

# 2026年中德企业家论坛在上海举办

■ 许婧

由同济大学中德人文交流研究中心、上海市欧美同学会留德语国家分会联合主办的2026年中德企业家论坛15日在同济大学举办。来自中德两国政府机构、知名企业、高校学界的嘉宾齐聚一堂,围绕“中德经贸关系与企业发展”这一核心主题,结合一线实践分享真知灼见。

## 经贸基本面稳固向好 双向联动根基扎实

作为亚欧大陆重要经济体,中德长期保持紧密经贸往来,双边合作韧性十足。与会嘉宾认为,2026年中德经贸基本面持续向好。

德国联邦外贸与投资署上海联络处首席代表罗茵如(Corinne Abele)表示,2025年,德国对华贸易额达2518亿欧元,同比增长2.1%,中国重返德国最大贸易伙伴国地位。目前在华德企超5200家,创造110万个就业岗位,61%的在华德企计划扩大在华投资。

汉堡驻中国联络处首席代表安克



(Lars Anke)补充道,汉堡港近三分之一业务与中国相关,北威州贡献中德贸易核心份额,双方联动深度凸显。

从贸易结构看,中德贸易正向质量升级迈进。2025年中德货物进出口总额达1.51万亿元,同比增长5.2%,机电产品进出口占比70.8%,传统优势品类贸易稳定,新兴产业贸易稳步增长,新能源、数字经济硬件等新兴品类占比逐年攀升。

中国庞大消费市场与完整产业链,吸

引德企加大在华布局;德国高端制造技术也助力中国产业升级,双向互补格局清晰。中国对德单方面免签政策延长至2026年底,便利了双边人员与经贸交流。

## 双向投资活力凸显 营商环境持续优化

营商环境优化是激发双向投资活力的关键。福驰传动技术(上海)有限公司总

经理陶向庆表示,上海“无事不扰、有求必应”的服务模式贴合德企需求,相关产业园区为德企提供全链条配套服务。舍弗勒大中华区首席执行官张艺林认可国内的招商服务,其他企业在太仓布局持续扩大。

德企目前已深度融入中国产业链,比如福驰传动业务量增长34倍,舍弗勒在华营收、专利位居集团前列;中企赴德投资转向绿地建厂,北威州成首选地,10多家中国车企在德建立研发中心,双向投资态势良好。

与会嘉宾认为,中德双方持续破除贸易壁垒,中国外资准入负面清单压缩至29条,制造业外资限制全面清零,为企业跨境经营扫清障碍。

## 产业协同聚焦重点 技术互通双向赋能

碳中和目标下,中德在绿色领域契合度高。张艺林透露,舍弗勒将风电、氢能业务核心布局中国,风电轴承国内市场份额达60%,并计划将机器人业务核心落地

中国。

德国威迪艾灾损预防有限公司上海代表处首席代表罗塔(Lothar Sysk)表示,企业依托防火认证经验布局锂电池认证业务,推动“德国质量+中国速度”融合。

在智能制造领域,艾尔维汽车工程技术(上海)有限公司中国区总裁兼董事法人周文望指出,中国人才红利与德企质量管控优势结合,可推动制造业升级。同济大学副校长李翔宇称,同济与德企共建科研项目,产学研模式成为协同纽带。

具身智能成论坛热点,张艺林表示,汽车厂正布局具身机器人,有望成为亿级产量产业。技术研发上,已形成“双向反哺”格局,舍弗勒中国团队贡献半数专利;而在标准共建方面,威迪艾正推动中国和德国安防标准互通。

与会嘉宾有一个共识:中德经贸长期向好,企业合作潜力巨大。他们建议,中企赴德应优先合资合作,德企在华需推动研发本土化,双方可加强绿色、数字、高端制造领域联合研发,共同提升核心竞争力。(转自中新网)

# 李家莹:新一代营销人的成长路径

## ——品牌传播、数据分析与全球化实践的融合探索

路径的典型样本。这位留学生的成长路径,也折射出全球营销行业的新变化。

“现在的营销,已经不仅仅是传播内容,而是要理解消费者行为、情绪与决策逻辑。”在接受采访时,李家莹这样总结她对专业的理解。而这样的认知,很大程度上来源于她过去一年在法国与美国参与多个国际品牌项目实践。

## 品牌营销正在回归“理解人”

在纽约大学的Global Field Intensive项目中,李家莹曾参与国际创意机构OR&S Collective与Honda合作的DreamTech营销项目。与传统汽车广告不同,这一项目最大的挑战并不在于展示技术参数,而是如何让消费者在尚不了解DreamTech技术概念的情况下,依然能够对品牌产生兴趣与情感认同。

“我们当时一直在思考,消费者为什么会科技吸引。”李家莹回忆道,“后来发现,大家真正感兴趣的,并不是技术本身,

而是技术带来的自由、安全感与被理解的感觉。”基于这一洞察,她所在的团队放弃硬核技术讲解,转而用情绪化叙事、都市视觉语言与全渠道传播,构建人与科技之间的情感共鸣。项目整合TVC、户外广告、TikTok、Instagram与用户共创内容,传递“Ride Bold. Ride You.”的价值主张,让抽象科技变得可感知、有温度。

这也正是当下全球品牌传播的重要转向:消费者越来越不愿意被“教育”,而更容易被“共鸣”打动。

## 商业创意的背后是数据与趋势

在另一项为DSM-Firmenich完成的香氛概念企划中,李家莹进一步深化了对“情绪价值”的理解,团队以热带水果为灵感,打造出契合现代人身处高压环境下的疗愈式嗅觉体验:“我们进行了市场调研,发现根据近几年香氛市场趋势,食物相关味道非常受年轻人欢迎,其中就包含香草和桃子,这也是为什么我们将这两个

元素纳入了我们的香氛。”

外界看来感性的香氛营销,实则建立在严谨的消费者趋势与市场研究之上。“香水卖的从来不是气味,而是一种情绪状态、一种生活向往、一段短暂的精神逃离。”她介绍,该项目大量参考行业趋势报告、消费者行为数据与流行香型变迁规律,最终将现代人对情绪舒缓与感官疗愈的需求,转化为更具商业可行性的品牌概念。

我们观察到,这种“创意可落地、洞察可量化”的能力,也正成为越来越多国际企业看重的新型营销核心能力。

## 走向数据驱动的商业决策

近年来,全球企业对营销人才的要求正在发生结构性变化:不再局限于“懂内容”,更要“懂商业”;不再止步于“做传播”,更要“做决策支持”。

李家莹的成长轨迹恰好印证了这一趋势。在校期间,她为沃尔玛设计Access Hub轻资产创新项目提案,探索以最小投

资复用现有资源实现收入增长的精益框架;独立完成Claim社交返利平台营销全案,拆解Z世代消费动机与平台增长逻辑;操盘Dave's Killer Bread全美媒体策略,覆盖OOH、CTV、社交、电台、零售媒体等全渠道投放;还为百年工装品牌Carhartt完成战略分析与三年科技投资规划,涉及AI、供应链、可持续发展与数字化转型等多个领域。这些实践经历,让她的能力边界从品牌创意逐步延伸至商业分析、用户研究、数据建模与战略决策。

在即将开启的再生元制药商业分析实习中,她将运用AI技术、预测分析、用户分群、患者与医疗从业者(HCP)分析等专业能力,为肿瘤业务提供数据驱动的商业决策支持。

在采访最后,李家莹表示:“未来的营销人才,不只是会传播,更要懂消费者、懂数据、懂商业决策。AI可以提高效率,但品牌最终连接的仍然是人。”她的成长轨迹,正是新一代营销人才从“营销传播执行”迈向“综合商业分析”的一个缩影。(田艺欣)



2026年,AI、数据洞察与情绪消费正在深刻改变全球营销与商业决策逻辑。从消费品到科技企业,从零售巨头到生物医药公司,都面临同样的核心命题:如何真正理解消费者,并用更精准、更理性、更有温度的方式建立长期品牌价值。

在这一背景下,纽约大学整合营销硕士研究生李家莹,凭借连续参与多项国际品牌实战项目的经历,获得全球顶尖生物医药企业再生元制药(Regeneron)商业分析实习机会,成为观察新一代营销人才成长

# 在杭州揭牌 国家人工智能应用中试基地(具身智能)

中新社消息,国家人工智能应用中试基地(具身智能)16日在杭州揭牌,该基地是中国唯一一个面向具身智能领域的国家级应用中试基地。

中试基地旨在构建以算力保障、数据开放、模型服务、场景验证为核心的公共技术服务平台。上接科技攻关,下接产业示范和量产推广,是加速人工智能应用规模化、标准化、体系化发展的共性能力平台。

此次揭牌的国家人工智能应用中试基地(具身智能),聚焦具身智能+新消费、新物流、新制造、新工程、新安全、新农业等领域,打通具身智能国产技术栈,构造从算力、芯片到本体、模型研发,再到应用场景开发的完整产业生态。

当前,推动具身智能走进千行百业,高昂的开发成本是一道现实关卡。为破解这一难题,国家人工智能应用中试基地(具身智能)已搭建农业、安全、物流、工程、制造、服务等训练场景,通过提供“一站式”公共服务,让应用场景研发降本提速。

“过去企业想要开发一个应用场景,光是训练数据就得花费上千万元人民币,资源更是分散在各地。现在只需要支付租赁费用,就能一站式获取所需资源。”浙江科澜信息技术有限公司技术中心总经理安连武说。据了解,宇树科技等具身智能头部企业成为国家人工智能应用中试基地(具身智能)共建合伙人,将在技术研发、场景应用、标准制定、生态培育等方面提供助力。

# 今世缘:深耕稳底盘 蓄力向新行

■ 洪姝翌

当“量价齐跌”“库存高企”“动销疲软”等成为年度高频词汇,面对行业深度调整期的阵痛,进、退、守之间的路径抉择,无不考验着各家酒企的战略定力与经营智慧。近期,白酒上市企业2025年年报相继出炉。在一众皆“寒意”的业绩报告中,亦有亮点可寻。在江苏,今世缘酒业就交出了这样一份韧性答卷。

数据显示,今世缘2020—2025年的五年复合增长率达15%,在A股19家白酒企业中稳居第二位,长期增长成色十足。2025年,今世缘实现营业收入101.81亿元,归母净利润26.04亿元,虽有所收缩,但放在行业整体的坐标系里,已显著优于行业平均水平,调整节奏显得从容得多。

进入2026年一季度,今世缘延续稳健经营态势,经营活动产生的现金流量净额达21.14亿元,较上年同期增长48.1%,核心得益于预收客户货款增加,直观反映出经销商对公司产品的坚定信心,以及渠道库存的良性状态,为全年稳健发展奠定良好基础。

更为稳健的是,公司财务基本面持续夯实,抗风险能力与投资者回报能力突出。2025年,公司资产负债率仅36%,经营活动现金流净额15.08亿元,始终保持正向流入。在投资者回报上,今世缘推出每10股派12元(含税)的分配方案,合计派现14.96亿元,分红率高达57.46%;近三年累计现金分红超过42亿元,年均分红率超过138%,以真金白银彰显长期经营信心与责任担当。

尤为亮眼的是,2025年年末,公司合同负债17.08亿元,较2024年同期增加1.15亿元,同比增长7.24%,在行业多数企业预收货款收缩的背景下逆势提升,直观印证渠道信心稳固、厂商合作关系紧密。

在行业调整期里,规模收缩是共性,结构优化才是破局关键。今世缘主动推动发展模式从“规模扩张”向“价值创造”



转型。从产品结构看,高端化战略定力不改。公司300元以上价位的A+类产品实现营收同比下降16.89%至62.25亿元,但仍占总营收超过六成,毛利率也提升0.41个百分点,达83.11%,通过量缩价稳握牢品牌定价权;100—300元价位的特A类产品营收32.69亿元,同比仅下滑2.33%,毛利率同步提升0.6个百分点,成为大众消费场景的稳定器,中高端产品合计贡献超过九成营收,产品结构韧性凸显。与此同时,今世缘品牌矩阵效能得以充分释放,国缘品牌借势“苏超”强势出圈,品牌影响力进一步提升;今世缘品

牌坚守喜庆基本盘,以情感营销提升品牌温度;高沟品牌扎根本土,躬身品牌复兴之路。极致的渠道执行力是今世缘的核心竞争力之一,更是公司穿越白酒周期底部的硬实力。2025年年末,今世缘经销商总数1358家,全年新增445家,淘汰315家,净增130家。其中省内782家,净增169家,省外576家,净减39家。企业构建扁平化、精细化渠道体系,坚持“省内精耕攀顶、省外攻城拔寨”战略,市场布局分层突破、深度下沉。面对行业渠道去库存、动销疲软的困境,公司加速全渠道

融合,构建“经销+直销+线上销售”多元模式,通过固化五星评定、策略共创等四大机制,深化厂商协同,推进渠道数字化与终端精耕,为结构优化与终端掌控提供了新动能。报告期内,企业批发代理虽是主渠道,营收96.73亿元,但同比降低13.67%;直销(含团购)营收3.38亿元,同比增加24.09%,团购与大客户业务快速放量;线上自营收入1.84亿元,同比增长14.16%,新兴渠道增速亮眼。

布局长远,以逆周期投资孕育新质生产力,今世缘不断为下一轮竞争积蓄势能。行业首家全流程智能化制曲生产线投产,智能化包装车间获评五星级现场,数字孪生工厂实现全流程可视化管理,同时获评零碳工厂,4款产品获得绿色食品认证,绿色智造水平位居行业前列。研发投入持续加码,技术创新持续筑牢品质壁垒,公司全年费用化研发投入5023万元,“绿色(低碳)智慧酿造系统关键技术研发及应用”项目获“中国食品工业协会科学技术奖”一等奖。在治理层面,公司ESG评级持续提升,MSCIESG评级升至BBB级,中证、万得ESG评级维持AA级,荣获中国酒业ESG示范企业、全国文明单位等称号,治理效能与品牌形象同步升级。

与此同时,年报还显示,公司固定资产由2024年年末的32.17亿元激增增至64.09亿元,主要系部分技改项目达到预定可使用状态由在建工程转入。公司智能化成品酒包装物流中心、智能化酿酒陈贮中心、南厂区新制曲中心项目等在建产能持续推进中。未来,随着优质产能的大规模释放,企业有望进一步筑牢竞争优势。

下蹲是为更高跳跃。2025年,今世缘在行业寒冬中主动调整、蓄力储能,在产品、渠道、产能、技术等维度全面升级。作为龙头酒企,今世缘的转型之路仍在继续。这份逆势蓄力的智慧与勇气,或将成为更多传统企业转型的重要参考。(转自《江苏经济报》)

# 中英商界精英齐聚横琴 为中企出海出谋划策

中新网消息,由中国华南英国商会主办,英国商业贸易部、英国驻广州总领事馆支持的年度旗舰论坛“湾区力量·英伦链接·共赢全球:明珠、英国与葡语世界——互联互通”,15日在横琴举办。中英两国商界精英齐聚一堂,围绕大湾区政策优势、英国市场准入路径、葡语国家协同机遇等核心议题展开交流与探讨。

“我本人就是外资在华成功的例证。”中国华南英国商会主席马克·柯雷顿分享了自己扎根珠海21年、其所创立的英资企业C2W在广东成功运营20周年的亲身经历。他表示:“我希望能看到更多中国企业反向实现同样的成功——走向全球,特别是走向英国。”

他指出,英国拥有全球最强大的专业服务能力(法律、税务、治理、品牌、合规与市场准入),无论中国企业的目标是英国、中东、东南亚、非洲,还是巴西、葡萄牙及更广泛的葡语世界,英国企业都是最佳的合作伙伴。

英国创意机构JUICE的客户合作总监Alex Jupp建议,中国企业需要深度理解英式精神——含蓄、幽默、怀旧,并通过本土化叙事建立信任。

在案例分享环节,广药集团(澳门)国际发展产业有限公司质量研发总监陈思园详细介绍了广药以澳门为支点、横琴为腹地,成功打通中成药“澳门制造”并取得多项“首个”批文的实践。她指出,“琴澳联动”模式为企业提供了税收、注册、国际认证等多重便利,是中医药国际化的可复制路径。

在专题研讨环节,嘉宾们一致认为,当前中国企业出海已进入以“信任”与“韧性”为关键词的新阶段。企业不仅需要关注ODI备案、跨境融资、法律合规等硬性门槛,更需构建涵盖治理体系、数字化基建与本地化运营的软性能力。

马克·柯雷顿表示,英国的专业服务能力与中国企业的出海需求高度互补。期待携手更多中英专业机构,助力大湾区企业高质量、可持续地走向英国、葡语国家及更广阔的国际市场。(邓媛雯)

# 有需必应 无事不扰 有诺必践 海南着力提升营商环境

中新网消息,企业想约见政府部门,原则上7个工作日内就能安排上;涉企行政检查通过“综合查一次”,减少对企业经营干扰;政府承诺的事项,有专门机制盯着办——这些实实在在的举措,正在勾勒出海南自贸港“有需必应、无事不扰、有诺必践”的服务图景。

5月15日,在重庆举行的“高标准建设海南自由贸易港”(重庆市)专场新闻发布会上,海南省营商环境建设厅副厅长、新闻发言人王雪皓表示,海南将营商环境作为自贸港建设的生产力和核心竞争力,推出系列创新举措。

围绕“有需必应”,海南持续擦亮“自贸港为您服务”品牌。极简审批和“高效办成一件事”融合改革,让重点园区工程项目建设改革效率提高90%以上。线上,“政企约见”功能已在“海易办”平台上线,企业在平台上约见政府及其部门人员,原则上在7个工作日内安排约见。

做好服务的同时,更要做到“无事不扰”。海南在全国首个以地方性法规方式出台《海南省涉企行政检查条例(试行)》,有力推动“综合查一次”“亮码检查”改革,实现“进一次门、查多项事”,最大限度减少对企业经营干扰。

而“有诺必践”,则是海南打造诚信自贸港的重要一招。王雪皓说,海南累计推出超过200个信用建设应用场景,推进先行赔付、信用审批、“二线口岸”信用通关机制等创新性改革。

在政府合同履约领域,海南制定了政府合同诚信履约监测机制,实施政府合同履约临期提醒、到期告警、超期督办,督促各级政府和部门按照约定履行合同约定,充分发挥政府在全社会诚信建设中的表率作用和引领作用。

与此同时,海南坚持“新官理旧账”,推动解决涉企历史遗留问题。王雪皓表示,2025年以来,海南持续开展营商环境涉企历史遗留问题攻坚行动,创新重大疑难复杂问题法治会诊和涉企紧急诉求快速直商会商解决机制,推动解决一批历时较长、跨地域、跨部门、跨层级复杂疑难营商环境问题。目前,全省攻坚行动共涉及存量历史遗留问题950件,企业回访满意率超过95%。

畅通政企沟通渠道,方能安商惠企。海南已出台《海南省安商惠企重点举措二十条》,构建起全方位、立体化、全闭环的企业服务体系,畅通的政企沟通渠道,确保企业诉求“事事有回音,件件有着落”。

王雪皓表示,海南始终坚持用心用情服务企业,用完善的沟通渠道和闭环处置机制,让企业在海南放心投资、安心经营、舒心发展。(张茜翼)