

做强实业 爱拼会赢

——2025年民营企业迎难而上务实创新

苦练内功 登高望远

全球市场价值链。民营企业交出了一份亮眼答卷。

过去一年，民营企业与中国经济发展同频共振。创新火花在车间和实验室里迸发，华为在全球瞩目下发布首款鸿蒙折叠电脑，这不仅是产品的迭代，更是在核心技术领域的自主突破；宇树科技研发的机器人灵巧地走向世界生产线，展示中国在高端制造领域的实力；比亚迪的新能源汽车在多个海外市场销量登顶，每一辆汽车都在为全球绿色转型增添中国动力。从中国制造到中国智造，我国企业正从技术的跟随者转变为未来的开拓者。

民营企业的足迹已遍布五洲四海，加速融入全球价值链。2025年前11个月，民营企业进出口23.52万亿元，增长7.1%，占我国外贸总值比重已达57.1%。跨越山海抵达各个国家和地区的，不仅是优质的产品和服务，更是可信可爱可敬的中国品牌形象。

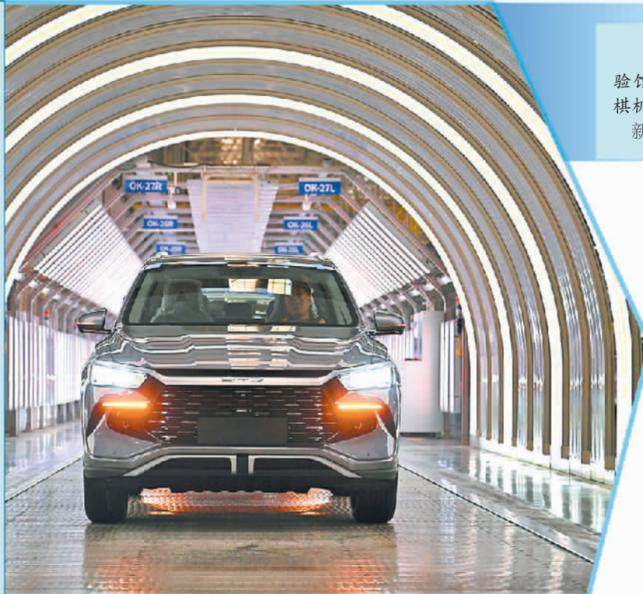
转型的阵痛与升级的喜悦，在每条生产线上交织。养殖企业向全链条食品企业转型，纺织企业推动生产环节智能化改造，钢铁企业革新工艺降低碳排放，光纤企业突破国外技术封锁……一家家民营企业奋力挣脱旧有模式束缚，向智能化、绿色化、融合化方向进阶，攀向产业链更高处。

沉甸甸的成果背后，既有政策精准发力，也离不开民营企业始终保持发展定力。2025年2月，民营企业座谈会召开，鼓励民营企业和民营企业企业家大显身手；2025年5月，民营经济促进法施行，第一次将坚持“两个毫不动摇”写入法律。市场准入壁垒进一步打破、营商环境不断优化、政策举措从“纸面”加速落到“地面”，清晰连贯的支持信号激发了企业做强做优做大的强劲动能。无数企业在市场低谷时坚守主业，在技术瓶颈时咬牙攻关，在海外开拓时直面挑战，凭着苦练内功的执着、爱拼会赢的胆魄不断夯实发展根基。

实验室里不眠的灯光、流水线上运转的机械臂、谈判桌上落笔的合约，都是万千民营企业实干担当的生动注脚。然而，前行之路并非坦途：国际经贸关系不确定性增加，让出海之路多了变数；供需矛盾突出，企业难免为利润微薄而焦虑；转型阵痛真切可感，仍有企业受困于“不敢转、不会转”。

奋斗，是通往春天最可靠的通行证。面对一道道发展考题，越来越多的民营企业加大研发投入，提高管理效率，深耕细分市场，打造自主品牌，不再单纯追求规模的扩张，而是更注重发展质量与核心竞争力的塑造。目前，国家级专精特新“小巨人”企业超1.76万家，正是这种专注与韧性的有力证明。

展望2026年，“十五五”规划蓝图铺展，蕴含新一轮科技革命和产业变革的历史机遇；新兴产业蓬勃发展，催生出数个万亿级甚至更大规模的市场；实体经济和数字经济深度融合，正在重塑每个行业；制度型开放稳步扩大，提供了更加广阔的舞台……可以预见，广大民营企业坚定不移走高质量发展之路，加强自主创新，不断提高核心竞争力，必将在这片充满机遇的沃土上，收获更加丰硕的果实。



郑州航空港区比亚迪总装工厂拍摄的新能源汽车“宋Pro”生产线。

新华社记者 李嘉南摄



2025年3月16日，深圳宝安国际机场，顺丰航空迎来第90架全货机。(资料图片)

科大讯飞大模型持续迭代

本报记者 梁睿

在人工智能产业加速迭代浪潮中，科大讯飞始终聚焦人工智能主航道。2025年，公司在核心技术、行业赋能与全球布局上全面进阶，实现持续的技术突破与扎实的产业落地。

2025年，讯飞星火人工智能大模型历经5次迭代，语言理解、数学推理等六大核心能力对标国际主流水平。该模型多语言能力支持130余种语言，特别是拉美、东盟等地区使用的14个重点语言效果领先，为世界提供了新选择。

“如果不利用国产算力开展大模型训练，就始终存在无法突破的重大短板，缺乏长期发展的安全保障。”科大讯飞董事长刘庆峰道出了自主创新的意义，“我们用国产算力来训练自己的大模型，这样才能避免被别人‘卡脖子’。”这一突破背后，是科大讯飞对研发的持续加码，形

成了从基础研究到产业化的完整创新链条。

科大讯飞持续深化“AI+行业”布局，在多个领域实现规模化落地。在教育领域，公司为1.3亿名师生提供智慧教育产品和解决方案；在汽车领域，为数十家车企提供前装智能化产品超6800万套，年在线交互次数突破160亿次；在城市领域，服务330多个城市的4900余家政企单位。

科大讯飞深知，只有坚持长期主义、聚焦核心主业、深耕科技创新，方能在产业变革浪潮中行稳致远。刘庆峰说，2026年，公司将持续聚焦AI主业，坚持自主研发底座模型，推动国产算力与操作系统适配再升级；同时，推动“AI+行业赛道、软硬一体化、AI出海”协同发展，为人工智能产业高质量发展注入强劲动力。

伊利产业链向高附加值延伸

本报记者 吴浩

走进位于内蒙古呼和浩特市伊利健康谷液态奶全球智造标杆基地包装车间，传送带在运送刚刚灌装好的牛奶，智能机械臂有条不紊地进行成箱牛奶的码垛作业。这座全球领先的智能化生产基地日处理鲜奶能力达6500吨。“我们建立了全链条品质管控体系，把严苛标准落实到每一个细节。”该基地负责人李永吉介绍。

从“一棵草”到“一杯奶”，再到“一块酪”，伊利集团的乳业产业链不断延伸，价值链实现提升。伊利健康谷聚焦打造以奶产业为核心的千亿级产业集群，通过产业驱动全链发展、数字赋能智慧城市、绿色引领产城融合，引领行业高质量发展，成为呼和浩特市乃至内蒙古构建现代化产业体系、培育新质生产力的标杆。

“我们始终把科研创新扎根在消费需求的土壤里，让每项技术突破都能转化为消费者可感知的产品价值。”伊利集团液态奶事业部运营总监樊启程说。伊利集团牵头建设国家乳业技术创新中心，持续推动研发成果从实验室走向生产线。经过10多年研发，集团成功突破“乳铁蛋白定向保护技术”，将常温奶中的乳铁蛋白保留率从不达10%提升至90%以上。

“2025年，集团稳居全球乳业五强，连续12年蝉联亚洲乳业第一。”伊利集团副总裁韩飞告诉记者，集团目前在全球拥有15个研发中心、81个生产基地，全球合作伙伴2000多家。

韩飞说，新的一年，伊利集团将持续提升国际业务的市场份额和产品附加值，为全球乳业格局重塑注入强劲的中国动力，致力成为全球最值得信赖的健康食品提供者。

科大讯飞人工智能体验馆拍摄的“阿尔法蛋”围棋机器人。
新华社记者 张铨摄

比亚迪“生态出海”模式进阶

本报记者 杨忠阳

2025年10月9日(当地时间)，比亚迪第1400万辆新能源汽车在巴西乘用车工厂下线。这不仅仅是一款新车的交付，更是中国车企在拉美市场刻下的新高度。

在国内汽车市场竞争加剧与产业技术变革深化的双重影响下，以比亚迪为代表的中国车企纷纷加快出海步伐。2025年，比亚迪乘用车及皮卡海外累计销售超104.96万辆，同比增长145%，出海足迹累计覆盖超119个国家和地区，成为中国出口增长最快的车企之一。

与传统车企主要以产品贸易出海不同，比亚迪以“因地制宜、本土深耕”为核心逻辑，通过产品定制化、产能本地化、物流自主化、品牌场景化的多维度协同，力争突破不同市场的政策壁垒、消费认知壁垒与竞争格局限制，加快探索出海新模式。

“首先是认知门槛、文化差异，其次是合规与政策的不确定性，最后是舆论环境的考验。”比亚迪巴西分公司总经理李铁回忆，“初入巴西市场时，当地消费者认可的是积累了数十年品牌信任的德日美系车企，并且当地有着不同的审美、驾驶习惯以及政策、

标准规定。在拓展业务过程中，比亚迪构建起集研发、生产、供应链本地化、人才培养与就业促进于一体的产业生态，最终赢得竞争优势。”

“比亚迪走的不只是‘建厂建产’的路子，更在‘人’的本土化上下足了功夫，专门在当地找熟悉市场的人加入团队。”李铁说，如今，比亚迪巴西乘用车工厂的近1000名员工里，约80%是土生土长的本地人。

在巴西，比亚迪通过构建产业生态，实现从“产品出海”到“产业出海”再到“生态出海”的进阶。

展望新的一年，比亚迪董事长王传福说，公司将持续加大海外市场拓展力度，扩大新能源汽车和新能源产品在全球市场的普及力度。同时，全面攻坚电动化技术及智能化下半场，加大技术研发与投放力度，推出更具领先性的技术成果，进一步巩固技术领先地位。

“技术带来的增长最安全可靠，也更令人心服口服，技术创新也是比亚迪一贯的追求。”王传福说，公司要同步提升营销等配套能力，更精准地把握用户需求，确保技术优势能够高效转化为市场竞争力。

顺丰服务质效全链路升级

本报记者 吉蕾蕾

眼下，云南省昆明市、玉溪市、德宏州等地的蓝莓迎来丰收季。为确保蓝莓从“枝头到舌尖”的新鲜体验，顺丰速运深耕蓝莓寄递，见证了云南蓝莓从区域品牌走向全国、迈向全球的历程，发运量从2018年的5万件增长至2025年的上千万件。

“我们在多个蓝莓核心产区布局无人机低空物流网络，打通产地‘最初一公里’，并结合AI智能分拣、高光谱成像等技术，推动蓝莓标准化分级，提升产品附加值。”顺丰集团特色经济项目部副总经理郭翔兵说，顺丰在国内通过自有全货机航线，实现云南蓝莓“枝头采摘—产地直发—全国次日达”高效流转；在国际端，开通跨境全货机专线，48小时内覆盖东南亚核心城市。

高效及时送达是衡量快递物流服务质量的重要标准之一。“2025年以来，顺丰通过科技赋能，实现智能化、无人化技术在端到端物流的全链路深度应用，大幅提升操作岗位效能，支撑业务规模化扩张下的高效运营。”顺丰集团首席新闻发言人孙玉松告诉记者。

物流快递企业正告别传统“低价换量”的粗放式竞争模式，转向以客户价值为导向、数智能力为引擎的高质量发展新阶段。2025

年12月1日，顺丰推出“超时赔付”服务，只要在小程序或APP等顺丰官方渠道下单顺丰特快，若因顺丰运输原因导致派送超时，客户即可获得赔付。首批已上线深圳、青岛等10个城市并预计最终覆盖全国。

“此次服务升级既是强化对客户权益的保障，也是对自身全链条经营服务质效的再升级。”孙玉松说，长远来看，在“快”方面，顺丰将从产品竞争力出发，依托科技实力构建最优资源路径计算模型；在“准”方面，通过构建承诺及资源一体化系统，实现资源与需求精准匹配，构建高效履约服务体系，实现客户所见即所得；在“稳”方面，通过静态规划预警系统，优化智能调度系统实现交付稳定；在“好”方面，通过搭建高效客群需求分析体系，提升差异化、主动化服务能力。

孙玉松说，随着物流行业高质量发展迈入新周期，长期竞争力的构建不仅体现在对时效确定性、履约精准度和客户体验的极致追求上，还表现在智能化资源配置、定制化解决方案以及动态网络规划布局等综合服务能力的提升上。2026年，顺丰将持续围绕战略方向投入关键资源，增强长期核心竞争力，打造国内国际高效领先的综合物流网络。

创维新能源业务增长提速

本报记者 杨阳腾

2025年，创维集团在智能家电、新能源领域取得多项突破性进展。“作为深耕制造业37年的企业，我们始终将技术创新作为核心竞争力。我们坚信，中国品牌在高端市场的突围核心在于技术自立自强。”创维集团新闻发言人兼品牌部部长陶双华说，集团始终秉持“技术创维、敢创敢为”理念，加大研发投入，在画质、音质、模块、超薄设计等核心技术领域持续突破。2025年，集团全新推出的“变色龙显示技术平台”构建起覆盖硬件、算法与调校的完整画质解决方案。

“为满足用户追求的画面清晰、色彩真实、光影自然效果，技术团队攻克了诸多行业难题。”创维电视研究院副总经理兼画质技术平台项目组组长曾宪晖介绍，“变色龙微光阵列”技术使发光效率较同级提升8%，整机厚度缩减10%以上；“灵影演算引擎”实现背光系统全链路仿真优化，为行业首创；“酷开AI超级智能体”则赋予电视更自然的语音交互和场景化服务能力，让电视成为懂用户所需的智慧家庭中心。目前，集团已形成20个量产系列、超51款壁纸电视的产品矩阵。

在做强做优电视产品的同时，创维集团积极拓展“第二增长曲线”，新能源业务成为绿色发展新引擎。2025年上半年，集团新能源业务收入达138.01亿元，同比增长近54%，占集团总营收比例提升至38%。

“我们通过光伏技术创新和产品研发，形成光伏组件、逆变器系统、安装支架、储能柜等光伏电站核心设备的高质量设计开发能力。”创维集团执行董事、总工程师吴伟说，集团同时布局“源网荷储一体化”建设，通过搭配自主研发的智能运维系统及实时数字化管理，打造出完整的一体化绿色能源生态系统，为后续业务扩张奠定了技术与产能基础。

创维集团董事局主席林劲表示，2026年，集团将积极把握全球数字化、智能化、低碳化带来的历史性机遇，在智能家电领域深化高端化战略，通过技术优化和产品升级提升市场竞争力；在新能源领域加快推动“出海”战略，扩大在全球绿色能源市场的份额；进一步强化各业务板块协同效应，打造覆盖家居、办公、汽车的全场景智能服务体系。