

“走出去”，进一步“走上去”和“走进去”——一批东北老国企“老当益壮”闯天下

新华社哈尔滨电(记者韩宇、强勇)近年来，一些东北老牌国企深耕国际市场，在“走出去”基础上，进一步“走上去”和“走进去”，与各国企业同台竞技，“筋骨”愈发强健，成为海外市场的一支“生力军”。

昔日“小学生”，今朝成为技术领先者

“中国发电设备研制比西方晚近百年，现在却追赶上来，一些领域还实现反超。”85岁的原哈电集团哈尔滨汽轮机厂有限责任公司副总工程师吴爱中说。

汽轮机厂是“一五”时期苏联援建的重点项目。新中国成立之初百废待兴，公派留苏的吴爱中归来后从技术员做起，“我们虚心学习，最初完全按苏联的设计图纸生产，后来试着创新，不断缩短技术差距。”

从“拜师学艺”起步，哈电集团不断发展、壮大、创新、引领，成为中国最大电力驱动设备制造基地和出口基地之一。上世纪80年代初，哈电在国内率先“走出去”。1983年建设巴基斯坦古杜电厂，中国重型装备首次商业出口。2008年签订俄罗斯特罗伊茨克发电机组合同，依托苏联技术起家的中国发电设备反向出口俄罗斯。

哈电集团总经理吴伟章说，海外不只有市场，还是企业的眼界、实力、人才等进行全面锻炼培养的重要平台。

哈电集团是老牌国企积极参与国际竞争获得新生的缩影。吴伟章说，近年来，企业经历了以国内市场为主，到国内、国外两个市场并重的转变，核电、水电、煤电等产品出口50多个国家和地区，国际业务占总营业收入1/3。

“哈电一直专注专业，我们不时时髦的事，只做发电设备，做全球最好的发电设备，”吴伟章说，“我们的目标是与国际最好的企业比肩。”

“硬核”创新挺起老国企脊梁

在中车齐齐哈尔车辆有限公司，亚洲首个铁路货车整机疲劳与振动试验台正运行。“车辆试验20天，就能取得线路上运行25年的各种数据，极大缩短从研发、试制到运营的周期。”企业副总工程师吴天园说。中车齐车公司主导了我国铁路货车迄今4次大的升级换代，相关技术达到世界先进水平，依托的正是科技创新这一核心竞争力。

“自主知识产权让企业开拓海外市场更顺利。”中车齐车公司国际贸易部部长王勇说。1999年中车齐车敲开澳大利亚市场，首次向发达国家出口整车，近5年出口到澳大利亚的各类铁路货车占其市场份额的约40%。目前中车齐车建成行业内唯一国家重载快捷铁路货车工程技术研究中心，产品遍布30多个国家和地区。

王勇指着车轮上的转向架说，自主研发的核心技术——中交叉支撑转向架，因负载强、安全系数高，成为国内唯一通过美国铁路协会认证的转向架，在世界上已装车近两万辆。生产的重载车钩用于大吨位牵引，比国际主流车钩强度高40%左右。“机车通过重载车钩，拉起300多节车厢，仅每个装满铁矿石的车厢就重160吨。”王勇说，“你可以想象这小小车钩能承受多重量。”

新华社长春电(记者孟含琪)“亲们，大家看这款儿童袜子卖得很火，它是纯棉面料，颜色是流行的粉色，喜欢的就抓紧下单哦！”于海航直播不到10分钟，订单数量一直在上升。

今年国庆假期，在吉林辽源东北袜业园经营一家袜店的于海航很忙碌，通过网络直播，他涨了不少粉，也带来了可观的收益。

像于海航一样，在东北袜业园，不少袜企老板进入电商领域后，又开始了网络直播销售，让小袜子在很多人手机里“刷了屏”。

2005年，吉林省辽源市被列入国家资源枯竭型城市转型试点，具有一定产业基础的袜业作为接续替代产业成为当地重点培育目标，东北袜业纺织工业园应运而生。经过十几年发展，袜业园年生产棉袜32亿双，产值120亿元，带动4.5万人就业。辽源也被称为“中国棉袜之乡”。

但创业初期，园区企业多是给人代工，产品种类单一，附加值低。为了可持续发展，园区开始重点培育核心品牌，寻找新利润增长点。与此同时，以客户需求为导向的供给侧改革模式在经营中不断体现。

点开当下流行的直播软件搜索“辽源袜业”，都能找到袜企直播的内容。东北袜业纺织工业园电商部部长胡平说，与化妆品、服装一样，袜子也是适合直播销售的产品之一。

通过直播可以持续提高品牌转化率，让更多人熟知。今年3月举行的上海国际袜业采购交易会上，园区围绕展台和T台秀现场直播，精彩纷呈的活动和各式各样的袜子吸引了很多人关注。仅开幕式当天上午，直播平台关注量就增加数万人。

为了打造专业“播商”，园区选派企业工作人员前往义乌等地学习直播经验，还通过招聘、培训专业摄影人才做好图片美工……通过引导服务，园区已有100余户商家进行过直播销售。

胡平说，下一步园区会努力将现有品牌打造成“网红”品牌，起到示范带动作用，让棉袜这一传统产业在互联网新浪潮中更好地转型。

山东：聚焦“三山”难题 助民企高质量发展

新华社济南10月8日电(记者吴书光)在山东邹平城北一排白墙黑瓦的办公楼前，标有“年产10万吨轻量化合金材料项目”的蓝色大牌高高耸立，路过者都会多看几眼。但这个项目的主要负责人、山东创新精密科技有限公司副总经理崔国昌在2019年以前是看在眼里、急在心上。

“这是2013年的山东省重点建设项目，是以轨道轻量化合金材料立项的，但2019年以前，公司的产品渠道没有完全打开。”崔国昌说，目前产品主要服务于3C电子、汽车轻量化、光伏太阳能等多个领域。

不过，服务轨道交通的机会还是来了！

2018年9月，山东省直机关干部下基层，其中34支民营企业高质量发展服务队各服务5家民营企业，服务期限为两年。民营企业高质量发展服务队滨州二队自开展服务以来，就深入创新、开泰、齐星铁塔等5家企业调研，分别形成调研报告，并确定：聚焦破解“市场冰山、融资高山、转型火山”才是服务民企高质量发展之道。

今年1月，服务队邀请中车集团山东机车车辆有限公司到



▲在哈电集团哈尔滨汽轮机厂有限责任公司生产车间，工人正在进行生产作业(9月3日摄)。 新华社记者王建威摄

把科技创新作为核心竞争力，是一批国有企业的共同选择。“关键核心技术要不来、买不来、讨不来。”吴伟章说，哈电创造200多项“中国第一”，很多转折关头，都是科技挺起企业脊梁。近年来哈电每年研发投入都达十几亿元，有多个行业国家重点实验室，专业技术人员1万余名。

在世界单机容量最大的金沙江白鹤滩水电站，哈电集团哈尔滨电机厂有限责任公司攻克100万千瓦水电机组多项世界性技术壁垒。电机厂副总工程师覃大清说，数十年间中国水电完成四代跨越，在国际上从跟跑到实现领跑，并率先研发第五代水电技术，向世界水电的“5G时代”进军。

深度融入海外，换来共建共赢

距阿联酋迪拜市中心30多公里的海岸，哈尔滨电气集团有限公司建设的哈斯彦电站，正从荒芜的沙地拔地而起。施工期间，这家中国央企花费数千万元保护生态，将邻近海域的数万株珊瑚移植到安全区、对鱼类、濒危珍稀物种鹰嘴海龟等进行保护。

哈斯彦项目折射出中国企业开拓海外市场之变：“一建了

之”少了，追求共建共赢多了，从最初装备输出转向中国标准、技术、管理、服务和资金等多元输出。

在厄瓜多尔，哈电建设的900公里500千伏超高压输电线路，把源源不断的电能送至全境。哈电大幅增加聘用外籍员工，对当地非技术工种用工比例至少80%，技术性工种比例至少50%，定期对当地员工培训，培养了一批电站技术人员。中车齐车公司在海外市场探索“五个本地化”，即本地化生产、采购、用工、维保、管理，进一步融入当地。

“在代表中国标准的蒙内铁路上，奔跑的铁路货车主要是我们提供的。”王勇说，2017年，中车齐车在肯尼亚设立蒙内铁路货车维保组，首次在国外拥有维保团队，深度参与到后期运营中。

企业“出海”带动文化交流、民心相通。苏丹小伙穆哈默德应聘到哈电集团苏丹港材料站，熟练掌握了中文口语，还给自己起了中文名字——“张飞”，“这是中国历史上一个非常勇猛的英雄，我爱听他的故事。”现在，“张飞”已通过中文能力测试，到中国留学。在苏丹的哈电工程师尹鹏说，当地很多人都能用中文打招呼，当地大学的中文系已从多年招生一次变为每年都招生。

“不一般”的进博会凸显中国魅力

进博会为各国企业带来不一般的红利，为中国民众带来不一般的便利，为全球贸易注入不一般的动力……诸多“不一般”的背后，凸显一个用实际行动推动世界发展的大国魅力

第二届中国国际进口博览会将于11月5日在上海拉开帷幕。官方资料显示，来自150多个国家和地区的3000多家企业将参加此次盛会，展览面积达到30多万平方米，数量均超过首届，将在本届进博会期间首发的新产品、新技术预计也比首届更多。

作为世界上第一个以进口为主题的国家级会展，进博会从一开始对自己的定位就是“不一般”：为各国企业创造不一般的新机遇，满足中国老百姓不一般的消费新需求，为全球自由贸易注入不一般的发展新动力……诸多“不一般”的背后，凸显中国走开放合作、互利共赢之路的坚定，让人感受到一个用实际行动推动世界发展的大国魅力。

进博会为各国企业带来不一般的红利。借去年首届进博会的“东风”，意大利企业带来的“网红小家电”牵手中国互联网企业，让居民同时享受到海淘价格和全国联保；拉脱维亚的护肤品牌联手中国石化企业，进入加油站和电商渠道；孟加拉国的黄麻手工艺品走进了上海高端商场的橱窗；美国夏威夷的新鲜水果现身中国的网红茶饮店……如今，对许多外国企业来说，参加进博会意味着走上进入中国市场的“绿色通道”。

进博会为中国民众带来不一般的便利。得益于进博会的

展示和推广，不少外国优质和特色产品赢得更多关注，加速来到中国消费者身边。如今，在中国西北的县城同样可以买到新西兰的牛奶，一些国际知名儿童玩具品牌加快在中国二线城市布局，最新一代伽玛刀、全球最小心脏起搏器等先进医疗器械在中国投入临床使用及获批上市的速度加快……满足中国居民消费升级的实际需求，是进博会魅力非凡的原因之一。

进博会为全球贸易注入不一般的动力。当下，贸易保护主义抬头，自由贸易面临重重挑战。在这一背景下，进博会既向世界发出了互利共赢才是正确前行方向的强烈信号，又向世界展现了一个用实际行动践行开放合作诺言的东方大国，对于改善全球贸易环境、提振世界经济增长信心具有重大意义。

美国经济学家哈伊里·图尔克指出，进博会是中国应对全球贸易失衡的“一种创新方法”，中国增加进口的努力有助于增加全球总需求。墨西哥工商业联合会经济研究委员会主席何塞·路易斯·德拉克鲁斯说，在当前国际贸易新环境下，进博会将助力世界建立更多、更深的经贸联系，展现出中国对全球自由贸易发展的推动作用。日本松下集团认为，进博会对外资企业进入中国市场、扩大对华出口发挥了重大作用，中国同更多的国家联动发展，会使全球经济增长更加平衡、包容，最终形成共赢局面。

诸多迹象显示，今年的进博会还将为广大参会者带来不一般的体验。一方面，展会将有不少创新，比如将首次设立“进博会发布”平台、首次推出高端消费品专区、首次设置户外自动驾驶体验区。另一方面，诸如新一代建筑垃圾粉碎设备、最新款的电动概念车等产品有望在进博会期间上演“全球首发”或“中国首发”。美国江汗叶的“进博时刻”着实令人期待。

(记者韩冰)

新华社北京10月8日电



(上接1版)2019年的国庆档创造了中国电影的新纪录，引爆观影热潮的都是主旋律大片。

“新华视点”记者从国家电影局了解到，截至10月8日发稿时，国庆档电影票房为50.5亿元，创同档期历史新高，比此前的同档期纪录高出23.41亿元，增长了86.42%，观影人次为1.35亿，亦创同档期历史新高。10月1日当天电影票房达到7.96亿元，创下非春节档单日票房的新纪录。

《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》等主旋律大片刷新多项纪录，收获如潮好评，点燃爱国热情。《我和我的祖国》国庆档票房达22.23亿元，《中国机长》为19.75亿元，《攀登者》为8.23亿元。

这些主旋律影片为何“叫好又叫座”？业内人士分析，主要是用“小人物”“大情怀”赢得观众，用艺术性与真实性的平衡赢得市场。其中，好评度最高的《我和我的祖国》代表了中国“主流电影”的积极探索；改编自真实事件的《中国机长》《攀登者》，则显示出更加细腻的类型化电影创作取得进步。

在国庆档期的有力拉动下，截至10月7日，全年总票房达522.47亿元，其中国产影片327.93亿元，市场份额为62.77%。目前2019年票房过亿元影片63部，其中国产影片33部，票房前10名影片中国产影片为7部。

不一般的消费市场——

数字：全国零售餐饮企业销售额1.52万亿元，比去年同期增长8.5%

镜头：蔬菜肉蛋供应充足价格平稳，多地夜市灯火通明在浓厚喜庆氛围的推动下，今年的黄金周传统消费亮点纷呈，新兴消费蓬勃发展，其中夜经济、首店经济成为新亮点，个性化、品质化、智能化引领消费升级大潮。

商务部的数据显示，10月1日至7日，全国零售和餐饮企业实现销售额1.52万亿元，比去年同期增长8.5%。

——市场供应充足稳定。

各地生活必需品市场供应充足，品种丰富，价格总体平稳。记者从商务部获悉，商务部在节前开展第三次中央储备冻猪肉投放工作，向市场投放中央储备猪肉10000吨。国庆期间肉类价格小幅上涨，禽产品价格有涨有跌，蔬菜水果价格有所下降。

——夜经济如火如荼。

抛串啤酒、夜场电影、潇洒夜游……国庆期间记者走访发现，各地“夜经济”发展如火如荼，假日里的中国“越夜越美丽”。改造后重新开街的杭州湖滨步行街日均客流量超过10万人次，武汉江汉路步行街黄金周首日客流量达30余万人次。

沸水里煮着一锅肥美的生蚝，烤鱿鱼在铁板上吱吱作响……已是凌晨1点，位于杭州市玉古路的黄龙海鲜大排档依然人满为患，人们喝着扎啤，享受着来自海鲜的鲜香滋味。老板潘建钢告诉记者，国庆期间大排档每晚接待顾客近2000人，营业额近20万元。

——智能消费增长惊人。

节日期间，各地绿色食品、时尚服饰、智能家电、新型数码产品等商品销售红火。数据显示，电商平台健康空调、空气净化器、智能门锁销量同比增长一倍以上。10月1日-3日，天猫室内新风系统成交额同比增长111%，电动窗帘成交额同比增长168%，拖地机器人成交额同比增长17倍，电动拖把及扫把成交额同比暴涨23倍。

中国人民大学公共管理学院教授许光表示，假日期间消费火热，正在向品质化、多样化、个性化、精致化发展。假日经济的火热折射了中国经济消费转型升级的趋势。随着收入水平不断提高，人们对美好生活的需求更加强烈，中国经济将更加稳健地推进高质量转型升级。

(执笔记者舒静，参与记者王雨萧、于佳欣、史克男、余俊杰、樊曦、何丰伦)

新华社北京10月8日电

“东北农嫂”的玉米“远航记”

(上接1版)“甜玉米又叫水果玉米，是拌沙拉的重要食材，在海外市场有很大的需求量。”她说，“东北农嫂”虽然在创业元年开局不利，却让她更花心思去研究行情、捕捉商机。2013年，她几经努力，与上海一家食品外贸公司达成协议，拿下了一份甜玉米“贴牌生产”的海外订单。

12个集装箱、总计86.4万棒甜玉米——对当时的她而言，这前所未有的大订单也带来了前所未有的压力。产能不足怎么办？借钱，招工，加购设备，加班加点。为了保质保量地按时交货，她甚至加价收购玉米，7毛钱一斤的玉米按1元钱收购。2013年秋，“东北农嫂”的甜玉米以“借船出海”的方式第一次登陆科威特港口，并在伊朗、伊拉克、阿联酋等国销售。

“第一笔成功的生意做到了海外，那种心情无法用语言表达。”隋书侠回忆，发货当天，她叮嘱食堂多做了一道鸡肉炖蘑菇，庆祝公司的玉米成功完成第一次“远航”。

在地方政府的扶持和推介下，“东北农嫂”于2014年打入日本市场、2015年打入智利市场、2016年打入韩国市场、2017年打入法国市场……海外市场连传捷报的同时，国内市场的名气也一路飙升，糯玉米、甜玉米、黑玉米等产品通过线上线下销售走进千家万户。

如今，“东北农嫂”在东北三省已拥有北至牡丹江、南到大连、总面积约2万亩的16个种植基地，年产量达2.5万吨，2019年生产预计突破1.5亿元，带动1000余人就业。

记者在生产车间看到，工人们动作娴熟地挑选、切块、消毒、封袋，印有西班牙语、阿拉伯语、日语、韩语等文字包装袋的甜玉米正准备踏上“航路”。

隋书侠一边带记者参观，一边表示，“东北农嫂”计划下一步开拓国际市场、做大电子商务之余，将玉米深加工和线下门店做强，让东北黑土地孕育成长的玉米品牌更加深入人心。“我要为东北的农民企业家争光，让世界上越来越多的人吃到我们的玉米。”她说。

西林：普通话教学助脱贫

广西百色市西林县是典型的山区县，少数民族人口占全县90%以上，至今仍有部分群众无法用普通话进行沟通交流。“学前没有学过普通话的孩子到学校后学习非常吃力，容易厌学、辍学，走父辈老路，为贫困代际传递埋下根源。”西林县那佐小学校长何日方说。

为铲除这一根源，从2018年起，西林县开展学前“学普通话”、大力推进普通话教学“一对一”送教上门。通过实物、图片、玩具、儿歌等形式引导幼儿掌握标准发音，鼓励孩子在课堂上、课后都要讲普通话。西林县组织“第一书记”、扶贫工作队、帮扶干部利用节假日、婚丧嫁娶、民俗活动等时机推广普及普通话，纠正发音。越来越多的群众学会普通话。

西林县还通过整合教育、人社、科技、农业等各方力量，以“普通话培训+技能培训”的方式，将语言培训与职业技能提升、青年技能人才培养、农民农业技术培训相结合，把管用、实用、易用的技能送到群众门口。一场场别开生面的“推普大课堂”，一次次气氛活跃的“推普脱贫培训班”，让群众逐步跨过“语言关”，更为后续发展打下了语言和技能基础。(黄志安)