

做中国企业的思想者

2025中国民营企业500强发布

■ 新华社记者 范思翔 丁非白

序号	企业名称	省份	营收总额(万元)
1	京东集团	北京市	115881900
2	阿里巴巴(中国)有限公司	浙江省	98176700
3	恒力集团有限公司	江苏省	87152079
4	华为投资控股有限公司	广东省	86207200
5	比亚迪股份有限公司	广东省	77710246
6	腾讯控股有限公司	广东省	66025700
7	浙江荣盛控股集团有限公司	浙江省	65860189
8	浙江吉利控股集团有限公司	浙江省	57482553
9	盛虹控股集团有限公司	江苏省	56562325
10	山东魏桥创业集团有限公司	山东省	55853294
11	联想控股股份有限公司	北京市	51280644
12	浙江恒逸集团有限公司	浙江省	45180032
13	美的集团股份有限公司	广东省	40908426
14	青山控股集团有限公司	浙江省	40663984
15	敬业集团有限公司	河北省	36856920
16	小米通讯技术有限公司	北京市	36590635
17	宁德时代新能源科技股份有限公司	福建省	36201255
18	北京三快在线科技有限公司(美团)	北京市	33759157
19	泰康保险集团股份有限公司	北京市	32706352
20	信发集团有限公司	山东省	30289416
21	顺丰控股股份有限公司	广东省	28442006
22	江苏沙钢集团有限公司	江苏省	27064909
23	海亮集团有限公司	浙江省	26022392
24	北京建龙重工集团有限公司	北京市	24635175
25	通威集团有限公司	四川省	24137998
26	冀南钢铁集团有限公司	河北省	24132131
27	天能控股集团有限公司	浙江省	22803568
28	多弗国际控股集团有限公司	浙江省	21894318
29	万向集团公司	浙江省	21382527
30	洛阳栾川钼业集团股份有限公司	河南省	21302866
31	德龙钢铁有限公司	河北省	21067562
32	北京嘀嗒无限科技发展有限公司	北京市	20679863
33	长城汽车股份有限公司	河北省	20219547
34	桐昆控股集团有限公司	浙江省	20016636
35	亨通集团有限公司	江苏省	19562167
36	复星国际有限公司	上海市	19214200
37	珠海格力电器股份有限公司	广东省	19003807

8月28日,全国工商联在辽宁沈阳发布“2025中国民营企业500强”。结果显示,京东集团、阿里巴巴(中国)有限公司、恒力集团有限公司位居前三。

记者了解到,此次民营企业500强入围门槛增至270.23亿元;营业收入总额达到43.05万亿元;净利润合计1.80万亿元;研发费用总额1.13万亿元,研发人员总数115.17万人,平均研发经费投入强度2.77%;纳税总额达1.27万亿元,纳税额超过10亿元的企业有240家,占500强比例为48.00%。

今年全国工商联组织开展第27次上规模民营企业调研,共有6379家2024年营业收入10亿元以上的企业参加,其中营业收入前500位的企业为“2025中国民营企业500强”。

(转自新华网)

序号	企业名称	省份	营收总额(万元)
38	南山集团有限公司	山东省	18262007
39	东方希望集团有限公司	上海市	17841276
40	正泰集团股份有限公司	浙江省	17804593
41	蚂蚁科技集团股份有限公司	浙江省	17778794
42	河北新华联合冶金控股集团有限公司	河北省	17282257
43	中升(大连)集团有限公司	辽宁省	16812421
44	TCL科技集团股份有限公司	广东省	16496284
45	雅戈尔集团有限公司	浙江省	16457168
46	卓尔智联集团有限公司	湖北省	16235928
47	永卓控股有限公司	江苏省	16228425
48	利华益集团股份有限公司	山东省	15903324
49	中天钢铁集团有限公司	江苏省	15903202
50	新奥集团股份有限公司	河北省	15660004
51	协鑫集团有限公司	江苏省	15647691
52	山东东明石化集团有限公司	山东省	15500365
53	九州通医药集团股份有限公司	湖北省	15180980
54	弘润石化(潍坊)有限责任公司	山东省	15080967
55	万达控股集团有限公司	山东省	15067813
56	TCL实业控股股份有限公司	广东省	15003464
57	宁波金田投资控股有限公司	浙江省	14862380
58	海澜集团有限公司	江苏省	14582146
59	赛力斯集团股份有限公司	重庆市	14517582
60	传化集团有限公司	浙江省	14465922
61	河北津西钢铁集团股份有限公司	河北省	14457794
62	理想汽车	北京市	14445995
63	牧原实业集团有限公司	河南省	14287875

序号	企业名称	省份	营收总额(万元)
64	中基宁波集团股份有限公司	浙江省	14161395
65	超威集团	浙江省	14078455
66	中国民生银行股份有限公司	北京市	13629000
67	富冶集团有限公司	浙江省	13603529
68	天津荣程祥泰投资控股集团有限公司	天津市	13500256
69	百度公司	北京市	13312500
70	河北普阳钢铁有限公司	河北省	13154670
71	新凤鸣控股集团有限公司	浙江省	13102042
72	神州数码集团股份有限公司	广东省	12816639
73	龙湖集团控股有限公司	重庆市	12747495
74	北京快手科技有限公司	北京市	12689800
75	云账户技术(天津)有限公司	天津市	12523913
76	三一集团有限公司	湖南省	12423156
77	福建大东海实业集团有限公司	福建省	12205274
78	浙江菜鸟供应链管理有限公司	浙江省	12084879
79	同程旅行集团	江苏省	12068359
80	河北鑫达钢铁集团有限公司	河北省	12062907
81	上海寻梦信息技术有限公司	上海市	11677205
82	河北鑫海控股集团有限公司	河北省	11602644
83	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	内蒙古自治区	11577955
84	广东海大集团股份有限公司	广东省	11460105
85	浙江卫星控股股份有限公司	浙江省	11286611
86	江苏新长江实业集团有限公司	江苏省	11236162
87	广西盛隆冶金有限公司	广西壮族自治区	11130690
88	山西鹏飞集团有限公司	山西省	11040629
89	其亚集团有限公司	四川省	11035873
90	华勤技术股份有限公司	上海市	10987799
91	中景石化集团有限公司	福建省	10963151
92	唯品会(中国)有限公司	广东省	10842083
93	恒申控股集团有限公司	福建省	10687443
94	网易(杭州)网络有限公司	浙江省	10529524
95	温氏食品集团股份有限公司	广东省	10492435
96	江西双胞胎控股有限公司	江西省	10386846
97	新希望六和股份有限公司	四川省	10306296
98	山东京博控股集团有限公司	山东省	10300104
99	永荣控股集团有限公司	福建省	10273108
100	新疆特变电工集团有限公司	新疆维吾尔自治区	10182839

[下转 P2]

述评 |

系统思维破局 全要素重构
汾酒如何锻造高质量发展硬核实力

■ 本报观察员 杨仁宇

当白酒行业从“增量竞争”彻底转入“存量博弈”,当消费者端着酒杯愈发挑剔,市场渠道日益碎片化,白酒企业如何突围?在8月26日召开的汾酒股份2025-2026周期生产工作暨表彰大会上,党委书记、董事长袁清茂提出了“以系统思维构筑全要素高质量发展硬核实力”战略构想,为行业提供了一份转型升级的系统解决方案。这不仅是汾酒自身的战略选择,更是中国传统制造业面对新挑战的破题之作。

系统思维:从“单兵作战”到“协同作战”的体系化革命。

系统思维在汾酒不是空泛的概念,而是融入血脉的操作系统。正如家电行业的海尔通过“人单合一”模式实现全流程协同,汽车行业的长城汽车通过“柠檬平台”实现研发制造一体化,汾酒也完成了从传统酿酒企业向数字化系统型企业的蜕变。

一个典型的场景是:当青花汾酒在南方市场获得口感好评,这个信息不再仅仅是营销部门的战绩。在汾酒的数字化系统中,这一反馈会触发一连串协同反应——研发部门据此微调酿造工艺参数,生产部门调整产能分配,供应链同步优化物流路线,文化IP部门则快速策划相应的品牌传播内容。

这种系统化协同的背后,是汾酒依托华为5G、人工智能、云计算等技术打造的“智慧大脑”。双方自2021年起共建的工业互联网平台,将传承千年的“老师傅经验”(如“掐头去尾”“看花摘酒”等工艺诀窍),全部转化为精准的物联网数据和AI算法。这使得优质基酒率连续三年提升,2024年达到历史最佳的67.5%,同时能耗降低22%。

全要素重构:从“资源驱动”到“创新驱动”的战略升级。

汾酒对“全要素”的理解远超传统生产要素范畴。在原粮端,汾酒不仅建设了140万亩专属种植基地,还培育出酿酒专用品种“汾酒1号”,其淀粉含量高达66%,为提升酒质筑牢原料根基。

在数智化方面,汾酒建成行业首批智能化酿酒车间,实现从原料仓储、粉碎、发酵到蒸馏的全程自动化控制;其制定的内控标准不仅超越自身过往,更严于国际标准,尽显

“壮士断腕”的苛己态度。由此,订单响应速度提升50%,库存周转率提高35%。

更值得关注的是软要素的创新。汾酒打造的“中国酒魂”文化IP估值已超千亿元,主导制定的清香型白酒国际标准获得20多个国家的认可;ESG体系评级跃居行业前列,绿色工厂斩获国家级认证。这些软实力正持续转化为实实在在的市场竞争力。

硬核实力:产品矩阵与品质革命的协同效应。

汾酒的市场竞争力建立在精准的产品矩阵之上。金字塔基座的玻璃,终端价锁定50-80元价格带,2024年销售额突破100亿元,消费群体中80后、90后占比超50%,成为培育清香型消费者的重要入口。

腰部的高端白汾系列聚焦100-300元价格带,精准卡位家宴、聚饮场景,通过数字化营销实现精准触达。顶端的青花汾系列定位300-1000元次高端市场,2024年销售收入突破265亿元,同比增长14.35%,在汾酒整体营收中占比高达74%。

这种产品结构的成功,源于汾酒将24代传承的古法酿造技艺与现代科技深度融合。在汾酒技术中心,AI品酒系统可对基酒进行精准分级,传统品酒师的感官评价与机器学习算法相互验证,让品质控制既保留传统特色,又兼具现代科技的精准度。

行业启示:从规模崇拜到价值深耕。

中国酒业协会专家委员会认为,汾酒的实践标志着中国白酒业从营销驱动正式转向系统能力驱动,为行业高质量发展提供了新范式。在传统依赖的宴席市场波动加剧的背景下,仅靠价格拉升或渠道压货的模式已然失效,白酒企业亟须回归本质,重构战略思维。

汾酒的案例表明,民生基盘是穿越周期的“压舱石”。在消费分级时代,拥有深厚“民酒”基因与广泛消费基础的品牌,往往具备更强的抗风险能力;同时,差异化是价值竞争的核心——香型、口感、品牌文化的独特价值主张,是跳出同质化价格战、赢得消费者心智的关键。

传统产业转型升级的汾酒方案。

国家发展研究相关专家指出,汾酒的创新实践代表了中国传统产业转型升级的重要方向:通过系统思维整合全要素资源,

构筑难以复制的硬核实力。其价值远超一家企业的成败,为众多面临转型压力的传统企业提供了可借鉴的范式。

在充满不确定性的时代,最大的确定性来自苦练内功。白酒行业需要通过系统性的创新与协同,将每一分投入都转化为看得见、摸得着的“硬核实力”,完成转型升级。

从中国制造到中国创造的坚实路径。

站在新的历史起点,我们期待汾酒继续深化系统变革,持续完善创新生态;期待更多中国企业像汾酒一样,以系统思维构筑全要素高质量发展硬核实力,为推动“中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”作出新的更大贡献。

这或许正是从“中国制造”迈向“中国创造”过程中,最坚实、最可靠的路径。汾酒的实践不仅为白酒行业,更为整个中国传统制造业的转型升级,提供了一份值得深入研究和借鉴的宝贵经验。相信当更多企业将技术创新、文化输出与社会责任深度融合,中国制造向中国创造的跃迁,将不再是遥远愿景,而是触手可及的现实。

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:方文煜 版式:黄健
企业家日报社:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/rwbd 投稿邮箱:cb490@sina.com



企业家之声 |



参半品牌创始人尹阔

尹阔是一个潮人,每天自己捯饬发型,不爱穿正装、打领带,喜欢摇滚、说唱。但他创业却选择了一个并不洋气的行业——牙膏。尹阔有一个观点:未来全世界最好的牙膏一定出自中国。他认为,亚洲人对感性品类的精细化程度非常敏感。而中国的消费层级和体系极其复杂,又拥有强大的供应链体系和高品质的生产体系,这种环境下一定能诞生出伟大的公司。

(张文静 摘自《中国企业家》)

商务部:将出台若干政策措施
促进服务出口和消费

商务部副部长盛秋平27日说,商务部将于近期会同有关部门出台系列促进服务出口的政策措施,从财税、金融、监管便利化等方面进一步加大力度促进服务出口。

盛秋平在国务院新闻办公室当天举行的新闻发布会上介绍了上述情况。记者从会上获悉,按照今年2月国务院常务会议部署要求,商务部与有关部门共同研究制定了《关于促进服务出口的若干政策措施》,相关文件将于近期公开印发。

在财税政策方面,将用好用足中央和地方现有资金渠道,加大对服务出口重点领域和重点项目的支持力度;增强服务贸易创新发展引导基金撬动作用,带动更多社会资本投资服务贸易和数字贸易领域;优化服务出口零税率申报程序,提高出口退税申报效率。

金融政策方面,将加大出口信用保险支持力度,提高出口信用保险政策精准度,加大面向中小微企业的金融服务供给,提升保险服务便利化水平。

监管便利化方面,将进一步完善相关保税监管制度;便利人员往来和促进入境消费;提升服务贸易资金结算便利化水平;鼓励知识产权转化交易;促进和规范数据跨境流动,加快发展国际数据服务业务。

国际市场开拓方面,将进一步发挥服务贸易中介组织的作用,为企业开拓国际市场提供更多帮助,支持企业赴境外办展参展。

发布会上,盛秋平还表示,商务部将会同有关部门于下个月出台扩大服务消费的若干政策措施,统筹利用财政、金融等手段,优化提升服务供给能力,激发服务消费新增量。

(新华社记者 谢希瑶)