

中国民营企业加速“出海”谋共赢

随着中国经济高质量发展稳步推进,中国企业加快全球布局的脚步,民营企业在其中扮演了重要角色。在中国,民营经济贡献50%以上的税收、60%以上的国内生产总值(GDP),在企业总量中的占比超过90%。数量庞大、灵活性高的中国民营企业在“出海”过程中坚持通过创新开拓市场,携手合作共谋发展机遇,不仅促进自身更大发展,而且为海外市场乃至全球产业链供应链提供更多选择和发展动力。

创新驱动 加速“出海”布局全球

安徽合肥,保隆科技股份有限公司的数字化生产车间,一个个空气悬架控制器、空气弹簧总成从自动化产线上有序下线。

匈牙利布达佩斯,保隆科技欧洲研发制造中心一片繁忙。园区正在规划二期厂房,用于空气悬架的制造生产。如今,保隆科技已在海外设立9个生产园区、19家工厂、11个研发中心、20余个销售分支机构,辐射亚洲、欧洲和北美。“布局跨国地域‘研产销’全球化市场势在必行。”保隆科技董事长张祖秋说,企业将充分利用海外优质资源,与国内形成协同联动,助力产品的研发和生产升级。

在位于泰国罗勇府的泰中罗勇工业园车间内,机器轰鸣,数控设备满负荷运转,十几个工业机器人翻转着机械臂作业。邻近的车轮涂装车间内,轮毂半成品“乘坐”物流辊道缓缓降落,进入预处理工序。走进新泰车轮制造有限公司生产车间,工厂的自动化、数字化、智能化气息扑面而来。这家企业是总部位于河北的立中车轮集团2010年在泰国投资成立的子公司,专注研发、制造高端轻量化铝合金车轮和铸造铝合金材料,已成为集团重要海外生产基地,为东南亚、欧洲、美洲等市场提供更方便、快捷的服务。

作为全球领先的新能源智能制造解决方案服务商,无锡先导智能装备股

份有限公司也在加速全球化发展。目前,先导智能已拥有十余家海外分公司,主要分布于欧洲、北美、东南亚等地区。2023年集团海外业务占整体营收比例大幅增长,未来海外业务占比计划提升到50%。

近年来,中国民营企业加快“出海”步伐,持续扩大中国制造的牌影响力。中国市场分析机构艾媒咨询去年8月发布的报告显示,在已实施“出海”布局的中国企业中,中、小、微企业占比分别为39.4%、17.5%和13.6%,中企全球化布局能力持续提升。

融入当地 拓展延伸产业链条

谈及德国子公司从初创发展到当前规模,先导智能德国子公司总经理陈初说,新能源行业在亚洲积累了丰富经验,缺乏完善供应链的欧洲急需优质供应商提供产能和技术。“当我们来到欧洲布局并进行长期规划,当地不少企业积极表达了合作意愿。”

今年2月,先导智能首个欧洲物流中心仓在德国奈拉落地并启用,凭借先进技术及全球化服务体系,为欧洲客户带去高效快捷的物流服务体验。此外,在推进当前业务的同时,先导智能位于欧洲的子公司还对未来进一步拓展供应链进行谋划。

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供应链、拓展市场新空间,成为越来越多中国民营企业“踏浪

出海”思考的问题。

全球销售网络覆盖超过70个国家和地区,深圳传音控股股份有限公司这样总结“出海”经验:坚持“全球化思维、本地化创新”的海外布局理念。

在尼日利亚拉各斯,传音公司的尼日利亚办公室坐落于熙熙攘攘的市区。这家专注于新兴市场提供智能终端产品和移动互联服务的中国企业持续开拓非洲市场,并根据当地需求进行针对性研发,着力打造个性化、差异化产品。

2015年,传音和网易成立的合资公司传音旗下流媒体平台 Boomplay 首次亮相尼日利亚,如今平台月活跃用户总量超过9400万人。深耕非洲音乐市场,Boomplay注重收录本土音乐,推广当地艺术家并打造友好用户体验。“我们还提供离线播放功能,以适应当地不稳定的网络环境。”Boomplay 总经理蔡浩文说。

北京大学光华管理学院副院长张影表示,通过加强创新,整合国内外资源,中国民营企业能在“出海”的竞争中合作中获得更大成长空间。同时,企业既要“走出去”,也要“走进去”“走上去”,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找到新机遇。

合作共赢 贡献经济增长动力

“中企为当地提供更多就业机会,带来新技术。”尼日利亚阿布贾大学国际关系问题专家谢里夫·加利表示,中企

带来基础设施、信息技术、土木工程等领域的新技术,帮助本地员工掌握更多专业技能。

以传音为例,目前该公司在非洲的本地员工占比超过90%,许多本地员工在产研、采购、销售各个环节发挥重要作用。

在尼日利亚等地走访可以发现,Boomplay 为当地用户提供多元化服务,并与当地电信公司合作打造定制流量套餐和会员订阅服务,为非洲听众提供“负担得起的流媒体服务”,大大增加了用户可及性。

事实证明,在“走出去”过程中,中国民营企业不仅建设广泛的销售和服务网络,带去优质商品和服务,还通过加速投资设厂为当地提供就业岗位、培养行业人才,与当地实现共赢发展。

匈牙利外交部长西雅尔多曾表示,保隆科技在匈牙利设立的研发制造中心园区将促进匈牙利汽车产业的创新发展,为匈牙利乃至欧洲汽车产业注入新的活力。

陈初谈到先导智能德国子公司与当地合作共赢时说,先导智能对欧洲布局既满足企业自身供应链全球化的需要,也反过来带动供应链上当地企业的发展,满足海外变化和需求而形成的供应链更加坚韧。

“中国民营企业正在塑造和延伸全球产业链价值链,通过共建‘一带一路’倡议等为世界经济发展提供动力。”加利表示,中国民营企业在非洲的经营和发展对当地具有借鉴意义,为推动非洲发展作出贡献。

(于佳欣 王嘉伟 田颖)

新媒体时代健康传播的机遇挑战与治理路径

——评《新媒体健康传播道德失范现象研究》

□ 燕娟

健康是人类永恒的追求,健康传播作为守护公众健康的重要手段,新媒体的兴起为其开拓了广阔的发展空间,同时也带来诸多前所未有的道德挑战。由赵金萍、胡浩著,河北人民出版社出版的《新媒体健康传播道德失范现象研究》一书直面新媒体健康传播的现实困境,以清晰的结构和深刻的洞察,呈现了一幅新媒体健康传播道德失范现象的全景图,同时也为健康传播的未来发展指明了方向。

一、机遇:新媒体对健康传播的多维赋能

该书就新媒体对健康传播的积极影响给予了充分肯定。首先,新媒体打破了传统健康传播中信息来源的限制,不仅医疗专家和机构,普通公众、患者、非政府组织等均可成为健康信息的提供者和传播者,由此造就了多元化的健康传播主体格局。其次,新媒体提供了相较传统媒体更为丰富的传播工具和平台,从文字、图片到视频、直播,健康传播的形式更加多样,也更好地满足了不同受众的需求。第三,新媒体的互动性使得健康信息的供需双方可以实时反馈,双向交流,有效促进了知识的共享与普及。第四,新媒体平台的数据分析功能使得健康传播可以更精准地定位目标受众,从而提高传播的针对性和效率。第五,新媒体的即时性和广泛覆盖能力使得健康信息能够快速触达目标受众,而且传播成本相对

较低,这种高效性在应对突发公共卫生事件时尤为突出。

二、挑战:道德失范现象的多维解析

新媒体在为健康传播多维赋能的同时,一系列的道德失范现象也为健康传播带来诸多挑战。

首先,新媒体健康传播技术的蓬勃发展促进了主体的泛化和信息的爆炸式增长,加之权威、专业的信息筛选和审核机制的缺位,使得健康信息的质量参差不齐,公众难以分辨真伪,也拉低了对健康传播的信任度。第二,新媒体环境下,呈指数式增长的健康信息搅扰了公众的信息环境,让他们对信息甄别感到力不从心,也导致真正有价值的健康知识获取变得困难重重,健康信息的传播效果大打折扣。第三,智能算法推荐让人们在惬意的信息茧房中流连忘返,却鲜少意识到自己的信息获取渠道正变得越来越狭窄,离更加多元、全面的健康信息也越来越远。第四,新媒体的开放性和匿名性使得一些不实、夸大甚至虚假的健康信息得以滋生和传播,这些伪健康信息往往披着科学的外衣,传播健康谣言和偏颇健康观念,不仅误导公众的健康认知,也会对公众的健康权和隐私权等带来直接或间接的危害。第五,新媒体环境下商业元素对健康传播的侵蚀现象日益严重,一些健康传播平台或媒体为了追求商业利益,将健康信息与商品销售捆绑提供,使得健康传播越来越功利化,甚至出现

“魏则西生物免疫疗法”“丁香园系列账号被禁言”等诸多乱象。此外,在娱乐至死理念的冲击下,一些新媒体平台为了吸引眼球和流量,过度追求娱乐性,低俗、庸俗、媚俗的“三俗”元素不仅削弱了健康传播的科学性和严肃性,还会误导公众的健康观。

三、治理:系统性治理路径的多维构建

在现象分析的基础上,该书进一步运用社会学、伦理学以及传播学理论,从宏观、中观和微观三个层面对这些道德失范现象的成因进行了跨学科的批判性分析,进而层层递进地阐明了其对健康传播真善美本性、公众基本健康权益以及社会良性秩序等的危害。治理新媒体健康传播道德失范现象,对于维护健康传播的公信力、有效性以及社会的和谐稳定至关重要。为此,该书有针对性地提出了极具操作性的多维治理框架。

作者强调了综合治理的重要性,主张通过多层次策略的协同,实现健康传播生态的整体优化。第一,制度与法律约束路径强调以刚性的法律促进对健康传播道德失范行为的规制,包括制定和完善专门针对新媒体健康传播的法律法规,加强分层监管和信息审核,鼓励公众参与监督,确保健康信息的真实性、准确性和合法性。第二,道德培养与自律强化路径侧重于提升健康传播者的责任感和道德意识,通过教育、培训和行业自律,

鼓励传播者自觉遵循道德规范,筛选和传播科学、准确的健康信息,同时对违反道德规范的行为进行他律评价和纠正。第三,专业引领与权威建设路径鼓励主流媒体和权威健康教育机构发挥核心作用,提供可靠的健康信息源和专业的健康指导,引导公众形成正确的健康观念和采取恰当的健康行动,同时通过培养跨学科的健康传播人才,加强行业内部的专业支持和后备力量建设。素养提升与能力培育路径聚焦于提高大众的健康及媒介素养,通过教育和培训,让传播者能够更加有效地使用媒介资源,同时让受众更好地辨别和理解健康信息,从而提高整个社会的健康传播水平。当然,新媒体健康传播道德失范的治理并非一蹴而就,在这个长期且复杂的过程中,我们不仅要关注治理手段的有效性,更要关注其可持续性,只有建立起长效的治理机制,才能确保新媒体健康传播的健康发展。

综上,《新媒体健康传播道德失范现象研究》一书通过对健康传播机遇、挑战和治理路径的探索,为推动新媒体健康传播的健康、有序发展贡献了智慧和力量,同时也彰显了学术研究的问题引领、思想深度与实践关怀。未来,还有待学界继续深化该方面的研究和探索,共同驱动新媒体健康传播的深度发展。

(作者单位:山西医科大学人文社会科学学院)