

**第六届中国卓越管理公司 (BMC)
项目白皮书**

联合发起方



目录

前言	1
上篇：第六届中国卓越管理公司(BMC)获奖企业榜单	3
一、BMC榜单评选背景及评选标准	4
二、第六届中国卓越管理公司（BMC）获奖企业榜单	5
三、BMC获奖企业概览	8
中篇：中国卓越管理公司获奖企业调研	9
一、宏观趋势	10
二、调研主要结论	11
下篇：BMC卓越管理实践案例	16
一、第六届BMC新晋获奖企业、新晋金奖企业领先实践总结	17
二、第六届BMC新晋获奖企业卓越管理案例	20
三、第六届BMC新晋金奖企业卓越管理案例	35

编委会

主 编

许 柯 德勤中国民营企业与私人客户服务领导合伙人

赵 健 德勤中国卓越管理公司项目主管合伙人

陈 岚 德勤研究合伙人

桂 晏 德勤中国卓越管理公司项目总监

王 华 德勤中国卓越管理公司项目经理

感谢以下BMC专家评委与工作人员在本刊出版过程中的真知灼见与辛勤付出。

BMC专家评委：德勤中国主席蒋颖女士、新加坡银行香港分行行政总裁及大中华区私人银行总监陈伟名先生、香港科技大学商学院徐岩教授、《哈佛商业评论》中文版联合出品人刘霄女士

德勤中国：邹纯、姜振

前言

致中国卓越管理公司企业家及众多优秀的企业家们：

过去五年，世界百年未有之大变局加速演进。特别是在全球疫情后，伴随着世界经济长期结构性调整，宏观经济复苏缓慢、国际贸易增长乏力、发达市场面临衰退、逆全球化抬头等不确定因素增多。但与此同时，我们惊喜地发现很多头部民企借全球化、数智化、绿色化等新机遇，**加速从中国某细分领域冠军，已在全面“管理卓越”基础上，“笃志敏创”从中国某细分行业隐形冠军加速发展为全球引领者。他们借“天时、地利、人合”之势，敢进敢为，加速升级核心竞争力。他们借全球出海的“天时”良机，借科技创新、人工智能发展之“地利”，并推动组织敏捷进化之“人和”，以推动自身及行业转型升级，高质量发展。**

《中国卓越管理公司项目白皮书》对中国头部民营企业调研、分析与总结，已**连续发布六年，成为中国市场鲜有的总结民营企业经营管理最佳实践的深度调研报告**。中国卓越管理公司（Best Managed Companies, 简称“BMC”）项目作为当前中国唯一针对企业管理体系进行全面评估的国际奖项，**运用成熟的“BMC卓越管理标准”全球框架，包括战略、能力、承诺和财务实力四个部分，综合评选后，见证和发掘了一批具有未来竞争力的中国企业，汇聚了中国卓越企业典范。**

本报告通过对第六届BMC候选企业的问卷调研以及与企业创始人、CEO、高级管理者在BMC评选CXO LAB中的深度对话，提炼了体现中国企业独有特色的最佳管理实践，供更多中国企业参考。白皮书内容包括三部分：第一部分，第六届中国卓越管理公司(BMC)获奖企业榜单，体现了“隐形冠军的群像”；第二部分，中国卓越管理公司获奖企业调研，反映了他们制胜的关键，及未来思考的主要挑战；第三部分，BMC获奖企业卓越管理实践案例，提炼了这些“隐形冠军”加速核心竞争力升级的制胜之道，供更多企业家参考。

2024年BMC“新晋获奖企业”持续创新并引领行业发展，创造了真正与众不同的核心价值并获得领先业绩水平，产生强大社会影响力。而“新晋金奖企业”连续5年获奖，在经济下行期坚持长期主义，保持韧性成长，值得称道。具体来看三点尤为突出：

第一，BMC企业战略前瞻引领，从“走出去”到“中国式跨国企业全球运营加速”

2023年中国企业特别是民营企业全球化步伐明显加速，从“出海”到“大航海”，优秀的出海民营企业已经不再满足于发展局部海外业务，而是追求全球化运营，这一趋势预计在未来几年都会持续。通过调研，我们发现**BMC企业誓为“世界一流”的决心，让很多新晋获奖企业战略布局前瞻、独特。一半以上BMC获奖企业均有海外业务，平均国际业务收入占比约25%，多数企业均已凭借自身强大的技术优势、卓越的品牌效应以及高成本壁垒，在海外占领一席之地。**

不管是绿地投资还是海外并购，他们在全球经营本地化（“glocalization”）过程中，**第一，深入了解当地文化，预判客户的需求，在客户的需求处敏捷创新。**例如名创优品敏捷迭代商业模式，成为潮流生活家居产品的全球领先价值零售商。**第二，他们做全球化战略时，既有宏观战略的考虑，也要做到事无巨细，往往细节的把控会影响全局。**例如比亚迪坚持技术制胜，从产品出口到海外设厂，持续引领全球新能源汽车技术敏捷迭代。**第三，在企业管理内部，创建全球化机制，敏捷、透明调整。第四，全球并购开始并不是一定就能带来巨大收益，但是成为全球化品牌、制造全球化产品，这些本身就是拓展市场。第五，合规与反腐败，保驾护航，始终支撑全球运营长期化与本地化更为平衡发展。**

第二，多元技术创新，高壁垒强生态

中国经济的高质量发展需要科技创新来引领，相应技术创新能力也是企业最为重要的核心竞争力。内部技术创新不仅强化技术壁垒，成本领先同样可以铸就高护城河，提供给客户更大的价值。在外部生态协同创新中，更多元的孵化与协同创新机制，可以帮助企业强化更为智能的客户洞察与前沿感知，提早布局与孵化新领域，推动产业链协作，加速规模化优势实现。

BMC获奖企业持续聚焦科技创新，平均研发投入比例约5%，并且一半以上BMC企业参与了行业相关标准制定。同时，BMC企业持续的“综合式创新”，超越了单一的产品或技术创新，而是以客户需求为中心，利用数字化技术赋能产品全生命周期、推动产品和技术升级，并持续优化和提升运营效率。同时，我们还观察到这样的“综合式创新”可引领、助力行业和生态圈的整体变革，通过公司内部基金布局产业链创新小微企业等方式，更前瞻且稳健地布局创新赛道，打造新的技术优势。如阳光电源，秉持“让人人享用清洁电力”的使命，战略聚焦主赛道、纵深发展、追求技术领先，与客户和合作伙伴构建共赢生态；圣农发展，不仅打破了白羽肉鸡种源依赖进口的桎梏，同时建立了“纵到深”“横到边”的绿色循环经济全产业链，凭借种源和成本优势，构建产业生态；科大讯飞，坚持“平台+赛道”的人工智能战略，先聚焦市场需求端需要解决的问题，再与技术加速器嫁接，形成解决方案的壁垒。

第三，持续精进运营，重塑组织活力

面对多极化、复杂的市场需求，越来越多的企业要求组织升级成为“以客户价值为中心，协同、透明、敏捷”。**如何数字驱动、精益运营、组织重塑活力成为绝大多数BMC企业最为关切的问题。一批流程驱动的组织，利用先进的数字化与流程挖掘工具及AI技术，赋能新组织、新技能型员工精进运营，跨职能推动重点流程价值实现，实现组织与人才持续活力发展。**例如银泰百货，在“对外开放”即输出供应链能力和商业智能解决方案的同时，苦练内功，“对内搞活”推行内部部门“公司制”，组织自发与自适调节，经营管理专注“量级价值”，提升组织活力并促进业务市场化。神州数码，推动AI与各行各业创新融合，实现业务创新和价值重构；企业内部形成了以市值为导向的战略管理、推进体系，并将领导班子增量薪酬、考核与不同业务类型所呈现的“增量市值”挂钩，成为“业务转型典范”。

感谢BMC候选企业在调研与CXO LAB深度访谈中提供的卓越管理实践总结与前瞻见解。我们希望通过BMC企业为代表的更多中国民营企业“致广大而尽精微”，长期保持蓬勃生机，不断升级核心竞争力，从中国卓越企业迈向世界一流企业，进一步提升中国企业的全球影响力。

上篇：

第六届中国卓越管理公司 (BMC)获奖企业榜单

一、BMC榜单评选背景及评选标准

中国卓越管理公司（Best Managed Companies，以下简称为“BMC”）项目是当前中国唯一针对企业管理体系进行全面评估的国际奖项。卓越管理公司（BMC）项目于1993年在加拿大创立，享誉全球30余年。目前，全球卓越管理公司网络已遍布世界近50个国家和地区，共有300余家企业获此殊荣。

中国卓越管理公司（BMC）项目于2018年首次举办，至今已至第六届。BMC由德勤中国主办，联合新加坡银行、香港科技大学商学院、《哈佛商业评论》中文等进行严格筛选，旨在发现和见证具有先进管理理念和卓越管理水平中国企业，并希望更多的中国企业重视长期、平衡和可持续发展。

第六届中国卓越管理公司（BMC）获奖企业历经六个月的闭门推荐、企业家访谈和专家调研，运用成熟的“BMC卓越管理标准”全球框架，通过“CXO卓越管理实验室”从企业战略、能力、承诺以及财务实力四个领域综合评估，并经过四家主办方组成的独立评委会最终审定。



图 “BMC卓越管理标准”全球框架

二、第六届中国卓越管理公司（BMC） 获奖企业榜单

（榜单按企业名称首字母拼音排序）

第六届中国卓越管理公司新晋获奖企业榜单

企业名称	行业
比亚迪股份有限公司	工业制造
长江精工钢结构（集团）股份有限公司	工业制造
达利食品集团有限公司	消费零售及批发
福建圣农发展股份有限公司	消费零售及批发
金发科技股份有限公司	能源与资源
联想（北京）有限公司	科技、传媒和电信
名创优品集团控股有限公司	消费零售及批发
上海九如城企业(集团)有限公司	生命科学与医疗
深圳市艾比森光电股份有限公司	工业制造
神州数码集团股份有限公司	科技、传媒和电信
TCL中环新能源科技股份有限公司	能源与资源
唯品会（中国）有限公司	消费零售及批发
扬子江药业集团有限公司	生命科学与医疗
阳光电源股份有限公司	能源与资源
优合集团有限公司	消费零售及批发

第六届中国卓越管理公司新晋金奖（连续5年获奖）企业榜单

企业名称	行业
科大讯飞股份有限公司	科技、传媒和电信
三六零安全科技股份有限公司	科技、传媒和电信
深圳市裕同包装科技股份有限公司	工业制造
新希望乳业股份有限公司	消费零售及批发
鑫荣懋果业科技集团股份有限公司	消费零售及批发
银泰商业（集团）有限公司	消费零售及批发

第六届中国卓越管理公司金奖（连续6年获奖）企业榜单

企业名称	行业
爱康健康科技集团有限公司	生命科学与医疗
创维集团有限公司	消费零售及批发
大全集团有限公司	能源与资源
孩子王儿童用品股份有限公司	消费零售及批发
海底捞国际控股有限公司	消费零售及批发
恒安国际集团有限公司	消费零售及批发
龙湖集团控股有限公司	房地产
山东威高集团医用高分子制品股份有限公司	生命科学与医疗
山鹰国际控股股份公司	工业制造
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	生命科学与医疗
深圳市汇川技术股份有限公司	工业制造
通策医疗股份有限公司	生命科学与医疗
新东方教育科技集团有限公司	教育
中国教育集团控股有限公司	教育

第六届中国卓越管理公司连续获奖企业榜单

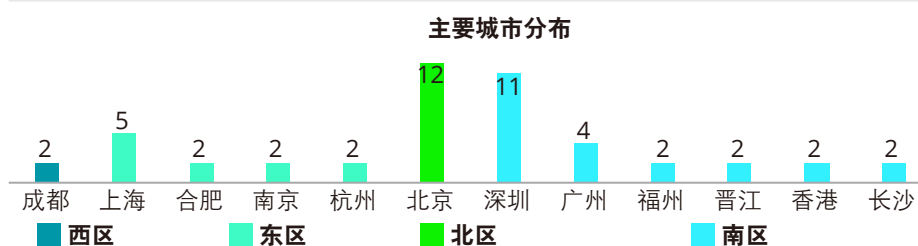
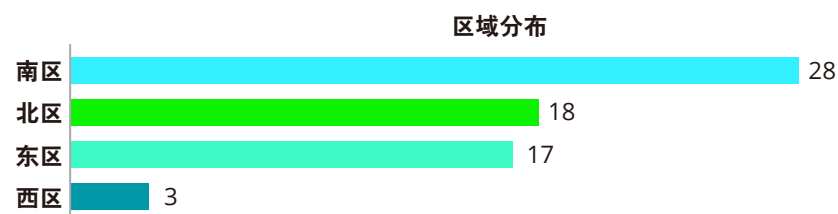
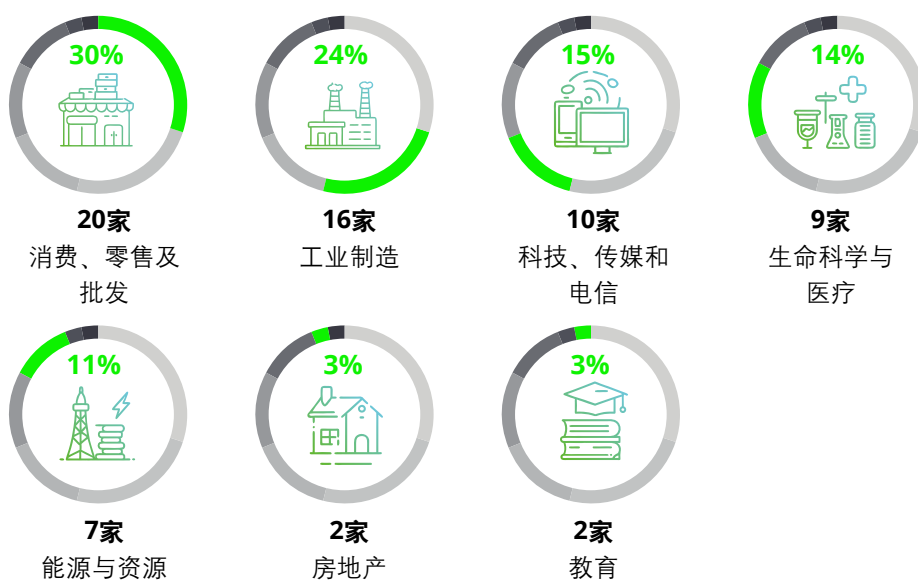
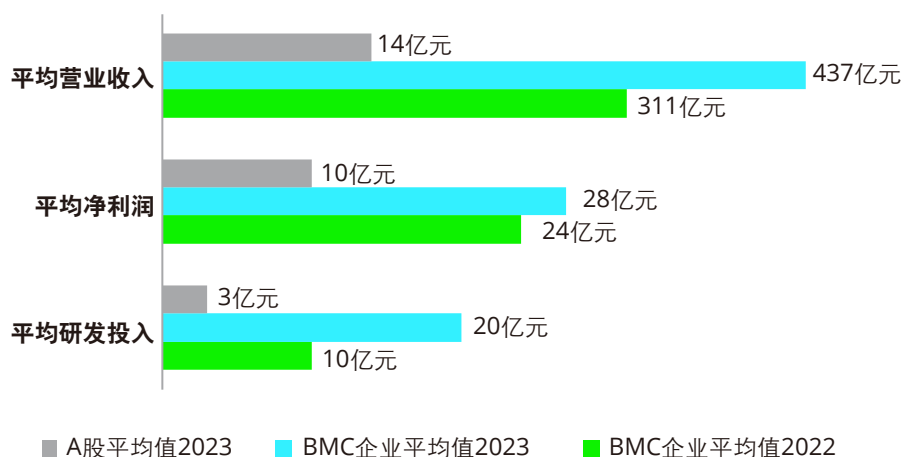
企业名称	行业
安东油田服务集团	能源与资源
安踏体育用品有限公司	消费零售及批发
宝时得科技(中国)有限公司	工业制造
北京东方雨虹防水技术股份有限公司	工业制造
北京蓝色光标数据科技股份有限公司	科技、传媒和电信
福耀玻璃工业集团股份有限公司	工业制造
广东东阳光科技控股股份有限公司	工业制造
广东海大集团股份有限公司	消费零售及批发
广联达科技股份有限公司	科技、传媒和电信
恒隆地产有限公司	房地产
江苏恒立液压股份有限公司	工业制造
绝味食品股份有限公司	消费零售及批发
君乐宝乳业集团有限公司	消费零售及批发
老百姓大药房连锁股份有限公司	生命科学与医疗
联泓新材料科技股份有限公司	工业制造
隆基绿能科技股份有限公司	能源与资源
南京天加环境科技有限公司	工业制造
汽车之家	科技、传媒和电信
山东五征集团有限公司	工业制造
山东薛记食品科技有限公司	消费零售及批发
上海复星医药(集团)股份有限公司	生命科学与医疗
上海良信电器股份有限公司	工业制造
深圳传音控股股份有限公司	科技、传媒和电信
深圳市大疆创新科技有限公司	科技、传媒和电信
汤臣倍健股份有限公司	生命科学与医疗
通威太阳能有限公司	能源与资源
闻泰科技股份有限公司	科技、传媒和电信
溢达集团	消费零售及批发
永辉超市股份有限公司	消费零售及批发
永卓控股有限公司	工业制造
朝云集团有限公司	消费零售及批发

三、BMC获奖企业概览

66家调研BMC企业2023年合计营收约2.9万亿元，平均存续期28年，平均营收437亿元，平均净利润28亿元，平均净利率为8.2%，平均研发投入20亿元，均高于2023年A股上市公司平均值。BMC企业在过去5年保持有利润的增长，2019年—2023年营收复合增长率为14%，高于2023年中国民企500强8.7%。在经济形势愈加挑战的一年，BMC企业整体表现优于2022年。在66家BMC获奖企业中，营收1000亿以上的企业7家，100亿—1000亿的企业37家，100亿以下的企业22家。这些企业中18%在全球细分行业排名前三，55%在国内细分行业排名前三。

从行业分布看，包括20家消费、零售及批发企业，16家工业制造企业，10家科技、传媒和电信企业，9家生命科学与医疗企业，7家能源与资源企业，2家房地产企业，2家教育企业。

从区域及主要城市来看，南区企业28家，占比约42%，大多数企业来自粤港澳大湾区，作为中国改革开放的重要区域，不仅经济活力强劲，还孕育出众多具备市场潜力的企业。候选企业中近半数来自该区域，凸显了大湾区在推动中国企业创新和成长中的核心作用。另外北区企业18家，东区企业17家，西区企业3家。



注：其他西区城市1个，其他东区城市6个，其他北区城市6个，其他南区城市5个

中篇： 中国卓越管理公司 获奖企业调研

一、宏观趋势

从2024年上半年来看，中国经济回升态势向好，在高技术制造、服务消费和外贸方面表现较为亮眼，全年实现“5%左右”GDP增长目标的可能性升高。从生产端来看，工业保持较快增长，而且高端化转型态势明显，1-5月规模以上工业增加值累计增长6.2%，其中高技术产业工业增加值累计同比增长8.7%。从国内消费来看，服务消费保持较快增长，前5个月服务零售额同比增长7.9%，这与今年以来文旅等服务消费需求保持活跃有关。从外部需求来看，1-5月出口表现亮眼，累计增长6.1%（以人民币计价），其中船舶、车辆等出口出口额累计增长78%和16%，出口的较高增速也意味着制造业产业链仍存在需求端支持。

不过近期中国面临的外部不确定性上升，包括美国持续高企的利率、强劲的美元价格、欧洲的战云阴霾以及中东的紧张局势；再加上许多发达国家和新兴经济体的保护主义也日益加剧，特别是在经历了大选后的欧洲，极右翼势力的崛起可能会进一步增长保护主义。

尽管如此，中国在许多方面仍具有韧性和优势，这将在复杂外部变局下，为经济持续增长提供动能：首先，居民消费具有韧性是长期趋势，中国具有庞大的中产阶级，城市化尚未完成，而且年轻人具有较强的消费信心；其次，数字经济为中国经济增长提供新动能，数字整体规模已超过50万亿元，诸如新零售、金融科技、智能制造等领域的创新应用场景大量涌现；第三，中国在新能源产品领域已形成显著优势，锂电池、太阳能、电动车在过去三年内的出口规模增长逾两倍，新能源汽车产销量已连续九年位居世界第一；最后，越来越多的中国企业正积极开展高质量的全球化布局，2023年对外直接投资金额累计同比增长11.4%，其中对一带一路投资占四分之一，在当地市场开展绿色发展、科技创新方面的务实合作。

当前，政府把“加快发展新质生产力”作为首要工作任务，强调充分发挥创新主导作用，以科技创新推动产业创新。在具体推进过程中，不仅是颠覆性技术和前沿技术的研发和应用催生新产业、新模式、新动能，更是将科技创新的成果融入到现有传统产业中，通过转旧“创”新、以新“带”旧，推动传统产业的高端化、智能化和绿色化，进而塑造面向未来的现代化产业体系。这一转变有利于中国提高全要素生产率，不断塑造发展新动能新优势，促进社会生产力实现新的跃升。

此外，中国愈发重视“充分激发各类经营主体的内生动力和创新活力”，在2024年《政府工作报告》中第一次把国企、民企、外企并列冠以“现代化建设的重要力量”的定位，提出要“为各类所有制企业创造公平竞争、竞相发展的良好环境。对于民营经济而言，这意味着中国将把促进民营经济健康发展是一项系统工程，继续全面落实促进民营经济发展壮大的意见及配套举措，以政策合力点燃民营经济的高质量发展动力。

纵观国内外宏观形势，对于中国民营企业而言，当下加速国际化和科技升级恰逢其时，具有重要的战略意义。首先，面对全球市场的不确定性和保护主义抬头，通过国际化布局，民企可以分散风险，拓展新的增长空间。其次，随着全球科技革命的深入推进，人工智能和数字化技术日新月异，民企加速科技升级，有助于提升生产效率、创新能力和市场竞争力。最后，中国政府大力支持科技创新和民营经济发展，政策环境日益优化，这为民企在全球舞台上发挥更大作用提供了坚实保障。

二、调研主要结论

每一年我们都通过专项调研与BMC CXO LAB访谈形式，深入对BMC获奖企业，即代表中国未来发展的一批一流民营企业管理层进行调研，提炼中国企业卓越管理实践，总结管理层对未来发展的核心观点。

调研问题1：公司面临的主要挑战是什么？

66家中国卓越管理公司认为，他们面临的主要挑战为：

1. 组织模式有效支持业务快速发展迭代
2. 国际化拓展或国际业务持续
3. 研发技术升级
4. 多板块战略整合、拆分能力
5. 客户管理、市场营销管理创新与效果监测

上述5点中组织模式创新持续三年成为主要的挑战，说明面对国内外碎片化市场需求，组织模式创新支撑多元发展尤为重要。今年调研结果，国际化与研发技术升级挑战排序继续上升，说明越来越多的企业进入“深水区”，需要“敢进敢为”及时布局关键能力与国内外市场，加速双循环机遇下的新机遇把握。客户管理、市场营销创新与效果检测仍有大量挑战需要突破，尤其伴随企业开始更多应用AI技术，距离真正智算未来仍有差距。

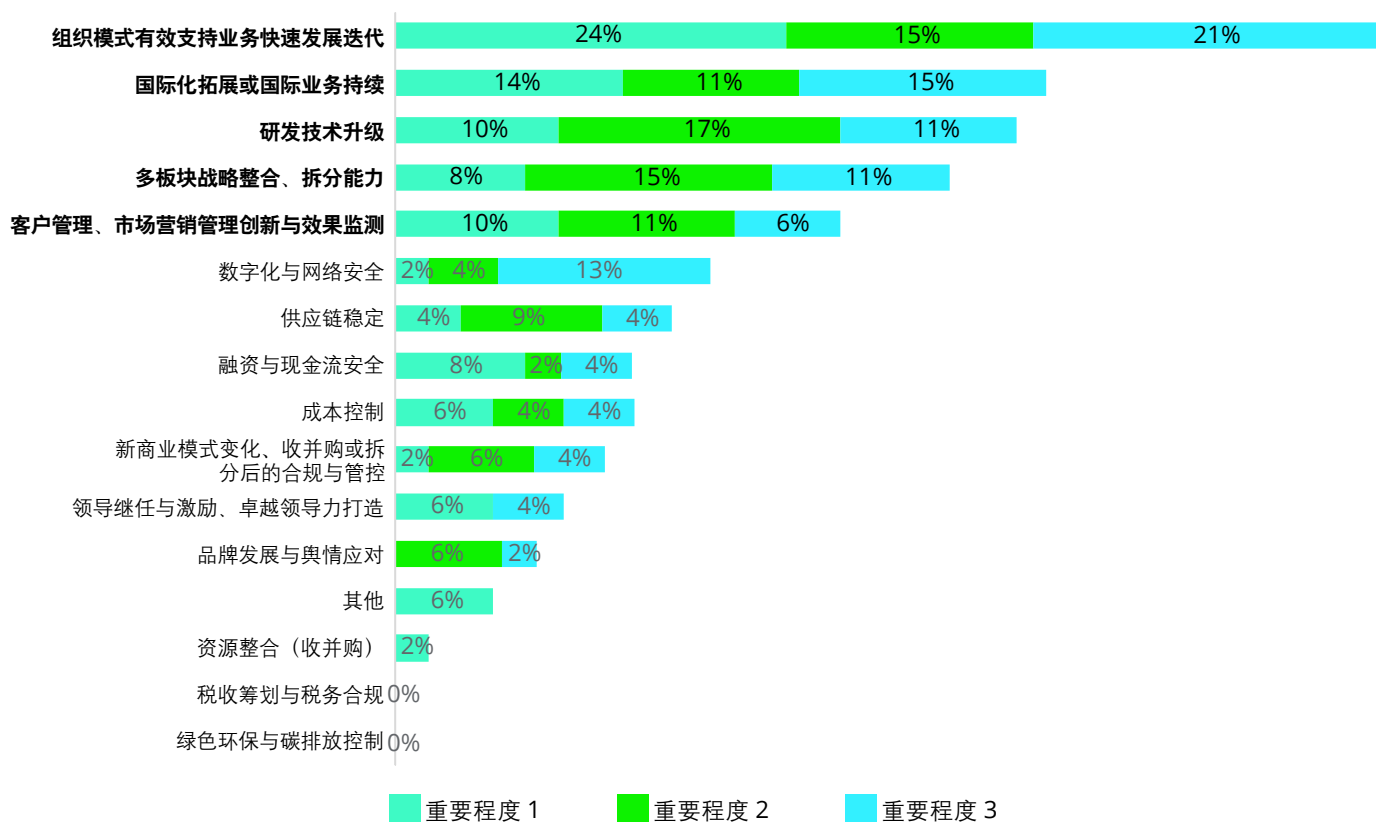


图1 企业“未来主要挑战”是什么

调研问题2：为打造未来核心竞争力，企业关注下一步关键战略举措有哪些？

BMC企业下一步关注的关键战略举措聚焦5点：

1. 深度理解客户对产品需求的变化与业务创新
2. 研发与技术升级
3. 成本控制与资金
4. 战略布局调整（含海外或新领域）
5. 数字化升级

除此以外，收并购与整合、组织与流程再造、供应链管理升级、品牌延展仍为头部企业下一步关键战略举措之一。国际化因为只是部分企业的战略选择，且战略布局中包含此项，因此排序不很靠前。

卓越民企的成功之处来自于围绕客户的多元价值创造。以上战略举措关注重点体现了企业对于创新、效率与全球竞争力高度重视。

	重要程度1	重要程度2	重要程度3	重要程度4	重要程度5
深度理解客户对产品需求的变化与业务创新	88%	6%	2%	0%	4%
研发与技术升级	50%	28%	18%	0%	4%
成本控制与资金	42%	29%	23%	6%	0%
战略布局调整【海外或新领域】	40%	28%	14%	4%	14%
数字化升级	40%	48%	6%	2%	4%
供应链管理升级	29%	35%	25%	6%	4%
品牌延展	25%	38%	27%	4%	6%
国际化发展	18%	29%	27%	14%	12%
组织与流程再造	12%	30%	38%	16%	4%
收并购与整合	6%	22%	43%	20%	8%

图2 企业关注下一步关键战略举措有哪些

调研问题3：未来24个月企业数字化升级投入重点方向？

BMC企业未来数字化投入重点聚焦5个领域：

1. 业务流程智能化
2. 数据分析/商业智能
3. 人工智能AI应用
4. 信息安全
5. CRM客户管理

BMC企业在CXO LAB中分享与强调，对于数字化转型的深入理解和全面布局尤为重要。他们通过技术创新提升运营效率、增强数据驱动决策的能力、保障信息安全以及提升客户服务质量，从而构建和巩固企业的核心竞争力，以应对挑战。

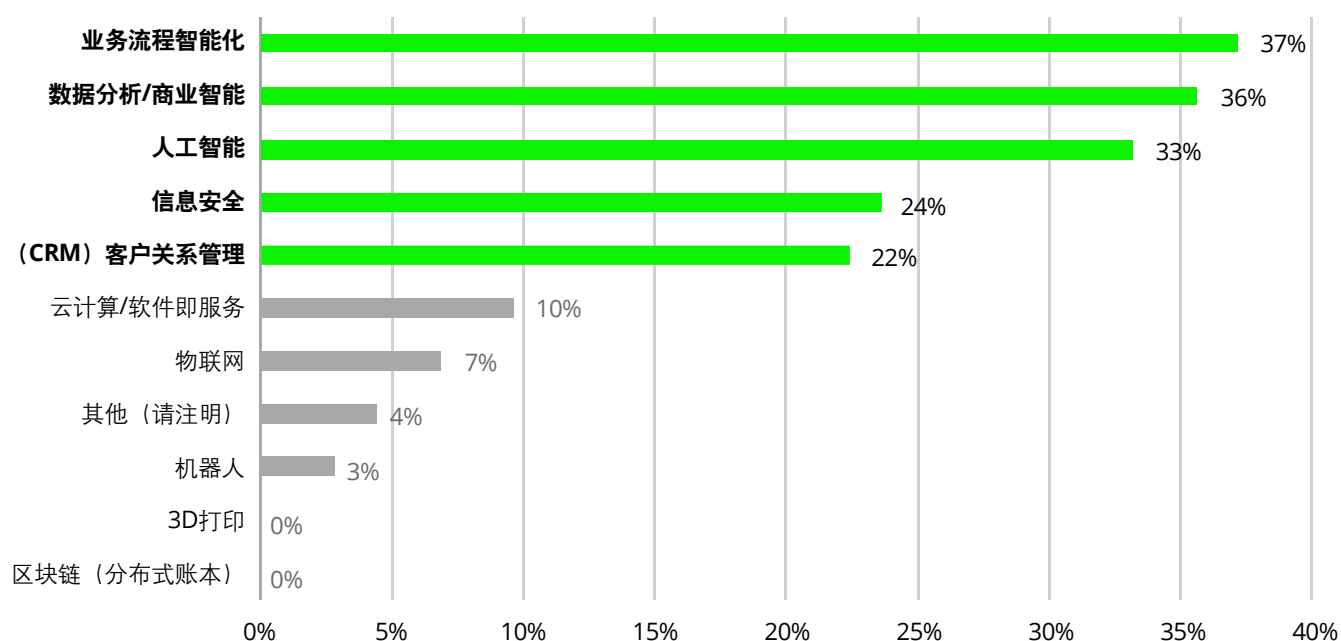


图3 未来24个月企业数字化升级投入重点方向

调研问题4：企业全球化经营中哪些能力亟待提升？

BMC企业在国际化经营中亟待提升的能力排名前五的是：

1. 战略制定能力包括对国际整体与各地区市场趋势、客户需求、竞争环境、供应体系、政商变化的分析
2. 业务拓展能力包括区域、模式、产品、客户、渠道等
3. 数字化管理能力包括境外信息系统日常运维、网络安全、数据收集与分析等
4. 围绕海外市场客户诉求，满足不同价值客户个性需求的分级管理能力
5. 供应链管理能力包括采购、供应商寻源、开发、合同、大宗商品、仓储物流等

与第五届调研结果相比，数字化管理能力排名上升至第三位，体现了数字化基座支撑国内外业务发展的重要性。此外，企业也十分关注品牌建设、人才培育、合规管理等，但这些关键能力在出海早期，很多企业已适应性解决。BMC企业选择的国际化亟待提升的五大能力体现了企业进一步扎根全球运营、低成本高效率实现全球资源调用的主要挑战。

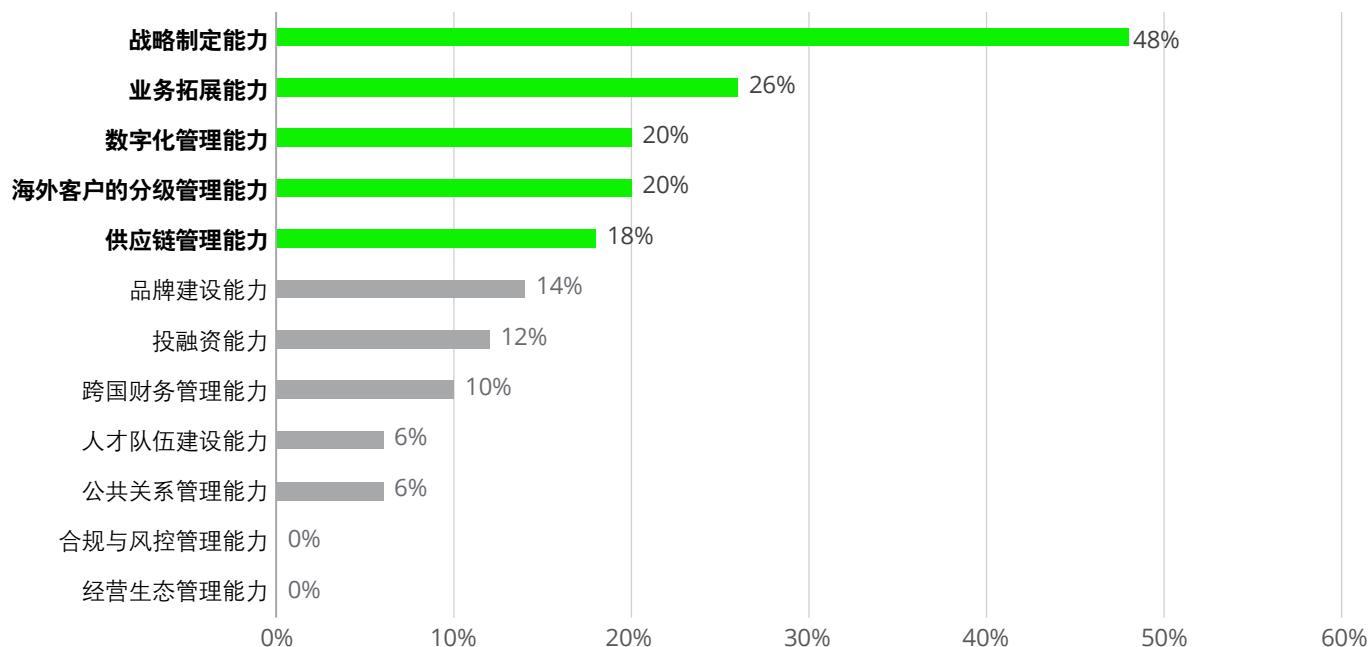


图4 企业全球化经营中哪些能力亟待提升？

调研问题5：企业面临的国际国内供应链管理主要挑战是什么？

BMC企业聚焦前五的主要挑战包括：

1. 预测准确率不足
2. 供应商韧性和供应连续性
3. 过于冗长繁杂的渠道和层级导致供应资源无法直接、准确得匹配终端客户需求
4. 供应链合规风险管理
5. 后端各个职能的割裂运营导致订单交付过程不透明，各种信息沟通错误和矛盾

这些痛点在国际化发展、行业加速竞争下更为凸显。BMC企业虽有清晰的供应链管理愿景，在持续推动数字化供应链打造，但与价值链上下游、企业前后端拉通，形成产研、产销、产供协同的供应链模式，实现合作共赢，及通过可视、可感、可分析、可调节的大供应链模式，实现高效、敏捷、协同、强韧的供应链目标上，仍有很大挑战。这些也突出地制约全球运营发展加速。

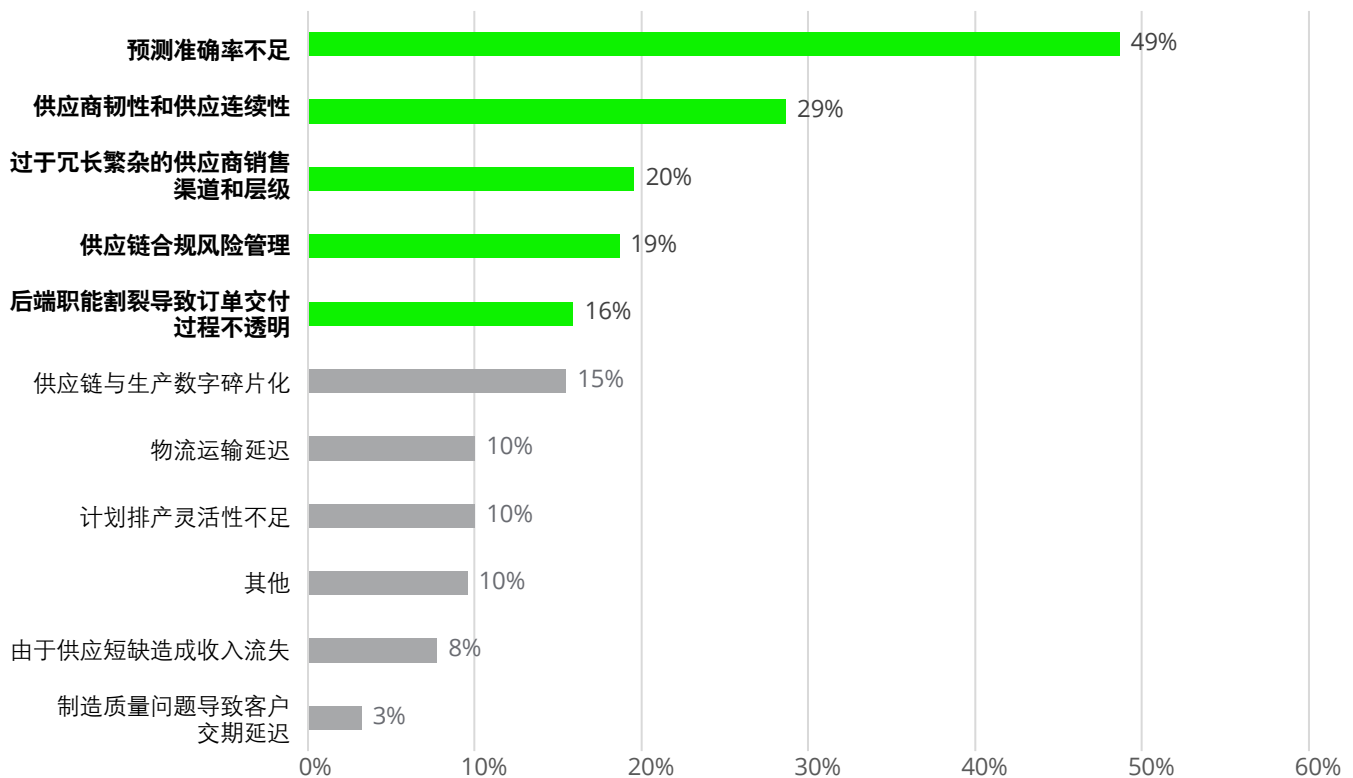


图5 企业面临的国际国内供应链管理主要挑战是什么？

下篇： BMC卓越管理实践案例

一、第六届BMC新晋获奖企业、新晋金奖企业领先实践总结

(榜单按企业名称首字母拼音排序)

新晋获奖企业：

企业名称	行业	行业领先实践
比亚迪股份有限公司	工业制造	<ul style="list-style-type: none"> • 技术为王，创新为本 • 深化战略布局，加强垂直整合 • 贴近市场，以客户为中心决策敏捷，整体速度制胜
长江精工钢结构（集团）股份有限公司	工业制造	<ul style="list-style-type: none"> • 技术领先、品牌良好、全球城市地标缔造者，优质客户资源丰富 • 数字化赋能长产业链发展：制造+建设+运营 • 极其重视客户满意度，围绕客户价值实现，持续加速技术创新发展
达利食品集团有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> • 精准的市场定位选择，锁定了稳定容量赛道，长期坚守与迭代，并适时叠加多品类、多航道第二、第三曲线业务 • 不断延展成本领先与产品差异化优势 • 组织扁平化，高层充分授权
福建圣农发展股份有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> • 种源优势，料肉比全球领先 • 大食品规模服务能力 • “纵到深”“横到边”的绿色循环经济全产业链
金发科技股份有限公司	能源与资源	<ul style="list-style-type: none"> • 强大的定制化产品和差异化服务能力 • 创新引领，强大的研发和技术储备 • 全球协同价值链一体化和规模优势
联想（北京）有限公司	科技、传媒和电信	<ul style="list-style-type: none"> • 丰富全球本地化运营经验与全球资源协同能力 • 聚焦AI升级客户直达模式，加速3S转型 • 品牌韧性铸就全球影响力，改变世界
名创优品集团控股有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> • 产品为王，敏捷组织 • 全球高效供应链，极致性价比 • 全球品牌IP集合，持续提升产品力与品牌力
上海九如城企业（集团）有限公司	生命科学与医疗	<ul style="list-style-type: none"> • 首创四级养老服务体系，树立行业标杆 • 学习型、创新型组织 • 数字化确保服务精准、个性化

企业名称	行业	行业领先实践
深圳市艾比森光电股份有限公司	工业制造	<ul style="list-style-type: none"> 以客户为中心深耕国际市场，产品管理能力强，解决客户长期痛点，技术向产品转化快，产品组合丰富，爆品引领行业变革 全球化服务网络本地化、广覆盖、深触达 “至真”文化渗透，促多国文化组织融合
神州数码集团股份有限公司	科技、传媒和电信	<ul style="list-style-type: none"> 以自主创新核心技术赋能产业数字化转型，业务转型典范 国内最大的To B销售网络渠道，出色的服务能力 国产算力需求确定性强，华为核心算力合作伙伴
TCL中环新能源科技股份有限公司	能源与资源	<ul style="list-style-type: none"> 半导体起家，长期储备的技术及制造优势 收并购加速国际化和规模效应 数字化运营赋能业务
唯品会（中国）有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> 独特“品牌特卖”商业模式 把控低价好货，高供应链壁垒 流程再造推进内部精益运营，外部多伙伴合作共赢 全员创新与微创新，技术投入升级用户体验
扬子江药业集团有限公司	生命科学与医疗	<ul style="list-style-type: none"> 质量领先，夯实品牌升级路径 精益管理，全方位降本增效 绿色生态的医药健康产业链
阳光电源股份有限公司	能源与资源	<ul style="list-style-type: none"> 低成本创新和纵深发展，构建技术优势和品牌高势能 数字赋能以加快发展和实现第一定律 全球营销、渠道及服务网络 “诚恳务实、严谨开放、创新尊重、成就客户”的核心价值观
优合集团有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> 推动产业链优化和标准化，优化全球资源配置能力 数智化升级，实现数字技术与产业业务场景的深度融合 轮值董事长管理机制，激发组织活力

新晋金奖企业：

企业名称	行业	行业领先实践
科大讯飞股份有限公司	科技、传媒和电信	<ul style="list-style-type: none"> • 国际先进的人工智能源头核心技术 • 从核心技术突破到规模化应用推广的场景及系统性创新能力 • 行业科技品牌的公信力及广泛覆盖的营销服务体系
三六零安全技术股份有限公司	科技、传媒和电信	<ul style="list-style-type: none"> • 聚焦人工智能和数字安全双主线 • 技术创新
深圳市裕同包装科技股份有限公司	工业制造	<ul style="list-style-type: none"> • 构建平台型组织提升资源利用效率 • 强大的品牌影响力和市场渠道优势推进全球化布局 • 可持续发展与技术创新，为客户与产业链带来新价值
新希望乳业股份有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> • 规模化通过外延并购，构建了“1（总部）+N（子公司）”的企业结构，实现规模化扩张 • “新鲜、新潮、新科技”战略发挥多品牌协同发展优势 • 继续深耕客户价值、大供应链、食品安全等核心领域的数字化转型
鑫荣懋果业科技集团股份有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> • 从品种、产品、物流、渠道四大平台全面构建清晰的全产业链长期发展战略 • 实施“鑫果兴农”战略，深入推进“新品种、新技术、新渠道、新品牌”的四新赋能计划 • 助推果业数智化、绿色化、融合化发展，全面推进集团国际化业务模式
银泰商业（集团）有限公司	消费零售及批发	<ul style="list-style-type: none"> • “对外开放”“对内搞活”“零售智慧” • AI技术转化为新质生产力，通过数字化升级驱动企业业务与管理转型

二、第六届BMC新晋获奖企业卓越管理案例

(榜单按企业名称首字母拼音排序)

比亚迪持之以恒地提供极致技术、极致产品和极致体验，不断给消费者带来惊喜，满足人们对美好生活的向往。

比亚迪董事长 王传福

比亚迪股份有限公司

比亚迪是全球最大的新能源汽车企业，以技术创新为企业基因，已连续十一年稳居中国新能源汽车销量龙头地位，连续两年蝉联全球新能源汽车销量冠军，并代表中国品牌首次进入全球汽车集团销量前十。

比亚迪秉持“**技术为王、创新为本**”发展理念，在全球累计申请专利超4.8万项、获得授权专利超3万项。比亚迪掌握电池、电机、电控等新能源汽车全产业链核心技术，从自主创新到全面开放创新，持续引领全球新能源汽车变革。经过长时间坚守，比亚迪凭借刀片电池、DM-i超级混动、e平台3.0、CTB电池车身一体化、易四方、云辇系统、DMO超级混动越野平台等颠覆性技术，实现技术、产品和市场全面爆发。

比亚迪**坚定新能源汽车发展战略，坚持以“7+4”全市场策略推动新能源汽车应用全方位拓展**，形成乘用车、客车、卡车及专用车、工业车辆等全市场产品矩阵，实现了新能源汽车对交通运输全覆盖，为城市提供一揽子绿色整体解决方案。

在汽车领域，比亚迪从多方面着手不断强化业务核心竞争力。第一，**持续强化核心技术的自主可控**，提升产品竞争力；第二，紧抓市场消费趋势，**坚持以消费者需求为导向**，稳步推进多品牌矩阵建设；第三，**加速业务出海进程**，为全球消费者提供卓越的新能源汽车体验，助力中国汽车产业引领全球新能源汽车浪潮。在其他领域，比亚迪持续深化战略布局，**注重核心技术研发及创新，加强垂直整合优势，深化大客户策略**。前瞻布局的新兴业务相关产品线，发展势头强劲，带动集团业务及收入规模持续壮大。

比亚迪秉承“**用优秀培养优秀，让成功复制成功**”的核心人才发展理念，搭建特色人才培养体系，并联合全国顶尖一流院校、一流学科、一流流动站、一流导师，培养比亚迪一流博士后。

任何企业都存在于社会之中，都是社会的企业，都是时代的产物。作为绿色梦想的坚定践行者、引领者，比亚迪肩负时代责任与使命，坚定拥抱汽车电动化、智能化浪潮，持续为全球消费者提供极致技术、极致产品和极致体验，打造中国和全球的新能源汽车龙头，走出一条绿色创新发展之路，助力“**为地球降温1℃**”。

用心做事，把不可能变成可能；真诚待人，感动自己才能感动别人。

精工钢构集团董事长
方朝阳

长江精工钢结构（集团）股份有限公司

精工钢构集团是一家集国际、国内大型钢结构建筑设计、研发、销售、制造、施工于一体的大型上市公司。公司正从传统的建筑钢结构业务，向创新的EPC、绿色集成科技业务转型。

公司坚持“创新驱动的钢结构建筑科技型平台公司”的战略定位，加大自主创新科技力度，双轮驱动，内涵式发展和外延式增长并重。精工钢构集团是全国工程建设质量管理优秀企业和全国优秀施工企业，拥有建筑工程施工总承包特级、中国钢结构制造企业（特级）等行业资质，同时拥有日本钢结构制作H级认证、美标AISC资质认证、俄标GOST-R资质认证、欧标CE认证和欧标1090-1/-2EXC4资质认证。公司在全国布局八大生产基地，并坚持研发创新，形成了以“精工十二大技术体系”为核心的自主知识产权体系，荣获浙江省建筑行业首个国家科学技术进步一等奖，中国质量奖提名奖，并以一系列“高、大、难、特、新”工程建设技术成果积累和优质的管理服务，成为全球优秀品牌合作伙伴；在全球共打造了600+座城市地标，包括全球首个“双奥开闭幕式”场馆——国家体育场“鸟巢”、全球规模最大的单体航站楼——北京大兴国际机场、世界在建第一高楼——沙特帝王塔，目前世界上最先进、规模最大、结构体系最复杂的专业体育场——卢赛尔体育场等优质工程。在“新世界七大奇迹”和“中国当代十大建筑”榜单中，公司承建的项目独占六席。

公司积极践行“走出去”战略，成为国内最早、最多承接国际工程项目的民营企业，项目涉足40多个国家和地区，以“精于技术工于品质”的良好口碑屡屡赢得“回头客”，成功塑造了中国钢结构品牌的国际形象。近年来，公司实现海外建筑订单的快速增长，将海外业务打造成第二增长路径，推动钢结构业务稳健发展。

公司积极推进“数字化”转型，融合数字智能科技，创新的BIM信息数字系统和MES自研平台，拉通了后端生产和前端项目的信息流、物流、价值流和资金流，为行业首创，解决了行业痛点并初步进行能力输出，打造绿色建筑全生命周期管理平台，形成建筑全产业链生态集成，实现更加高效、智慧、集约的信息化管理。

2023年以来，公司通过流程型组织变革，推动公司对外“以客户为中心”的流程再造和对内“以奋斗者为本”的组织变革，确保战略流程落地，进一步激发组织活力，提升公司核心竞争力。

“如果说比世界最高的1007米的‘帝王塔’更高的是什么，那答案就是建造它的人。”精工钢构集团不断挑战自我，传递“用心做事，把不可能变成可能；真诚待人，感动自己才能感动别人”的核心价值观，不断助推钢结构建筑高质量发展。

达利一直心无旁骛地做食品行业，长期坚守以消费者为中心整合价值的的能力，通过品牌切入细分行业赛道，不断提升品牌美誉度，实现了“多产业多品牌”的战略落地。

达利食品集团副总裁兼执行董事
许阳阳

达利食品集团有限公司

达利食品集团成立于1989年，是国内多品类休闲食品及饮料巨头，在烘焙糕点、薯类膨化、豆奶、功能饮料等细分领域市场占有率领先。

达利食品“致力于为消费者提供品质生活、健康饮食”。通过精准的市场定位选择，达利锁定了稳定容量赛道，并长期坚守以消费者为中心整合价值的的能力。在不断提升品牌美誉度的同时，达利实现了成本领先与产品差异化一体战略，以“产业链+龙头品牌+深度分销”三位一体的商业模式，实现了“多产业多品牌”的战略落地。集团组织扁平化，高层充分授权，从一把手到基层员工仅4个层级，各层级保持对一线战略的执行理解一致。达利集团总部仅200余人，却管理着4万员工，平台到端运营效率很高。

达利食品确定家庭、青少年、健康意识强的消费者为目标市场和消费者群体，以“营养、健康、绿色”为目标，利用大数据分析洞察消费趋势，始终把消费者的核心需求当作企业的关注焦点，并且以此为出发点，专注技术研发创新，由此相继打造了达利园、可比克、好吃点、和其正、乐虎、豆本豆、美焙辰七大销售规模过10亿的国民品牌，各品牌差异化定位清晰，入市操盘能力强。2017年，达利推出的豆本豆就是研发创新的一个产物，豆本豆有5项发明专利。在渠道端，多品类产品渠道协同，下沉市场占优，对单一细分渠道、大城市市场的依赖度低。2018年，达利食品依托现有优势，进行产品创新，成功推出美焙辰短保面包。因为短保面包对于渠道配送的效率要求较高，在产业布局过程中，公司基于短保面包的产品特征，对于渠道配送环节进行了改造，实现了从工厂到货架产品6小时送达的配送效率，产品创新与渠道效率提升形成了良性共振。在生产供应链端，全国性生产布局与“中央工厂+批发”模式相得益彰，在临近区域内，由分销及配送渠道送至经销商或终端，方便市场下沉，降低运输成本。

达利食品集团的卓越管理实践体现了企业长期的坚守，通过“用心”和“品质”将企业品牌和产品力传递至消费者，由此引领企业及行业不断前行创变。

圣农不一定要成为行业最大规模企业，但我们始终致力于成为行业内最具盈利能力、最具创新力和最具影响力的公司，并期望以企业自身的成长引领行业的健康发展。

圣农集团董事长 傅芬芳

福建圣农发展股份有限公司

圣农，是亚洲最大白羽肉鸡全产业链企业。深耕行业41年，圣农不仅打破了我国白羽肉鸡种源长期依赖进口的“卡脖子”局面，更建立了“纵到深”“横到边”的**绿色循环经济全产业链**，从育种、养殖、肉鸡加工、食品深加工、销售及物流全部自营，真正实现了从田间到餐桌的全产业链掌控。

在战略上，**圣农持续构筑全产业链生态系统，以种源优势、成本领先、大食品规模服务能力为核心竞争力，致力于实现客户和消费者的价值创造。**圣农的育种技术不断突破，其“圣泽901plus”品种在料肉比、产蛋率、生长速度、抗病四项指标上均达到国际领先水平，持续领跑国产种源市场。同时，圣农的产能规模持续领跑行业，白羽鸡养殖能力超过8亿羽，已建及在建食品深加工产能合计超过50万吨，位列全国领先。

在养殖环节，**圣农的现代自动化鸡舍展现了其高效的管理水平。一对夫妻在38天内就能养成12万只鸡，这种标准化养殖模式不仅提高了生产效率和产能利用率，还确保了产品的稳定供应。**在销售端，圣农已与百胜中国、麦当劳、德克士、沃尔玛、永辉等国内外知名客户建立了长期的战略合作关系，充分融入全球先进的食品供应链体系，开创了从产品供应到价值共创的多赢模式。

在C端市场，圣农不断重塑品牌价值，明确了“精致生活家”的目标消费人群定位。通过深入研究消费者需求，打造了一系列爆品，食品板块的第二增长曲线稳步兑现。这种整只鸡的价格最大化策略不仅实现了溢价优势，还抵御了行业性风险。在内部管理上，圣农同样展现了其卓越的管理能力。公司板块中台职能融合，按客户及渠道整合市场营销组织架构，整合内部资源实现公司整体价值最大化。这种精细化的管理模式不仅提高了公司的运营效率，还确保了公司的稳健发展。

在绿色循环经济产业链的建设上，圣农更是走在了行业前列。他们将养殖、生产中产生的鸡粪、谷壳、鸡下脚料等余料进行有机肥生产、建设生物质发电厂，开发屋顶分布式光伏。这些举措不仅减少了环境污染，还带动了经济效益和社会效益的双重提升。

圣农发展的卓越管理故事体现了我国企业在**研发创新、社会责任、可持续发展**等方面的坚定追求和不懈努力。圣农不仅是亚洲最大的白羽肉鸡企业，更是现代可持续农业企业的典范，其成功经验值得整个行业乃至全社会学习和借鉴。

创新成就未来，坚守绿色低碳理念，推动环境与经济的和谐共进，深耕本土，拓展海外，推进企业的国际化与数字化转型，致力于引领全球化工新材料行业的变革，共筑可持续未来。

金发科技总经理

吴敌

金发科技股份有限公司

在全球化工新材料行业中，金发科技以其卓越的产品多样性和规模优势，确立了行业内的领先地位。作为**全球规模最大、产品种类最为齐全的改性塑料生产企业**，这一成就的背后，是金发科技始终坚守的经营理念：**将每一个订单视为必须执行的命令，将每一份合同视为至高无上的准则。**

金发科技的市场理念清晰而坚定：**创造需求，引领市场，服务客户。**只有不断创新，不断满足客户的需求，才能在竞争激烈的市场中立于不败之地。因此，金发科技制定了“**强化中间、夯实两端、创新引领、跨越发展**”的战略方针，以确保企业持续、稳定、健康的发展。在这一战略指导下，金发科技具备了强大的定制化产品和差异化服务能力。公司始终坚持“**以客户为中心**”，**提供量身定制的产品和解决方案，以满足不同客户、不同行业、不同地域的多体系需求。**

金发科技通过与重点客户建立**联合实验室，共同参与联合项目**，不断推动新技术和新产品的研发与应用，以满足客户的多样化需求。公司秉承“**自主创新、技术领先、产品卓越**”的研发理念，构建了“**13551**”研发体系，形成了**行业研究、技术研究、产品研究三轮驱动的研发平台**。这一平台不仅使金发科技在技术上保持领先，更使其在产品研发上具备了强大的竞争力。

金发科技的**全球协同价值链一体化和规模优势也是其成功的关键**。公司依托战略合作关系和多元化采购模式，确保了原料的稳定供应，实现了全球产供销一体化的协同。这为金发科技在全球市场上提供了更强的竞争力，使其能够为客户提供更加优质的产品和服务。

在人才培养方面，金发科技不断创新和完善人才发展体系，为员工提供了广阔的职业发展平台和优越的工作环境。公司打造了**基于价值分享的激励体系“蛋糕理论”**，将**公司的发展与员工的个人利益紧密结合，实现人才成长与公司发展的同频共振。**

在可持续发展方面，金发科技始终怀揣创造美好生活的初心，致力于“**塑料、人类、地球**”的三元协调统一。公司已将可持续发展与业务发展布局紧密关联，通力打造**绿色、低碳、循环的新材料业务体系**，力争在2030年实现碳达峰，2060年实现碳中和。

金发科技将继续推动整个化工新材料行业的健康发展，为构建人类命运共同体贡献智慧和力量。

把握智能革命战略机遇，在“联想智慧中国”的愿景下，前瞻性布局“全栈混合AI”战略，以领先的产品、方案和服务，加速政企、中小企业和消费客户的智能化转型与升级。

**联想集团执行副总裁
兼中国区总裁**

刘军

联想

2017年，联想前瞻性地提出智能化转型战略，确立了“联想智慧中国”的愿景。经过7年实践，联想已形成覆盖“研产供销服”全价值链的智能化技术架构及管理体系，更好地满足了客户个性化、定制化的需求。全价值链智能化之下，联想在中国开启的“以客户为中心转型”和“3S转型”两大转型成果丰硕。

“以客户为中心转型”致力于和最终客户直接建立关系、直接提供服务，政企客户的覆盖已从七年前的53%提升到现在的90%以上，直接触达的中小企业客户达740万家，消费客户会员规模则达2.1亿。通过“3S转型”，不仅保持了PC市场份额每年创造历史新高，而且PC之外的新业务收入占比也从2017年的不到20%，提升到现在的超过34%。

与此同时，基于丰富的内生实践，联想沉淀总结出了一系列智能化转型最佳实践，并通过“外化”服务了上千家国内大中型企业智能化转型。

面对当前爆发的AI大潮，联想积极拥抱变革，升级“全栈混合AI”战略布局开启了面向AI的新十年。“全栈混合AI”战略布局具体包括：“一体多端”的AI终端，“一横五纵”的AI基础设施和“一擎三箭”的AI解决方案与服务。

在AI终端方面，通过“一体多端”战略，领跑AI PC、AI手机、AI平板和AIoT设备。作为全球PC领导厂商，联想率先定义和发布具备五大特征的AI PC新品，同时将天禧个人智能体系统（天禧AS）植入更多具有异构AI算力的设备，升级它们为AI手机、AI平板以及多样化的AIoT设备，这是“多端”。

在AI基础设施领域，通过“一横”，即联想万全异构智算平台，实现通用、AI、科学算力的融合管理，提供高效、稳定的基础设施生产力；同时全面升级“五纵”，即服务器、存储、数据网络、软件及超融合、边缘的产品能力，并通过构建万全生态，以期问鼎AI基础设施。

在AI解决方案与服务方面，通过“一擎三箭”战略，基于擎天智能IT引擎和擎天生态，为政企、中小企业和消费客户提供全栈解决方案与全周期服务，加速智能化转型与升级，称雄AI方案与服务市场。

联想七年智能化转型的创新思维和实践经验，不仅加速了自身业务的韧性成长，也为千行万业的智能化转型树立了典范。面对AI带来的史诗级机遇，联想正致力于以“全栈混合AI”，加速智能化转型每一步，推动AI普惠。

坚持做难而正确的事，时间会奖励诚实勤奋的人。

名创优品创始人 叶国富

名创优品集团控股有限公司

名创优品是一家提供以IP设计为特色的丰富多样的潮流生活家居产品的全球价值零售商，自2013年在中国开设第一家门店以来的十年时间里，已经成功孵化了两个品牌，分别是“名创优品”和“TOP TOY”，成为一个以设计研发为驱动、线上线下共同发展的消费新零售企业。精准定位潮流生活商品领域，**是全球最大的自有品牌综合零售商。**

名创优品“**坚持产品创新、坚持性价比和坚持全球化**”三大战略，将“全球IP联名集合店”作为最新品牌定位，致力于成为全球第一的IP设计零售集团。**凭借完善的供应链体系和极致性价比突围，为年轻人提供好看、好玩、好用的产品。**

名创优品依托“**中国高效供应链和全球超级IP**”构建了全球化战略下独特的竞争优势。名创优品强大的产品自主研发能力和高效供应链实现商品的高频高质量上新，上新“711”，即每7天从10000个产品中上线100个新SKU。**研发到市场全链路提效，构建成本优势；整合全球知名IP资源，聚焦价值创新，持续提升产品力和品牌力。**“**着眼于全球化，着手于本地化**”，赋予品牌更多的价值和特色。这一全新增长驱动力让品牌在下一个十年的新起点，以高质量发展稳步迈向“超级品牌”的新未来，全力实现“世界第一的IP设计零售集团”的新愿景。

名创优品秉持“**年轻敢创，去世界造浪**”的人才价值主张，对雇主品牌进行了专业化、品牌化运营，致力于吸纳和培养国际化高素质人才。实施了狮王计划、创优生计划、TMC计划和黑马工程等战略性人才项目。在绿色发展方面，名创优品奉行简约、自然、富质感的生活哲学，在产品开发的同时始终践行可持续发展。

名创优品**坚持长期主义，实现韧性增长。以产品为王，多元创新，敏捷迭代商业模式制胜。**实现了以更年轻化、国际化的方式推动中国品牌全球化。

养老的本质是孝道，
孝道的载体是家庭，
家庭的向往是幸福，
幸福的源泉是仁
爱。

九如城董事长

谈义良

上海九如城企业(集团)有限公司

九如城集团，作为**康养服务领域的领军者**，始终致力于构建集“医、康、养、教、研、旅”于一体的全方位康养服务生态。集团凭借前瞻性的战略布局和深厚的行业积淀，**已在全国超过10个省份、60余座城市建立了庞大的服务网络**，康复医院、连锁养老机构、社区中心遍布各地，数量分别超过300家和900家，成为了康养行业的标杆企业，并荣获“中国养老十大品牌”的殊荣。

九如城集团的战略目标清晰而坚定：立志成为养老行业的典范，引领整个产业的健康发展。为实现这一目标，集团制定了三个“十年战略”，如今**正处于第二个十年的黄金成长期**。在此阶段，九如城正逐步实现从“康养产业运营商”向“家庭幸福生活解决方案提供商”的华丽转身，致力于提供更加全面、细致的服务，满足更多家庭对幸福生活的追求。

九如城集团的领先地位不仅源于其卓越的战略规划，更得益于其强大的**综合实力**。在智慧养老和智慧医疗领域，集团控股下的企业已累计**获得9项授权专利**，并参与了**5项行业标准的制订工作**，为整个行业树立了标杆。集团首创的“**养老综合体——城市养老院——社区养老——居家养老**”四级养老服务体系，为长者提供了全生命周期的贴心照护，满足了不同区域的养老需求。

为了满足客户日益多样化的需求，九如城集团始终**坚持以客户需求为导向，不断优化业务流程，实现组织扁平化**。同时，集团**成立了数科创新中心，借助数字化手段提升运营效率**，确保服务更加精准、个性化。这种以客户需求为核心的服务理念，让九如城在激烈的市场竞争中脱颖而出。

在人才培养和企业文化方面，九如城集团同样不遗余力。集团**倡导学习型、创新型组织氛围，将员工的学习和成长与薪资紧密挂钩，形成了一套完善的激励机制**。集团以仁爱同仁为终极目标，让员工与公司共同成长、共同成就。此外，集团还**实施员工“幸福计划”，从基本需求、安全归属、尊重求知、自我实现到超越自我五个层次全面满足员工需求**，努力提升员工的幸福感和归属感。

九如城集团秉承“以人为本、服务至上”的理念，不断创新服务模式、提升服务质量，为更多家庭提供幸福生活的解决方案。同时，集团也将继续致力于推动整个康养产业的健康发展，为实现“健康中国”的战略目标贡献自己的力量。

公司始终坚持“三不原则”，即不说谎、不造假、不行贿，要靠自己的创造力、产品竞争力、社会价值来挣钱。

艾比森董事长
丁彦辉

深圳市艾比森光电股份有限公司

艾比森集团始创于2001年，是全球领先的LED显示应用与服务提供商。

艾比森坚持主业，内外双攻，掌控节奏，以品牌、渠道、产品、组织为四大抓手，高效推进BP落地，稳步实现“三年百亿”阶段性战略目标。布局发展第二曲线储能业务，实现集团从运营性增长到结构性增长。作为最早出口海外的LED显示企业之一，艾比森深耕海外市场，行稳致远，构建了中国品牌在全球的独特影响力。

艾比森始持将技术创新作为企业发展的根基，实施技术领先战略，坚持自主创新，积极布局行业领先技术，产品管理能力强，技术向产品转化快，爆品引领行业变革；以客户需求为导向，从产品研发、销售管理、供应链管理、生产制造、物流运输、到售后服务建立全方位、全链条的品质管理系统，并在各领域引进数字化信息管理系统：研发PLM系统、销售CRM系统、采购SRM系统、生产MES系统、服务CSM系统，实现高质量管理水平。数字化平台高效支撑服务标准化落地和管理闭环，不断优化流程，做到流程质量、效率最优；全球供应链布局达成快速打样、节约成本、满足定制化的特色。响应客户需求通过全球服务网络的本地化覆盖，持续深耕布局最后一公里，实现了全球化服务资源的广覆盖、深触达。经过18年的不断完善和发展，艾比森已经在140多个国家和地区形成了约6000家的渠道合作网络。

艾比森开展薪酬体系优化及合伙人制度，“真艾大学”培养具有艾比森基因的商业人才，注重女性员工发展。作为社会责任的担当者，艾比森积极倡导并践行“Absen Green”绿色倡议，倡导绿色、节能降耗理念，致力于推广适合更多应用场景的环保产品。

艾比森把“为客户创造最大价值”放在首位，长期坚守真、突出快，把“真”贯彻到业务活动中，把“快”落实到客户感知中，这是艾比森能够迎难而上稳中求进的核心实力。

数字化战略就是企业战略，AI驱动的数字云融合是信息技术的一次颠覆式的创新，将为世界带来新的发展动力。

神州数码董事长
郭为

神州数码集团股份有限公司

神州数码20余年行业信息化及数字化实践，秉承“数字中国”的初心与使命，坚持“理念领先、技术领先、实践领先”，以自主创新核心技术赋能产业数字化转型，是“业务转型典范”。

神州数码致力于成为领先的数字化转型合作伙伴，围绕企业数字化转型的关键要素，开创性地提出“数云融合”战略和技术体系框架，着力在云原生、数字原生、数云融合关键技术和信创产业上架构产品和服务能力，为处在不同数字化转型阶段的快消零售、汽车、金融、医疗、政企、教育、运营商等行业客户提供泛在的敏捷IT能力和融合的数据驱动能力，构建跨界融合创新的数字业务场景和新业务模式，助力企业级客户建立面向未来的核心能力和竞争优势。

神州数码践行数云融合，战略布局云计算和数字化转型、自主品牌（信创），两大战略业务连续三年实现超两位数高增长，2023年度营收首度突破百亿。云计算技术核心竞争优势明显，持续优化云服务水平，累计为300+家中大型企业提供云服务，拥有顶级云资源优势 and 云业务全牌照资质，为公司贡献利润弹性。自主品牌聚焦计算和网络产品，全面覆盖云网边端核心场景，为数字化转型打造坚实智算底座。通过“战略管理水坝图”工具制定战略并完成战略管理闭环，并且形成了以市值为导向的战略管理、推进体系，将战略转型业务、价值创造业务、价值附加业务三大业务分拆市值贡献，并将领导班子增量薪酬、考核与增量市值挂钩。公司内部数字化转型，整体人效提升20%，全流程上线率提升至40%，自动化审批率达到25%，全文件电子签比例达到35%。

神州数码坚持自主创新，锐意变革，始终坚持以全球领先科技和自主创新核心技术赋能产业数字化转型和数字经济发展。

以技术创新穿越产业周期。

TCL中环总经理
沈浩平

TCL中环新能源科技股份有限公司

TCL中环创立于1958年，前身为天津市半导体材料厂，以半导体起家，目前是全球领先的光伏单晶硅片出货商，光伏电池组件供应商，智慧光伏解决方案服务商。

TCL中环于2020年完成国企混改，焕发经营活力。**战略上聚焦核心优势，专注单晶硅的研发和生产，凭借内部长期储备的技术及制造优势，以长远视角考虑行业周期，实施“全球领先”战略**，通过海外收购Moxeon部分股权，快速建立海外产业布局 and 全球供应链体系，硅片市场份额快速提升。在全球范围内实施优势互补、强强联合、共同发展的商业创新路径。

TCL中环以创新之力，构筑光伏未来。公司通过持续技术创新及工艺进步、工业4.0制造转型，引领光伏硅片领域技术突破和变革，在大尺寸、薄片化、N型硅片等方面均形成了独特的领先优势，其所独立研发并持有的多项专利，成为了企业重要的核心竞争力。**与业内领先企业协同创新，实现产品更高功率，更高效率，快速降本增效；优化产线作业模式，提高“黑灯工厂”区域覆盖率，助力光伏产业发展**。在推动工业4.0基础上，公司**围绕生产制造数字化与经营管理数字化融合**，进一步推进数字化供应链、数字化财税以及数字化人力，全面赋能业务管理。

TCL中环领导者充分认同关于目标与信念、前瞻与创新的领导力科学与艺术，致力于打造以“以人为本”的企业文化，“尊重、重视每一位员工”，鼓励员工持续提升个人能力与企业共同成长，予以员工长期激励政策，让员工有尊严的生活。建立了以中环学堂为载体的培训体系，实现培养内容与培养方式的多样化，并建立了多通道的员工职业发展路径。始终秉承“环境友好、员工爱戴、社会尊重、客户信赖”的经营理念，让科技发展与绿色实践并行，实现“绿色制造”与“制造绿色”的双轮驱动。

TCL中环凭借技术前瞻洞察，强大的自主创新能力，实现了科技引领，并在光伏产业链核心业务中保持聚焦，持续精准发力，**引领光伏硅片产业生态发展，从中国制造走向中国智造**。

唯品会推动服务和技术创新，持续引入国内外优质品牌与深度折扣商品，为用户提供更丰富的寻宝式购物体验。

唯品会董事长兼首席执行官

沈亚

唯品会（中国）有限公司

唯品会在中国开创“精选品牌、深度折扣、限时抢购”的独特商业模式，销售服饰鞋包、美妆、母婴、居家、生活等全品类名品，长期领跑中国限时特卖市场，是全球领先的特卖电商。公司坚持与“好品牌”合作，线上和线下补充布局，致力于将全球好货带给更多客户。

公司围绕品牌特卖，持续强化买手制好货能力，让用户能找到真正“想要的品牌”，感知“喜欢的价格”；增强“无忧服务”竞争力，持续扩大核心高质量用户规模；提升人货匹配效率，优化供应链管理。公司多措并举，持续开展精益化运营管理。包括供应商赋能，完善商家服务体系，助力供应商解决日常运营卡点。**内部赋能，流程再造推动效率变革**，通过九大核心流程价值分析，实现了流程效率提升、信息化程度提升、客户满意度提升，潜在风险降低。**公司有效整合外部战略合作伙伴资源，及时获取关键能力**。比如100%控股杉杉商业集团，打造线上线全渠道特卖体系；与顺丰开展战略合作提高履约能力，与中检开展战略合作提升品控能力。

唯品会设立创新委员会，打造公司创新氛围，推动全员开展创新与微创新。从点子雏形到落地产出，开展了创新咖啡板、创新创业提案、总裁创新奖等系列活动，促进员工不断提出新创意，充分阐释了公司创新精进的价值观。

另外，公司重视技术驱动的分析能力，聚焦用户需求理解和多样性策略，搭建了自有研发团队，开发了全栈自研并持续优化的电子商务平台一系列核心业务系统，全力支撑业务迭代发展实现公司战略目标，并积极探索大模型、AIGC等前沿领域，**通过长期的技术投入和创新，赋能业务并持续升级用户体验。**

唯品会在特卖之路上精耕细作，展现了卓越管理公司聚焦价值创造、打造创新驱动的战略高度，落实了传承品质生活、提升幸福体验的企业使命。

全民健康，是我们最
应投身的事業。

扬子江药业集团
党委书记、董事长、总裁

徐浩宇

扬子江药业集团有限公司

扬子江药业集团创建于1971年，是科技部命名的全国首批创新型企业，连续十多年位居工信部中国医药工业百强榜前十名。集团坚持中药、化学药、生物药“三药并举”，以创新和质量双轮驱动，因地制宜发展新质生产力，打造绿色生态，在做强医药主业的基础上，积极布局大健康、国际化，品牌影响力和美誉度不断增强。

经过半个多世纪的砥砺前行，扬子江药业集团秉承“求索进取，护佑众生”的企业使命，践行“高质、惠民、创新、至善”的核心价值观，坚守“为父母制药，为亲人制药”质量文化，致力向社会提供优质高效的医药健康产品和服务，不断满足人民群众健康需求。集团已建有4个国家级研发平台，荣获国家科技进步二等奖3项，5个集团起草的中药材质量标准录入《欧洲药典》，是至今全国唯一荣膺全球三大质量奖之一的“EFQM全球奖”（原欧洲质量奖）的药企。

高质量发展蹄疾步稳。2023年以来，扬子江药业集团已荣获“江苏省优秀企业”，江苏“省级制造业领航企业”。并蝉联全国医药行业质量管理（QC）小组成果发表一等奖总数“十九连冠”；斩获国际质量管理小组会议金奖升至28项；已有多个车间等通过欧盟GMP认证和澳大利亚TGA GMP认证，质量等综合管理水平与世界先进管理水平接轨。集团努力打造精益文化，明确降本增效目标及制定实施计划，包括扩大批量、技术改进、产能优化、引进新供应商、合理排产等多方面举措，全方位实施降本增效。同时，配套匹配激励政策，形成良性循环。在数实融合方面，集团努力打造智慧工厂和绿色供应链，尤其在中药生产全周期中，实现种植、生产、运输等全流程的数字化管控，塑造可靠的质量生态。

与此同时，集团切实履行社会责任，热心支持医药科技进步、拥军、赈灾、扶贫、助学等，承担国家战备药品代储任务，连续23年资助“中华医学科技奖”评选，入选“人民日报社品牌强国计划”。同时，集团积极响应乡村振兴战略号召，已在重庆铜梁、福建福鼎、内蒙古固阳等全国多地建立80个中药材规范化种植基地，以产业振兴助力乡村振兴、农民增收，为地方经济社会发展和行业进步贡献力量，因此荣获人民企业社会责任·乡村振兴奖等多项荣誉。

在向世界一流企业目标迈进中，扬子江药业集团获“2023外国人喜爱的中国品牌”，影响力在国际舞台不断提升。截至2024年5月，集团累计已有104个品种出口42个国家和地区，98个品种出口到34个“一带一路”共建国家和地区。未来，扬子江药业集团将继续坚守质量，塑造品牌，努力为人类健康事业贡献更多“中国力量”。

唯有对赛道的足够热爱、专注并极致创新，才有长期生存的机会。

阳光电源董事长
曹仁贤

阳光电源股份有限公司

阳光电源致力于推动清洁能源转换技术发展，以“光伏、风能、储能、电动汽车、氢能”的赛道布局，助力清洁能源转换的应用场景更丰富，用能方式更创意，使用体验更友好，最终实现“让人人享用清洁电力”。凭借强大的研发创新能力，公司为全球170多个国家和地区的客户一流的产品与服务，光伏逆变器出货量连续多年位居全球领先，储能系统全球出货量连续八年中国企业中持续领先。

在战略层面，阳光电源坚定**聚焦清洁电力领域**，通过持续创新、纵深发展，不断巩固和扩大其技术优势和品牌势能。战略**聚焦主赛道、纵深发展、追求技术领先以建立市场优势、坚持长期主义以与客户和合作伙伴构建共赢生态，以及数字赋能以推动公司快速发展和持续创新。**

公司拥有强大的研发创新能力，其**研发团队约占员工总数40%，承担了多项国家重大科技计划项目，并主持起草了多项国家标准。**其次，阳光电源**坚持全球化发展战略，拥有全球性的生产和服务网络**，为全球客户提供优质的产品和服务。海外员工1423人，同比增长58.1%。此外，**公司还注重品牌塑造，2024年品牌价值突破1000亿元。**最后，阳光电源致力于精益生产与组织优化，通过市场和技术协同，推动各业务板块的协同发展，建立6+3流程体系，完成139个流程梳理，提高运营效率。

阳光电源始终坚持“**诚恳务实、严谨开放、创新尊重、成就客户**”的核心价值观。公司发布了《阳光纲领》，总结了过往的管理理念，以及面向未来5-10年的深入思考。阳光电源坚信，员工的成长是公司事业发展的基础，因此公司为员工提供广阔的发展平台和丰富的福利待遇，实现个人价值与公司成长的共赢。同时，公司还以绩效为导向，实施差异化激励策略，激发员工的积极性和创造力。

阳光电源将继续秉持“让人人享用清洁电力”的使命，架起连接之桥，与具有共同愿景的合作伙伴携手并进，共筑可持续未来。

因为我们，中国人食用全球优质动物蛋白更加普遍、安全；因为我们，全球温控农产品资源配置更加便捷、高效——这就是优合人的责任体现。

优合集团董事长

苏治

优合集团有限公司

优合集团成立于2008年，是一家独特的多元创新典范企业，已然跻身中国企业500强，进口企业200强。

实现进口冻品“一站式”综合服务。**在国内率先打通进口生鲜冷冻食品产业链全部服务环节，连续10年冻品进口总量位居全国领先，是全国第一家获得AEO高级认证的进口冻品民营企业。**集团为产业客户提供进口项下的海外代采、清关商检进口代理、国际物流等代理服务。在北京设立研究院，为全球行业企业提供信息服务。在上海、天津、武汉等数十个城市设立集物流仓储、生产加工、商品交易、信息金融服务为一体的温控农产品智慧产业园，为产业客户提供“一站式”综合服务，仅2023年供应链金融融资就达200多亿元。

打造优顶特产业互联网平台。**纵向依托优合产业旗下十多家海外子公司和国内近百家分公司，链接海外一百多个工厂，数千家加工企业，数万家经销商，实现内外贸一体化，打造温控农产品“买全球、卖全球”生态链，优化全球资源配置能力。**横向为信息、商流、物流、金融、法务等服务商提供公开、公正、公平的服务平台，实现垂直产业生态的平台化。

通过科技创新和大数据赋能。结合产业特点，再开发了先进的数智服务系统；发布了行业首个AI大模型，**联动商贸企业、金融机构、物流企业，创新物联网，区块链等技术应用，全面开展数智化升级改造，实现数字技术与产业业务场景的深度融合。**同时，基于数字技术全面运用，为进口冻品提供全程可溯源的“身份证”，确保食品的安全可追溯。

激发企业内生动力。优合集团立足企业实际，构建了具有优合特色的轮值董事长管理机制，保障了集团在“集体决策，分权制衡”的基础上，战略连贯、决策高效、运营协同，并沉淀为组织能力。为使企业高效运作，在组织架构和机构运作上，创新性开展“数字与标准”、“法务与财务”、“人资与文化”的纵向全面穿透探索，既保证了组织架构的严密性，又做到了业务运作的高效和可控。取得了良好的实践效果，为企业增添了生机和活力。

三、第六届BMC新晋金奖企业卓越管理案例

(按企业名称首字母拼音排序)

要有战略指引,顶天立地,有战略,有落地;要坚定不移给客户创造价值,要有源于热爱的长期主义精神;要通过组织的力量把底座做扎实,对关键战略方向全力投入,形成基本盘加增量盘的组合模式。

科大讯飞股份有限公司董事长
刘庆峰

科大讯飞股份有限公司

科大讯飞作为全球智能语音和人工智能领军者,凭借其在中文语音技术领域的卓越表现,占据了**超过70%的市场份额,成为行业的标杆**。该企业不仅在技术上持续创新,更在市场应用上实现了广泛的覆盖和深入的渗透。

科大讯飞坚持**“顶天立地”的发展战略**,旨在实现技术与市场的双重突破。“顶天”意味着科大讯飞始终保持核心技术的国际领先地位,不断投入研发,追求技术的前沿与领先。而“立地”则意味着科大讯飞将技术成果转化为实际应用,推动技术的产业化发展,为各行各业提供智能化的解决方案。

在人工智能技术应用落地方面,科大讯飞以**“看得见、摸得着”**的应用案例为标准,致力于将**人工智能技术应用于教育、医疗、智慧城市、运营商、汽车、金融**等重点领域。通过不断的技术创新和应用实践,科大讯飞在AI学习机、智能办公本、智能录音笔等C端产品上形成了领先的品牌优势,为用户提供了更加智能、便捷的产品体验。

同时,科大讯飞**积极构建开放的技术生态平台**,通过开放平台向开发者提供丰富的AI能力和技术支持。截至2024年5月31日,科大讯飞的开放平台已开放667项AI产品及能力,聚集超过683.1万开发者团队,总应用数超过240.5万,累计覆盖终端设备数超过40.5亿,AI大学堂学员总量达到77.9万,链接超过500万生态伙伴。这些生态伙伴与科大讯飞共同构建了一个繁荣的AI生态系统,推动了人工智能技术的广泛应用和快速发展。

科大讯飞通过**外部引进和反向输出策略,加速国际化技术与市场的拓展**。科大讯飞积极理解各国市场的核心AI应用需求,与当地领先的竞合对手建立战略合作关系,共同推动AI技术的发展和應用。科大讯飞还**积极参与国际竞赛和交流活动**,不断提升自身在国际舞台上的影响力和竞争力。

科大讯飞将企业**社会责任融入企业文化之中**,建立了清晰的人才发展通道和完善的人才储备培养机制,为员工的职业发展提供了广阔的空间和机会。同时,建立了**讯飞大学,与大学和科研院所合作引入外部人才**,不断提升企业的创新能力和技术水平。

科大讯飞作为全球领先的语音智能企业,凭借其卓越的技术实力、广泛的应用场景、开放的技术生态平台以及国际化的发展战略,不断推动人工智能技术的创新和应用,为各行各业提供智能化的解决方案。

360确立了安全、AI发展双主线，以数字安全服务守住数字化底线，同时以人工智能大模型推动传统产业迈向数字化顶峰。以“上山下海助小微”的企业战略助推国家产业数字化发展。

360创始人

周鸿祎

三六零安全科技股份有限公司

三六零安全科技股份有限公司，作为国内领先的互联网和移动安全产品及服务提供商，已成功覆盖to C、to B和to G三大业务板块，并与国际级数据安全合作伙伴建立了紧密的战略联盟。

公司秉承“上科技高山、下数字化蓝海、扶助中小微企业”的战略方针，专注于数字安全领域。其构建的以“看见”为核心的安全运营服务体系，不仅为城市产业数字化提供了强大的推动力，更为**超过4000万的中小微企业提供了便捷的SaaS基础服务**，助力其实现数字化转型。

三六零安全在技术创新方面投入巨大，**拥有超过1.5万件专利，其中发明专利占比超过90%，成为数字安全领域的佼佼者**。公司的数字安全运营服务体系融合了八大核心优势，形成了独特的“看见”作战思想，并构建了数字安全大脑框架。此外，三六零安全的研发投入占收入比例高达34%，研发人员占比超过56%，体现了公司对技术创新的坚定追求。

在人才培养和企业文化方面，三六零安全实行“班委制”管理，通过轮值方式选拔和培养接班人。同时，公司建立了持续投资的人才发展计划，为员工提供个性化的奖励机制，激发员工的创新活力。此外，三六零安全还设立了360大学，致力于企业文化的传承和员工的综合素质提升。

面对人工智能和数字安全的快速发展，三六零安全进行了战略升级，聚焦于人工智能和数字安全双主线。在人工智能领域，公司自研了通用人工智能大模型360智脑，并**推出了基于该大模型的AI数字员工“红衣”，引领了“AI+安全”的新范式**。在数字安全方面，三六零安全推出了新一代安全产品“360安全云”，为用户提供更加全面和高效的安全保障。

三六零安全的业务已拓展至互联网广告、智能硬件、互联网增值服务等多个领域，政企业务占比达15%，显示出公司在多元化领域的强劲发展势头。凭借在数字安全和人工智能领域的核心竞争力，三六零安全在市场竞争中保持领先地位，为用户提供更加安全、便捷和智能的互联网体验。

裕同科技以智能化为驱动，以客户价值为导向，以成本优化为核心，坚持“1+N+T发展战略”，全面提升设计、品质包装、环保包装、研发技术、战略合作、智能化、项目管理、企业文化和品牌影响力等方面的差异化能力。

裕同包装CEO
王华君

深圳市裕同包装科技股份有限公司

裕同科技是行业领先、国际知名的品质包装方案商，凭借卓越的印刷包装技术和全球敏捷交付能力，为世界500强企业、知名品牌客户提供创新的一站式包装解决方案以及可持续智造服务。公司以智能化为驱动，以客户价值为导向，以成本优化为核心，**全力推动“1+N+T”战略，利用“生产效率提升-收入规模提速-规模效应凸显-降本增效”的正循环，引领行业向头部企业整合。**

裕同科技注重“1+9”**差异化能力的构建**，全面提升设计、品质包装、环保包装、研发技术、战略合作、智能化、项目管理、企业文化和品牌影响力等方面的差异化能力。并始终保持敏锐的市场洞察力和技术前瞻性，积极投入研发工作，不断引进新技术、新材料和新工艺，推动技术成果的转化和应用，提升产品的核心竞争力。**公司积极投入数字化转型与应用，以智能化为驱动，继完成全国包装行业第一家全面智能工厂改造后，成功在多家工厂有效复制，降低人力成本，有效带动净利润率提升。**裕同构建平台型组织，包括营销中心、运营中心，有效整合资源，提升资源利用效率。围绕“制造领先”和“服务领先”，在制造上“做精做专”，在营销与服务上“做新做深”。组织变革聚焦作战及业务流的价值创造为核心，组织设计以模块化、扁平化为目标，专业平台以服务作战、服务价值创造为原则，打造裕同差异化竞争优势。

裕同科技凭借强大的品牌影响力和市场渠道优势，不断扩大市场份额，推进全球化业务布局。目前在中国、美国、澳大利亚、越南、印度、印尼、泰国、马来西亚等全球8个国家、40座城市设有50+生产基地及3大服务中心，**借助全球化的制造优势以及全球化的交付布局，显著缩短产品的生产和运输时间，从而快速响应市场需求，确保对客户的稳定服务，为公司的持续稳健发展奠定坚实的基础。**

公司坚持绿色环保可持续发展理念，ESG实践行业领先。公司获得国证ESG评级AAA级；在Wind ESG评级体系中从A级提升至AA级，位居同行前三。

裕同科技秉承“正直、坚定、进取、务实”的企业精神，坚持“客户至上、奋斗为本、创新创造、协同共赢”的价值理念，不断推动技术创新和管理创新，提升企业的核心竞争力和市场影响力，为行业的繁荣和发展做出更大的贡献，致力成为客户信赖、员工爱戴、社会尊重的国内领先、国际知名印刷包装企业。

坚持以“鲜”为核心，笃定坚持“鲜立方战略”，以“科技营养食品企业”为发展定位，以“新鲜、新潮、新科技”为品牌调性。用始终如一的好产品、敏捷高效的供应链、快速转化的科技力，持续讲好中国乳业的“新鲜”故事。

**新乳业董事长
席刚**

新希望乳业股份有限公司

新希望乳业，中国最具有活力与创新的企业之一，立足西南，并华东、华中、华北、西北深度布局，逐步深化全国，构建了以“鲜战略”为核心价值的城市型乳企联合舰队。

公司坚持“鲜立方战略”，持续聚焦主业发展，继续以“新鲜、新潮、新科技”为核心方向，未来五年战略以低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心重点品类，并确立了做强低温、科技创新、内生为主、并购为辅、分布经营、区域深耕的战略实现路径。以“DTC”为渠道增长的重要引擎，五年力争实现净利率倍增。

新希望乳业规模化通过外延并购，构建了“1（总部）+ N（子公司）”的企业结构。构建了整个产品矩阵，实现规模化扩张。新乳业“鲜战略”差异化经营模式发挥多品牌协同发展优势，通过低温风味乳潮品快做，成为新的增长引擎；聚焦经营能力，以数字科技为经纬，推动供应链效率提升，推进世界级制造；继续深耕客户价值、大供应链、食品安全等核心领域的数字化转型，以“鲜活go”平台、数字工厂、PMC精益化管理与优化、奶源数字化等打通从牧场、工厂再到零售终端的整个产业链的数字化体系。公司通过供应链的更“鲜”、在地品牌的更“亲”和把消费场景做得更“透”，为1,900万全域数字化用户提供更快、更优、更贴心的服务。

新希望乳业发布“零碳乳业行动计划”，探索构建乳业全链条低碳循环发展方式。公司视员工为最宝贵的资产，为员工提供具有市场竞争力的差异化薪酬，股权激励机制，设立三大发展中心定制职业培训，优化晋升路径。

新希望乳业作为中国乳品行业的领军企业，致力于通过创新和战略布局引领企业高质量发展，通过深化“新·鲜主义”理念，持续推进内生增长，为企业及社会创造价值。

坚守“专业主义、价值主义、长期主义”的核心管理理念，加大推进集团数智化、全球化、低碳发展，打造永续经营的能力。

鑫荣懋董事长兼CEO 张剑

鑫荣懋果业科技集团股份有限公司

鑫荣懋果业科技集团成立于1998年，是一家长期聚焦于水果领域的龙头企业，是**链接全球核心水果资源、提供全渠道专业服务的平台型企业**。集团成立以来一直以消费者乐享水果生活、推动中国果业可持续发展为己任，践行“水果让生活更健康”的使命，荣获农业产业化国家重点龙头企业、中国果蔬行业头部企业、中国航天事业战略合作伙伴等荣誉。

鑫荣懋积极响应“一带一路”倡议，在**近40个国家和地区开展水果业务，同时，与全球先进物流服务商合作，探索全球重点国家的国际物流，建立更有竞争力的国际物流链路，形成全球水果资源的“供应网”**。

鑫荣懋采用国际一流水果专用冷库硬件标准，在全国布局30多个冷链物流仓储中心，自建亚洲首座全自动果蔬专业立体智能冷库，形成可触达全国各个城市的“物流网”。

鑫荣懋全渠道分销的“渠道网”，覆盖全国300多个城市，布局50多家主要批发渠道，服务10000余家商超门店、25000余家水果专卖店以及中国5大领先电商平台，每天分销超过3000吨高品质水果，为超过2000万家庭提供新鲜安全的水果服务。

鑫荣懋结合适配水果行业的自研TMS、WMS和ERP等系统，创新打造覆盖全场景、全业务链、可全程质量追溯的“数智网”，提升行业供应链效率，利用数智化赋能行业未来发展。

通过“供应网、物流网、渠道网、数智网”四网合一的全方位布局，形成网状效应，为消费者提供专业服务，同时造福种植者。

鑫荣懋实施鑫果兴农战略，助力全面推进乡村振兴。持续践行地球友好战略，推动果业可持续发展，在水果生态链、节能环保、疫情灾害、社会公益等方面，多维度履行社会责任，通过一系列向上向善的社会责任行动，不断推动水果事业这一对社会、人类、自然有利的“善”业前行。

鑫荣懋作为水果领先企业，**积极探索实践，引领行业发展，推动中国果业可持续发展为己任，打造果业的生态价值链。**

银泰百货通过“对外开放”“对内搞活”“零售智慧”，不仅做好自身韧性发展，还将技术和能力向百货同行开放，努力成为大数据驱动的消费解决方案提供商。

银泰商业董事长
陈晓东

银泰商业（集团）有限公司

银泰百货成立于1998年，是一家全面架构在云上的互联网百货公司，位居中国百货零售业前列。公司持续引领百货行业的新零售变革，逐渐从提供商场设施和管理服务的地产商转变为零售商，并致力于成为大数据驱动的消费解决方案提供商。

银泰百货战略清晰，总结为“对外开放”“对内搞活”“零售智慧”。在百货行业困难时期，银泰百货不仅做好自身韧性发展，还将技术和能力向百货同行开放，努力成为大数据驱动的消费解决方案提供商，从而发现企业的第三增长曲线，进一步向外扩散到商超、百货、校园、新能源汽车等多种行业和领域，输出供应链能力和商业智能解决方案，推动相关行业的产业升级。同时，在“对外开放”的过程中，苦练内功，“对内搞活”即推行内部部门“公司制”，经营管理专注“量级价值”，提升组织活力促进业务市场化。通过机制引导员工在战略执行中自动关注有价值且达到一定量级的事情，并建立了与之相匹配的薪酬激励制度，充分挖掘人才潜能，使人才发挥最大价值，实现企业发展与人才发展的相互促进与正向循环。企业坚持纵深数字化升级，在“人”“货”“场”的数字化底盘之下，逐渐构建起全国60多家线下商场+喵街APP+支付宝小程序+微信小程序+直播+社群+导购的多元渠道布局，实现数字化会员破4000万，商品和品牌全面数字化，运营效率提升，创新且更好的服务于客户。在企业数字化从0到1升级的过程中，通过数字技术改造银泰百货现有的商业模式，用“AI大脑和眼睛”托底商场经营，提高单店人效，坪效，使得传统百货商场有限的生产要素，进一步实现了收入增加，释放零售场景中的美。

银泰百货领导者具有授权员工实现突破并承担相应权责的魄力，能够持续支持并鼓励员工发挥所长，协调个体与团队，提供平等沟通、真诚待人的良好环境。

银泰百货的卓越管理故事体现了AI技术转化为新质生产力，通过数字化升级驱动企业业务与管理转型，持续“创新发展、以人为本”，实现了远远高于同行的利润规模双增长，并且推动百货行业的数字化发展。



关于德勤

德勤中国是一家立足本土、连接全球的综合专业性服务机构，由德勤中国的合伙人共同拥有，始终服务于中国改革开放和经济建设的前沿。我们的办公室遍布中国31个城市，现有超过2万名专业人才，向客户提供审计、税务、咨询等全球领先的一站式专业服务。

我们诚信为本，坚守质量，勇于创新，以卓越的专业能力、丰富的行业洞察和智慧的技术解决方案，助力各行各业的客户与合作伙伴把握机遇，应对挑战，实现世界一流的高质量发展目标。

德勤品牌始于1845年，其中文名称“德勤”于1978年起用，寓意“敬德修业，业精于勤”。德勤全球专业网络的成员机构遍布150多个国家或地区，以“因我不同，成就不凡”为宗旨，为资本市场增强公众信任，为客户转型升级赋能，为人才激活迎接未来的能力，为更繁荣的经济、更公平的社会和可持续的世界开拓前行。

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成员所网络和它们的关联机构（统称为“德勤组织”）。德勤有限公司（又称“德勤全球”）及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，相互之间不因第三方而承担任何责任或约束对方。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为承担责任，而对相互的行为不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅www.deloitte.com/cn/about了解更多信息。

德勤亚太有限公司（一家担保责任有限公司，是境外设立有限责任公司的其中一种形式，成员以其所担保的金额为限对公司承担责任）是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的每一家成员及其关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，在亚太地区超过100个城市提供专业服务，包括奥克兰、曼谷、北京、班加罗尔、河内、香港、雅加达、吉隆坡、马尼拉、墨尔本、孟买、新德里、大阪、首尔、上海、新加坡、悉尼、台北和东京。

本通讯中所含内容乃一般性信息，任何德勤有限公司、其全球成员所网络或它们的关联机构并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前，您应咨询合格的专业顾问。

我们并未对本通讯所含信息的准确性或完整性作出任何（明示或暗示）陈述、保证或承诺。任何德勤有限公司、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何方因使用本通讯而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。

©2024。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

