



# 中車拓「五個化」 業務多元走向高端

## 重視創新追趕超越 持續壯大邁向國際

香港文匯報訊 (記者 顏倫榮) 中國中車作為全球最大鐵路車輛及設備製造商，對中國製造業的發展可說有舉足輕重的影響力。公司董事長劉化龍昨日出席「第8屆香港國際金融論壇」時，分享了不少中車以及製造業未來的發展方向。他認為未來的中車，必須朝國際化的路向邁進，培育建設具有全球競爭力的世界一流高端裝備企業，並且要重視創新、多元化發展。而作為行業龍頭，需積極履行社會責任，發揮對產業的引領帶動作用。

劉化龍表示，中國中車是中國製造業的代表，這幾年所經歷的過程，所走過的路，也代表了中國企業發展的軌跡。一直以來，公司的核心的驅動要素在於創新，創新的核心思想是「追趕、超越」，畢竟國外發展了上百年，人家走了相當豐富的路，中車只崛起幾十年，屬後起之秀。至於怎麼追趕和超越，這是公司一直以來發展核心思想。

去、產業走進去、品牌走上去。第二個化是「多樣化」，中車之後的發展將不僅僅是軌道交通設備這項核心業務，也會投資其他業務，例如新產業、現代服務業、城軌及城市基礎業務，但會堅守實業，絕不走脫實向虛之路。第三個是「高端化」，中車的未來將會打造高技術、高品牌、高服務的高端品牌形象，深化「供給側結構性改革」，承擔國家科技體制改革先行先試任務。

### 與時並進 結合網絡應用

第四個化，是「數字化」，是指訊息產業的發展，以「數字化、網絡化、智能化」為主線，打造中車智造網、產品網、服務網，希望能做到與時俱進。第五個是「協同化」，不僅僅是中車自己發展，公司希望帶動行業和產業發展，實現大家的共同發展，堅持優勢互補、互利共享原則，持續推進創新鏈協同、產業鏈協同、價值鏈協同。

他特別提到，國家主席習近平3年來曾3次視察中國中車，形容這在中國企業是很少見。習主席視察時曾提到：「裝備製造業是國之重器，是實體經濟的重要組成部分，要把握優勢，繼續做優做大，繼續練好『內功』，繼續改革創新，繼續自主創新，這樣才能永立不敗之地、永遠掌握主動權。」中車今後將按此要求發展，為社會貢獻更多更好的產品。

### 緊隨國家戰略帶領行業

此外，中車大股東是國務院國資委，劉化龍強調公司也要做好目標導向，承襲國家戰略，搶佔行業焦點。而在創新的道路上，公司認為要突出自主創新，掌握核心技術，並總結出了八個字：「明志篤行固本培元」，就創新的目標、方向、資源、體系、實力等等去進行體現和展開。這也將是中車未來後續創新推動的一個基本追尋。

劉化龍指，隨着中國進入社會主義的新時代，經濟發展已經由高速向高質量發展，未來的中車將進行「五個化」來持續壯大。第一個化是「國際化」，他表示，中車不僅僅是中國的，更應該是世界的，公司日後會要加快改革開放步伐，把握「一帶一路」的建設，把中車變成一個國際化的大公司，做到把產品走出

## 中國中車「五個化」

- 1. 國際化：** 把握「一帶一路」建設，產品走出去、產業走進去、品牌走出去
- 2. 多樣化：** 除軌道交通設備核心業務外，開拓其他新產業
- 3. 高端化：** 打造高技術、高品牌、高服務品牌形象，承擔國家科技體制改革先行先試任務
- 4. 數字化：** 打造中車智造網、產品網、服務網
- 5. 協同化：** 帶動行業和產業發展，堅持優勢互補、互利共享，推進創新鏈協同、產業鏈協同、價值鏈協同



中車劉化龍表示，中車是中國製造業的代表，幾十年的經歷代表了中國企業發展的軌跡。記者潘達文 攝

## 40年歷練 從引進來到走出去

香港文匯報訊 (記者 顏倫榮) 中國中車是一間以軌道交通裝備為核心業務的高端裝備系統解決方案供應商，在H股和A股市場都已上市。

公司從事鐵路機車、鐵路車輛、動車組、地鐵及其零部件的研發、製造、廠修及IGBT、公交車等周邊產業的大型中央企業，不但是中國最大的軌道交通設備製造商和解決方案供應商，在全球同樣具有領導地位。

中國中車董事長劉化龍昨日介紹公司的發展現況，提到40年前中國領導人曾在日本視察新幹線時，當時就說了一句話，「像風一樣快，我們現在很需要跑」。

經過這40年改革開放的努力，中車也在這方面作出了探索，學習到自主創

### 出口至逾百國家

40年來，中國中車實現由小到大、由弱到強的重大轉變。劉化龍指出，公司的固定資產總額增長了32倍、工業總產值增長了84倍、利稅總額增長30倍。多年來，公司發展勇於變革，與時俱進，實現了由生產型向經營型，由產品經營向資本經營的重大轉變。

一直以來，公司把改革、改造和加強管理相結合，逐步建立市場化經營機制和現代企業制度。

他形容，公司胸懷夢想，擁抱世界，40年來實現了重大轉變，由一開始的

「只進不出」，後來可以將產品、技術、資本等「走出去」。每年出口簽約額由不到30萬美元(234萬港元)，增長到最高80多億美元(624億多港元)。

時至今日，高鐵動車已經成為亮麗的國家名片，出口到全球104個國家和地區，83%擁有鐵路的國家都在運行着中車的產品。

### 開放合作 持續發展

此外，中車也以人為本，造福員工，增加員工收入，履行社會責任，貢獻社會。他形容中國中車的發展歷程，是中國裝備製造業和中國廣大企業的縮影，只有堅持改革創新，開放合作，轉型升級，人才強企，才能緊跟時代發展潮流，永遠持續發展活力。

## 北汽陳宏良：大國角力看製造業

香港文匯報訊 (記者 馬翠媚) 北京汽車總裁陳宏良昨日出席論壇時表示，過去40年，中國經濟因應製造業發展而取得極大成就，無疑是製造興國的最好樣板，而在由此產生的示範效應下，亦令全球開始重新審視製造業的地位和作用。在他看來，「製造興則國興，製造強則國強」，製造業是中國崛起的鑰匙，亦是下一輪大國角力的焦點。

優勢正在衰減，但取而代之的是全球數量最多、潛力最大的消費群體，賦予中國製造業以無可匹敵的市場優勢。「在過去10多年的歷史已經證明，得中國市場者，得天下；在中國市場拿到第一，基本就是全球市場的第一。對中國製造業而言，中國市場就是天時、地利與人和。」

### 數字化時代能對沖成本

陳宏良亦認為，內地高鐵網和互聯網帶來的效率提升，極大地對沖了成本增長的不利影響，加上中國製造業正在升級，在數字化時代，製造業的全流程都存在着數字化改造的可能，這種跨界融合蘊藏着大量的創新機會，而觀乎今天，中國製造業的數字化和服務化改造已經湧現出如小米、華為等例子，這些公司模式是中國獨有，不能被對手模仿和複製的。

不過，陳宏良亦提醒，目前中國製造業亦存在不可忽視的短板，並集中體現在製造技術和材料方面，以及設計、審美和品牌方面。他又以北京汽車為例，指集團未來將加大創新力度，突破前瞻技術，並推動生態融合、實現跨界發展，擴大對外開放、佈局全球市場。

### 擁最大消費群 無與倫比

陳宏良表示，內地經濟過去40年增速領跑全球，一躍而成全球第二大經濟體，伴隨「中國製造」走向世界，內地的資本、技術、品牌開始輸出，管理理念、發展模式、文化思想、價值觀等軟實力的影響也與日俱增。他認為，中國崛起改變全球的經濟秩序，一切動力之源都來自製造業發展，相信中國有機會在新新的數字化時代中脫穎而出，因為「中國市場正在激活之中，需求亦正在喚醒之中」。

有分析認為內地薪酬水平不斷上漲，勞動力的成本愈來愈昂貴。陳宏良亦承認，現時人力資源的成本



北汽總裁陳宏良指，「製造興則國興，製造強則國強」。記者潘達文 攝

## 同仁堂：中醫外交繼續發酵

香港文匯報訊 (記者 莊程敏) 北京同仁堂國藥行政總裁丁永玲昨在論壇上以「開放的力量：一帶一路五年結碩果」為題演講，她表示，中醫藥行業正站在一個新的歷史方位上，面對着全面改革開放的大勢，「一帶一路」倡議的洪流，抓住難得的重大歷史機遇和戰略機會，讓中醫藥真正走向世界，成為服務世界人民健康的「新選擇」。

她介紹指，同仁堂是一個有着悠久歷史的企業，349年的品牌史、188年8代皇帝的御藥史。隨着改革開放的大勢滾滾向前，迎來的是全面創新、協調、綠色、開放、共享的經濟格局。中醫藥行業向海外拓展正是新發展理念的集中體現。中醫藥為西方所不掌握的技術知識，可謂創新；其天人合一、辨證施治、整體觀念等可謂協調；中醫藥原料取材，可謂綠色；至於中醫藥成為「中國獻給世界的禮物」，更加具備了「開放」和「共享」的屬性。

她認為，5年來「一帶一路」倡議已經成為世界經濟互通的廣闊平台，將世界更多國家聯繫在一起。而同仁堂的海外發展，自1993年，在香港成立第一家藥店為標誌，借道香港打開通往世界之窗，從「有華人的地方就有同仁堂」，到「有健康需求的地方就有同仁堂」，已走進了世界五大洲近30個國家和地區，終端總數超過140個，累計海外診療患者超過3,000萬人次。公司通過實施「四步走」戰略即「走出去」、「走進去」、「走下去」、「走上去」，將中國養生方式、中國傳統文化帶到世界各地；努力踐行中醫外交，為推動澳大利亞、捷克等西方主流國家的



北京同仁堂國藥丁永玲獲選為最佳上市公司CEO。記者潘達文 攝

中醫藥立法進程作出重要貢獻。

### 同仁堂國藥成功上市

老字號在資本市場的影響力亦愈來愈大。2013年5月，同仁堂國藥亦在香港創業板上市，今年，同仁堂國藥成功實現主板上市，躋身恒生系列指數，並進入深港通。今年11月，公司亦在意大利開設了第一家以西醫藥劑師和西藥房為載體的，專業化貿易型銷售公司。在中南建交20周年之際，她引述習近平主席在中南主流媒体發表署名文章稱：「中國中醫藥企業正積極開拓南非市場，為南非民眾通過針灸、拔罐等中醫藥療法祛除疾病、增進健康提供了新選擇」。而同仁堂則用一年的時間，實現了診療量從1到萬的跨越，將中醫藥智力資源與當地主流大學進行了全面對接，向南非人民提供了一條物美價廉的健康渠道。

### 與海外機構合作研發

丁永玲續指，公司亦關注線上平台建設，打造了老字號跨境電商平台和中醫藥走出去平台，通過互聯網整合世界健康養生資源，實現了海內外健康產品和服務互聯互通。同仁堂致力於中醫藥科學化解讀。近年來，與美國斯坦福大學、耶魯大學、澳洲西悉尼大學及香港大學、南非金山大學等近十所國外一流院校及主流科研機構合作，進行傳統產品的二次科研和臨床實驗，為傳統中藥產品進入西方主流市場提供支撐。除此之外，公司積極關注尖端先進技術，並在生命健康領域持續創新進取。