

# 用好买来的

随着“一带一路”倡议深入推进，全球制造业重心加速向亚太地区转移，从知识产权在制造业产业链中的话语权日益提升，以往单纯向海外出口商品的简单国际化思维已不合时宜。”中国彩电行业的领军企业创维集团有关负责人在接受《经济日报》记者采访时表示，中国彩电市场已进入存量竞争阶段，但东南亚、拉美、中东和非洲等新兴市场仍有很大增量。创维有意将海外市场作为品牌国际化的重要增长极，在产品全球化的同时谋求品牌国际化。

## 创维的品牌国际化战略

2015年初，国际化被列入创维集团“核心产业”。

# 做好自己的

创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。

创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。

创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。

创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。

创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。

## 生产基地走向世界

创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。

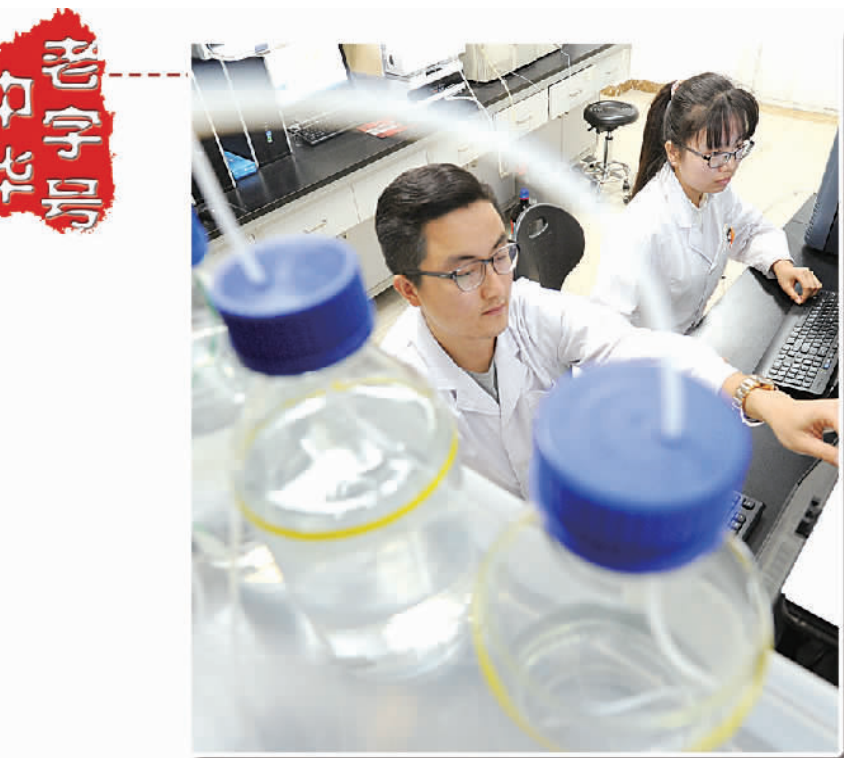
创维集团“核心产业”中，国际化被列为“核心产业”。



图为2015年9月，创维以“Skyworth+Metz”双品牌参加德国IFA展。（资料图片）

# 取利于义“同仁堂”

文/本报记者 韩叙 图/本报记者 李树贵



北京同仁堂集团有关负责人告诉记者，“同仁堂”的金字招牌之所以在历史潮涌中屹立不倒，靠的是品质、是诚信。正如其堂训所言，“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，正是因为辨清了“义”与“利”的关系，取利于义，才有

## 智能空调领军企业志高集团：

# 原创即是含金量

本报记者 黄鑫

在4月19日举行的2017中国智能制造创新发展论坛上，志高集团董事局主席兼总裁李兴浩表示，要实施制造强国战略，文化自信是精神，工匠精神是灵魂，自主创新是推手，智能转型是路径，国家品牌是标志，要站在世界舞台发出“让中国制造再次伟大”的最强音。

刚刚出炉的财报显示，2016年，志高国内业绩增长近四成，整体净利润翻番，增幅达到110.16%，远高于行业盈利水平。

“志高要用10年时间把自己打造成一个世界级企业。”李兴浩表示，志高将秉承智能化、高端化、全球化三大战略，集中资源和精力巩固其作为智能空调领军企业的市场地位，不断强化全球高端品牌形象，全面参与全球市场的竞争。

## 聚焦智能制造

在日前举行的第121届广交会上，志高携旗下家用空调、中央空调、冰洗产品、红酒柜、小家电等五大板块，再度闪亮登场。

志高展台工作人员告诉记者，在本届展会上，最受外国客商欢迎的当属志高智能云空调的升级迭代产品——第三代智能王空调。它能够通过红外热成像传感器识别人的准确位置，实现智能送风。同时，该产品还具有安防监控、视频直播、手势识别、语音控制等功能，当有人闯入或失火时，空调能自动向连接的手机发出报警提示。凭借超级智能的“大

话说清康熙年间，一位姓乐的郎中在京城开了间小小的药室。药室虽陋但名声不小，附近的穷苦人家皆知，这里有位好心的乐神医，药到病除且价格公道。

一日，一华服公子前来求解全身红疹之疾。豪客上门，郎中却并未选取昂贵的药材，反而开了一味最廉价的大黄，嘱其煮水沐浴。几日后，华服公子果真痊愈。为感念其仁心仁术、妙手回春，公子赠匾曰“同修仁德，济世养生”，还送出大药堂一座。郎中这才恍然大悟，原来，华服公子竟是当朝天子，自己治好的更是御医难解之疾。

这段传说不论真假，但“同仁堂”的真正发迹确实是从康熙年代开始的。在此后的300多年里，“同仁堂”领衔御医直至清末，后在战祸中几经起落，新中国成立后又数次改制，终于成长为现代化、国际化的中医药集团，全国中药行业著名的老字号。

北京同仁堂集团有关负责人告诉记者，“同仁堂”的金字招牌之所以在历史潮涌中屹立不倒，靠的是品质、是诚信。正如其堂训所言，“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，正是因为辨清了“义”与“利”的关系，取利于义，才有

- ① 研发人员正用高科技设备分析中药材数据。
- ② 走进“同仁堂”位于北京大栅栏的老药铺，浓郁的中医药文化气息扑面而来。
- ③ 工作人员正在精心挑拣各种药材。
- ④ “同仁堂”在传承传统中药的同时还积极拓展中成药、中药饮片等业务。



同仁堂集团有关负责人告诉记者，“同仁堂”的金字招牌之所以在历史潮涌中屹立不倒，靠的是品质、是诚信。正如其堂训所言，“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，正是因为辨清了“义”与“利”的关系，取利于义，才有

## 智能空调领军企业志高集团：

# 原创即是含金量

本报记者 黄鑫

在4月19日举行的2017中国智能制造创新发展论坛上，志高集团董事局主席兼总裁李兴浩表示，要实施制造强国战略，文化自信是精神，工匠精神是灵魂，自主创新是推手，智能转型是路径，国家品牌是标志，要站在世界舞台发出“让中国制造再次伟大”的最强音。

刚刚出炉的财报显示，2016年，志高国内业绩增长近四成，整体净利润翻番，增幅达到110.16%，远高于行业盈利水平。

“志高要用10年时间把自己打造成一个世界级企业。”李兴浩表示，志高将秉承智能化、高端化、全球化三大战略，集中资源和精力巩固其作为智能空调领军企业的市场地位，不断强化全球高端品牌形象，全面参与全球市场的竞争。

## 聚焦智能制造

在日前举行的第121届广交会上，志高携旗下家用空调、中央空调、冰洗产品、红酒柜、小家电等五大板块，再度闪亮登场。

志高展台工作人员告诉记者，在本届展会上，最受外国客商欢迎的当属志高智能云空调的升级迭代产品——第三代智能王空调。它能够通过红外热成像传感器识别人的准确位置，实现智能送风。同时，该产品还具有安防监控、视频直播、手势识别、语音控制等功能，当有人闯入或失火时，空调能自动向连接的手机发出报警提示。凭借超级智能的“大

“同修仁德，济世养生”的情怀绵延下来。

比如原料。“同仁堂”自创立之日起，对原料的要求就极为苛刻。人参要用吉林的，山药得用河南的，枸杞必用宁夏的，陈皮只用广东的，即便是做大蜜丸的蜂蜜也专用河北兴隆的枣花蜜。为了保证原料质量，同仁堂在全国先后建立起十几个药材基地，其对原料的执着可见一斑。

比如加工。“同仁堂”的药材，凡能见水的都要清洗干净，不能有尘土附着；凡将入药的，哪怕是同一植物的根、茎、叶、花、果，也都分得清清楚楚，不能混杂；不同的配方对药材等级要求不同，不够等级的不能下料，哪怕要重新组织货源，甚至等上一季也不妥协。有段时间，“同仁堂”的香砂枳术断货了，原因是气候异常，枳实中的主要药用成分枳皮苷含量达不到标准。为不误消费者，“同仁堂”果断选择停产。

又比如管理。1992年组建集团前后，“同仁堂”因各部门内耗严重一度陷入“打开账本黄金万两，合上账本分文皆无”的窘境。但即便如此，“同仁堂”也没有放松对品质的追求，车间、班组、工厂和公司四级质量管理体系层层把关，发现问题一查到底，从生产、管理、销售各个环节确保药品质量……

正所谓“修合无人见，存心有天知”，“同仁堂”能够成为行业良心的代名词，诚实守信、取利于义的精神厥功至伟。它不仅是为企业者必须遵循的准则，更是成就品牌必须坚守的信仰。

- ① 研发人员正用高科技设备分析中药材数据。
- ② 走进“同仁堂”位于北京大栅栏的老药铺，浓郁的中医药文化气息扑面而来。
- ③ 工作人员正在精心挑拣各种药材。
- ④ “同仁堂”在传承传统中药的同时还积极拓展中成药、中药饮片等业务。



同仁堂集团有关负责人告诉记者，“同仁堂”的金字招牌之所以在历史潮涌中屹立不倒，靠的是品质、是诚信。正如其堂训所言，“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”，正是因为辨清了“义”与“利”的关系，取利于义，才有

## 智能空调领军企业志高集团：

# 原创即是含金量

本报记者 黄鑫

在4月19日举行的2017中国智能制造创新发展论坛上，志高集团董事局主席兼总裁李兴浩表示，要实施制造强国战略，文化自信是精神，工匠精神是灵魂，自主创新是推手，智能转型是路径，国家品牌是标志，要站在世界舞台发出“让中国制造再次伟大”的最强音。

刚刚出炉的财报显示，2016年，志高国内业绩增长近四成，整体净利润翻番，增幅达到110.16%，远高于行业盈利水平。

“志高要用10年时间把自己打造成一个世界级企业。”李兴浩表示，志高将秉承智能化、高端化、全球化三大战略，集中资源和精力巩固其作为智能空调领军企业的市场地位，不断强化全球高端品牌形象，全面参与全球市场的竞争。

在日前举行的第121届广交会上，志高携旗下家用空调、中央空调、冰洗产品、红酒柜、小家电等五大板块，再度闪亮登场。

志高展台工作人员告诉记者，在本届展会上，最受外国客商欢迎的当属志高智能云空调的升级迭代产品——第三代智能王空调。它能够通过红外热成像传感器识别人的准确位置，实现智能送风。同时，该产品还具有安防监控、视频直播、手势识别、语音控制等功能，当有人闯入或失火时，空调能自动向连接的手机发出报警提示。凭借超级智能的“大

志高展台工作人员告诉记者，在本届展会上，最受外国客商欢迎的当属志高智能云空调的升级迭代产品——第三代智能王空调。它能够通过红外热成像传感器识别人的准确位置，实现智能送风。同时，该产品还具有安防监控、视频直播、手势识别、语音控制等功能，当有人闯入或失火时，空调能自动向连接的手机发出报警提示。凭借超级智能的“大

创新是引领发展的第一动力，也是推动“中国制造”向“中国创造”转变的重要手段。如果说在全球工业“1.0”“2.0”时代，中国制造主要扮演的是模仿者、改进者的角色，那么到了全球工业“3.0”“4.0”时代，中国制造必须转型为突破者、创新者、引领者。

“目前，我国核心和关键技术对外依存度为50%左右，新产品开发70%靠外来技术。同时，《中国制造2025》提出，到2020年，我国核心关键技术的自给率要达到40%，2025年达到70%。”李兴浩表示，“拿来主义”的时代已经过去了，今天的中国企业必须告别单纯的模仿。

凭借在核心技术上的不懈追求，志高在制冷领域6次刷新并保持全球节能纪录；凭借掌握智能云核心科技，志高产品在中外空调擂台赛上屡夺冠军，涌现出一大批技术及工艺领域内的创新精英；志高还不断提升创新服务，利用智能云核心科技创造了一个“用户、空调、企业”的三方互动模式。云空调大数据中心给每个机器配上IP地址，企业能实时掌握空调的运行状态，在线诊断温度采集系统、控制系统、电气系统和制冷系统，实现有故障时自动报修并上门服务。在智能云定制、智能云诊断等核心功能基础上，志高还对智能功能实行再优化，增加了智能清洗、智能生态、智能感应、智能云端、智能服务等五大核心功能。

“无论在何时何地，制造企业都要以技术创新为依托，为世界贡献更多‘原创’。只有每家企业都从自身做起，用先进标准倒逼转型升级，才能让‘中国制造’成为世界的、优秀的代名词。”李兴浩说。