

2025 贵州民营企业 100 强出炉

据中新网消息，贵州省工商联 12 月 24 日下午在贵阳召开 2025 贵州民营企业 100 强发布会，发布了“2025 贵州民营企业 100 强榜单”“2025 贵州民营企业制造业 20 强榜单”及《2025 贵州民营企业百强调研分析报告》。

记者从会上获悉，2025 年，贵州民营企业 100 强入围门槛为 6.93 亿元，较 2024 年增加 0.51 亿元，增长 7.94%；营业收入总额合计 2946.90 亿元，较 2024 年增加 79.60 亿元，增长 2.78%；资产总额合计为 4116.03 亿元，较 2024 年增加 727.53 亿元，增长 21.47%；利润总额 142.94 亿元，较 2024 年增加 19.84 亿元，增长 16.12%；贵州民营企业制造业 20 强入围门槛为 22.33 亿元，较 2024 年增加 0.28 亿元，增长 1.27%；营业收入总额合计 1190.13 亿元，较 2024 年增加 95.87 亿元，增长 8.76%。

2025 贵州民营企业 100 强主要集中在制造业和服务业。制造业仍是 100 强企业的主导产业，占比超过六成，达 62 家。在 100 强企业中，服务业企业有 21 家，专业技术服务业及商务服务等现代服务业企业占比接近 60%，服务业新体系正在逐步形成。

纵览 2025 贵州民营企业 100 强，主要呈现头部企业继续领跑、产业结构持续优

化、科研投入和创新活力明显等特点。2025 贵州民营企业 100 强仍以第二产业为主，比重持续提升，较 2024 年入围企业数量增加 9 家；科研投入和创新活力明显，100 强民营企业更加注重科技创新，研发费用达 53.96 亿元，同比增加 10.96 亿元，增长 25.49%。

会议指出，当前，贵州“六大产业集群”的优化提升，“三大特色产业”的发展壮大、新质生产力的培育壮大，都为广大民营企业提供了大展拳脚的舞台。希望百强民营企业充分发挥示范引领作用，在科技创新上勇攀高峰，在产业升级上持续发力，在生态保护上担当作为，在社会责任上主动践行，聚焦高质量发展培育新质生产力，拓宽视野融入开放发展，当好排头兵、好榜样。希望全省广大民营企业以百强企业为标杆，坚定发展信心，深耕主责主业，积极融入贵州特色现代化产业体系建设，在富矿精开、数智赋能、绿色转型中寻找新机遇、开拓新赛道。

贵州各级工商联将继续发挥桥梁纽带作用，当好民营企业的“娘家人”，深入落实“两个毫不动摇”，持续助力优化营商环境，推动政策落地见效，充分激发民营经济活力。

(张伟)

“大湾区游戏谷”产业规划首次对外公开

据中新网消息，2025 广东游戏产业年会近日在广州举行。在黄埔区营商环境专场推介环节，“大湾区游戏谷”产业规划首次对外公开，广州超竞电竞 IP 生态产业园项目等一批优质游戏电竞项目签约落户黄埔，黄埔区“数字文化产业基金”正式成立。

据介绍，“大湾区游戏谷”坐拥黄埔产业高速发展的科创资源和高层次人才集聚的人力资源，承载海丝文脉、黄埔军校等深厚文化底蕴，形成“两核、三轴、多片”的空间布局，旨在构建一个集游戏研发、赛事举办、内容制作、IP 孵化、人才培养及场景应用等于一体的全产业链生态。

据了解，“大湾区游戏谷”划定鱼珠片区及科学城部分片区 25 平方公里核心建设版图，按照总体设计、分步实施、滚动发展的原则，聚焦打造“游戏之都、电竞名城、文化强区”共建奋斗目标，发挥广州人工智能与数字经济试验区(鱼珠片区)产业优势，引进更多优质企业，打造更多特色园区，培育更多领先品牌，加快资源整合、集聚、提

升。

其中，文冲电竞小镇产业核心建设文冲游戏谷、中国软件 CBD 等园区，多元化产业载体供应充足。文冲电竞小镇将通过“筑巢引凤”构建完整电竞产业生态圈，依托广州国际游戏会展中心、游戏电竞主题消费街区等载体深化游戏电竞与文旅体融合发展。同时，深化游戏电竞与人工智能、具身智能机器人等前沿科技融合，补强电竞赛事、衍生消费与科技应用环节，打造广州市游戏电竞产业重要增长极。

鱼珠游戏小镇产业核心打造数字游戏文化创意中心，加强游戏研发、发行、运营等环节集聚。鱼珠数游企业聚集片区聚焦游戏研发策划、游戏软件开发，仅保利鱼珠港园区便已入驻 28 家游戏研发和运营推广公司。游戏发行运营服务片区聚焦游戏发行、游戏运营、技术服务，其中广州国际港航中心产业园已有 12 家游戏研发、技术支撑和代理公司。

(张璐 黄三笑 杨文强)



重庆开通至乌兹别克斯坦塔什干航线

据中新网消息，12 月 24 日下午，随着中国国际航空 CA779 航班从重庆江北国际机场顺利起飞，重庆经乌鲁木齐前往塔什干的往返航线正式通航。这是重庆首条连接乌兹别克斯坦的空中通道。

该航线去程航班为 CA779，每周三、五执飞，返程航班为 CA780，每周四、六执飞。旅客从重庆出发，可办理行李直挂，在乌鲁木齐短暂休息后继续飞抵塔什干，全程航行高效顺畅，飞行中转时间将较以往大幅缩短。

此航线的开通，不仅搭建起连接中国西南地区与中亚腹地的空中桥梁，更将为中乌两国在经贸、文旅、产业等领域的深度

合作注入新动能。随着中乌互免签证政策落地，两国人文经贸交流更加频繁，塔什干的古城遗迹、撒马尔罕的丝路风情吸引不少中国游客探访；而中国的绿色技术与优质商品，也将通过这条空中通道加速进入中亚市场。

今年以来，重庆江北国际机场已新开及恢复布鲁塞尔、奥克兰、莫斯科、东京、仰光等国际客运航线，加密马德里、首尔、曼谷等航线。截至目前，该机场实际在飞国际(地区)客运航线 38 条，每周航班量近 200 班，已基本构建起覆盖北美洲、欧洲、大洋洲、中东、日韩及东南亚的立体化航线网络。

(梁钦卿)

[上接 P1]

入境订单激增 我国冰雪经济“热力全开”

在生产车间外，一排排造雪机整齐列队，即将装车发货，据了解，这里生产的造雪机不仅覆盖全国近半数的雪场，还研发出全自动造雪机。新款造雪机不仅耗能较低，其中搭载的特制高压风扇大有来头。

除了大型装备，一款超轻滑雪板也引起记者的注意。

而在哈尔滨新区，这条崭新的产线和这座现代化的工厂，从图纸到投产只用了

不到半年。产线正满负荷运转，赶制的正是最新推向市场的智能变色滑雪镜。

目前，我国已经形成 15 个大类冰雪装备器材产品体系，基本实现了从头到脚、个人到场地、从竞技比赛到大众运动的全产业链覆盖。《中国冰雪产业发展研究报告(2025)》指出，2025 年我国冰雪产业规模将突破万亿元。

(转自央视客户端)

让劲酒的醇香飘扬在葫芦岛——专访祥睿商贸孙锦文、李目

■ 许强 张茹洁

20 世纪 90 年代末，正值中国经济浪潮涌动之际，中国劲酒正从湖北大冶走向全国。葫芦岛，这座以白酒产业为传统优势的城市，当时已是本地酒企的天下，外来酒类品牌鲜有立足之地。作为保健酒市场的探索者，劲酒如何在葫芦岛立足的？为探寻劲酒从“零认知”到“深扎根”葫芦岛市场的历程，近日，笔者专访了劲牌葫芦岛代理商——祥睿商贸李目总经理与创始人刘先生的母亲——孙锦文。

一、从空白市场到认知破冰

笔者：2000 年前后，保健酒在国内尚属新兴品类，葫芦岛市场更是完全空白。当时，刘先生为何毅然放弃“铁饭碗”，选择代理劲酒并聚焦葫芦岛这个空白市场？

孙锦文：2000 年，我儿子(刘先生)才 22 岁，在沈阳橡胶厂上班。有一天晚上，他就拿过一瓶酒去跟我说：“妈，我想改行，代理劲酒。”我说：“你净胡闹，你怎么能不上好端端的班，丢掉铁饭碗做酒呢？他说：“我最近做了一个调查，劲酒未来前景很好，劲酒的核心优势正好契合时代趋势——它含多种名贵药材萃取的营养成分，不是传统意义上的‘药酒’，而是能兼顾饮酒乐趣与健康滋补的新品类。沈阳已经有了劲酒代理，而辽宁省 14 个地级市中，葫芦岛还是空白，谁先进入谁就掌握主动权。”

我一开始坚决反对，但儿子反复跟我讲，劲酒当时的广告语已经有了一定传播力，更重要的是其背后的健康理念，这是可持续的生命力。他还强调，中药是国粹，以中药为核心的保健酒，未来潜力远超普通白酒。正是这份对品类价值的深刻认知，让他最终下定决心辞职，孤身前往葫芦岛开拓市场。

笔者：我记得葫芦岛人喜欢本地的高度白酒，可能没“保健酒”这个概念，你们如何打开保健酒市场的？

孙锦文：初期的困难远超想象。超市、饭店老板一看到劲酒，就把它等同于疗效型药酒，要么拒绝上架，要么冷言相对。我们没有硬推，而是采取了“知识营销+柔性合作”的组合策略。所谓知识营销，就是业



务员进店后不先谈生意，而是先做品类教育——讲解劲酒的萃取技术、营养成分，告诉商家和消费者，这是“健康饮酒”的新选择，既能满足社交饮酒需求，又能补充身体所需的微量元素。

柔性合作则是降低商家的合作门槛。当时我们推行代销模式，允许月结、批结，甚至让商家只留 2-3 瓶小方劲试卖，卖完再结账。因为没有成件出货的条件，所有交易都是单瓶、少量进行，我后来专门准备了账本，把每一瓶小方劲的铺货终端、数量、回款情况都记下来，哪怕是 3 瓶、5 瓶的小额铺货也清清楚楚。这份账本不仅是账务记录，更重要的是通过单瓶销售数据，精准摸清市场反馈和终端需求，为后续的市场布局积累数据支撑。这种“先教育、后合作，先试销、后放量”的模式，其实就是把商家的风险降到最低，用低成本完成品类认知的初步渗透。

二、从本土化客情的深度构建到资源整合

笔者：2003 年你们注册“金阳商贸”，并卖掉沈阳房产投入 13 万元资金，这在当时是极具魄力的决策。这笔资金的投入方向是什么？为何选择以“公司化运作+区域深耕”的模式升级？

四川造“中国高定”出海“圈粉”

■ 王明峰

日前，第八届塞舌尔国际时装周在其首都维多利亚落下帷幕。在这场为期 8 天的时尚活动中，四川省成都市金牛区中国西部高级定制中心(以下简称“西部高定中心”)携高定品牌与多项非遗文创精品再度亮相，并围绕“技艺传授、秀场发布、非遗创新作品展”三大板块展开系列交流活动。

助力“四川造”“成都造”高级定制和非遗技艺“出海”，是西部高定中心在启动运营时就定下的目标。2020 年，西部高定中心在成都金牛启动运营，明确了“立足成都、辐射西部、链接全球”的发展定位，积极推动“中国高定”与非遗时尚走向世界。

据了解，目前，中心已聚合了来自全国、全球的近 500 位设计师，吸纳了多领域的非遗传承人入驻平台，整合了全国近 5000 家供应链企业，并致力于通过“中国西部高级定制周”，把非遗传承人和设计

师的作品推向海外。同时，中心引入了以蜀锦、蜀绣、蜀香、蜀缂为代表的“蜀地四宝”，以及藏、羌、彝等民族非遗相关品牌，产品覆盖服装、饰品、文创等多个领域。

2024 年 11 月，西部高定中心受塞舌尔官方邀请，参加了第七届塞舌尔时装周系列活动，中心入驻设计师杨成成携蜀锦、蜀绣系列作品亮相，最终获得全场最高奖项“最佳国际设计师奖”。据悉，这也是中国元素首次登上塞舌尔时装周的舞台。时装周期间集中呈现的成都非遗作品也备受关注，相关文创产品在现场迅速一售而空。

同年，西部高定中心集合馆在北京秀水街亮相，主营蜀锦、蜀绣的高定精品。西部高定中心运营负责人王晓然介绍，许多海外客人对蜀锦产品尤为喜爱，“特别是拿蜀锦裁制的西服、礼服，以及一些中西合璧的礼服，非常受欢迎。”

[上接 P1]

激活有效投资 打开发展新空间——2025 年终经济观察

地下管网改造是城市更新的重要内容。“十五五”时期预计将建设改造地下管网超过 70 万公里，新增投资需求超过 5 万亿元。

从更多窗口观察，我国投资于人的空间广阔：

看“一老一小”投资。我国 60 周岁及以上人口超 3.1 亿人，到 2035 年银发经济规模有望突破 30 万亿元；3 岁以下婴幼儿人数接近 3000 万，育幼服务市场广阔。“一老一小”服务有望撬动投资新空间。

看人才技能投资。我国高技能人才仅占就业人口总量的 7%，技能劳动者求人倍率长期保持在 2 以上，培训、就业等人力资源开发投资需求将不断释放。

“人是发展的出发点和落脚点。让流向物的投资更好服务于人，推动经济发展和民生改善形成良性循环，将会构筑中国经济发展的长期竞争力。”对外经济贸易大学教授马双说。

推动投资于物和投资于人互促共进

12 月 16 日，福建省福鼎市太姥山镇，中广核福建宁德核电站 6 号机组完成核岛第一罐混凝土浇筑，标志机组主体工程开工。

宁德核电项目是福建省首个开工及投产的核电站。“项目团队通过工期推演、清单化管理，系统识别施工难点，确保关键节点稳妥推进。”福建宁德核电有限公司董事长田辉宇说。

进入年末，多地从优化要素保障、加强项目调度等方面发力，积极谋划推进重大项目建设，为明年投资打好基础。

扩大有效投资，增强发展动力。中央经济工作会议明确明年经济工作八项重点任务之首是“坚持内需主导，建设强大国内市场”，对投资工作作出一系列重要部署，要求“适当增加中央预算内投资规



2025 全球妇女峰会期间，集合馆中展出的作品也迎来了众多外宾的关注，来自津巴布韦的代表现场点赞了中心创新出品的蜀锦面料：“我从未想到千年传统能与当代美学如此完美结合。”

国际市场对成都非遗产品的欢迎程度出乎王晓然的意料，也更加坚定了西部高定中心将成都非遗推出国门、走向海外

李目：我老公是从工人转型做业务的，性格内向，刚开始进店前都要先喝口酒壮胆。但他身上有个特质——踏实、细心，知道如何用真诚打动终端商家。当时葫芦岛市场的货架争夺非常激烈，玻璃货架破损是常有的事。有一次，家终端的玻璃货架碎了，他没跟老板提任何要求，自己用手丈量尺寸，花钱定制玻璃，亲自上门更换。他做这些，只是希望老板能给劲酒留几个陈列位置，哪怕是先代销。

还有一次送货途中遇到大雨，他只有一块塑料布，毫不犹豫地盖在酒品上，自己淋着雨把货送到终端，他是把劲酒看得比自己生命还重要呀！这些看似不起眼的小事，其实是构建客情的关键。对于新兴品牌来说，终端商家的信任是最宝贵的资产。那时候我们没有品牌优势，只能靠这种“换位思考、主动付出”的方式，让商家感受到我们的诚意和决心。这种客情不是短期的利益交换，而是长期的情感维系，很多当时合作的商家，现在还在跟我们合作。我认为，对于下沉市场的新兴品类，极致的本土化客情构建，是品牌站稳脚跟的核心竞争力之一。

三、从超越自我到传承

笔者：今年劲酒在全国各地销得都比较好？葫芦岛市场怎么样？

李目：今年也有突破。我们不求与人相比，但求超越自己。前些年我们把公司改为祥睿商贸，就是渴望把劲酒越卖越好。

笔者：昨天，你女儿在参观劲牌厂区后，直言未来想成为“劲牌第三代接班人”，你怎么看？

李目：我家姑娘小的时候就觉得我家只是卖酒的，和别的卖酒的没有什么不同。但是这次来之后，感触挺深，晚上跟我说，妈，咱家是卖这样的酒呀！好大的酒厂。可以听得出来，她现在为我们卖劲酒而骄傲。

孙锦文：我们的感受是，劲牌事业是一个值得传承的事业，我们一定会把代理劲酒这个事业代代传承下去。

的信心。近年来，中心聚焦设计创新，引导帮助设计师将中式潮流、非遗技艺转化为高端服饰、文创与家居艺术品，并通过终端产品输出和平台资源对接，推动本土文化融入全球市场。“优质的产品是我们打开市场的‘硬底气’，也是我们海外输出的核心。我们希望通过好的设计、好的产品，向世界讲好中国高定、中国非遗的故事。”王晓然说。

值得关注的是，当前，西部高定中心还积极联动生产制造、面料辅料供应等产业链核心环节，推动整个产业链参与国际竞争、拓展海外订单。今年 8 月的俄罗斯叶卡捷琳堡“国际创新产业节”期间，西部高定中心就与来自俄罗斯、哈萨克斯坦等国的设计师和品牌代表进行了多轮洽谈，初步链接多个面辅料及生产制造端合作意向。

(转自《人民日报海外版》)

期投产，带动公司生产效率提升 30%。”公司总经理黄泽伟说，计划明年投资 1 亿多元，进一步提升智能化水平。

聚焦民营企业重点关切，全椒县围绕工业技改、新兴产业培育等重点领域，建立企业项目储备库，组建招商组，推动民间投资项目落地转化。

直击民营企业关切，进一步激发民间投资活力。各地从扩大准入、打通堵点、强化保障等方面精准发力，打出政策“组合拳”，让民营企业敢投资、有回报。

“我们相信，通过投资消费联动、政府市场协同，明年完全有条件推动内需实现持续增长。”中央财办有关负责同志说。

明年是“十五五”规划开局之年。深入贯彻落实中央经济工作会议部署，坚持投资于物和投资于人紧密结合，充分释放投资活力潜力，高质量发展的动能将更加强劲持久。

(转自新华网)