

# 企业家日报

做中国企业的思想者

留住“流浪产业”：

一次聊天“擦”出150亿元“火花市场”

[详见P2]

经济增速怎么看

——当前中国经济问答

[详见P4]



数智赋能 驱动未来

航弹院以数智化为引擎推动管理升级

[详见P5]

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、沉甸甸的重大成就,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



●天津朗誉机器人有限公司董事长任志勇(左二)和员工交流。 李然/摄

■ 郭方达 王宁

负载2吨以上的AGV(自动引导运输车)被称作重载AGV,是一种广泛应用于工程、码头和大宗物流等场景的工业机器人,此前是鲜有人涉足的“无人区”。一家来自中国的企业——天津朗誉机器人有限公司已将这个数字刷新到了世界第一的600吨。

伴随着海外市场的拓展,朗誉连续数年营收接近翻番。不久前,朗誉入选工信部第六批专精特新“小巨人”企业。

十几年的时间,从一家名不见经传的小企业,成长为全球重载AGV领域的领跑者。朗誉的“大块头”产品背后,蕴藏了哪些企业发展的“大智慧”?

### 拓赛道:没有退路的进军

天津朗誉机器人有限公司董事长任志勇至今难忘2018年10月的那个晚上。首台重载AGV下线,车轱辘在地面上刚转完第一圈,他的眼泪便再也忍不住。

“那叫向死而生。”回忆起企业如何走上重载AGV这条路,任志勇直言“是被逼出来的”。

1972年出生的任志勇是河北人,戴眼镜,憨厚朴实,凡事爱多想几步。这一性格特点也在朗誉的气质中得以体现。

大学毕业后任志勇来到天津,靠着3万元本钱,他的创业之路便从16平方米的半间屋子里开始。2008年,企业开始迈向机械加工,朗誉就此诞生。

偶然的一次AGV复购,让任志勇灵光一闪。“有复购说明有需求,有需求说明有市场。”看准了这一赛道,朗誉便砍掉了其他所有业务,投身AGV行业。

先发优势让朗誉赚到了几桶金,但更多

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,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,但留给它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,但在当时的突破性的是,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

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

## 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



产品线统筹上,要把控山西市场控量升级与省外市场扩容升级,实施“弹性营销模式”,推动品牌协同与单品驱动;在全国化布局基础上,重点探索“年轻化”与“国际化”发展路径。同时,汾酒将秉持“以消费者为中心,品质与文化高于一切”的理念,推动自我反思、调整、

革新、进化与超越,实现全要素高质量发展。

汾酒集团党委委员、副总经理刘华卫宣读了表彰决定,对2024年度优秀经销商、专卖店及基层业务人员予以嘉奖,与会领导为获奖代表颁发突出贡献奖、文化传承之光奖及中国酒魂奖等奖项。“中国酒魂奖”获奖代表、省区

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 奏势而上 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。