



鲁企“出海”，向世界彰显“好品山东”硬实力

□ 本报综合

“不出海，就出局”，是当下的流行语。在全球化背景下，越来越多的中国企业把目光投向海外市场，寻求新的增长点和竞争优势。近年来，山东大力推进“好品山东”品牌国际化建设，卷“海外”，成为众多鲁企凭借品牌硬实力走向世界的首选。

海尔智家发布的季报显示，今年一季度，公司实现营业收入 689.8 亿元，同比增长 6%，其中，海外营收同比增长 4%，经营利润同比增长超 10%；4 月 20 日，山东潍坊的豪迈集团第八家海外公司正式开业；5 月 9 日，中通客车的纯电动车在智利批量交付……翻看近段时间鲁企“出海”潮新动向，与之前的“走出去”不同，新一轮海外市场拓展呈现出品牌化、高端化、产业化等特点。

加速“出海”，山东品牌布局全球

品牌是高质量发展的重要象征，“好品山东”品牌也是山东开放发展的生动体现。截至目前，已有 22 大类 3.2 万余个品牌纳入“好品山东”品牌培育库管理。越来越多“好品山东”品牌企业加快走出国门的步伐，推广山东品牌、呈现山东品质。

在“好客山东 好品山东”2024 东京推介会上，琉璃、鲁绣等山东传统文化作品令与会嘉宾惊叹不已；在法国巴黎国际博览会上，“蛟龙号”载人潜水器模型、中国重汽重卡模型频频吸睛；在上海举行的中国品牌日系列活动中，威高的“妙手 S”手术机器人，海尔的 3D 透视烘干技术干衣机等山东智造收获外国观众的点赞。这其中，很多山东品牌已经打出国际“大名气”。在 2023 年“世界品牌 500 强”榜单中，山东 3 个品牌上榜。2023 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告中，山东 45 个品牌入选。作为全国唯一一个拥有全部 41 个工业大类的省份，山东已打造“十强”产业“雁阵形”集群 180 余个，为创造世界品牌积蓄强大动能，让更多有国际影响力的山东品牌走向世界，布局全球。

豪迈集团拿下轮胎模具、气门芯等多项世界冠军，尤其是轮胎模具的全球市场占有率超过 30%，是

世界上有影响力的高端机械零部件制造商。在豪迈集团第八家海外公司——墨西哥公司开业仪式上，该公司 CEO 面对着来自世界各地的客户说：“很自豪地说，我们还拥有众多顶级数控机械，大多数是由豪迈数控机床公司研发的，未来您一定会听说这个品牌，因为它即将在全球不同行业应用。”这段话，充分反映了山东制造企业的“品牌力”。

今年，海信将作为 2024 欧洲杯全球官方合作伙伴亮相足球赛事，这是继 2016 欧洲杯、2018 世界杯、2020 欧洲杯、2022 世界杯之后，海信第五次赞助国际顶级足球赛事，并借势顶级赛事，大幅度缩短了当地消费者认识、接受海信品牌的过程。品牌的打造，给海信带来丰厚回报。今年一季度，海信海外业绩也非常亮眼。以电视为例，海信系电视出货量高居全球第二，一季度海外出货量同比增长 4.2%，尤其在欧洲市场出货量同比增长 35.9%。

无论是在传统制造业还是在新兴技术领域、互联网服务行业，鲁企竞相“争渡”国际市场背后，“好品山东”品牌正以前所未有的速度向全球“渗透”，已经成为山东推进高水平对外开放的关键点，进一步彰显了“好品山东”的实力。

持续创新，向品牌高端化发展

“不出海，就出局”，貌似是市场压力下的无奈应对，其实，更多的是一种主动的战略选择。“出海”意味着更广阔的市场机会，更优化的全球资源配置，但机遇大，挑战也大。在陌生的异域环境下，要想做成全球化品牌，最根本的，还是要有经得起检验的技术和产品，有持续创新的能力。

近日，由山东重工集团旗下潍柴动力研发的全球首款本体热效率 53.09% 柴油机正式发布，这标志着中国内燃机行业又一次走向了全球科技巅峰，继续引领中国高端装备制造业迈向世界一流。柴油机热效率的持续提升是一项极其复杂、系统的长期工程。在研发过程中，潍柴动力获授权发明专利 176 项、实用新型专利 68 项。其自主开发的全新一代 M 系列大缸径发动机性能指标全球领先，已顺利进军

全球大数据中心备用电源市场。潍柴 3 兆瓦发电机组已成功进入北美全球大型数据工程中心等高端市场。

在新能源汽车产业界，无人不知济南二机床集团有限公司的名头。作为新能源汽车的“隐形冠军”，该公司手握拳头产品冲压生产线，仍然居安思危，短短一年就攻克了一体式压铸零件自动化加工及装配线技术难题，实现了“国产替代”。如今，随着中国车企卷向海外，这家济南国企的出口业务也随之增加。目前，该公司正在实施的海外项目有 17 个，覆盖美国、日本、东南亚等国家和地区。

不仅是大企业，山东还拥有一批规模不大，但技术含量高的世界级企业，成为“出海”的新锐力量。今年年初，工信部公示第八批制造业单项冠军企业和通过复核的第二批、第五批制造业单项冠军企业名单，山东有 54 家企业入围。结合之前的公示及复核数量，山东单项冠军企业总量达到 237 家，晋级单项冠军第一省。单项冠军企业是指长期专注于制造业特定细分产品市场，生产技术或工艺国际领先，单项产品市场占有率位居全球前列的企业。

山东品牌在全世界风生水起，离不开山东营造的持续创新氛围。数据显示，山东省级科技创新发展基金连续两年超过 145 亿元，带动全省全社会研发投入增长 12.1%；从人才来看，国家级领军人才达到 7400 余名，2020 年以来年均集聚高校毕业生 81.8 万人，较 2019 年增长 43%；从产业来看，去年，“四新”经济投资占比超过 57%，高新技术产业产值占比达到 51.35%，科技型中小企业突破 4.5 万家。

眼下，山东正着力支持“好品山东”品牌企业主导或参与制修订国际及国家标准，引导“好品山东”企业采用先进标准，鼓励企业牵头制定团体标准，一体推进技术、质量、品牌管理创新，推动品牌向高端化发展，塑造山东高质量发展新优势。

融入当地，迈向全球产业链

当前，面对复杂多变的国际环境，如何克服海外布局“水土不服”，更好融入当地产业链，拓展市场新

空间，成为越来越多鲁企“出海”前思考的问题。在新一轮“出海”过程中，不少鲁企积极整合全球资源，利用全球智力技术创新和品牌管理资源，进一步提升企业跨国经营能力，将竞争优势向产业链高端延伸，在推动供应链全球化与本土化经营结合中寻找新机遇。

5 月 2 日，海尔埃及生态园在开罗以东的工业重镇斋月十日城正式开园，这是海尔在中东非的首个数字孪生工业园。投产后，当地销售的海尔家电将从进口变为当地生产。目前，海尔在全球拥有 35 个工业园、143 个制造中心、126 个营销中心，全球销售网络遍布 200 多个国家和地区。通过本土化研发、本土化制造、本土化营销，海尔获得了更大的认同。

在“出海”过程中，越来越多山东企业重视科创领域的协作，纷纷在全球布局研发中心，将世界作为自己的“研发部”。

作为中国医药工业“十强”企业，齐鲁制药集团已逐渐形成包括济南总部在内的全球五大研发中心，面向世界医药科技前沿，聚合了全球一流智力与商业资源，重点布局了 50 多个重大疾病治疗领域的“全球新”、“全球好”1 类药物。未来，齐鲁制药将向医药产业价值链最高端迈进，立志成为有全球影响力的世界级制药企业。

今年 4 月，万华化学集团股份有限公司巴塞罗那研发中心正式开业。该研究中心可为精细化学品和材料下游客户提供产品性能、应用方法、原材料选择等方面的技术支持和服务。这是该公司在欧洲的第二个研发中心，第一个研发中心位于匈牙利。

进军汽车领域的山东最大民企魏桥创业集团，在德国设立研发中心，与德国柏林工业大学、德国亚琛工业大学、德国巴符州轻量化局等国际知名高校和机构开展合作，加强在轻量化、新材料、氢能源等领域的研发。

整合全球全行业资源要素，打造开放、融合的共赢生态圈，鲁企“踏浪出海”，向世界彰显“好品山东”的硬核实力和独特魅力，让山东品牌持续惊艳世界。

爱在齐鲁

小剪大爱 情暖齐鲁

□ 本报通讯员 李欣

在德州市，有这么一位老人，他每天骑着一辆老旧自行车，携带一套理发工具，来到运河公园广场，支起摊子为人理发，一次只收取一元钱。从 2013 年至今，他用 12 年的奉献坚守诠释了助人为乐的精神内涵，成为德州市一道亮丽的城市公益风景线，他就是“公园理发师”杨顺利。

“刚开始我不收费，时间一长，有些人过意不去，拿着五块十块的交给我，我不收，他们就硬把钱放到我的工具盒里，最后，我就象征性地收一块钱。”杨顺利说。在他的摊位角落里，放着几个布袋，里面装着理发推子、海绵、手套、理发服和日历本。每天他都会将当天的理发情况详细记录在日历本上，比如，“二月二龙抬头”那天，剪发 56 人；某天因为吃午饭晚到了一会儿，剪发 21 人……

今年 66 岁的杨顺利，原是德州市邮电局职工。他的父亲曾经开过理发店，小时候的他经常看父亲给街坊邻居理发，偶尔帮父亲打打杂，耳濡目染久了，对理发这行很熟悉。后来父亲不在了，他萌生了接着干的想法，既可传承父亲的手艺，又可以此纪念父亲。2002 年，因单位改制，杨顺利办理内退，思虑再三，决定为社区居民义务理发，于是他专门学习了理发技术，从街头巷尾开始为他人无偿服务。“最初我是流动义务理发，马路边、公园内、工地里……



我都去过，后来为了方便有理发需要的人找到我，2013 年学习雷锋日那一天，我把理发地点固定在了运河古街上。”杨顺利解释道。

杨顺利为顾客大多是周边老居民，因为靠近德州市第二人民医院，还多了些患者和家属。有一次，一位精神疾病患者的家属找到杨顺利，想请他去医院理发，那天顾客不多，杨顺利二话没说就去了。不料中途出了个意外，开始患者还挺配合，理完后照镜子时突然发病，把镜子给摔了。杨顺利有些被吓住了，家属连连道歉，还要多付钱，但杨顺利拒绝了，对普通人他都能义务理发，对这些患者他更愿心多收钱。顾客中还有祖孙三代专门从天衢新区开车来找他理发的，“就相中你这手艺了，不比美发店差。”老顾客的评价，给了杨顺利更多坚持下去的力量。



一个人、一套工具、一个地点，杨顺利的“一元理发”在运河公园扎下了根，也在当地群众生活中扎下了根。技术好、服务好、人品好，“一元理发”口碑相传，杨顺利的朋友圈越来越大，慕名找他理发的市民越来越多。早出晚归让他的身影略显疲惫，风吹日晒让他的皮肤变得黧黑，忙碌的理发工作让他的手指布满老茧，各种理

发工具他也不知道用坏了多少。日复一日，年复一年，杨顺利写得密密麻麻的日历本越积越厚，2021 年 7928 人次，2022 年 7525 人次，2023 年 7731 人次……一天最多的时候竟服务了 66 人。疫情期间，杨顺利还将自己当年理发攒下的 2000 元全部捐献，以小爱撑大爱，以实际行动默默支援当地的疫情防控。杨顺利的光荣事迹被媒体报道后，他成了街道辖区人人称颂的学雷锋标兵。2015 年底，他荣获德州市“运河好人”的光荣称号，2016 年获评“德州市十大热心人”，2023 年获评“德州市道德模范”。

哪里有需要，就到哪里去。如今，杨顺利“爱的剪刀”不仅仅服务固定群众，而是将大爱传播给更广大的群体，他主动联系社区，为失独、行动不便的高龄老人、残疾人等特殊群体开展上门义剪等志愿服务活动，营造出崇德向善的良好社会氛围。德城区运河街道还成立了“星火”文明实践小队，很多青年志愿者纷纷加入。“很早就知道杨师傅的事迹了，我们年轻人也要向他学习，做公益让我们觉得很开心。”青年志愿者朱梦阳说。

“忠厚善良 诚实做人 认真做事”，这是德州市委宣传部和市妇联赠予杨顺利的书法作品，他将此作为家训悬挂在家里。他说，传递正能量，做好人好事，是他的座右铭，只要身体允许，他就会把“一元理发”服务坚持下去，继续为有需要和遇到困难的人提供帮助，同时把“涓涓暖流”传递出去，温暖更多人。

助人即悦己。将“一元理发”这件“小事”做成了一份长期坚守的“大事”，杨顺利利用自己的一技之长温暖着他人，以凡人善举铸造了大爱人生。

山东支持济南打造北方消费中心和重要国际消费目的地

近日，山东省人民政府办公厅发布《关于进一步促进消费持续向好的意见》（以下简称《意见》），聚焦更大力度优化消费供给、更广思路升级消费载体、更实措施挖掘消费潜力等，推出 20 条举措，明确支持济南、青岛两市打造北方消费中心和重要国际消费目的地。

《意见》提出，坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，坚持远近兼顾、协同发力，培育和壮大新型消费，稳定和扩大传统消费，加大优质商品供给，升级服务消费品质，完善消费促进机制，改善消费市场环境，在扩大有效需求上塑造新优势，更好满足人民群众美好生活需要。到 2025 年，全省社会消费品零售总额保持稳定增长，消费对全省经济发展的基础性作用不断增强。

在全力推动消费品以旧换新方面，山东将开展汽车以旧换新，统筹相关资金，支持汽车报废更新，鼓励有条件的市开展汽车置换更新；开展公共领域车辆全面电动化试点，加快推进充电基础设施建设，全省充电桩保有量达到 70 万台以上；完善居民电动汽车充电桩分时电价政策，对经营性集中式充换电设施用电免收基本电费；推动家电以旧换新，加大绿色低碳智能家电供给，省财政安排资金，根据各市 2024 年度旧家电回收量同比增长情况和限额以上家电零售额增量贡献等给予奖励。

在创新互联网、科技消费方面，山东将支持符合数字产业“十大工程”的互联网消费平台企业项目申报省级数字产业重点项目。推广曹县电商发展经验，培育农村电商“领跑县”、县域数字流通龙头企业。

在提质家政、社区服务消费方面，山东将加力家政服务业信用体系建设，到 2025 年，全省打造家政服务品牌不少于 20 家。将连锁化养老服务品牌奖补项目纳入省级养老服务高质量发展支持范围。开展养老服务高质量发展提升行动，每年从东部、中部、西部地区分别择优确定 2 个县（市、区）予以 1000 万元奖补。

在培育消费中心方面，山东将支持济南市、青岛市对标国际消费中心城市，打造北方消费中心和重要国际消费目的地，其他市发展区域消费中心节点城市和地方特色消费中心。

（据大众网）