

每周时评 | Observation

开创共建“一带一路”  
下一个金色十年

申铖

“推动共建‘一带一路’高质量发展机遇和挑战并存,但总体上机遇大于挑战。我们要坚定战略自信,保持战略定力,勇于担当作为,开创共建‘一带一路’更加光明的未来。”在第四次“一带一路”建设工作座谈会上,习近平总书记对当前及今后一个时期推动共建“一带一路”高质量发展作出全面部署,为下一个十年高质量共建“一带一路”提供了重要遵循,指引了前进方向。

从 2013 年开创性提出共建“一带一路”倡议以来,中国始终坚持共商共建共享,已经与 150 多个国家、30 多个国际组织签署了共建“一带一路”合作文件,全方位推进政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通。11 年来,共建“一带一路”合作领域不断拓展、合作范围不断扩大、合作层次不断提升,已成为世界上范围最广、规模最大的国际合作平台,取得了实打实、沉向向的重大成就,绘就了一幅联结世界、美美与共的壮阔画卷。

近年来,世界进入新的动荡变革期,单边主义、保护主义明显上升,局部冲突和动荡频发。在此背景下,如何抓住机遇、应对挑战、趋利避害尤为关键。此次座谈会上,习近平总书记就推动共建“一带一路”高质量发展提出“四个相结合”和“三个统筹”等一系列新要求,为新形势下高质量共建“一带一路”提供了战略性思路和指引,彰显了我国坚定不移扩大高水平对外开放、坚定不移推动共建“一带一路”高质量发展的决心和信心。

推进高质量共建“一带一路”行稳致远,要重点推进机制建设与完善。从谋篇布局的“大写意”到精耕细作的“工笔画”,如今,共建“一带一路”已经进入高质量发展新阶段,必须以推进体系化机制化为重点,从合作规划统筹管理机制、“硬联通”“软联通”“心联通”协调推进机制、产业链供应链务实合作机制、新兴领域国际交流合作机制等方面着手,持续完善顶层设计,制定务实措施,深化对外合作,不断拓展更高水平、更具韧性、更可持续的共赢发展新空间。

展望未来,我们必须始终秉持和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的丝路精神,坚持一张蓝图绘到底,一茬接着一茬干,狠抓落实、久久为功,奋力开创共建“一带一路”下一个金色十年,为推动世界共同发展、构建人类命运共同体贡献力量。

“大块头”有“大智慧”  
——国产重载机器人长成记



■ 郭方达 王宁

有基础有实力的企业开始进军 AGV 赛道,传统 AGV 领域的竞争日渐白热化。一台彼时能卖二十万元的机器人,跌到三五万元,破了成本线,企业运营越来越难。

2018 年,一个高铁轨道相关项目开始招标,要求是一台市面上从未出现过的 40 吨载重 AGV。高载重、高湿度、高强度的现场工况,让一众有意愿投标的行业龙头企业纷纷退却。

尽管朗誉此前在重载 AGV 伺服控制、无线通讯等领域进行了超前研发与技术储备,但从未涉足过具体的产品制造。

“载重量增加不是单纯的数字增加,材料强度、整体可靠性等诸多技术难点都需要攻克。”公司总经理杨国安技术出身,他一眼就看出项目难度之大。

“但按照公司当时的财务状况,如果再没有收入,不到半年铁定完蛋。”杨国安说,没有退路的朗誉将企业的生死存亡押在了这个研发性质的项目上。

多年来的扎实研究创新,企业培育了一支三十多人的高学历科研队伍,但留给他们制造出产品的时间只有两个多月。

压力如巨潮般涌来,创始人团队吃住在企业里,没日没夜地连轴转。

白天在厂房里调试,晚上就看文献琢磨技术实现路径,任志勇站也想,坐也想,“感觉睡着了脑子里都有小人在画设计图”。

不光自己“魔怔”,团队研发人员也压力巨大,为了让大家鼓足精神,任志勇提出:犯错不罚,创新有奖。他明白,此时的公司需要任何一个可能性。

尝试了成百上千种技术组合后,任志勇眼看着交付期限越来越近。本着“死马当作活马医”的精神,团队豁了出去,选定了试验阶

段最稳定的一条技术路线开始制造。

“老杨,大不了咱从头来过。”任志勇总和杨国安互相打气,但其实两人心里都没底。

时间再次回到机器下线的那个晚上,在几乎昼夜不停两个月后,朗誉硬生生把这款产品“捣鼓”了出来。“现在来看,技术上还有不尽如人意的地方,但在当时的确是突破性的。”朗誉这家小企业,跑到了所有人前头。

这样的结果出乎许多人意料,甚至包括任志勇自己。“写好了的叫剧本,不叫人生。”任志勇说。

闯市场:有好产品 也有“土办法”

采访过程中,任志勇的手机响个不停,他也时刻在受访者、企业创始人、乙方等角色之间快速切换,不时还和一旁的杨国安交流技术细节。

经过艰苦的努力,任志勇带领团队让重载 AGV 走下了生产线,但离走进更多客户的工厂或施工现场,还有一段不短的路程。

小企业如何打出名气、开拓市场?用任志勇的话来说,他的“土办法”就是三句话、九个字。

一是“赶时髦”。每逢新品发布,朗誉便举办小型的发布会,邀请业内专家、供应链上下游企业代表等参加。“吃饭聊天熟悉起来,让业内对公司有个基本概念,这是构建品牌意识的过程。”任志勇说。

二是“多出镜”。即便资金紧张,朗誉坚持每年投入一部分经费参加各类世界级展会,既是对外展示,也是交流学习。此外也积极参与行业协会等活动。任志勇说,小企业的品牌露出很重要。

三是“朋友圈”。像年轻人一样,任志勇在各类社交媒体平台上卖力宣传产品。“别小看

擘画复兴新蓝图  
2024 汾酒全球经销商大会在太原举行

■ 杨仁宇

12 月 2 日,“越山海砥砺复兴 聚力行继往开来”2024 汾酒全球经销商大会在太原盛大召开。汾酒集团党委书记、董事长袁清茂,公司领导李振寰、韩向宇、刘卫华、王怀及外部董事高彦清等与部分汾酒股份公司高管、相关部门负责人、经销商代表、行业专家及媒体代表齐聚一堂,共商汾酒发展大计。

大会在庄严的国歌声中拉开帷幕,汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰主持会议。袁清茂董事长发表了题为《重新筑底,再塑格局,稳健压倒一切》的重要讲话,向长期支持汾酒的全球经销商、各界朋友及一线营销人员致以诚挚谢意,并从“坚持一条营销政策”“抓好两个统筹”“把握三个重点”“做好五个要求”四大方面,为汾酒未来发展指明方向。

袁清茂指出,2025 年汾酒的核心营销政策是“稳健压倒一切”,这一阶段作为汾酒复兴纲领第二阶段,目标是“全要素、高质量、又好又快扎根中国酒业第一方阵”。在市场线与

这点,社交平台的辐射范围非常精准。”任志勇表示,企业几乎每周都有通过此类渠道达成的合作。

依靠“土办法”,朗誉在国内逐渐打开了局面,但面对更加广阔的海外市场,任志勇犯了难。“我之前都没出过国,怎么和外国人谈生意?”他开始意识到多元化人才的重要性。

见人就问有没有能推荐的人才,遇着合适的就亲自登门、反复劝说,靠着好名声和一股愣劲,他硬生生把企业海外部门给“聊”了出来。

万事开头难,首单海外业务是朋友介绍的瑞典客户。因对海外交易的不了解,任志勇每一次对接都要亲自在场,每一份文件与合同都要亲自反复检查,为这一个体量不大的项目就开了不下几十次会,直到钱货彻底交割,他才长长出了一口气。

在一单面向美国客户的业务中,客户又提出要求,整车的设计和全部零件必须符合美国标准,限期半年交付,可是小企业上哪里去找这么多世界级的供应商?任志勇也没了辙,立即向主管部门求助。

天无绝人之路。通过京津冀三地有关部门牵线搭桥,在周边快速寻找可以“补位”的供应商,用了两个月时间,朗誉和西门子、施耐德等企业顺利牵手,核心零配件全部到位。

首单两台顺利交付,六台的新订单便接踵而至。任志勇的认识更进了一步,面对难题,小企业更需要懂得借力。

“但一切市场手段都需要产品来托底。”任志勇说,瞄准重载 AGV 领域,朗誉投入了全部力量。

从 2020 年下线单车 240 吨超重载 AGV,到 2024 年 5 月正式交付且验收单车载重 600 吨的超重载 AGV,朗誉持续刷新自己的全球载重第一纪录。

2023 年,朗誉出货各类 AGV 以及相关系统超 500 台(套),产品远销至北美、欧洲。2024 年,企业的海外订单总额预计将超过 4000 万元,实现翻番。

看未来:挑战一直在路上

伴随着市场向海外拓展,朗誉的业务规模越来越大,任志勇却发现,企业渐渐迈不动步子了。

过去几年间,朗誉是一家“项目制企业”,这也是许多小企业的常态——“一事一议”为客户提供非标准化产品。

“但现在十个售后组连轴转都满足不了客户的需要。”任志勇表示,核心团队要花费大量时间在售后环节,精力也因此被大大分散。伴随着个性化产品的不断增加,这样的情况愈发严重。

[下转 P2]

负责人代表及海外经销商代表纷纷表态,将以强烈使命感助力汾酒营销与品牌提升。

汾酒股份副总经理、营销中心主任张永踊作《开放合作 驭势而上 为实现汾酒全面复兴而不懈奋斗》主题报告,回顾过去三年营销工作,围绕“一个目标、两个践行、三力合一、四维突破、五个支撑”对 2025 年营销工作作出详细部署。

会上,袁清茂、张永踊与汾酒经销商代表共同见证“青花汾酒 26·复兴”战略新品全球首发。该产品作为纪念青花汾酒 30 上市 26 周年之作,延续升级伏曲冬酿工艺,丰富产品线,上承高端占位,下拓新兴消费群体,以差异化优势为全球市场注入新活力,助力汾酒品牌价值再提升。

大会在全员合唱《敢于胜利》的歌声中圆满落幕。会前,与会嘉宾参观了“山西高品质生活展馆”及联名产品展区。未来,汾酒将深化与经销商的合作,践行复兴纲领,以开放务实的姿态推动品牌全球传播,响应国家号召,助力高质量发展与民族复兴。

广告

广告

双汇熟食  
SHUANGHUI DELI

三鲜、更入味

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。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付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 13811660079  
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn  
官方微博:http://weibo.com/jnwdb 投稿邮箱:qjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台  
二维码

企业家日报  
二维码