家,其中大明智慧谷及塘厦智慧谷均在进驻区域2年内实现全国招商进驻率超九成。

随着产业地产的蓬勃发展,产业园区之间的竞争也越来越激烈。企业对于办公环境、配套设施以及专业化服务的需求逐渐提高,产业园品牌成为企业入驻时重点考虑的因素,企业更愿意到知名度高的产业园落户。而光达制造依托自身在基建、资源整合和投资运营方面的专业能力,在市场上树立了良好的品牌形象,让大量优质企业纷纷用真金白银为光达制造投出信任票。

“入驻寮步智慧谷以来,让我们创业更有底气了。”林怡胜说,以前通过二手房东租用厂房,不仅有诸多隐性收费,而且陈旧的环境还留不住研发人才。入驻园区后,企业“意外”解决了招工难等问题,“没有后顾之忧,企业可以安心搞研发,先后研发推出多款爆款产品”。目前,诸百纷品牌磁吸水杯在细分领域位居国内市场第一名。

多家入驻光达制造新一代工业园的企业表示,相比租金而言,园区的配套环境和产业集聚效应重要得多。“我们是一家集研发、生产、销售于一体的高新技术企业,与上下游供应商的交流合作显得十分重要。”广东张力科技有限公司董事长周锡锋表示,随着东莞大规模设备更新浪潮到来,企业亟须扩大生产规

模,“大明智慧谷有实力、有规模、品牌知名度较高,非常值得信赖。”

推动更多创新资源向大湾区沉淀

当前,正处于产业新旧动能“换挡期”的东莞,需要新质生产力持续涌流,为高质量发展提供新动能。

相对于过去的镇村老式产业园,经过多年迭代更新的光达制造新一代工业园更新也更具现代化特征,持续吸引产业链上下游企业集聚,为东莞高质量发展提供有力支撑。

一方面,光达制造通过数字化、智能化服务赋能传统制造业,助力企业转型升级。这样的匠心充分融合在光达制造·大明科技园的整体布局中。

作为表面处理行业的先锋园区,大明科技园前瞻性地布局了集安全防护、信息集成、设备管理、机房运维等多功能于一体的智能化综合平台,为东莞庞大的电子信息、装备制造等支柱产业上游企业“量身定制”共性工厂,一站式解决这类企业的发展痛点难点问题。

另一方面,光达制造以“三好”特征吸引新兴产业入驻,通过构建完善的产业创新生态体系,为新兴产业的快速发展提供有力支撑。其中,大明智慧谷已吸引超70家涵盖新一代电子信息产业、高端装备制造业以及新能源、新材料等领域的企业入驻,战略性新兴产业占比超80%,成为东莞科技企业的“加速器”。

作为制造业大市,东莞正集中优势资源和力量打造现代化产业园区,将“拓空间”战略与城市发展更紧密地结合在一起,以高品质现代化产业园区承载大项目,不断积蓄新动能。

在此过程中,光达制造结合东莞不同镇街(园区)产业发展需求进行精准定位,集聚相关产业链、供应链,打造现代化、花园式的工业园区,成为带动区域高质量发展的强劲引擎。

目前,光达制造在洪梅、寮步、大朗、塘厦、茶山等镇均有在运营的新一代工业园区,此外还在万江、厚街等镇街加快建设智慧谷项目。在大朗镇,光达制造更是形成“一镇三园”多样化园区布局,除光达制造·大明智慧谷外,还有金属表面处理园区新标杆大明科技园,以及拥有庞大规模和多元业态的光达制造·玮丰工业城。

光达制造相关负责人表示,光达制造运营五年已布局十多个园区,除了在东莞布局外,还在北京、惠州等地加快布局,目前北京思捷爱普园区已招商运营。“我们布局北京等地,也是为了发现并培育更多优质企业,进而引进有实力的链主企业,联动助力大湾区高质量发展。”该负责人说。

在发展新质生产力的浪潮下,产业园区承担着促进产业升级、推动创新驱动、培育新质生产力等重要任务。光达制造新一代工业园通过为高科技和现代新兴产业领域的高端企业提供专业服务,让大湾区乃至全国、全球其他地区的高端资本和创新资源在光达制造工业园汇集并沉淀,为东莞先进制造业的发展,打下深厚基础。

中国制造“三蹦子”热销海外

■ 李文哲 李建华

“今年订购的1000辆‘三蹦子’,每次货到就卖完了,我们准备追加一批。”日前,塔吉克斯坦采购商纳扎罗夫·米尔佐通过视频,用中文与洛阳珠峰华鹰三轮摩托车有限公司的业务员洽谈订单。

因发动时“嘟嘟”响并伴有颠簸感,三轮摩托车被中国民众亲切地称为“三蹦子”。如今,中国生产制造的电动“三蹦子”热销海外,便利世界各地更多人的生活。

今年以来,多国民众驾驶中国电动三轮车的短视频在社交媒体平台广泛传播。一则视频中,美国公公收到中国儿媳送的“三蹦子”,骑到大街上炫耀,从轻便的车辆造型到魔性的提示音,都引起了当地人的好奇。

“不是轿车买不起,而是中国电动车更有性价比。”灵活轻便、上手简单、性价比高,适合乡间小道……“三蹦子”受追捧的原因被网友“总结”了个遍。

洛阳珠峰华鹰三轮摩托车有限公司是河南一家大型正三轮摩托车出口商,年出口额超2亿元。“我们会根据用户需求定制车型。”该公司副总经理李鹏飞介绍,比如针对埃及、阿联酋的旅游需求生产外形好看、乘坐舒适的载人观光类微轿;针对俄罗斯及中亚地区客户的货运需求,调整三轮摩托车的后舱尺寸、油箱容量等。在中国商业经济学会副会长宋向清看



来,售价低、质量好、技术成熟等优势,是国产电动三轮车在海外热销的主要原因。此外,国内电动车企业会根据当地路况进行定制化生产,比如在路况比较复杂的地区配置更大的扭矩,加大电池容量等。

作为中国三轮摩托车产业链和配套体系最完善的地区之一,河南省洛阳市偃师区拥有摩托车整车生产企业15家、零部件生产企业200余家,整车生产企业组装一辆三轮摩托车最快只需要15分钟。

目前,偃师区三轮摩托车生产厂家已研

发高排量载货三轮车、旅行篷车,以及环卫、物流、消杀、应急等专用特种车型。根据客户需要,三轮车加装音响、手机支架、USB接口、制定不同语种的提示音渐成“标配”。

“大多数客户还是更青睐‘倒车,请注意’的中文提示音,这可能和‘三蹦子’更搭,很酷炫。”李鹏飞向记者播放俄语、阿拉伯语等不同语种的提示音时说。

中国电动三轮车热销海外的背后,是中国国货品牌逐渐摆脱过去低端、廉价的形象,通过产品创新、技术升级、供应链整合等,实

现产品品质和品牌价值的提升。近年来,从电子产品到家用电器,再到新能源汽车、太阳能电池等,中国制造在海外“圈粉”无数。

走进江苏国威摩托车有限公司在无锡的生产基地,车间内生产、装配一派火热,一辆辆崭新的蓝色“三蹦子”叠放整齐,等待被装车发往欧美地区。

据了解,江苏国威专注生产摩托车、电动自行车和电动三轮车,已形成年产20万辆摩托车、80万辆电动自行车和15万辆三轮车的规模。

江苏国威所在的无锡锡山区,有“中国电动车之乡”的称号。这里年产电动车超1500万辆,拥有大批知名电动车整车企业和零部件生产商。规模大、集聚度高、产业链完整,是全国重要的电动车整车生产研发基地和零部件集散地。

当前,中国电动车企业还通过“组团出海”,在海外建设生产线,频繁亮相海外各级展会等措施,不断提升品牌影响力。

截至今年9月底,偃师区三轮摩托车出口额已超5亿元,较去年同期增长超过15%,主要出口至中亚、东南亚、非洲和南美洲等地区。“偃师区已制定印发三轮摩托车高质量发展五年行动计划。”偃师区工业和信息化和商务局局长吉向辉表示,地方有关部门将整合多方资源,积极畅通“出海”通道,包括支持企业建设海外生产线、实现中转会和直营店的海外布局等,推动品牌“出海”。