



编者按:奇瑞控股集团(以下简称“奇瑞”)是中国汽车工业的代表企业之一,也是安徽汽车产业发展的缩影。一方水土养一方人,奇瑞一路走来,就是发扬“徽骆驼”的精神,勤勤恳恳,吃苦耐劳,敢闯敢拼,希望追求高质量发展,追求用户的口碑和信赖。2024年一年,奇瑞的汽车销量、新能源增速、营收、出口量都创造了历史新高;今年1—2月份,奇瑞累计销售汽车40.5万辆,同比增长了18.2%;出口汽车量继续位居中国车企第一。

## 让中国汽车的“皖美力量”驰骋五洲四海

访全国人大代表,奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃



尹同跃

本报记者 彭学英 / 吴明 张骅

自全国两会开幕以来,奇瑞董事长尹同跃在参加会议之余,几乎被媒体包围,按他的话说,媒体现在也很“卷”。3月8日,尹同跃就汽车工业百年变革,当下安徽汽车产业如何发展等话题接受了《中国企业家报》记者的采访。

### 面向未来,传统动能焕新升级

国务院总理李强在政府工作报告中提出,因地制宜发展新质生产力,加快建设现代化产业体系。推动科技创新和产业创新融合发展,大力推进新型工业化,做大做强先进制造业,积极发展现代服务业,促进新动能积蓄成势、传统动能焕新升级。

尹同跃表示,汽车作为传统产业,在新技术的加持下正在发生巨变。“现在的汽车不仅是交通工具,更是人们生活、工作的重要平台。可以说‘足不出车’就能完成很多生活和工作上的事宜。现代化、智能化已成为汽车产业脱胎换骨的标志。”尹同跃说。

“虽然奇瑞是从创新起家的,但面向未来,丝毫不敢懈怠。”尹同跃说,向新,向上,是奇瑞的特质。只要是对于汽车产业品质和应用场景提升有意义的技术和工艺,奇瑞向来抢先进入,不惜代价整合全球人才、技术资源,力争始终保持在行业的领先地位。

### 产业竞争应由“内卷”变为“伸展”

尹同跃表示,在整个产业升级转型之际,“肉搏式”的竞争是免不了的。但奇瑞坚持不打价格战,不搞恶性竞争。奇瑞一直坚持品牌向上攀升,提升品牌含金量,用品质、品牌和服务提升自身核心竞争力。向下的“内卷”式竞争没有未来,希望变“内卷”为“伸展”,通过多品牌战略,形成各具特色的品牌定位,“向左、向右”开辟出新天地,拓展出更加细分、差异化的市场机会;通过技术赋能和品质提升,提高产品价值,提升盈利能力,不断推动品牌“向上”,实现企业经营质量的显著提升。

“一花独放不是春,百花齐

放春满园。”尹同跃说,奇瑞一方面希望与安徽汽车产业链上下游的企业一起,与其他中国汽车的友商们一起,共同走进海外市场,为当地用户提供更好、更多的产品和服务;另一方面,积极探索与国际大企业、大品牌的多样化合

资合作,无论是“造船出海”还是“借船出海”,大家都能在一个开放创新的生态中互相成就,合作共赢。

### 持续创新,让百年产业焕发新活力

“服务是制造业的价值延伸,也是制造业高附加值的重要体现。”尹同跃表示,“目前,汽车正在从交通工具转变为移动智能终端,车企也要加快从汽车制造的源头走向汽车后市场、材料回收、循环经济、用户生态等全价值链,打造综合性的智能出行生态,这就需要构建一个可持续的、开放创新的体系,来支撑这个生态的萌芽和成长。”

尹同跃说,奇瑞希望依托内部的300+瑶光实验室,以及开放的“开阳实验室”平台,建立与全球优秀企业“双向奔赴”的创新机制,吸引全球一流团队落户安徽;加强与华为、小米、海尔等企业的跨界合作,学习研究他们的生态模式,创造具有奇瑞特色的新的经济平台。我们还要充分发挥龙头带动作用,积极带动皖北地区经济发展,带动

合肥、淮北、亳州、滁州、宣城、安庆等相关配套产业发展,让安徽汽车产业既有“顶天立地”的龙头,更有“铺天盖地”的产业生态。

尹同跃表示,今天的安徽汽车产业,就像黄山上的“迎客松”,既有咬定青山的坚韧,更有拥抱世界的胸怀。奇瑞将努力做自主创新的尖兵,做开放合作的桥梁,做产业升级的引擎,为安徽打造具有重要影响力的“三地一区”贡献力量。奇瑞坚信,在省委、省政府的坚强领导下,安徽必将从“汽车大省”迈向“汽车强省”,让中国汽车的“皖美力量”驰骋五洲四海!

### 主编视点

随着当前安徽汽车产业规模、速度的不断提升,安徽正加快从“汽车大省”向“汽车强省”转变。奇瑞作为土生土长的安徽企业,要当仁不让地发挥领军企业的带动作用,努力为安徽发展新质生产力贡献力量。对于今后的发展,尹同跃表示,奇瑞将深入贯彻落实政府工作报告及安徽省委、省政府的决策部署。做好该做的事,永远保持创新向上的发展态势。



### 华塑股份

#### 部署安全工作重点

3月3日,在安徽华塑股份有限公司(以下简称“华塑股份”)安全办公会上,公司领导强调当前安全重点。连日来,该公司紧紧守住安全、信访、舆情“三大风险”,抓早抓小、防微杜渐,确保全国两会期间队伍稳定。全国两会期间,华塑股份召开安全专题会,研究部署全国两会期间安全工作,组织开展风险隐患大排查,对排查出的风险和隐患按照“五定”要求加强管控、整改落实。落实风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制,加强风险识别、分级管控、隐患排查治理,有效防范安全事故的发生。严格落实特殊作业刚性规定,推行视频全覆盖、全过程监管,人防物防技防,确保公司安全生产形势稳定。落实承包商“365”管理机制,倾力打造安全命运共同体。(陈春秋 彭学英 吴明)

### 皖北煤电集团数字化转型成果丰硕

近年来,皖北煤电集团以提高效率为目标,引领集团公司向数字化转型的高质量发展道路稳步前行。该集团利用云计算、大数据、物联网、人工智能等技术,按照“一朵云、三个平台、N+个应用”的建设思路,建成了安徽省内第一家煤矿行业工业互联网平台,推动了公司下属煤矿及非煤矿山公司安全、生产、设备等业务上云,并提供数据采集、治理、应用等服务。其中,五沟煤矿工业互联网平台,获得安徽省2023年煤矿安全生产专项资金补助资金243万元。荣获2022年度“淮北市工业互联网标杆企业”荣誉称号。承接安徽省2023年重大科技攻关专项《面向工业互联网的多模态智能感知与认知决策技术攻关》项目,承担“工业AI在煤电行业的应用示范”课题研究。(刘海燕 孙岳)

### “春风行动”专场招聘会圆满落幕

近日,合肥经开区以高效对接就业需求、积极搭建就业平台、缓解企业用工难题为目标,组织开展了2025年合肥经开区“春风行动”海恒中心专场招聘会。活动汇集辖区安徽九州通医药有限公司、合肥海诚科技产业服务有限公司等24家企业,提供储备干部、结构工程师等826个岗位。招聘会现场气氛热烈,求职者和企业就薪资待遇、职业规划、个人成长等方面进行深入探讨,实现“双向奔赴”。合肥经开区将继续坚持就业优先战略,多措并举加强企业和求职者的双向沟通,实现人岗匹配、才尽其用,做到为民解忧有温度、为企业服务有力度。(朱磊 陈博文)

本刊主编:吴明

## 汇聚合力,积极推动中国白酒“走出去”

访全国人大代表,古井集团党委书记、董事长梁金辉



梁金辉

本报记者 彭学英 / 吴明 张骅

全球“中国热”持续升温,RCEP《区域全面经济伙伴关系协定》、共建“一带一路”等机制为白

酒文化国际传播提供了战略通道。然而,白酒企业“走出去”仍面临国际标准缺失、文化认知壁垒、海外渠道薄弱等现实挑战,亟需国家层面统筹规划与政策赋能。3月8日,全国人大代表,古井集团党委书记、董事长梁金辉就这一话题接受了《中国企业家报》记者的采访。

数据显示,2024年我国白酒商品累计出口1.64万千升,仅占当年国内白酒产量0.39%;出口额9.66亿美元,与烈酒进口额的21.25亿美元依然存在较大差距。这其中既有缺乏顶层设计和国家平台大力支持的因素,也有标准、政策关卡、饮酒文化差异等原因。

梁金辉认为,中国白酒若想广泛参与国际竞争和提升话语权,需从国家层面予以关注,从顶层设计

上进行系统推进。他从三个方面进行了分析:

首先,欠缺通行国际标准。国内将白酒归属为普通食品,但很多国家和地区将其归属为特殊食品,进入门槛较高。同时,我国白酒成分复杂,至今尚未形成一致性、易识别的中国白酒国际标准,束缚了白酒国际市场开拓。

其次,国外综合税费较高。目前,国家对于进口烈性酒的关税相对海外国家仍然非常低。同时,由于标准的不清晰,白酒往往被归为“其他蒸馏酒”,适用更高级别的税率,一定程度上影响了白酒动销和消费者接受度。

第三,饮酒文化差异较大。受不同文化传统、风俗习惯等影响,各国形成各自独特的饮酒文化和场景,白酒难以融入当地酒文化。

针对目前存在的问题,梁金辉提出建议:一是鼓励中国白酒酿造技艺申遗,推动中国文化在全世界范围的传播和继承,显著提高中国白酒文化的国际地位与认可度。二是支持行业协会组织龙头企业,加快制定中国白酒国际标准,构建适应国际贸易的白酒标准体系,提升中国白酒在国际烈性酒标准制定中的话语权。三是加大政策支持,建立切实可行的对外合作机制。争取更加优惠的关税安排,有效化解非关税贸易壁垒,制定一系列的白酒出口优惠政策,助力中国白酒走向世界。四是多渠道助力中国白酒海外推广,将白酒纳入“中国制造”“中国品牌”全球行动优先领域,助力中国白酒从“民族瑰宝”迈向“世界名酒”。