ENTREPRENEURS' DAILY

企業家日報

2026年1月16日 星期五
乙巳年 十一月二十八
今日 8 版
第012期 总第11641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

做中国企业的思想者

一家40年的企业如何常青?

——对话传化集团有限公司董事长徐冠巨

■ 新华社记者 商意盈 魏一骏

近期，传化集团的技术实力与产业化能力再次得到认可，由这家民营企业与国有资本合作建设运营的“杭州合成生物产业中试(验证)中心”，入选首批生物制造中试能力建设平台名单。

从1986年创业至今，传化集团已成长为中国500强企业，业务覆盖功能化学品、新材料、物流、科技城、农业等领域。其功能化学品聚焦专精特新，有超过8000种产品，服务纺织、造纸、半导体、新能源等20多个行业。

“企业如何在一次次市场变化中，通过自我迭代实现转型升级和高质量发展？”“面对人工智能等快速演进的新技术和全球化浪潮，企业怎样抓住发展新机遇？”“扎实推进乡村全面振兴、全体人民共同富裕，民营企业应扮演怎样的角色？”结合企业的探索实践，传化集团董事长徐冠巨将一路稳健发展的思考和感悟娓娓道来。

●传化化学大江东基地可视化指挥中心。（受访者供图）

做好适应趋势、进而引领趋势的充分准备

位于钱塘江边的传化大厦，以“拥抱AI科技革命”为主题的一场场研讨、培训、合作交流正如火如荼进行着。记者在这里见到了徐冠巨。

作为一家知名民企，传化集团的动向颇受关注。“2025年刚刚过去，这一年传化集团有了哪些新进展、新变化？”记者抛出第一个问题。

“2025年1至11月，传化集团营业总收入实现1298.05亿元，同比增长5.29%，整体发展态势稳中有进。”徐冠巨说，“我们感受到了与以往不一样的环境和趋势，企业面临新环境、新阶段、新挑战，需要洞察行业发展，寻找未来机会。”

自1986年创业以来，传化在一次次市场变化中识变应变求变。“如今的传化，不再过于追求规模的扩张和量的增长，而是注重产品创新、平台创新、产业生态创新，向高质量发展新阶段迈进。”徐冠巨说。

“对于传化来说，实现高质量发展的路径是什么？”记者追问。

对此，徐冠巨说：“我们牢牢抓住‘人才、科技、管理’三要素，从战略高度重视加强科技与人才的投入建设，通过服务新产业来发展新产业，比如化工板块，我们的草甘膦技术持续保持全球行业的领先地位，这靠的就是在创新方面的持续投入。”

徐冠巨拿企业的拳头产品举例，近年来，随着新能源汽车快速发展，传化在新材料方面加大研发力度，突破稀土橡胶卡脖子技术，拥有全球首套稀土柔性生产装置，服务了全球前25名轮胎企业。同时，为推动全社会物流成本降低，传化首创公路港模式，目前在全国布局72个公路港，汇聚物流企业超27万家，年车流量超6000万车次……

“外部环境变化太快了，唯有坚定发展信心、坚持转型升级，做好适应趋势、进而引领趋势的充分准备，方能持续打造独特竞争力。”徐冠巨说。

积极拥抱新技术 推进全球化

“人工智能等新技术发展风起云涌、日新月异，企业如何在浪潮中找准定位，抢抓发展机遇？”

[下转P2]

牧原董事长秦英林做客央视《对话》

分享猪肉消费已从量的需求转变为对品质的追求

■ 本报记者 李代广

1月10日晚，中央广播电视总台CCTV-2财经频道新一期《对话》节目以“消费增长新潜力”为主题，邀请多个领域的领军企业代表，共同探讨消费市场变革与企业创新实践。

牧原食品股份有限公司董事长秦英林分享了其对猪肉消费市场的洞察，并提出了通过品质升级、体验优化与跨界协同激发消费潜力的发展思路。

降低消费者隐性成本 让猪肉消费更安全方便美味

消费是拉动经济增长的重要引擎，同时也是百姓追求美好生活的最直接体现。猪肉消费有哪些新趋势呢？

秦英林认为，猪肉消费已从量的需求转变为对品质的追求，尽管市场存量是一定的，稳定的，但大众的需求增长没有边界，对美味的追求没有边界。面对这一消费趋势，企业应该不断创新，打造差异化产品。牧原的做法是通过育种技术培育瘦肉夹层更丰富的优质五花肉，并对猪肉产品做精细化分割，让不同消费层级的消费者都能获得符合自身需求的产品。

更进一步，还要着眼于客户需求，从降低消费环节的选择成本、加工成本、加工能力成本等隐性成本方面发力。

“现在大家的时间都是珍贵的，你把肉做好了，让人放心，来了都不用挑，拿着就走。”秦英林说，为了降低消费者的选择成本，就要做好产品品质，提高消费者的信任度。另外，买完肉如果还要拿回去淘一淘，洗一洗，切一切，烹调烹调，也浪费时间，并且有的人不一定会做。面对这一痛点，可以把这肉提前准备好，让消费者回去加热或者轻加工就可以，“在挑选上、加工上和烹调的能力上，都是我们的发力点。”

秦英林还提出，不仅要为消费者降低更多隐性成本，还要创造更多隐性价值。例如，在健康方面，生产富含亚油酸、欧米伽3等有益脂肪的健康猪肉，通过排酸、锁鲜等技术应用提升肉质口感，让肉更香，体验更好。

跨界融合与生态共建 猪肉产业的新想象空间

节目中，秦英林与珠海格力电器股份有限公司董事长董明珠、东风汽车集团有限公司总经理冯长军围绕跨界融合与服务生态构建展开了富有前瞻性的对话。

“我希望我们的猪肉找一个好家，离开了商超，到一个小家里去的时候也舒服，也安逸。这个小家就是格力冰箱。”秦英林的这一生动比喻，引发全场共鸣。董明珠回应称，格力的冰箱能够为猪肉保鲜提供理想环境，“牧原猪肉非常好，放在了格力冰箱里面，所以牧原的肉更好。”冯长军则描绘了“东风冷链车+格力温控+牧原猪肉”的产业协同场景，让优质猪肉能够高效、新鲜地送达全国各地乃至全球市场。

秦英林表示，想要创新，一定是要从消费端客户身上找努力点，一定是要破界、跨界来找，不要让消费者去吃个肉，还要动那么多脑，也不要去花时间，更不要去费力，想要实现这一目标，就需要有全套解决方案。例如，未来能不能格力冰箱呼唤，给丈母娘家送二斤牧原猪肉，这边车就送过去了。

展望未来，秦英林称，牧原将继续以消费者需求为中心，通过持续的技术创新与跨界合作，不断降低消费环节的隐性成本，创造更多健康与品质价值，推动优质猪肉产品更顺畅地进入大众生活。 **(本文系根据央视报道整理)**

●牧原董事长秦英林做客央视《对话》

图片新闻

退役不褪色 商海闯新路

退役军人蒲长春创办山东仙乡文旅公司，深耕鸵鸟系列产品的加工，与非遗企业、食品名牌企业合作代工，先后推出了鸵鸟肉水饺、酥锅，鸵鸟蛋面条、蛋糕，鸵鸟肉干、酱肉、肉丸、肉卷、烧烤、香肠、罐头、灌汤包，鸵鸟蛋壳彩绘、雕刻，鸵鸟毛毯等一系列产品，鸵鸟全席特产宴也正式走向市场，掀起一股食用鸵鸟产品的热潮。

图为1月13日，山东仙乡文旅产业有限公司董事长蒲长春(右)向客户介绍鸵鸟蛋彩绘艺术品。

本报通讯员 闫盛霆 摄影报道

14项具体举措出台

银发经济发展将有这些新变化

据新华网报道，民政部等8部门近日联合印发《关于培育养老服务经营主体促进银发经济发展的若干措施》，聚焦品牌化建设、供需平台搭建、发展环境优化等方面，出台14项具体举措，这些新举措将带来哪些变化？一起来了解一下。

品牌化建设逐步推进

养老服务商标品牌培育，对于促进银发经济高质量发展十分重要。

文件明确提出若干举措，鼓励养老服务经营主体擦亮品牌、打响品牌，从品牌的塑造、保护、推广上给予全方位引导支持，为培育养老服务领域知名品牌、壮大龙头企业提供清晰政策路径。

供需对接平台稳步搭建

在浙江，建设省级银发经济产业园，银发经济产值近28亿元；在陕西，连续两年发布银发经济产业目录，将9类适老化产品纳入以旧换新范围，带动消费近12亿元……各地不断打通银发消费供需对接堵点，取得阶段性成效。

良性市场秩序渐进形成

截至2025年底，全国有养老机构4.17万家，从业人员达72.2万人。其中，民营及公建民营养老机构占比达71.9%。可以说，社会力量已经成为养老服务多元供给的主力军。

期待我国养老服务更加可及、便利和智能，更好满足亿万老年人多层次、多样化需求。 **(林凯 宓盈婷)**

融绘和美新画卷

——江西省遂川“四融一共”点亮乡村产业振兴路

■ 本报通讯员 李建平 梁玉玲

在赣鄱大地的群山深处，有一片被“红古绿”三色浸润的土地——江西省遂川县。近年来，这里以共同富裕为目标，以“景村、产村、三治、城乡”四大融合为笔，以群众增收为墨，绘就了一幅生态优美、产业兴旺、治理有序、百姓幸福的和美乡村新图景，让乡村既有“诗和远方”的浪漫，更有“烟火人间”的温暖。

生态为底 景村融合激活“美丽经济”

“以前守着好山好水，却不知道怎么变现。现在不一样了，家里的老房子改成了民宿，每年能多赚好几万！”碧洲镇白水村村民梁大叔的感慨，道出了江西省遂川景村融合的生动成效。遂川坐拥白水仙景区的灵秀、桃源梯田的壮阔，如今这些生态资源正通过“景村一体”的模式焕发新生。

碧洲白水引进企业投资5000余万元打造山溪叠墅乡宿等，推窗见青山、出门遇溪流，成了游客向往的“世外桃源”；汤湖茶海温泉小镇斥资2.66亿元，将茶园、温泉、民宿串联，打造“茶叶销售+特色餐饮+乡宿休闲”综合体，游客在这里既能品狗牯脑好茶，又能泡温润温泉，沉浸式感受茶乡风情。左安镇桃源村流转40余户宅基地，统一打造‘洞穴乡宿’‘星空乡宿’田乡宿群，旺季入住率达90%以上；新江引进江西弘文教育投资1.2亿元，建成横石红色教育旅游研学基地，每年接待研学团队超5000人次，带动周边20余户村民发展餐饮、住宿增收。截至目前，全县已培育乡宿100余家、客房2000余间，乡村旅游人次、旅游收入分别同比增长45.2%、28.10%，600余万元增收成果实实在在装进了村民口袋。“梯田茶乡过年游”入选文化和旅游部“乡村四时好风光”全国乡村旅游精品线路，桃源梯田、汤湖温泉等景区入选新华网“发现乡村旅游目的地”精品线路点。

产业为脉 产村融合托起“致富梦想”

“遂川有三宝，茶果板鸭错不了！”在遂川，这句俗语早已深入人心。如今，依托“井冈山”农产品区域公用品牌，狗牯脑茶、金桔、板鸭等特色产业正以农业“三化”建设为契机，实现从“小特产”到“大产业”的跨越。

走进狗牯脑茶核心产区，连片的茶园层层叠叠，标准化示范基地里，采茶工人指尖翻飞；加工车间内，智能化设备运转不停，茶香四溢。目前，遂川已建成标准化示范基地9个，培育省级龙头企业13家、市级龙头企业65家，33家企业获得“井冈山”品牌授权。狗牯脑茶品牌价值48.02亿元，位列2025年中国绿茶区域公用品牌价值第21位。发行了全省首张1.01亿元的“茶票”，让“一片叶子”撑起了乡村振兴的“半边天”。

不仅是茶叶，金桔种植基地里果实挂满枝头，板鸭加工企业订单不断，大米加工厂实现“从田间到餐桌”的全程溯源。为推动群众增收，遂川县着力构建共富体系，打造‘联盟+合作社+农户’组织模式与‘薪金+分红+租金’收益模式。目前，全县30.4万亩茶园已为11万茶农提供稳固收入来源，累计为90个村集体分红300余万元。全县309个村集体经济收入达15万元，其中40个村超30万元，“茶票”“林票”激活资源变资产，茶农户均年增收超6000元；乡宿产业蓬勃发展，吸纳就业超600人，真正实现“强村富民”。

治理为基 “三治融合”守护“平安幸福”

“家里水管坏了，在‘村圈’上发个消息，没多久就有人来修；邻里有小矛盾，‘百姓说事’的时候聊一聊，问题就解决了。”泉江镇螺溪村村民刘新华说，如今的遂川乡村，矛盾少了、服务好了，日子过得更舒心。

遂川坚持“农民主体”，全面推广“数字乡村”平台，率先在全省试运行“村圈”平台，创新了数字化治理模式，推动乡村“智”理升级。

“村圈”治理新模式让村民成为乡村治理的“参与者”。万村码上通“5G+平台”关注数超17.5万人次，累计处理各类事件超2万件，完结率99.89%，群众好评率99.46%，小到垃圾清运、路灯维修，大到政策咨询、矛盾调解，都能在平台上快速解决。“百姓说事、干部办事、群众评事”机制落地生根，“入户听诉”“干部返乡治村”活动常态化开展，基层矛盾在“唠家常”中化解，乡村治理的“神经末梢”愈发灵敏。

与此同时，城乡环卫、污水管护一体化覆盖全县309个村，23个乡镇(圩镇)实现污水处理全覆盖，农村生活垃圾有效治理率超98%；“20分钟医疗圈、30分钟公共服务圈”让村民在家门口就能享受到优质的医疗和公共服务，干净整洁的村容、平安和谐的环境、便捷贴心的服务，让遂川乡村成为群众安居乐业的幸福家园。

[下转P2]

责编:方文煜 版式:黄健
企业家日报网:www.zgceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/irwbd 投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台二维码
企业家日报网二维码