

2025 年 6 月 24 日 星期二
乙巳年 五月二十九

今日 8 版

第 144 期 总第 11447 期

国内统一连续出版物号: CN 51-0098

邮发代号: 61-85

新闻热线: 028-87319500

13811660079

全年定价: 450 元 零售价: 2.00 元

企业家日报

做中国企业的思想者

链接世界 合作共赢

——第六届跨国公司领导人青岛峰会观察

■ 邵琨 张武岳 王凯

第六届跨国公司领导人青岛峰会 6 月 18 日至 20 日举行,吸引来自 43 个国家和地区的 570 位嘉宾参会。

2025 年 3 月,习近平主席会见国际工商界代表时指出,中国过去是、现在是、将来也必然是外商理想、安全、有为的投资目的地,与中国同行就是与机遇同行,相信中国就是相信明天,投资中国就是投资未来。

此次峰会以“跨国公司与中国——链接世界 合作共赢”为主题,为跨国公司搭建政策对话、产业对接、项目合作的交流平台,向世界传递出中国持续扩大高水平对外开放、欢迎外资企业来华投资兴业的积极信号。

抓住发展机遇 持续投资中国

韩国希杰集团连续 6 年参与跨国公司领导人青岛峰会,是首批到中国投资设厂的世界 500 强韩资企业之一。

希杰全球副总裁、中国区总裁尹道琬说:“落户青岛 30 多年的时间里,我们陆续 13 次增资。”

| 评论 |

重视品牌建设
铸就商业传奇

■ 李凤发

品牌,是企业的灵魂,更是市场竞争的核心利器。宗庆后那句掷地有声的话语——“今天娃哈哈哪怕被火烧了,明天就有一个新的娃哈哈屹立起来”,不仅彰显了企业的底气,更是对娃哈哈品牌深厚生命力与强大韧性的笃定。历经市场风雨洗礼,娃哈哈凭借深入人心的品牌形象,早已成为几代人记忆中无可替代的国民饮料。无论是营养快线、AD 钙奶,还是娃哈哈纯净水,这些产品已超越饮品本身,承载着无数消费者的情感与记忆——这正是品牌的核心力量。

任正非赋予“华为”“中华有为”的深意,为品牌注入了厚重的家国情怀与宏大格局。在通信技术的疆场上,华为以“中华有为”的信念为灯塔,披荆斩棘,突破重重技术封锁,从默默无闻崛起为全球通信巨头。

“华为”二字,象征着中国科技企业的腾飞,闪耀着民族的自信与荣光。它不仅是卓越品质的代名词,更成为引领中国科技创新的一面旗帜,激励着无数中国企业在国际舞台奋力角逐。

“三一”之名,源于“创建一流企业、造就一流人才、做出一流贡献”的核心理念,是其对品质与服务极致追求的宣言。三一重工深耕工程机械领域,以卓越的产品性能和完善的服务体系,持续扩大品牌全球影响力,产品远销四海。“三一”品牌,凝聚着精益求精的工匠精神,是中国制造业走向世界的亮丽名片。

福耀玻璃在曹德旺的引领下,同样将品牌建设置于核心,在汽车玻璃领域开创天地。福耀始终坚守品质至上,持续提升技术壁垒与质量标准。如今,它不仅稳居国内市场主导地位,更赢得了全球众多知名汽车品牌的青睐与信赖。“福耀”品牌,已成为诚信与卓越品质的象征,是中国民族工业的骄傲。

这些成功典范深刻印证,品牌建设是企业发展的命脉所系。在竞争白热化的市场环境中,面对消费者日益多元的选择,品牌成为他们衡量产品价值与企业信誉的关键标尺。一个强大的品牌,能强力吸引关注、牢固建立信任、显著提升产品附加值及市场竞争力。它不仅为企业带来稳定的客户群与丰厚利润,更能大幅提升企业的社会形象与行业地位,为基业长青奠定磐石之基。

无论身处传统行业抑或新兴领域,无论规模大小,企业都应将品牌建设置于战略高地。需立足长远,制定科学系统的品牌规划;矢志不渝地提升产品品质与服务水平;精心塑造并传播品牌文化;与时俱进地创新优化品牌形象。唯其如此,企业方能在激烈的市场竞争中立于不败之地,最终铸就属于自己的商业传奇,为中国经济高质量发展贡献磅礴力量。

(作者为本报记者)



●第六届跨国公司领导人青岛峰会举办地青岛国际会议中心 李紫恒/摄

中国不断扩大的市场规模和强大的经济韧性吸引众多跨国公司来华投资兴业。根据商务部国际贸易经济合作研究院在峰会上发布的报告,2024 年,中国新设外商投资企业 5.9 万家、同比增长 9.9%,实际使用外资 1162 亿美元。

中国大市场的吸引力从本届峰会可窥一斑——

嘉宾来自全球 43 个国家和地区,首次参会的“新面孔”达 131 人,占总数的 23%;境外

跨国公司嘉宾包括瑞士嘉能可、日本瑞穗、韩国希杰等世界 500 强企业的全球总裁级 26 人、全球副总裁级 56 人、中国区总裁级 133 人。

联邦快递高级副总裁、中国区总裁许宝燕说,企业进入中国市场已超过 40 年,不断提升在华航空网络布局,去年在青岛、厦门和广州开通了全新国际货运航线,升级了在北京和天津的进出口货物运输服务,还将在中国持续布局物流网络建设。

| 企业家之声 |



湖南十八洞七绣农业发展有限公司董事长石佳:品牌强农 破局正当时

第十四届全国人大代表、全国三八红旗手、湖南十八洞七绣农业发展有限公司董事长石佳说,中国农产品正经历从“产量时代”迈向“品牌时代”的关键转折。湘西茶产值近百亿却“大而不强”的困境,正是全国农特产的缩影——酒香也怕巷子深,“会做不会卖”已成制约乡村振兴的最大痛点,破局之道在于品牌革命。为此她呼吁:以专业机构重塑品牌根基,以市场化运营激活产业血脉。(本报记者 彭慧)

走好化工包装业产业升级之路
双汇建成全球最大 PVDC 薄膜加工研发基地

■ 本报记者 李代广

在双汇第一工业园繁忙的车间里,一颗颗不起眼的白色小颗粒在自动化设备中流转、延展,最终化为包裹着千万根火腿肠的坚韧外衣——PVDC 肠衣膜。

这层薄如蝉翼的包装,曾是中国食品工业“卡脖子”的痛点,如今却成为双汇化工包装业引领行业发展的旗帜,从技术垄断到自主创新出海,从肠衣单点突破到全产业链发展,双汇化工包装业的产业升级之路,成为中国制造业砥砺前行缩影。

从技术垄断到自主突破

PVDC 肠衣膜,这个看似不起眼的包装



材料,实则是火腿肠生产过程中至关重要的部分,它不仅承载包装功能,更直接影响着火腿肠的口感、保鲜及食用安全。

由于肠衣膜与火腿肠肉馅直接接触,因此它必须具备阻氧、阻湿、耐油、安全的特性,这要求肠衣膜的生产质量标准极为严格,必须符合

食品级包装材料的国家标准;然而在 20 世纪 90 年代,高性能肠衣膜技术完全被国外垄断。

“那时候肠衣完全依赖进口,每吨成本高达 12 万元,如同黄金裹肠。”双汇化工包装业相关负责人告诉记者,当时双汇的火腿肠火遍大江南北,出货量一直供不应求,然而由于国内高端包装材料市场被日本、美国企业垄断,包装和密封技术全部依赖进口,双汇的火腿肠业务遭遇“卡脖子”难题。

为了打破垄断,1996 年双汇引进了第一条肠衣膜生产线,由于当时国内没有成型技术,双汇于是派人出国接受培训学习;后来双汇又成立了包装技术研究中心,并投资建设了致力于肠衣包装生产技术研发的连邦化学公司。

[下转 P2]

■ 周圆 张千千

遍布千行百业的小微企业,被视为经济运行的“毛细血管”,是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量。

进入 6 月,2025 年全国中小企业服务月火热开启。

从中央到地方,围绕优化环境、市场拓展、融资促进等方面的各类活动密集开展,叠加前期一揽子增量政策持续显效,“益企”暖风助力中小微企业强信心、添活力,迈向高质量发展。

支持更多中小企业进入龙头企业供应链,形成协同发展优势,是帮扶中小企业的重要方式,也是提升产业竞争力的有力举措。

日前,位于上海长宁区的黑湖科技有限公司,迎来一场“工业供应链助企增效”对接活动。

这家聚焦制造业数字化转型的创新企业,借助这场对接活动,与华谊集团、中国宝武、上海电气等 10 余家大型企业的采购供应链或研发技术负责人面对面交流、探讨合作商机。

“通过对接活动,我们能够了解大型企业的需求,寻求合作的可能性,有助于我们融入大企业的产业链与供应链体系,进一步拓展市场。”黑湖科技智造业务负责人刘泽非介绍,此次对接活动上,公司与部分企业就平台对接达成初步合作意愿,还就设计制造协同、供应商质量追溯、生产管理监控等进行了对接交流。

[下转 P2]



●大连华邦化学有限公司研发人员在分析试验参数。

大连“小巨人”掘金细分赛道:
“一米宽”的市场
挖到“百米深”

■ 郭翔

走进大连华邦化学有限公司实验室,企业研发总监钱吉正紧盯显示屏上跳动的数据曲线,专注分析最新的试验参数。“我们的核心业务是研发与制造高纯度气体纯化设备,生产的气体纯化器产气纯度高达 99.9999999%,是 9N 级。”钱吉说。

高纯度气体纯化设备用于提纯氮气、氢气、氧气等工业气体,使其达到半导体生产所需的极高纯净度标准,纯化后的电子气体犹如“血液”,流动在半导体制造的诸多关键工艺环节中。大连华邦化学有限公司去年产值达 5.1 亿元,各项主要经济指标增长超 30%。

把“小市场”做成“大生意”,在细分领域掌握“独门绝技”、科技创新不遗余力……在黄渤海之滨的大连,一批专精特新“小巨人”企业破土而出、茁壮成长,把“一米宽”的市场挖到“百米深”,拓展着老工业基地产业发展的新空间。

“通过采用集装箱式模块化设计,把传统需要固定建筑的供电、调压、消防等系统,转变为可灵活组合、快速部署的移动单元,大大提升了运营效率。”该公司董事长张大力说,其产品已为国内 200 余个民航机场提供服务,并远销英国、意大利、土耳其等百余个国家和地区。

在张大力看来,专注于机场助航设备领域进行科技创新是企业赢得市场认可的根本原因,“这种专注让企业形成良性的科技创新生态,我们累计获得 17 项发明专利、10 项实用新型专利及 34 项软件著作权,与大连理工大学等高校和科研机构开展长期合作。”

近年来,大连通过强化政策扶持、完善服务体系、加强典型示范、优化发展环境等举措,梯次培育、接力扶持科技型中小企业走专精特新发展之路。去年,大连新增国家级专精特新“小巨人”企业 14 家。

责编:邓梅 版式:黄健

企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/rjwb0 投稿邮箱:gb490@sina.com