

習近平勉工商聯：在推動民營經濟高質量發展上下功夫

【大公報訊】據新華社報道：在中華全國工商業聯合會成立70周年之際，中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平發來賀信，代表黨中央致以熱烈祝賀，向工商聯系統全體幹部職工和全國廣大民營經濟人士致以誠摯問候。

大力弘揚企業家精神

習近平在賀信中指出，工商聯工作是黨的統一戰線工作和經濟工作的重要組成部分。70年來，工商聯始終堅持黨的領導，圍繞服務黨和國家中心工作，在建設新中國、推進改革開

放、奮進新時代的偉大實踐中作出了重要貢獻。

習近平希望工商聯深入學習貫徹新時代中國特色社會主義思想和黨的二十大精神，切實擔負起新時代新征程黨賦予的使命任務，在加強思想政治引領、促進非公有制經濟健康發展和非公有制經濟人士健康成長、扎實推動民營經濟高質量發展上下功夫，提振信心、凝聚人心，把廣大民營經濟人士更加緊密地團結在黨的周圍，不斷開創工商聯事業發展新局面。希望廣大民營經濟人士切實貫徹新發展理念，大力弘揚企業家精神，爭做愛

國敬業、守法經營、創業創新、回報社會的典範，為全面建設社會主義現代化國家、全面推進中華民族偉大復興貢獻力量。

全國工商聯成立70周年慶祝大會24日在京舉行。中共中央政治局常委、全國政協主席王滬寧出席並講話。他表示，習近平總書記專門向全國工商聯成立70周年發來賀信，肯定了全國工商聯作出的重要貢獻，闡明了工商聯工作的意義、方向、主題、任務，對廣大民營經濟人士提出殷切希望和明確要求，為做好新時代工商聯工作、促進民營經濟健康發展提供

了根本遵循。我們要認真學習領會，抓好貫徹落實。

王滬寧表示，工商聯是黨領導的人民團體和商會組織，工商聯事業是黨和國家事業的重要組成部分。新征程上，工商聯要以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，全面貫徹落實黨的二十大精神，牢牢把握新時代新征程黨和國家中心任務，堅持信任、團結、服務、引導、教育的方針，緊緊圍繞促進「兩個健康」的工作履職盡責，為全面建設社會主義現代化國家凝心聚力、擔當作為。要加強思想政治引領，引導廣大民營經濟

人士堅定不移聽黨話、跟黨走，自覺做愛國敬業、守法經營、創業創新、回報社會的典範，做合格的中國特色社會主義事業建設者。要推動民營經濟高質量發展，引導民營企業完整、準確、全面貫徹新發展理念，積極參與構建新發展格局，堅守主業、做強實業。要引導廣大民營經濟人士踐行以人民為中心的發展思想，推動民營企業履行社會責任、更好為民造福。要堅持政治建會、團結立會、服務興會、改革強會，始終保持和增強政治性、先進性、群眾性，更好發揮工商聯橋樑紐帶和助手作用。

內地企業家聚首廣州 為「中國製造」增值建言獻策

拉鏈巨企建數字平台 3天發貨全球

一條小小的拉鏈，涉及133道工序，正常生產周期需要7-10天，而內地龍頭拉鏈廠只需3天，這是數字化轉型的成果。24日，「2023新實幹企業家峰會—實業專場」在廣州舉行，多家內地製造企業分享數字化轉型的經驗稱，「中國製造」崛起的同時，長期面臨價格戰、同質化競爭、產品附加值低等問題。多家企業提出要抓住中國製造「第二增長曲線」，即在保持中國製造規模化、高效率等優勢同時，嘗試通過數字化工具打通產業鏈上下游，進行數字化轉型。同時直連消費者，從賣產品升級到賣服務，通過服務創造更高的溢價。

大公報記者 盧靜怡廣州報道

天下武功，唯快不破。在製造業領域更是如此。國際跨境電商巨頭Shein的合作工廠、公司總部坐落於福建的晉江滬興拉鏈首席信息官林宇對此有更深體會。Shein作為快時尚電商平台，有人形容其下單速度快如股票價格波動，要求交貨速度更嚴格。

隨時隨地查看訂單進度

「拉鏈最長的工序多達133道，國內外生產一條拉鏈速度達到7-10天已經算快的。但Shein要求當天下午3天內交貨。」林宇說，在Shein下的訂單，單量最少時只有十多條，這在服裝行業叫做「首單」，試水如果好賣了可能新的訂貨就有幾十萬件的單。「對於企業的考驗是內部的柔性生產，另外就是產業鏈上下游的速度。」

滬興廠房裏，每一個員工、每一台設備都會擁有一個屬於自己的二維碼。林宇表示，通過員工在企業微信的開放的接口，可以集成工廠的各個數字化系統，從公司高管，到業務人員、車間主任、班組長，甚至到一線工人，都可以隨時隨地在數字化系統內查看訂單進度、報單進度、計件數量等自己關心的數據。「就這樣實現



▲浙江台州一家科技公司內，工作人員在裝配車間裝配縫紉機。新華社

柔性生產、極速交付。」

中國製造的生產效率已經做到極致，但工廠與工廠之間的合作、產業鏈上下游的協同仍有改善空間。林宇坦言，國外客戶對於交貨速度要求越來越快，可能2-3天。「有時候一個急單發下去，哪些工廠可以接單，多少價錢，什麼時候發貨，進展怎麼樣了，我們要一個個打電話，去追上游供應商和下游經銷商。」

物流詢報價不到20分鐘

「因為要求速度快，我們不能走廉價的海運。我們的利潤本來就很薄，1條拉鏈的毛利只有幾分錢，還要空運，每年光是付給物流供應商的運費，要花將近1000萬。」林宇說，因為航班不一樣，機票價格每時每刻都會變，每一單貨物的體積、重量不同，價格也不同，也只能一單一單的去詢價。「我們現在找到數字化平台，在極短的時間內，不僅能方便地和十幾家物流供應商進行溝通，還要高效地選擇價格、時間最合適的物流商，把我們的拉鏈送出去。」他說，公司通過應用企業微信的上下游功能後，對比之前需要花大半天時間處理的詢報價工作，現在累計不到20分鐘即完成詢報價，運輸成本也至少節約兩成。

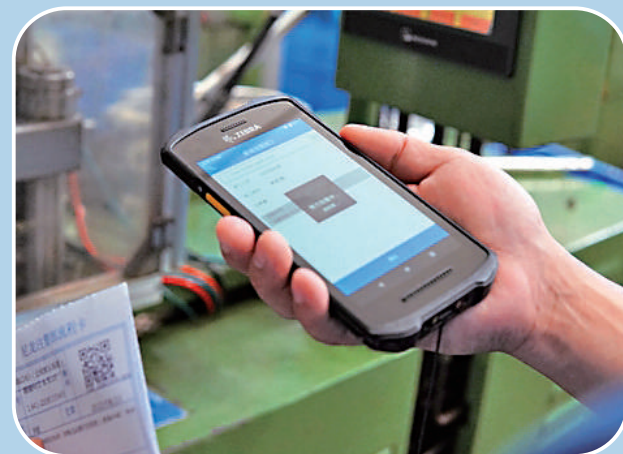
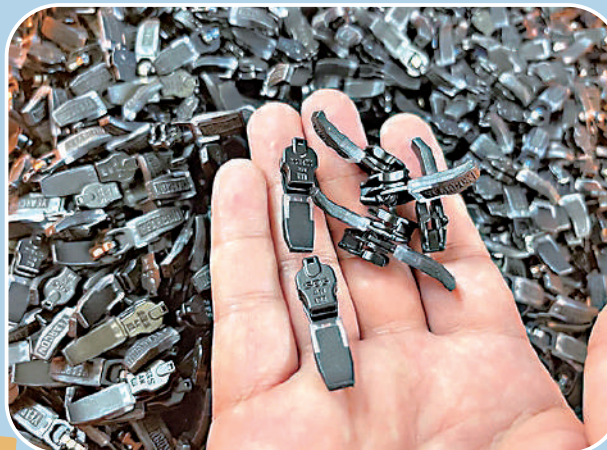
也有大型企業通過數字化銷售直連客戶，通過服務環節增加利潤。雷士照明CIO劉之瀚表示，為逃出價格戰泥潭，劉之瀚說，公司通過門店升級、轉型線上布局、再轉型線上高標定製，從賣單品燈泡升級到賣全屋照明解決方案，從電商價格戰中走出一條高標定製的服務轉型之路。他認為，「中國製造」擺脫價格內卷的關鍵，就是要通過數字化工具大膽邁出直連消費者的這一步。

拉鏈廠數字化轉型

生產效率大躍進



①滬興拉鏈的產量在內地排第一，在全球排第二。該企業通過數字化轉型，生產周期大為壓縮。圖為滬興拉鏈生產車間。受訪者供圖



②通過數字化轉型，場內每一道工序的工人在完成製作後，通過掃碼來更新訂單的狀態，流程管理更為便捷。



③企業通過柔性生產、極速交付，能夠承接全球小批量的個性化定製訂單。

④通過數字化轉型，企業從一線工人到逐級的管理層從潦草又笨重的紙筆記錄中解放出來。

企業家談

「中國製造」



雷士照明CIO 劉之瀚

中國製造擅長規模化生產和快速交付，極易捲入價格戰漩渦、走向同質化競爭。要擺脫價格內卷的關鍵，可以轉型直連消費者，向服務要附加值，從電商價格戰中走出一條高標定製的服務轉型之路。



日豐集團首席信息官 尹浪

日豐每年生產的產品數量將近20億個，過去我們靠人工來管理，做得很辛苦。但現在我們「靠數據」來抓產品質量，每個產品上，都有一個唯一的識別編碼，就能讓這個產品生產的各個環節都能被溯源。

滬興拉鏈CIO 林宇

國外客戶對於交貨速度要求也是越來越快，可能2-3天。傳統製造業要想提升效率，光自己快是不夠的，最關鍵的是，企業與企業之間的協作要順暢，整個產業鏈才能加速。

鈺虹精密副總經理 華建生

儘管員工人數僅40餘人，但通過數字轉型，公司年營收超4000萬元。小工廠的數字化，其實沒有那麼難。公司通過企業微信的「自建應用」搭建了「委外工單進度看板」，將生產全流程放到線上，一年數字化投入只需8000元。



大公報記者 盧靜怡整理

大公報記者盧靜怡整理

8000元實現數字化 小廠年收4千萬

特稿

「小工廠的數字化，其實沒有那麼難。」在24日舉行的「2023新實幹企業家峰會—實業專場」上，東莞市鈺虹精密科技副總經理華建生表示，作為數字化製造企業，鈺虹精密今年年營收預計將超4000萬元人民幣，其生產的數據傳輸連接器，擁有像索尼、任天堂、小米這樣的全球知名品牌客戶。然而，讓人意想不到的，其公司員工僅40餘人。

小企業吃大訂單，質量把控和成本控制是關鍵。

「做工廠的都要圍繞「QCD」三個字打轉。」華建生說，Q就是品質，C

是成本，D是交期。「在品控方面，通常在出貨的時候，我們會做一輪終檢，防止出現不良品。」他說，公司為此打造了批號追溯系統，工人在生產成品之後，會在成品批號後面，加上該部件的生產批號。「如果哪一天，我發現了這個成品是哪裏有問題，是沖壓出問題，還是注塑出了問題，我們會把這個產品的批號給鎖定在最小範圍內。這樣的話，就會大大降低我們的企業報廢的成本。」

華建生說，作為中小企業，買不起昂貴的「ERP系統」（企業資源計劃系統），因此公司通過運用企業微信平台，DIY了一個審批系統，用來進行批

號追溯。公司一年數字化投入只需8000元人民幣，將生產全流程放到線上，生產主管能清晰看到與外部上下游供應鏈企業合作的工單完成度，實現「透明化生產」。大公報記者盧靜怡



▲參觀者在2023服貿會期間觀看中國製造的手術機器人展示。新華社

打造服務優勢 製造業升級新途徑

專家解讀

「這些年從消費到生產，主打就是一個字，快！」經濟學家香帥24日在2023實幹企業家峰會實業專場上稱，消費市場上，現在任何爆款都誕生快，消亡更快，留給生產製造的反應時間越來越短，效率優勢將是企業抓住機會的核心關鍵。

香帥說，從產業鏈附加值角度看，微笑曲線「困局」將持續衝擊中國製造。從消費角度來看，好商品越來越便宜，但好服務越來越貴。她認為，從賣商品到賣服務打造服務優勢，是中國製造業向高附加值攀升的新通路。

「要穿越經濟下行周期，不犯錯是第一要義。」香帥還建議，越是擁有技

術優勢的企業，越要看清數字時代的安全風險。她說，在數字化浪潮下，如何保護好自己的技術優勢，規避風險，是擁有技術優勢企業在走向新增長過程中需要着重考慮的問題。

騰訊公司副總裁、企業微信負責人黃鐵鳴表示，以前製造業企業大多學習國外企業的管理方法，因此也使用國外的數字化工具，但總會發現這些理念和工具在本地應用上或多或少存在差異，「現在我們走自己的路子，在不斷解決實際問題中逐步形成自己的方法，逐步孕育符合實際需求的工具。」他透露，目前企業微信已經服務1200萬真實企業。大公報記者盧靜怡