



第七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：第七届中国卓越管理公司(BMC)获奖企业榜单	2
一、BMC榜单评选背景及评选标准	3
二、第七届中国卓越管理公司（BMC）获奖企业榜单	4
三、BMC获奖企业概览	7
中篇：中国卓越管理公司获奖企业调研	9
一、宏观趋势	10
二、评委观察	11
三、调研主要结论	12
下篇：BMC卓越管理实践案例	19
一、第七届BMC新晋获奖企业、白金奖企业领先实践总结	20
二、第七届BMC新晋获奖企业卓越管理案例	24
三、第七届BMC白金奖企业卓越管理案例	36

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
姜 振 德勤中国卓越管理公司项目高级顾问

审 编

范跃龙 德勤中国品牌市场总监

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、香港科技大学商学院徐岩教授、《哈佛商业评论》中文版执行主编程明霞女士

前言

《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，已连续发布七年，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：第七届中国卓越管理公司(BMC)获奖企业榜单，展示卓越管理企业的群像与特征；

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“世界一流企业”和“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。

2025年BMC获奖企业在全球政治经济局势高度不确定，国内经济与消费潜力需进一步提振的情况下，实现了“跨越性增长”，除了管理体系持续卓越，也依靠在四大领域的综合创新——，第一，产品持续突破与业务模式创新重塑，例如领益智造，从果链企业转型升级为AI终端硬件制造平台；第二，区域拓展突破及全球化资源整合，例如玲珑轮胎稳健推进“7+5”全球布局战略实施；第三，管理方式突破与数字化管理赋能，例如友邦人寿以科技化战略全方位赋能客户服务；第四，合作模式突破与价值链生态协同，例如旭阳集团独特的服务型与创新型行业运营管理模式。

今年中国BMC项目诞生了第一批白金奖企业。经过七年持续观察，我们发现，它们不仅战略前瞻、创新，更是具备高适应力，可保证企业跨越周期；创新引领，无论是技术本身还是商业模式或客户价值创造，并在高速强化全球运营能力，实现全

球业务更强的设计力、控制力、连接力；以人为本，承诺与推动全球各经营属地社会价值实现；数智化推动全球投资与稳健运营，业绩行业引领。它们的卓越管理模式，代表着“中国管理典范”。

BMC项目评委会主席/德勤中国主席蒋颖表示，从2018年开始，德勤与哈佛商业评论中文版及香港科技大学商学院一起，历时七年，通过BMC项目发现一批好企业，让“中国好企业”讲好成功故事。随着《民营经济促进法》的实施，我们将与合作伙伴一起，汇聚各方资源，不断促进BMC企业深度交流与合作，在重塑企业发展模式、开辟新增长曲线、拓展全球化业务等关键领域，与优秀企业在全世界舞台上共创“中国实践”。

BMC企业“生如夏花，常变长青”，力求多元创新，不仅改变已知世界，而是改变行业边界、改变竞争规则，既追求“尽情绽放”，又在变化中“寻求永恒”

赵健

德勤中国
卓越管理公司项目主管合伙人

上篇:

第七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“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32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。

中国卓越管理公司（BMC）项目于2018年首次举办，至今已至第七届，由德勤中国主办，联合香港科技大学商学院、《哈佛商业评论》中文版等进行严格筛选，目的是发现和见证具有先进管理理念和卓越管理水平中国企业，并希望优秀的中国企业重视长期、平衡和可持续的发展。

历经6个月的闭门推荐、企业家访谈和专家调研，运用成熟的“德勤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，并经过主办方独立评委会最终审定，2025年中国BMC获奖企业共有75家，包括12家新晋获奖企业，13家白金奖（连续7年获奖）企业，11家新晋金奖（连续5年获奖）企业，6家金奖（连续6年获奖）企业，33家连续获奖企业。



图1 “德勤BMC卓越管理标准”全球框架

二、第七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）

第七届中国卓越管理公司新晋获奖企业榜单

企业名称	行业
傲基（深圳）跨境商务股份有限公司	科技、传媒和电信
北京飞书科技有限公司	科技、传媒和电信
广东领益智造股份有限公司	工业制造
海信视像科技股份有限公司	工业制造
临工重机股份有限公司	工业制造
洛阳栾川钼业集团股份有限公司	能源与资源
泡泡玛特国际集团有限公司	消费
三全食品股份有限公司	消费
山东玲珑轮胎股份有限公司	工业制造
友邦人寿保险有限公司	保险
中国飞鹤有限公司	消费
中国旭阳集团有限公司	能源与资源

第七届中国卓越管理公司白金奖（连续7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	工业制造
大全集团有限公司	工业制造
孩子王儿童用品股份有限公司	消费
海底捞国际控股有限公司	消费
恒安国际集团有限公司	消费
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
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

第七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
安踏体育用品有限公司	消费
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
恒隆地产有限公司	房地产
联泓新材料科技股份有限公司	工业制造
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
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
朝云集团有限公司	消费

第七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
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
鑫荣懋果业科技集团股份有限公司	消费
银泰商业（集团）有限公司	消费

第七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
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
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
福建圣农发展股份有限公司	消费
广东海大集团股份有限公司	消费
广联达科技股份有限公司	科技、传媒和电信
江苏恒立液压股份有限公司	工业制造
金发科技股份有限公司	能源与资源
绝味食品股份有限公司	消费
君乐宝乳业集团有限公司	消费
老百姓大药房连锁股份有限公司	生命科学与医疗
联想（北京）有限公司	科技、传媒和电信
隆基绿能科技股份有限公司	能源与资源
名创优品集团控股有限公司	消费
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
上海复星医药（集团）股份有限公司	生命科学与医疗
上海九如城企业(集团)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

企业名称	行业
深圳传音控股股份有限公司	科技、传媒和电信
深圳市艾比森光电股份有限公司	工业制造
深圳市大疆创新科技有限公司	科技、传媒和电信
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
闻泰科技股份有限公司	科技、传媒和电信
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
溢达集团	消费
优合集团有限公司	消费

三、BMC获奖企业概览

第七届BMC获奖企业2024年总收入规模约3.2万亿元，平均存续期 29年，平均营收431亿元，平均净利润23.6亿元，其中23家企业（或其母公司）为2024年《财富》中国500强，5家企业（或其母公司）是2024年《财富》世界500强。

在75家BMC获奖企业中，营收1000亿以上的企业6家，500亿-1000亿的企业13家，100亿-500亿的企业32家，100亿以下的企业24家。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12%。在经济形势愈加挑战的一年，BMC企业整体表现优于A股上市公司。BMC企业平均研发强度约5%，高研发投入是支撑企业有利润增长的关键。

BMC白金奖企业连续7年获奖，它们跨越跌宕起伏的经济周期，面对疫情及行业深度调整的寒冬中，始终以长期主义的坚韧锚定方向。例如，汇川技术、中教集团在2018-2024年营收复合增长率高于30%。汇川技术作为工控行业的佼佼者，在持续的变革与突破中，不断深入剖析自身发展的内在逻辑与体系支撑，坚持制造业产品为王，并不断升维产品运营与客户运营。中教集团是中国领先的高等及中等职业教育企业，紧贴社会发展设置专业和课程，通过产教融合与数字革新双轮驱动实现在校生规模突破数十万人，持续创造长期价值。

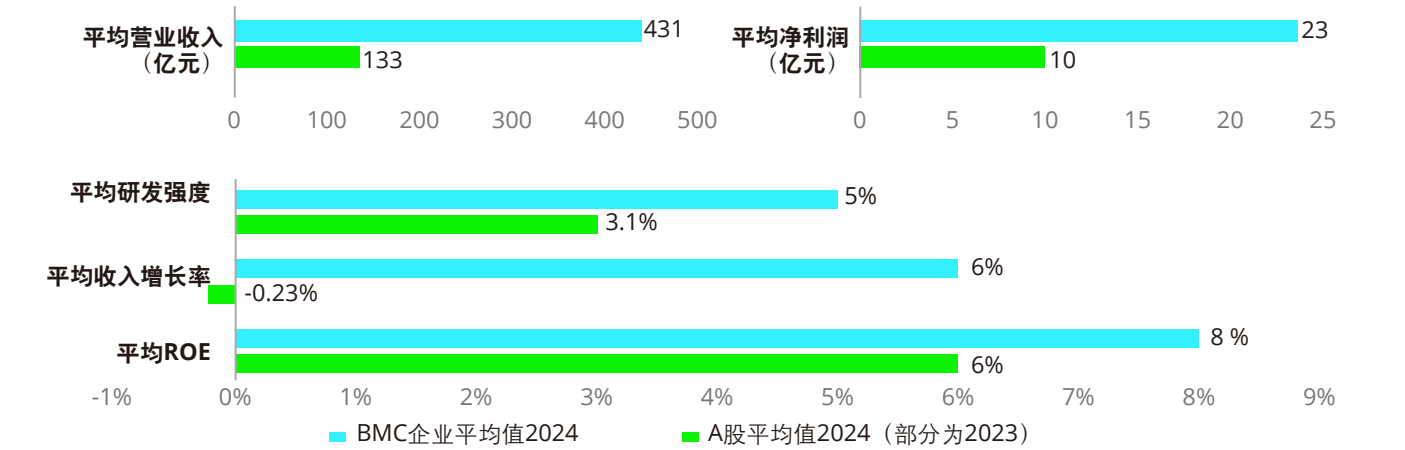


图2 BMC企业A股上市公司对比

注：A股上市公司数据来源于Wind万得

从行业分布看，包括21家消费企业，20家工业制造企业，12家科技、传媒和电信企业，9家生命科学与医疗企业，8家能源与资源企业，2家房地产企业，2家教育企业，1家保险企业。

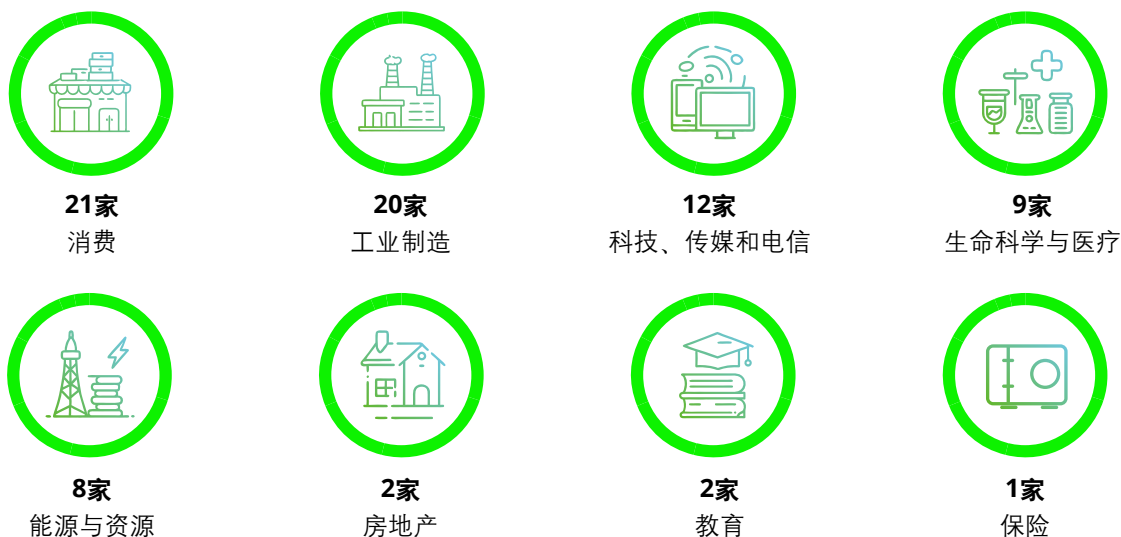


图3 BMC企业行业分布

从区域分布来看，南区企业29家，北区企业26家，东区企业17家，西区企业3家。从主要城市分布来看，16家企业（占比21%）来自北京，一个具备创新与活力的城市。

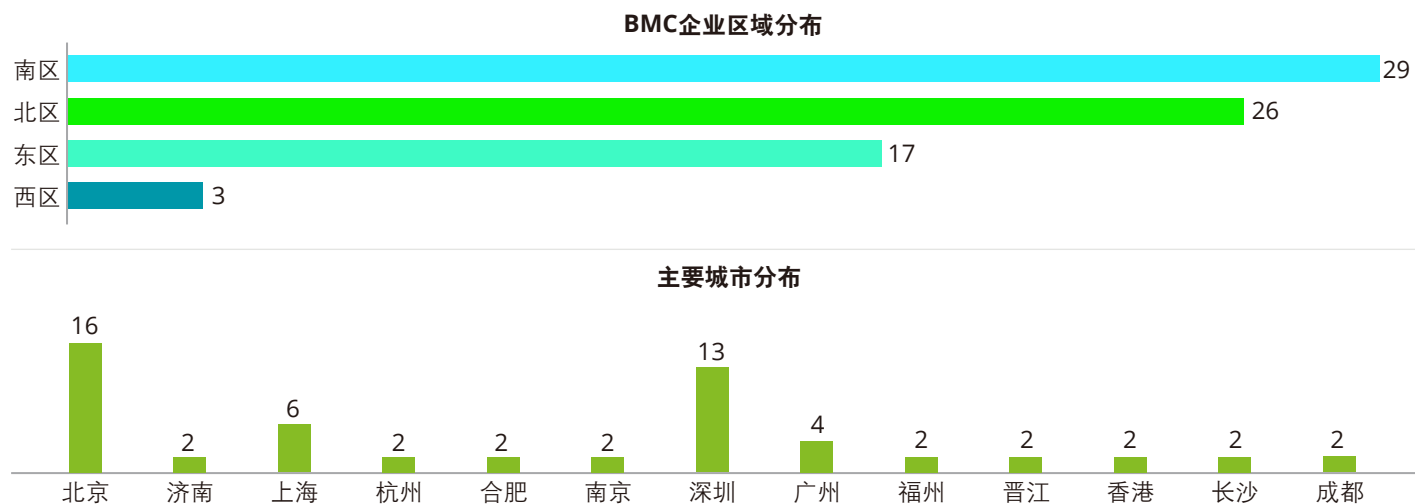


图4 BMC企业区域及城市分布

注：其他北区城市8家企业，其他东区城市5家企业，其他南区城市4家企业，其他西区城市1家企业

中篇： 中国卓越管理公司 获奖企业调研

一、宏观趋势

尽管面临内外部环境的挑战，中国经济依然凸显韧性。一季度实现“开门红”后有所回落但维持稳定。消费端恢复速度有所放缓，但“以旧换新”政策涉及商品销售以及服务消费的表现相对较好。投资端则呈现“基建支撑平稳、制造业边际放缓、地产降幅扩大”的分化特征，外需不确定性、内需恢复的脆弱性共同对投资端动能形成拖累。中央政治局会议明确部署“加强超常规逆周期调节”、“要加紧实施更加积极有为的宏观政策”央行等部门推出包括降息降准在内的一揽子金融支持政策，稳增长政策力度明显加大，旨在为宏观经济注入更大韧性。

中美日内瓦会谈后，美对中关税有所下调，但总体仍处于高位且后续存在不确定风险，预计将对国内出口、投资、经济增长构成较大挑战。关税冲击带来的出口下行压力传导到投资领域，在出口需求下降和制造业投资承压的双重挑战下，2025年实现5%增长目标的难度不言而喻。中国须迫切提升内需对于经济增长的贡献率，推动投资性社会向消费型社会转变，并塑造和锤炼拉动经济长期增长的“新动能”。

与此同时，中国经济的“向新求质”正在成为动荡的全球经济中的重要建设性力量。领跑中国出口的“新三样”正以高端化、智能化、绿色化的产品特点，重塑“中国制造”在海外消费者心目中的印象，其中大部分产品由民营企业研发制造。从2019年开始，民营企业已经连续六年成为我国外贸第一大主体。民营企业进出口持续增长，占我国外贸总值比重进一步提升。民营企业不但有力推动了外贸出口，而且在海外投资、文化“出海”、全球化品牌创建等取得显著突破，这在当前环境下展现出了重要的战略价值。许多民营企业通过在海外设立生产基地、物流中心等方式，实现了产业链和价值链的全球化布局。

中国民营企业全球实力的提升，离不开企业对科技创新的持续投入。国家高新技术企业中，民营企业从2012年的2.8万家增长至2024年的42万家多，占比由62.4%提升至92%以上。在2024年发明专利授权量排名前十位的国内企业中，民营企业占据7席。在智能制造、大数据、物流仓储、生物健康等新兴产业领域，民营企业已经牢牢占据领跑地位，电子商务、移动支付、共享单车等新经济新业态均由民营企业首创。大型民营企业不仅业绩保持行业领先，在创新和管理方面也在持续进化，向“世界一流”奋勇前进。同时还有大量的成长型的中型民营企业和快速增长的创业企业，在细分赛道常年领先，成为事实上的“隐形冠军”，对中国新兴产业的长期竞争力起到关键支撑作用。

为进一步做强做优民营经济，今年5月《中华人民共和国民营经济促进法》正式施行，标志着民营经济发展从“政策扶持”迈向“法治促进”的新阶段，对稳定市场预期、增强企业信心、推动共同富裕具有深远意义。《促进法》回应了长期以来困扰企业发展的现实利益和核心关切，同时也强调了对民营企业规范引导的要求。民营企业谋求高质量发展，既要在技术创新、商业模式创新等方面下功夫，也要坚持强化内部管理和监督，以制度改革和创新不断提升企业的发展韧性。面临复杂多变的国内外经济环境，民营企业唯有通过“练好内功”，提升竞争实力，才能实现可持续的增长。

二、评委观察

德勤中国、香港科技大学商学院、《哈佛商业评论》中文版作为评委，深度分析了BMC企业成功的关键，尤其在今年外部环境较为严峻的情况下，这些企业可以跨越周期稳健经营的关键有以下五点：

- **第一，BMC企业战略前瞻引领，可提前布局跨越周期的“稳现金流业务”，有较高的战略灵活性与冗余度，可适时调整；**
2025年BMC获奖企业在全球政治经济局势高度不确定，国内经济与消费潜力需进一步提振的情况下，实现了“跨越性增长”，除了**管理体系持续卓越，也依靠在四大领域的综合创新——**，**第一，产品持续突破与业务模式创新重塑**，例如领益智造，从果链企业转型升级为AI终端硬件制造平台；**第二，区域拓展突破及全球化资源整合**，例如玲珑轮胎稳健推进“7+5”全球布局战略实施；**第三，管理方式突破与数字化管理赋能**，例如友邦人寿以科技化战略全方位赋能客户服务；**第四，合作模式突破与价值链生态协同**，例如旭阳集团独特的服务型与创新型行业运营管理模式。

同时，例如汇川技术、龙湖集团、天加集团等企业在主营业务扎实基本盘上，持续开放探索新业务，谨慎求证、适时调整，并有很强的总部管控能力来支撑及时的业务调整。

- **第二，科技与数字化造就竞争壁垒高，“如同夏花”在关键时点让产品入市能力高，精彩绽放；**
BMC企业拥有技术前瞻洞察，强大的自主创新能力，掌握产业核心关键技术。他们拥有高水平科技领军人才队伍，研发与创新活动的组织、流程敏捷高效，技术、成本、质量等综合优势领先。他们利用多种创新模式和工具实现高效的商业转化，助力企业战略和业务转型，不断推进产品创新、模式创新、体验创新。
- **第三，核心竞争力突出基础上，组织协同、流程敏捷，可以快速调整，保证围绕客户价值“常变长青”；**
越来越多卓越企业的核心竞争力综合体现在产品创新、成本领先、方案领先上，造就产品供给优势、规模优势与客户粘性优势兼备，同时，他们往往在一类优势上更为突出，例如新获奖企业洛阳钼业、海信视像技术立企，引领全球一流技术地位；领益智造、玲珑轮胎、临工重机等企业规模化、成本控制优势更为凸显；友邦人寿、泡泡玛特、傲基等企业满足差异化客户需求，客户粘性高。随着业务重点的不断迭代，他们组织支撑能力高，可以快速调整，支撑新业务、新能力升级。
- **第四，全球化经营提速显著，在强调属地化经营对当地的价值创造同时，在不断强化全球治理能力；同时供应链的全球设计力、控制力与链接力不断强化；**
2025年BMC企业全球化经营提升十分显著，他们随全球一流客户大大加速了在各重点地区的属地化经营，及全球一体化治理能力，在不断升级的财务、数字化、人才等基座基础上，一方面加速业务属地化运营，一方面强化跨国经营能力，高效开展研发、供应链、生产等要素的全球化配置。
- **第五，强化产业链生态协作，在“缝隙”中推动协同创新。**
产业生态化和生态架构化是产业未来发生最重大的变化。无论是企业孵化资金投资新领域、还是科创协同、还是AI领域企业与专业机构加速应用落地，多数BMC企业大幅加速产业链生态协同，参与行业重要生态的架构，这将大大提升企业在产业链中的领导力。

三、调研主要结论

每一年我们都通过专项调研与中国卓越管理公司管理层“卓越管理实验室”访谈（简称：“BMC CXO LAB”）和调研问卷形式，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。按照BMC企业评选框架，在战略、能力、承诺、财务管理与业绩四个方面展示调研结论。

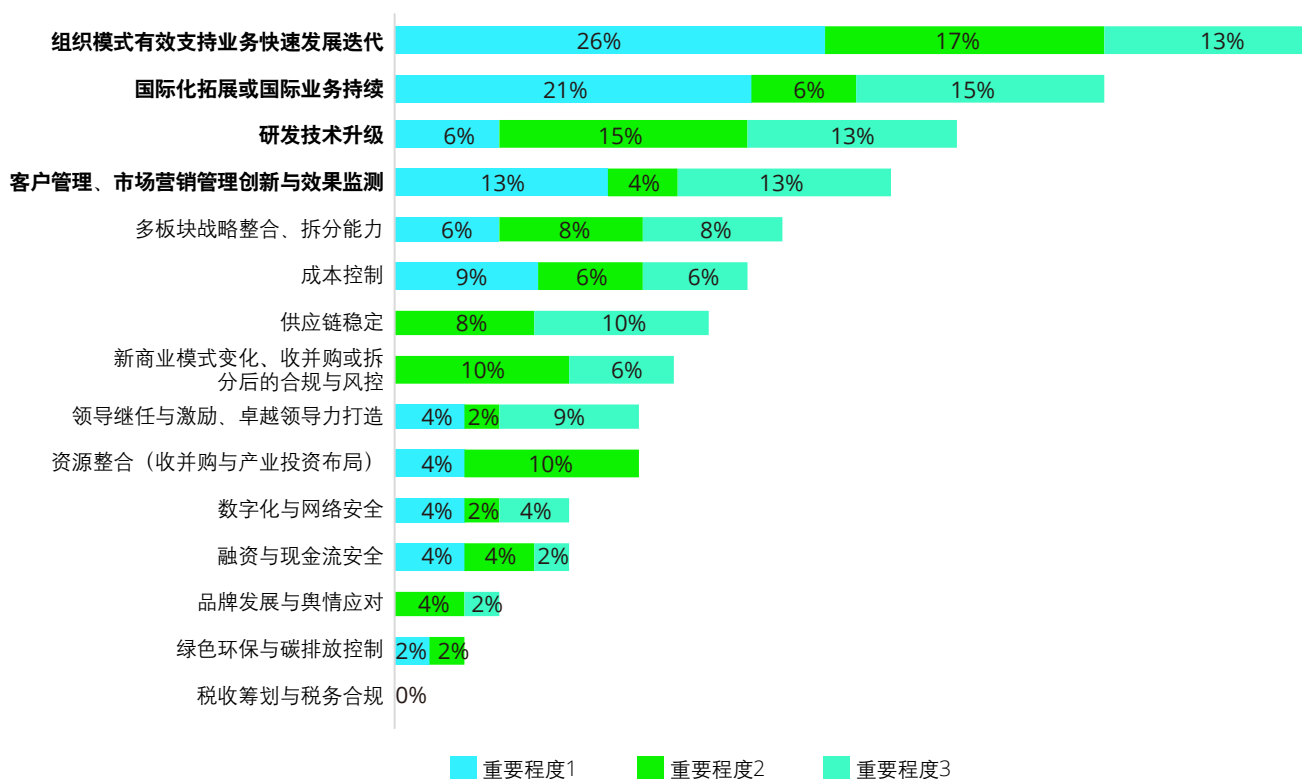
战略

发现一：

BMC 企业战略前瞻、创新、适应性高且灵活，务实聚焦之上谨慎探索新业务，在外部环境极大挑战下，引领业绩可持续发展。未来主要挑战连续四年聚焦在组织模式调整、国际化、对客户与营销的数据分析及科技创新，其中“组织变革未聚焦客户价值最大化支撑与未推动流程真正敏捷”尤为突出；“对客户与营销的数据分析能力”今年特别被强调。

调研问题1：公司面临的最大挑战是什么？

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. 客户管理、市场营销管理创新与效果监测。

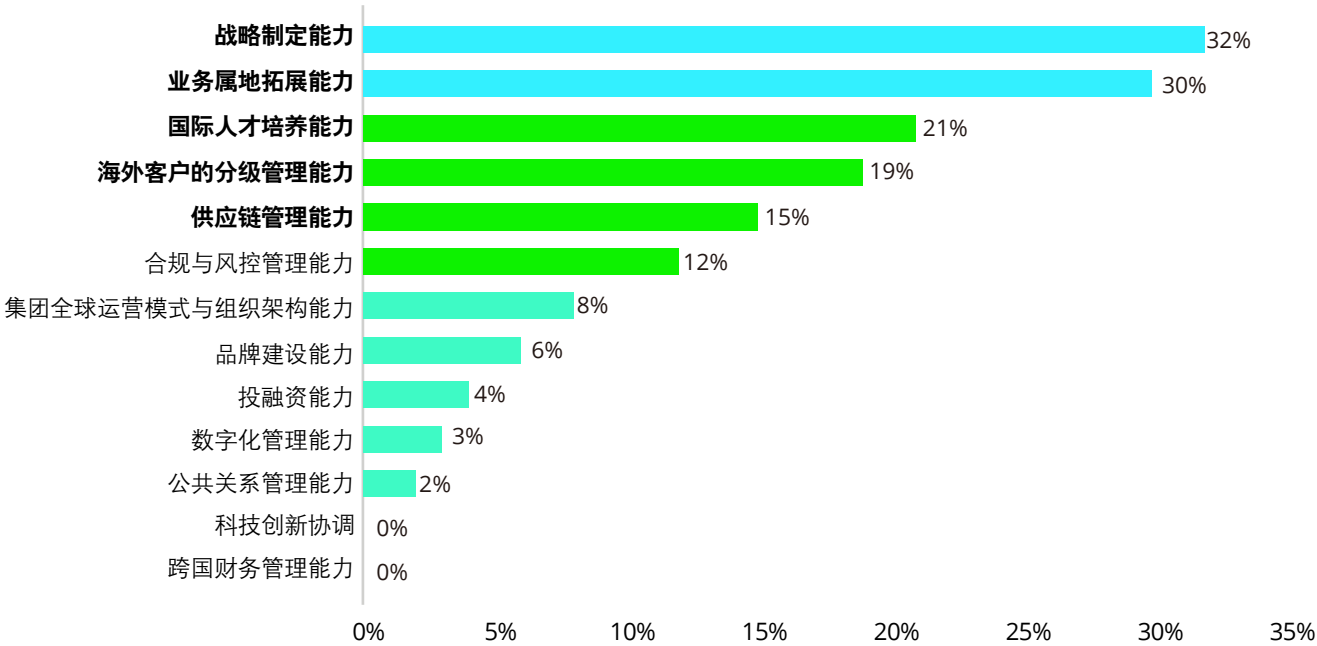


能力

发现二：
与第六届调研结果相比，国际化人才队伍建设能力排名上升至第三位。同时，BMC企业国际化发展进程在过去两年明显提速，很多企业已具备了“全球运营、全球治理”能力，但国际化战略、各属地业务拓展、国际化人才、海外客户分级管理、供应链韧性、合规与数据安全，依旧是中国头部企业国际化发展中持续强化的重点。

调研问题2：企业全球化经营中哪些能力亟待提升？

- 1. 战略制定能力
- 2. 业务属地化拓展能力
- 3. 国际人才培养能力
- 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。

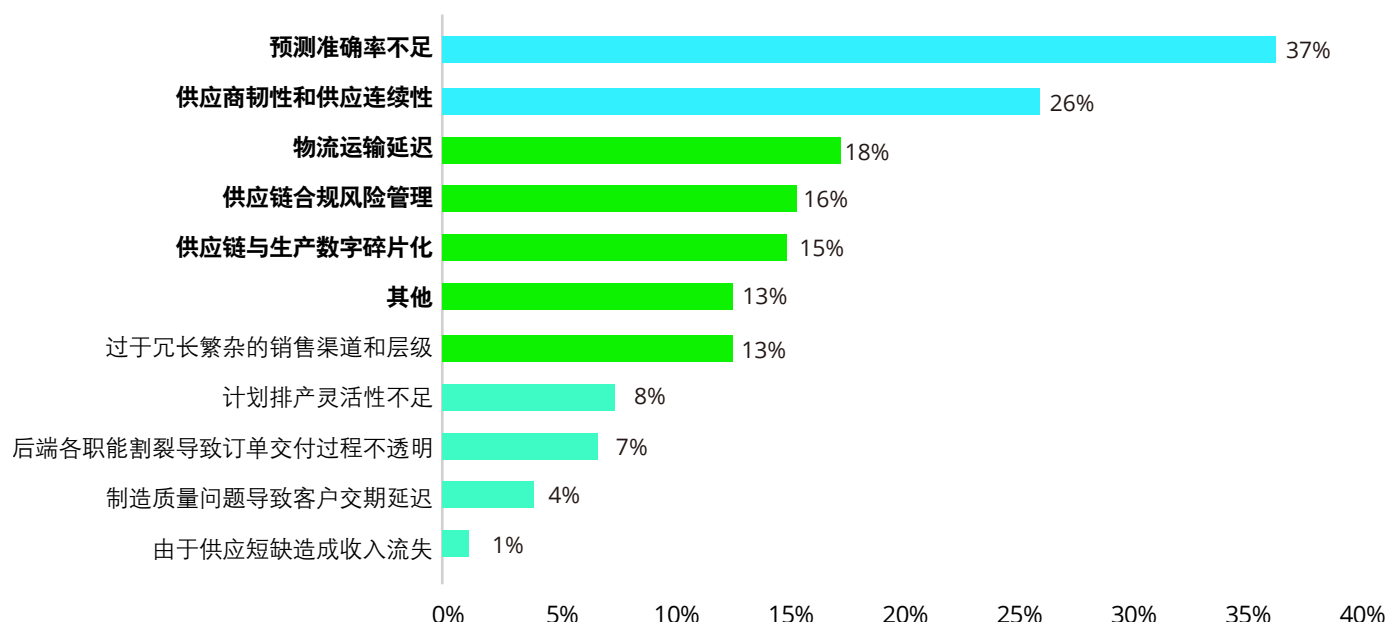


发现三：

BMC企业随产品领先、制造领先、模式领先，对全球供应链有更强的“控制力、设计力、连接力”。很多企业在全球布局多模式、可切换复用的供应链，可在地缘政治敏感时期，灵活调配全球资源，同时以下5点未来挑战突出。

调研问题3：在国际区域冲突下企业面临供应链管理的主要挑战是什么？

1. 预测准确率不足
2. 供应商韧性和供应连续性
3. 物流运输延迟
4. 供应链合规风险管理
5. 供应链与生产数字碎片化。

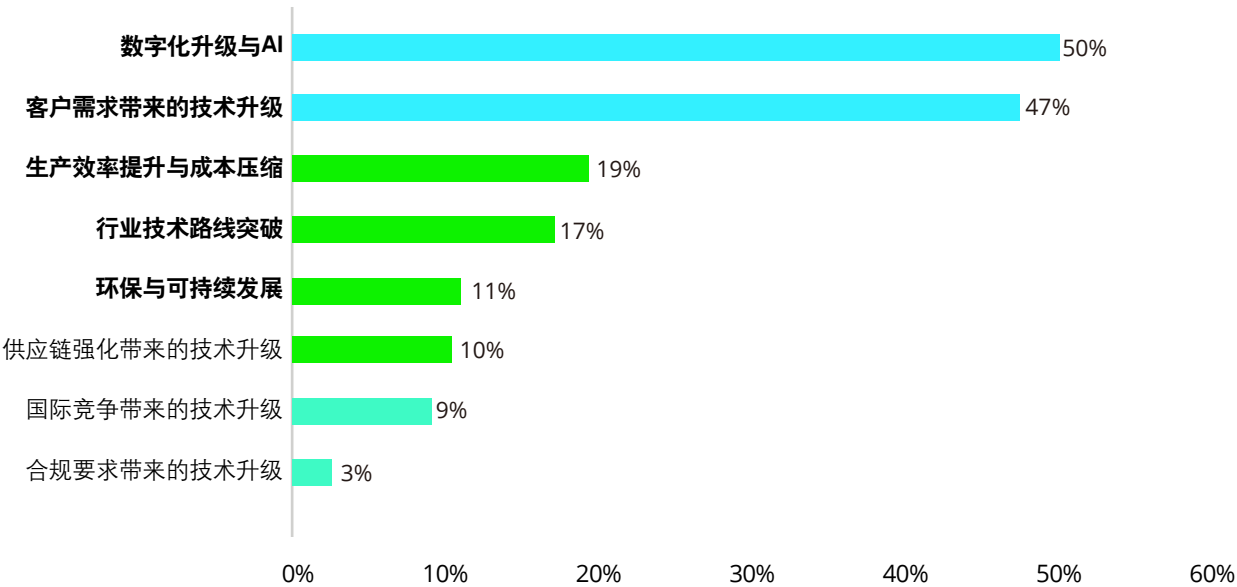


发现四：

BMC企业因其体量与民企特性，更重视“1到10”的科技投入。未来24个月上述五大重点科创投资领域聚焦差异化核心竞争力塑造，即在产品组合领域、客户体验领域、内部生产资料配置领域，强调多元创新，力求不仅改变已知世界，而是改变行业边界、改变竞争规则。

调研问题4：未来24个月企业科技创新投入重点方向是什么？

- 1. 数字化升级与AI
- 2. 客户需求带来的技术升级
- 3. 生产效率提升与成本压缩
- 4. 行业技术路线突破
- 5. 环保与可持续发展。

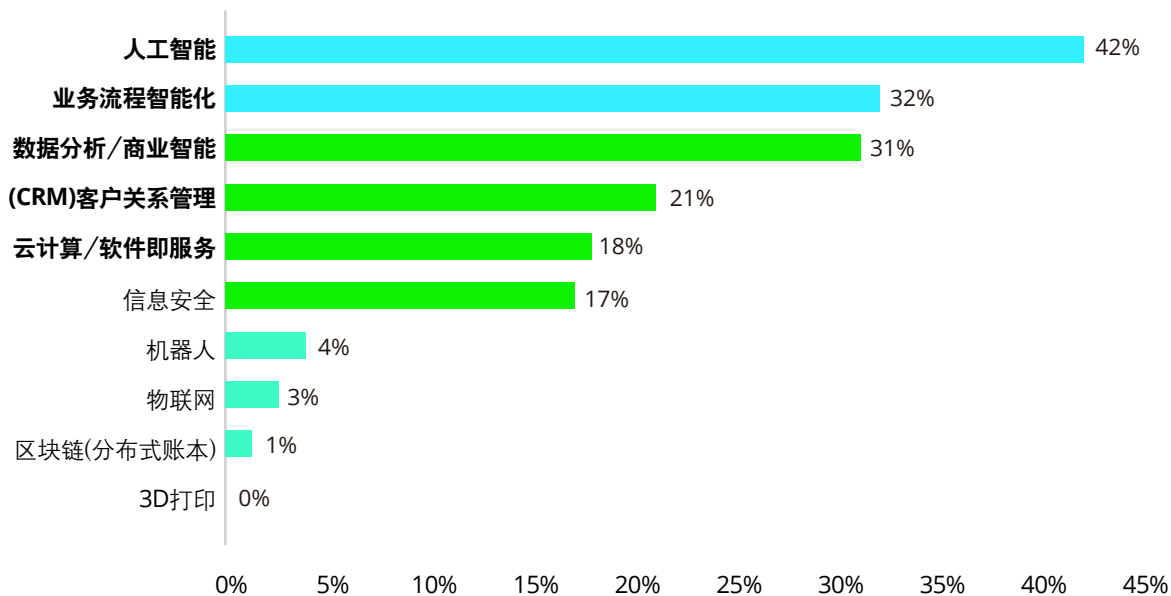


发现五：

未来24个月企业数字化升级投入前五个重点方向凸显了企业数字化转型中“效率-体验-敏捷”的三维战略跃迁。对于他们，数字化系统正从技术工具应用转型升级为组织能力重构的重要支撑。

调研问题5：未来24个月企业数字化升级投入重点方向？

1. 人工智能
2. 业务流程智能化
3. 数据分析/商业智能
4. CRM客户管理。
5. 云计算/软件即服务



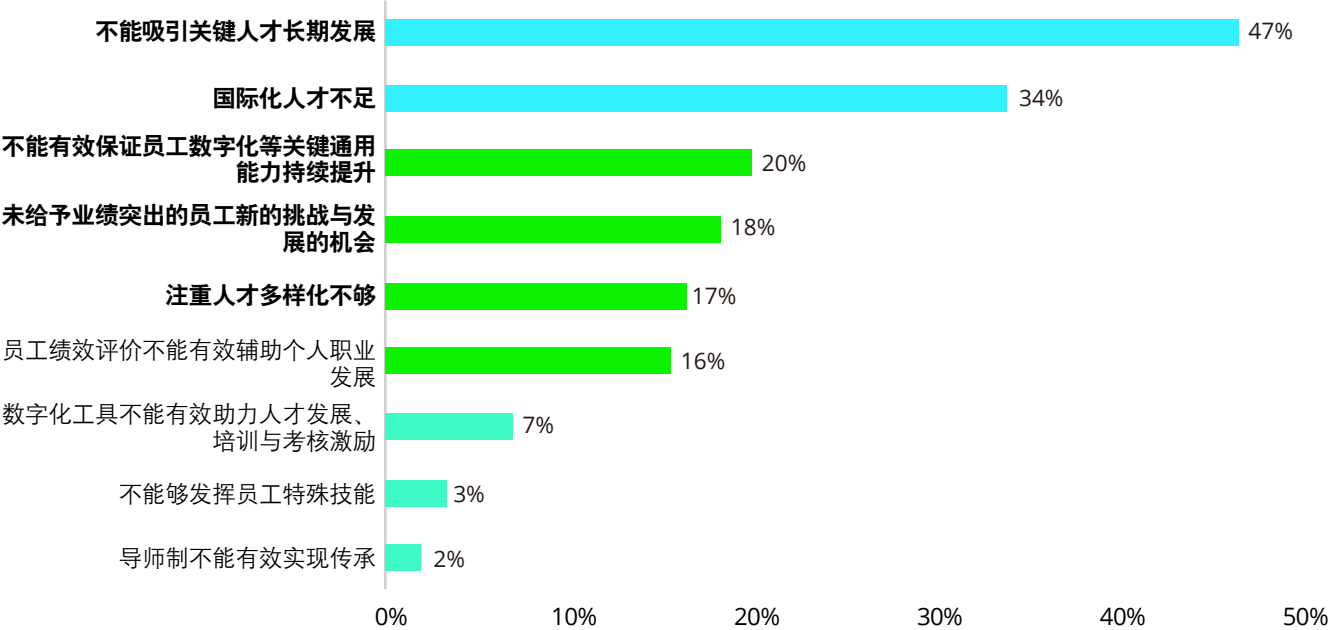
承诺

发现六：

从调研结果可以看出国际化人才领导力的培育是中国企业面临的较为突出的挑战，需要在全球化、属地化、专业化经营中逐步解决。

调研问题6：难以实现高效持续的人才发展的主要挑战是什么？

- 1. 不能吸引关键人才长期发展
- 2. 国际化人才不足
- 3. 不能有效保证员工数字化等关键通用能力持续提升
- 4. 未给予业绩突出的员工新的挑战与发展的机会
- 5. 注重人才多样化不够

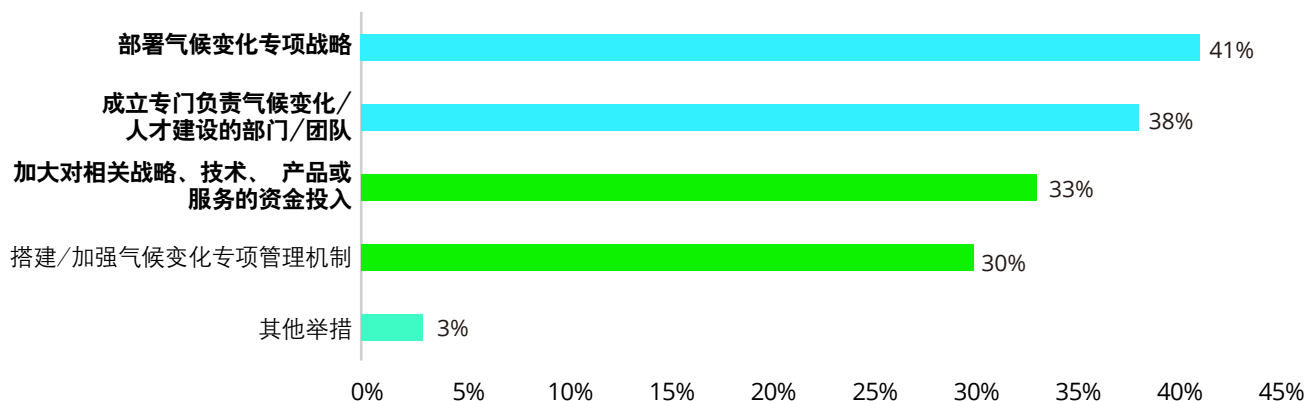


发现七：

BMC企业的ESG策略以“战略锚定方向、组织保障执行、资金驱动创新”为核心逻辑，从被动合规转向主动创造绿色增长，更为高屋建瓴，更直接服务于客户价值提升与企业核心竞争力打造。

调研问题7：未来三年内，贵公司应对气候变化方面的新战略、措施和行动？

1. 部署气候变化专项战略
2. 成立专门负责气候变化/人才建设的部门/团队
3. 加大对相关战略、技术、产品或服务的资金投入



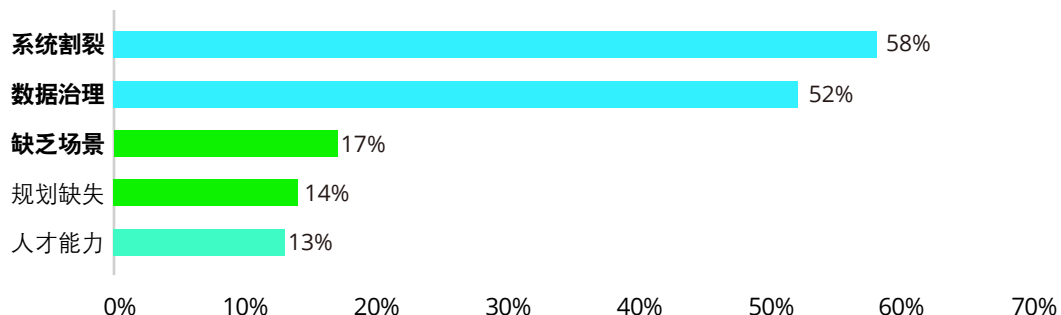
财务管理

发现八：

对于这批中国一流企业，随其国际业务开展或多航道业务发展，财务数字化不断升级势在必行。数字化转型非技术升级，而是以数据为纽带的业务重构，需破除部门墙、夯实数据基座、聚焦场景价值，方能实现财务管理的五大战略使命。

调研问题8：财务部门在推动数字化进程中面临的3个最大挑战是什么？

1. 系统割裂
2. 数据治理
3. 缺乏场景



下篇： BMC卓越管理实践案例



一、第七届BMC新晋获奖企业、白金奖企业领先实践总结

(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
傲基（深圳）跨境商务股份有限公司	科技、传媒和电信	- 战略布局灵活性强、适应性高，实现差异化的定位，促进业务布局 and 结构不断优化 - 技术赋能+生态协同”的创新范式，形成价值链整体成本与服务优势 - 阿米巴组织敏捷支持业务发展
北京飞书科技有限公司	科技、传媒和电信	- 承载了字节跳动的最佳管理实践和先进工作方法，赋能客户提升组织效率 - 产品领先、持续研发投入 - 团队人才密度高、长期主义的目标导向
广东领益智造股份有限公司	工业制造	- 全球领先的一站式 AI 终端硬件制造平台 - 持续锻造新质生产力，全面赋能产品创新及技术发展 - 坚持以客户为中心的服务理念，积极开拓新兴领域头部客户 - 迭代、创新及变革，培育的学习型组织和工程师文化
海信视像科技股份有限公司	工业制造	- 全球化品牌与运营体系优势 - 垂直产业链的技术优势 - 协同多元化产业布局优势
临工重机股份有限公司	工业制造	- 差异化定位，以“工程机械血统”宽体矿车避开公路卡车竞争，细分赛道领先 - 敏捷质量管理模式LOS，精髓是“三导二精一敏捷”，具备开放和可复制性及成本优势
洛阳栾川钼业集团股份有限公司	能源与资源	- 准确把握矿业行业周期，储备世界级矿产资源与产品组合，抗风险能力强 - 全球运营长期主义，尊重属地化合作，具有全球跨国协调治理机制 “成本领先、精益生产”能力复制到全球矿区，“逆周期并购、低成本开发”，将矿山资源优势转化为产能优势和效益优势

企业名称	行业	行业领先实践
泡泡玛特国际集团有限公司	消费	• 用IP潮玩捕捉消费者独特的情感共鸣需求 • 极具竞争力的 IP 全链平台, 包括IP孵化与运营机制 • IP多元化变现, 有效延长 IP 生命周期 • 国际化拓展, 让IP成为跨越文化的通用符号, 连接全球消费者的情感
三全食品股份有限公司	消费	• 传统渠道及品牌底蕴优势 • 速冻食品研发创新行业领先 • 区位优势, 完善的冷链仓配体系以及“从农田到餐桌”的新型食品安全供应链
山东玲珑轮胎股份有限公司	工业制造	• 战略力—坚定推进“7+5”战略布局; 低碳、可持续产业链 • 创新力—绿色研发结合“智”造驱动 • 产品力—高品质、高性能、高科技产品矩阵 • 营销力—配套、零售并驾齐驱: 国际化配套再上新台阶; 新零售战略持续升级 • 品牌力—品牌焕新开拓新局
友邦人寿保险有限公司	保险	• 聚力客户驱动, 以战略定力以及以客户需求为核心的运营体系, 驱动产品创新、服务升级及生态布局的系统性变革 • 区域拓展, 持续注入增长新潜力 • 卓越营销员团队, 一体化数字化平台全方位赋能, 规模化渠道策略高效复制
中国飞鹤有限公司	消费	• 产业链一体化独特资源优势 • 科研创新能力强, 独特产品力 • 全渠道整合营销, 品牌高端、专业科技形象 • 数字化赋能多业态, 促进新模式新业态发展
中国旭阳集团有限公司	能源与资源	• 焦化行业专精, 兼具产业链纵向延伸, 焦化与化工业务高度协同, 打造化工、氢能业务新的增长点 • 收并购+轻资产模式扩张实现规模优势, 创新行业生态; 园区能源管理和资源综合高效利用, 实现循环经济和绿色发展 • 下游客户稳定, 定制化销售、差异化配煤 • 重视人才培育与研发创新

白金奖企业：

企业名称	行业	行业领先实践
爱康健康科技集团有限公司	生命科学与医疗	- 以创新科技驱动健康与医疗服务模式的变革 “以质取信”，客户至上 “全面AI化”的数智健康管理，赋能传统体验
创维集团有限公司	工业制造	- 紧贴市场发展动向，从智能家电到双碳生态的特色发展 - 深耕细作，理解全球用户需求，坚实的技术基础，自研技术研发和成果转化 - 各板块业务协同，聚力出海
大全集团有限公司	工业制造	- 产品智能化 - 管理精细化 - 服务平台化
孩子王儿童用品股份有限公司	消费	- 满足顾客需求、创造满足需求，形成了线上+线下、商品+服务、供应链+全渠道的独特商业模式 - 数据驱动，服务为本 - 并购整合，多元拓展
海底捞国际控股有限公司	消费	- 卓越的服务体验，“不一样的海底捞” - 完善的供应链体系，严格的食材管控，成本优势 - 人才为本的发展理念，独特的文化凝聚力，为企业快速发展提供强大的人才支撑
恒安国际集团有限公司	消费	- 聚焦主业，长期主义，优越的品牌形象 - 柔性组织敏捷支撑战略灵活发展 - 数据驱动智能决策、效率提升
龙湖集团控股有限公司	房地产	- 战略前瞻转型空间运营 - 坚持攻坚克难的专业精神与长期主义的发展理念 - 数字化建设前瞻支持穿越周期时组织柔性、水滴组织敏捷、协作，以客户价值为中心 - 财务稳健，坚守财务底线、拒绝行业诱惑和业务扩张的挤压，全力兑现承诺
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	- 全球化整合当地资源、全面发展威高优势产品 - 数字化与质量管理深度融合 - 从研发设计、采购、检测、仓储、生产制造到物流追溯的全生命周期卓越运营管理

企业名称	行业	行业领先实践
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	生命科学与医疗	• 立足中国，拓展全球化布局，内生外延并举，全球深度覆盖、专业服务的营销体系和售后服务体系 • 卓越的体系化研发创新能力及全院级数智化整体解决方案定制能力 • 完备的合规管理体系 • 先进的质量管理和智能制造体系
深圳市汇川技术股份有限公司	工业制造	• 对行业趋势的敏锐洞察、技术的深刻理解，深入剖析自身快速发展的内在逻辑与体系支撑 • 高效研发，核心技术优势，多产品组合或定制化解决方案优势 • 先进的供应链管理模式 • 富有行业经验的管理及人才队伍，贴近用户的组织与流程，平等高效的工程师文化
通策医疗股份有限公司	生命科学与医疗	• 蒲公英计划深入推进与总院矩阵成型 • “并购优质标的+轻资产加盟，以更低成本、更高效率实现全国化网络布局 • CASE 管理深化改革，赋能经营增长动力
新东方教育科技集团有限公司	教育	• 强品牌知名度，具备渠道优势，助力新旧业务齐发展 • 注重保护员工创造力，完善的人才发展机制 • 数智化基底赋能新业务快速发展
中国教育集团控股有限公司	教育	• 战略紧扣国家政策与行业趋势，坚持产教融合、校企合作，人才培养与市场需求衔接 • 外延并购与内生增长并重，国际化与区域化布局拓展增长空间 • 优质的教学资源保障，数字化赋能驱动职业教育转型升级

二、第七届BMC新晋获奖企业卓越管理案例

(按企业名称首字母拼音排序)

在数字化的浪潮下，我们将做好全球供应链的最优价值链的整合，用数据连接起消费者、供应链、平台和物流之间的关系，建立合作伙伴的信任，创造美好的服务和消费者体验。

陆海传

创始人、CEO

傲基（深圳）跨境商务股份有限公司

作为全球家居跨境电商领域领军企业，傲基科技以“品牌出海、生态共建、数字驱动”为核心战略，深耕跨境电商二十年铸就全链路运营壁垒，在中大件家具品类出口市场占据主导地位。通过自主品牌矩阵、数字化供应链体系及完善的仓储物流布局，公司在欧美主流市场构建差异化竞争力，正朝着“千亿级跨境家居生态平台”目标稳步迈进。

傲基的竞争优势源于“技术赋能+生态协同”的创新范式。在产品端，以AI驱动用户洞察与工业设计，连续多年获得德国iF、红点等国际设计大奖，多款明星产品长期领跑亚马逊品类榜单；供应链层面，自主研发的数字化协同平台链接数百家海内外供应商，实现从趋势研判到柔性制造的敏捷响应，采购成本与品控效率均达行业领先水平；物流体系方面，控股物流企业构建覆盖欧美主要市场的智能仓储网络，针对中大件商品物流解决方案，成本低于行业均值，形成难以复制的交付护城河。

面对行业周期波动，傲基展现卓越战略敏捷性：2021年行业震荡期，快速优化品类结构，依托家具品类与物流协同快速扭亏为盈。其独特的“阿米巴作战单元”模式，将组织拆分为3-5人精锐团队，配合全球化人才梯队建设，实现市场洞察与执行落地的无缝衔接。在可持续发展维度，公司推行绿色包装与低碳运输方案，通过智能路径规划减少碳排放，践行“连接世界，创造美好”的企业使命。

当前，傲基秉承着“全球线上家具家居第一品牌集团”的愿景，通过夯实物流底盘，以AI技术驱动产品迭代，借助数字化供应链能力提升全链路效率。这家以“家场景”为原点的跨境电商先锋，正通过技术创新与生态共建，在全球家居消费市场开辟中国智造的价值新维度。

我们整个公司都对「如何能够更高效、更好地运转」特别感兴趣，包括公司曾经被宣传的一句话叫「Develop a company as a product」（像打造一个产品一样打造一家公司）。

谢欣
CEO

北京飞书科技有限公司

飞书科技是字节跳动旗下国内SaaS头部企业，提供一站式办公协同协作套件，帮助企业实现协同提效、人才管理提效和业务管理提效。其核心目标在于助力企业和用户打造面向未来的先进组织，推动数字化转型，提升效率与创造力。

飞书科技以“先进企业，先用飞书”为鲜明价值主张，积极重塑中国SaaS行业的效率范式。通过构建包含视频会议、多维表格等在内的产品矩阵，公司形成了“协同办公+业务数字化+人才管理”的全场景解决方案。这项综合能力使其成为组织数字化转型的智能中枢，服务了数千家行业标杆企业。飞书科技的独特定位体现在将字节跳动自身的敏捷管理实践转化成为标准化工具，从而推动企业实现从信息效率提升到组织创造力增强的系统性进化。

飞书的战略支点牢固锚定于“工具即文化”的创新哲学理念。其打造的全 in One平台深度集成了文档协作、低代码开发等关键模块，有效降低组织内部的信息损耗并缩短决策链条。这一产品架构同时具备对接企业传统系统的“稳态”特性与构建敏捷业务应用的“敏态”特性，充分满足了快节奏商业环境的需求。例如，某新能源汽车客户成功应用多维表格，实现了跨部门协作效率的显著提升，生动印证了工具对驱动组织变革的实际价值。

在技术能力构建上，飞书的壁垒深植于字节生态的协同创新环境。依托集团的强大AI与算法积淀，飞书将智能会议纪要生成、知识库语义检索等先进功能深度融入产品之中，形成了一个持续进行的“迭代-验证-优化”闭环飞轮。在研发投入强度处于行业领先地位的保障之下，飞书还开创性地推出了人才管理模块，它被定义为“给管理者的HR系统”。该模块利用数据可视化呈现与流程自动化处理，推动企业的人事决策加速向战略执行层面升级。飞书多维表格，以其低成本、灵活易上手的特点，不仅解决了大量一线业务的数字化问题，更通过AI字段捷径、全字段订阅、百万级容量、百倍计算增速的底层能力，成为企业AI落地业务场景的重要一环。

当前阶段，飞书正以“AI时代先进生产力平台”的前沿视角，持续重构企业服断沉淀各行业的最佳实践，其产品形态正经历从协同工具向企业战略基础设施的显著升维。在字节跳动“Always Day 1”这一强调持续创新的文化驱动下，这家承载着深厚创新基因的SaaS行业先锋，正稳步开辟中国企业数字化深水区效率革命的新战场。

如果企业能在全球细分行业总是处于全球前三的位置,不管在哪,都能为不同领域的客户做贡献、战胜对手,主要还是要加强自己的内核能力。

曾芳勤

董事长

广东领益智造股份有限公司

广东领益智造是AI终端硬件领域全球核心供应商,以精密功能件与结构件为根基。公司依托“精密加工+智能方案”双引擎战略,构建了覆盖全球的研发制造网络,业务横跨机器人、新能源汽车、光伏储能等多领域,成长为兼具技术纵深与产业广度的平台型智造标杆。

领益智造拥有全球领先的模切、冲压及数控加工能力。通过推进“精益化+自动化+数据化+绿色化”四维转型,公司实现了黑灯工厂与智能质检的深度融合应用,保持关键制程良品率与设备综合效率的行业领先地位。其海外基地已形成本地化运营闭环,海外营收逐年攀升,构建起跨洲际协同网络。

创新层面,公司独创“三位一体”研发体系。这一体系整合前沿技术研究院、人才发展学院与产品创新中心资源,依托数千人研发矩阵,在材料工程、微纳加工等领域建立行业技术标准。前瞻性布局机器人、AR眼镜等新赛道,并通过独创的“深科技”战略推动制造模式升级,依托核心材料与装备自主研发,在超精密加工领域构筑技术壁垒。

领益智造以“智造改变世界”为使命,将“3R循环经济”理念深度融入生产体系。公司连续两年获得MSCI ESG评级A级认证,努力打造基于绿电采购与光伏发电的零碳典范。同时通过产教融合赋能特殊群体就业,构建员工心理健康与职业发展双维关怀体系,践行“科技向善”价值理念。

当前,领益智造正加速向“整体解决方案提供商”的战略角色蜕变。这一进程以AI终端为关键支点,旨在打通“精密部件-功能模组-系统集成”的完整价值链条。站在智能制造与绿色革命的历史交汇点上,公司稳步开启全球精密智造的全新纪元。

海信视像始终坚持
以用户为中心，坚
持“显示无处不在、
服务无处不在、连接
无处不在”的使命，
以科技之力，为全
球用户创造美好生
活。

李炜
董事、总裁

海信视像科技股份有限公司

海信视像是全球显示行业的领军企业，20多年高居中国彩电市场第一，连续三年出货量位居全球市场前二，是唯一连续七年持续增长的企业。公司主要从事显示产品及上下游产业链产品的研究、开发、生产与销售，坚持“技术立企”，致力于成为世界一流的多场景系统显示解决方案提供商。面向家用、商用、车载场景，通过持续引领的显示技术、人工智能技术、芯片技术和云服务技术，向全球用户提供智能显示产品和服务。2024年，海信百吋以上产品全球出货量占比59%，以绝对优势位居全球第一。

持续发展新技术、发掘新场景、构建新能力。公司深耕三大显示技术并快速夯实AI技术底座，实现“显示技术+AI智能交互”双引领。LCD方面，海信全球首发RGB三维控色液晶显示技术，并推出全球首款116英寸RGB-Mini LED电视，为未来全球显示技术提供了最佳解决方案；激光显示方面，推出全球首款搭载光谱选择技术、实现1000nits亮度的激光电视，开启家庭观影的“放映级”时代；LED方面，海信首次将Micro LED拓展到家庭场景中，推出全球首台163英寸消费级MicroLED无界巨幕。

作为AI电视的领导者，海信电视率先接入DeepSeek，并通过星海大模型与DeepSeek深度集成，推出电视行业更贴近人类思维的超级AI智能体，为用户提供更流畅、更简单、更自然的交互与服务体验。

通过控股信芯微、乾照光电上游芯片企业，实现显示产业链垂直整合，打造系统性规模化优势。公司以“芯、光、屏”全链路技术创新，驱动Mini LED电视画质标准提升。2024年，信芯微全球首发RGB光色同控画质芯片H7，乾照光电推出自研全球领先的高性能RGB-MiniLED背光芯片。在“两颗芯”的突破下，公司实现RGB三维控色液晶显示技术革新，实现从传统黑白背光到RGB多基色背光、从单一控光进化为光色同控的重大跨越，为高端LCD技术发展打开了新的想象空间。

坚持全球研产销一体化和品牌升级战略。公司目前在全球范围内已经设立9个生产基地、13个研发中心，以技术创新驱动，加快高端出海，通过越南、埃及工厂落地加速新兴市场渗透，持续迈向全球产业链价值链高端。2024年，海信电视零售量市占率在日本、南非、澳大利亚等国家蝉联第一。**保证技术投入的同时提升效率，夯实可持续发展能力。**公司近5年研发投入超百亿，2024年，人均标准件产量同比提升16%，单标准台制造费用降低12%，销售费用率近5年从9.43%降低到6.34%。

通过连续赞助世界杯、欧洲杯等世界级体育赛事持续提升全球品牌力，进而加速全球化进程。公司连续8年位居BrandZ™中国全球化品牌10强。今年，公司作为2025 FIFA世俱杯全球官方合作伙伴，将尖端显示科技与全球体育迷的热情相连，引领高端显示消费升级。

坚持长期主义践行ESG，以新质生产力赋能，推动显示技术高端化、智能化、绿色化发展。海信视像坚持科技向善、商业向善，以长期主义践行和推动ESG理念。海信视像连续十五年坚持发布企业社会责任报告，获得权威ESG评级AAA级认证，成为行业可持续发展的典范。

以开放包容的格局打
造持续迭代的全球
化组织，以卓越一流
的服务赋能客户价值
创造，以可靠担当的
信念承载世界重托。

于孟生
董事长

临工重机股份有限公司

临工重机是中国矿山机械及高空作业设备领域领军企业，在宽体矿车领域持续领跑全球市场，高空作业设备跻身全球行业前列。临工重机构建起覆盖矿山运输、高空作业、智能搬运三大领域的装备矩阵，矢志成为“全球工程机械智能解决方案标杆供应商”。这家脱胎于体制创新的民营企业，正以“效率革命+技术突围”双轮驱动，重新定义中国制造在高端装备领域的全球坐标。

全球矿山装备领导力植根于“技术纵深+运营敏捷”的双轨体系。新能源无人矿山装备的自主研发，叠加“三导二精一敏捷”质量管理模式，构建起精密制造壁垒；墨西哥等海外基地的本地化运营网络，配合数字化订单系统，实现定制化生产与标准化交付的动态平衡。

面对产业变革浪潮，公司以“海外营收占比超50%”为目标加速扩张。通过加拿大、澳大利亚子公司深化区域渗透，依托数字化中台整合业务数据，在质检、客服等领域试点AI应用，打造智能决策中枢。其“前瞻技术储备+敏捷组织响应”的组合策略，既在国内主推电动无人设备，又在海外市场实施技术差异化适配，展现全球资源配置智慧。

在可持续发展实践中，企业将绿色基因融入产品全周期，济南智造基地获评省级绿色转型标杆，摘得省长质量奖等权威认可。未来五年，公司将持续加码新能源与智能化研发，深化“矿山-高空-物流”装备协同创新，通过“技术输出+本土运营”双轨并进，在欧美及新兴市场复制成功模式。

这家兼具国企改革基因与民营机制活力的装备制造商，正以差异化赛道布局、全球化资源配置，在全球高端装备竞技场开启中国制造的新纪元。

矿业的本质是成本制胜，企业的竞争力取决于资源禀赋、管理效率和技术赋能。我们要通过精益思维改造传统矿业，重塑成本竞争优势。

刘建锋

董事长

洛阳栾川钼业集团股份有限公司

洛阳钼业是全球领先的金属生产商，业务涵盖钼、钨、铜、钴、铌、磷等矿产的采选冶全产业链。公司以“资源掌控+贸易协同”双轮驱动战略为核心，通过逆周期并购整合全球优质矿产资产，在非洲、南美等战略要地布局多座世界级矿山，境外资产占比超九成，形成跨周期、多元化的资源组合，朝着“受人尊敬的、现代化、世界级资源公司”目标稳步迈进。

企业战略优势构筑于资源整合、技术创新与全球治理的立体框架。非洲TFM铜钴矿等标志性项目验证了逆周期并购能力，伴生矿回收技术驱动资源利用率突破行业阈值；全资贸易平台埃珂森打造覆盖多国的资源流通网络，通过期现结合策略平抑大宗商品波动风险，形成矿业与贸易的共振效应。

企业立足全球“双碳”战略机遇，构建“三步走”发展蓝图。通过组织变革与降本增效夯实运营根基，借助刚果（金）等世界级项目实现产能倍增，最终迈向规模突破与全球治理升级的跨越式发展。其混合所有制改革形成的敏捷治理机制，通过所有权与经营权分离构建扁平化决策体系，在跨国经营中展现高效执行力。ESG治理领域，董事会直管的三层管理体系将可持续发展理念贯穿全价值链，铜产品碳足迹显著优于行业平均水平，社区发展计划覆盖教育、医疗等民生领域，MSCI ESG评级持续保持全球同业领先。

展望未来，洛阳钼业将持续深化“矿业+贸易”战略协同，通过总部垂直管控强化全球矿业板块整合，以精细化运营挖掘降本潜力。在资源布局上，培育新增长极，依托埃珂森的市场洞察优化产品组合；技术层面，加码智能矿山与循环经济研发，推动资源利用效率再创新高。**这家从中原腹地走向世界的资源巨头，正以“逆周期布局、顺周期增长”的智慧，在全球能源革命浪潮中开创资源产业的中国路径。**

泡泡玛特国际集团有限公司

泡泡玛特是中国潮流玩具市场的先行者和领导者，公司“国际化+以IP为核心的集团化”战略引领企业快速发展，致力于成为**全球领先的潮流文化娱乐公司**。围绕消费品、服务与体验、数字娱乐三大领域，凭借成熟的发掘、孵化与运营机制，构建了覆盖潮玩IP全产业链的综合运营平台。

泡泡玛特“**生而全球**”，在全球范围内挖掘极具潜力的潮流艺术家和设计师，帮助他们把艺术作品凝结成IP。通过“自有IP孵化+顶级IP联动”的商业模式，用IP连接起全球数亿不同文化背景的消费人群，不断创新潮流消费体验。通过成熟的IP发掘、孵化及体系化运营能力，持续孵化热门IP。

公司以IP为核心不断完善集团化全产业链，不仅开发了丰富的潮流产品玩具线，还延伸到**珠宝品牌、城市乐园、艺术画廊、甜品及餐厅等服务与体验项目**，**IP变现能力持续发力，有效延长IP生命周期**。渠道方面，公司建立了覆盖线上线下、直营与分销的多元化销售渠道。通过精益化店端运营，360零售体系触达消费者，持续推出深受消费者喜爱的产品，长线培育模式保障产品质量。会员机制拓展私域流量，形成高粘性用户群体；数字化深度渗透重构消费场景，通过小程序抽盒机、社交裂变等玩法，使产品复购率维持高位。

泡泡玛特持续推动**国际化战略**，截至2024年12月已覆盖超过30个国家和地区，通过布局线下门店、在线渠道、举办行业展会和艺术家签售会等形式深化DTC战略，推动泡泡玛特品牌及IP认可度在全球范围内极速提升。每进入一个新的市场，公司都会深入调研当地消费者的偏好，调整产品和营销策略。

泡泡玛特通过强大的IP矩阵基础，洞察社交圈话题，让IP成为一种跨越文化的通用符号，连接全球消费者的情感，在全球潮流玩具市场中占据重要地位，不断提升品牌影响力和市场份额。

关键就是重视科技创新，科技是第一生产力，创新是第一驱动力，如果没有质量，没有创新，不可能健康顺利地发展，我整个创业就是不断创新、不断战胜自我的一个过程。

陈泽民
创始人

三全食品股份有限公司

三全食品是中国速冻食品行业的龙头企业，以“弘扬中华传统美食”为使命，专注于速冻食品的研发、生产和销售，涵盖速冻和冷藏面食制品、速冻和冷藏调制食品等多系列产品。三全食品坚持“以质量求生存，以创新求发展”，以技术创新、产品创新、渠道创新和管理创新为突破口，持续提升企业科技创新力和市场竞争力。

三全食品凭借“三全”和“龙凤”两大知名品牌，在产品研发、市场推广和品牌建设方面持续投入，提升品牌形象。公司产品推新能力强，老品迭代调结构。对传统米面产品，产品研发“自下而上”，不断创新契合消费者需求、适应不同消费场景的新产品，打造多元化产品矩阵。在C端开拓创新之外，公司积极开拓B端市场，延伸下游餐饮场景。抓住团餐、乡厨、宴席等场景复苏机遇，通过供应链内部挖潜、效率提升等方式提高产品性价比和稳定性。公司是行业内首家应用自动化水饺机和汤圆机、自动化立体冷库、二维码追溯系统、AI不良品视觉识别系统，对生产、包装、堆码、储藏等关键环节持续进行智能化改造升级，充分发挥公司作为食品工业龙头企业优势。

三全食品生产能力、装备水平国内领先，销售渠道和网络遍布全国各省、市、县。通过河南省交通区位优势，极大地保障了运输效率，降低运输成本。公司建立了覆盖全国的“全冷链”系统，优化了物流和仓储布局，确保产品新鲜送达消费者。线上业务持续发力，采取直营加经销商授权模式销售，布局新兴渠道业态。同时针对不同渠道业态，开展精准的内容营销推广，打造了多个爆款产品，持续引领整个速冻食品行业的升级迭代。

三全食品打造了一条完整的、有足够控制力的从农田到餐桌的新型食品安全供应链，充分保证了从原料种植养殖、生产加工、储存、运输到终端销售的整个供应链产品的品质和安全，被授予“全国质量管理先进企业”“绿色供应链管理示范企业”。

智能制造不是设备的堆砌，而是“数据+工艺”的深度融合。我们通过轮胎全生命周期管理系统，将研发周期缩短30%，让“中国胎”在欧美市场实现从性价比到技术标杆的跨越。

王锋
董事长

山东玲珑轮胎股份有限公司

玲珑轮胎是全球领先的轮胎制造商，长期领跑中国配套市场，新能源汽车配套领域占据全球领先地位。公司以多区域全球战略布局为核心，推进海外智能化生产基地建设，逐步落实数字化转型发展战略，打造全领域智能化、全流程自动化、全方位绿色化的先进轮胎工厂，构建覆盖全球主要地区的制造网络。

玲珑轮胎以产品向上、渠道向上、品牌向上丰富核心竞争力。公司以技术创新为引擎，持续推出中高端产品，依托全球化研发体系，引领行业技术突破。公司重视产品质量，在欧盟标签法应对上，部分产品达到 AAA 级，整体达到国际先进水平。凭借优异的产品质量和性能，公司获得了山东省省长质量奖、中国市场质量 AAA（用户满意标杆企业）级等多项荣誉称号。

玲珑轮胎积极推动大数据、人工智能等新一代信息技术与制造业深度融合，打造了轮胎行业领先的“智慧大脑”。数字化助力降本增效，智能制造与智慧零售打通供应链、制造链和营销链三链，以最佳库存实现最快交付；数据驱动决策，公司运营效率提升。

玲珑轮胎通过多品牌矩阵及赞助国际顶级体育赛事，实现了品牌认知度与溢价能力的显著提升。公司通过线上线下联动的立体化传播网络构建，品牌宣传的全域触达实现效果倍增。2024年，公司入围《2024中国品牌500强》榜单。

玲珑轮胎秉持可持续发展理念，将推动“新质生产力”发展作为重要方向，积极投身“绿色”“和谐”“智慧”建设。践行ESG理念打造低碳产业链标杆，以智能制造与智慧零售深度融合，实现全链条协同高效交付。公司重视全球经营人才培养，通过系统性革新人才培养模式、深化产学研协同创新、推动组织效能转化，实现人才价值与产业升级的双向赋能。

我们秉持对可持续发展的坚定承诺，将这一理念融入我们可持续发展战略内核，持守爱与责任，追求精益求精，努力为客户、员工、社会创造更大的价值，交上一份有温度、有厚度的责任答卷。

张晓宇
董事长

友邦人寿保险有限公司

友邦人寿是友邦保险有限公司全资持股的寿险子公司，统一经营友邦保险在中国内地的寿险业务。友邦人寿拥有专业的保险营销员队伍，并通过多元化销售渠道，为客户提供人寿保险、健康保险、意外伤害保险等各类人身保险业务。作为一家深耕中国的百年险企，友邦以专业、诚信与爱，助力家庭和企业健康长久好生活。

友邦人寿依托“客户驱动、卓越营销员渠道、卓越多元渠道、区域发展”四大战略支柱，通过“人才与组织、严谨财务管理、科技赋能、投资能力”关键助推要素，致力于成为“中国最受信赖的保险公司”。友邦人寿以战略定力和以客户需求为核心的运营体系，驱动产品创新、服务升级及生态布局的系统性变革。聚力客户驱动，打造差异化发展模式，以科技化战略全方位赋能客户服务，通过“业务数据化”和“数据业务化”，推动整体智能化转型，为客户提供全场景、全旅程、全生命周期的保险服务体验。2024年，友邦人寿连续8年在中国内地的客户净推荐值（NPS）和客户易互动度（CES）指标排名市场领先。

友邦人寿构筑了“AIACN”文化，围绕组织、人才、文化，扎实推进“卓越营销员3.0”策略，进一步助力公司“新五年战略”的达成。公司坚持高质量发展，通过严格的区域经济潜力评估、人才储备和本地化服务能力建设，确保“客户驱动模式”和“卓越营销员体系”成功复制，实现营销员渠道新业务价值不断增长，持续培养营销员为“陪伴客户一生的健康及财富管理伙伴”，并通过一体化数字化平台“友邦领航”全方位赋能营销员。同时，友邦人寿不断扎实推进区域拓展步伐，持续注入增长新潜力，助力行业高质量发展。

友邦人寿坚持可持续发展，以ESG理念为指引助力绿色金融，践行低碳承诺。公司将应对气候变化视为全人类的共同责任，主动识别可持续投资的ESG风险，加大对绿色、低碳、循环经济的支持与响应。同时，以“AIA CAN”活动为契机，结合绿色金融战略和目标，深入发掘实施场景，扩大参与人群和影响范围，助力生态文明建设，共同奔赴“健康长久好生活”。

我一直认为，企业是有生命的，企业的生命力来源于它做怎样的事业。飞鹤看上去是做“生产奶粉”的事，但本质上做的却是“母亲的事业、未来的事业”。正是这份事业，让飞鹤成为行业升级发展的引领者。

冷友斌
董事长

中国飞鹤有限公司

飞鹤是中国最早的奶粉企业之一，专注于全生命周期营养产品的研发与生产。飞鹤通过脑战略引领科研创新，深耕生命早期大脑发育和母乳营养研究，在北纬47度黄金奶源带布局专属牧场，从中国市场走向全球。飞鹤在婴幼儿配方奶粉市场连续6年中国销量第一，连续4年全球销量第一。

飞鹤长期注重研发创新，以科技创新赋能。在母乳研究方面，飞鹤建立了基础研究的长期支持机制，推动中国母乳研究从宏观成分研究迈入微观分子研究阶段，在母乳研究、原料开发等方面不断取得突破性进展，持续领先行业。在生命早期的脑部营养研究领域亦深耕多年，并提出“脑发育”战略，与北京大学医学部、清华大学、哈佛波士顿儿童医院等国内外科研团队进行深度合作，打造顶尖脑发育科研平台，开展系统化、体系化脑发育研究，推动整个行业从全面营养迈入精准营养阶段，为下一代宝宝更健康更聪明做出贡献，助力国家未来的人才培育。飞鹤还深入“全龄营养布局”，产品线覆盖了从婴儿到成人的全生命周期，致力于为中国家庭提供更全面、更精准的营养支持。

通过数字化赋能，促进新模式、新业态发展，围绕客户价值构建智慧供应链、智慧制造、智慧营销，提升消费者体验。飞鹤打造了中国婴幼儿奶粉行业领先且完整的全产业链，公司实现了从源头牧草种植、饲料加工、规模化奶牛饲养，到生产加工、售后服务各环节全程可控。在生产运营管理上，飞鹤引进世界级制造管理体系，建立持续提升的“零损失”运营模式，形成覆盖整个价值链的可持续发展的卓越运营体系。数字化赋能多业态，构建了用户生命周期管理体系。

飞鹤首创产业集群生态循环模式，并将责任与担当融入企业发展基因，实现环境、社会与经济效益的统一。飞鹤持续开拓海外市场，通过在全球范围内推广其高品质产品，逐步从“中国”向“全球”迈进。匹配全球业务拓展，公司持续构建差异化管控模式，搭建完善的人才梯队培养体系，多元化激励管理人才。

飞鹤的跨越式成长，体现了通过科技创新、品质提升和国际合作赋能企业发展，为全球行业的高质量发展贡献智慧。

旭阳战略布局“新能源+新材料+数字产业”；由市场拉动、投资推动向创新驱动转型；以市场为导向，以需求为目标，以客户为中心，以产业化为核心；相信国家、相信未来、相信时代、相信自己；打造世界领先的能源化工公司，创新引领未来。

杨雪岗
董事长

中国旭阳集团有限公司

中国旭阳集团（1907.HK）是全球焦炭及多种精细化工品细分行业领军企业。集团深耕煤化工领域逾三十载，构建起从传统焦化向新能源、新材料以及氢能产业链的生态体系。公司率先完成从制造龙头向“服务+创新”综合型能源集团的转型，成为传统产业升级的典范。通过“纵向一体化”战略整合焦炭、精细化工及氢能产业，成为京津冀最大氢能供应商。旭阳在全球能源变革浪潮中持续引领产业革新方向。

公司以“商业模式创新+体制机制创新+科技产品创新”三种创新引领发展。在焦化领域，“厂对厂”定制化生产模式与智能配煤系统的深度融合，形成能效提升与成本控制的复合优势；氢能生态依托工业副产氢的全链条开发，构建清洁能源商业化应用的闭环体系。千余名工程师构建的“实验室-产业化”研发链，叠加数字化全流程管控，持续输出循环经济及“双碳”管控等绿色技术，打造行业一流生产环境及行业标杆。

公司以“产业+服务”模式构建全球供应链体系，完成全国布局、逐步全球开拓，从大规模制造业向服务型制造业转型，实现“旭阳”品牌溢价。独特的轻资产运营服务赋能行业ESG升级，协助同行实现“用煤不见煤、产焦不见焦”的绿色转型，资源回收率与热能再利用效率引领行业新标杆。这种“产业+服务”双轮驱动，既巩固焦化主业优势，又开辟新能源、新材料及氢能等新兴增长极，形成抗周期波动的相关多元产品矩阵。

在可持续发展层面，旭阳将“绿色赋能”植入战略基因，通过环保技术改造与清洁生产认证，打造资源循环利用标杆。其创立的旭阳大学构建人才育成体系，以《旭阳共同纲领》凝聚文化内核，支撑全球化扩张中的人才梯队建设。当前，公司正着力构建“产品经营+资产经营+资本经营”三维经营管理机制。巩固焦化产业基础、稳步发展精细化工第二支柱产业、逐步扩大氢能和新材料产业，同时加速国际化战略布局。

面向未来，中国旭阳集团以“打造世界领先的能源化工公司”为愿景，持续深化能源及化工产业链价值挖掘，创新引领未来，书写传统能源企业向绿色科技集团蜕变的创新范本。

三、第七届BMC白金奖企业卓越管理案例

(按企业名称首字母拼音排序)

当AI将医生的经验转化为可复制的算法，数字化管理实现健康数据的实时追踪，传统医疗“高度依赖专家资源”的局限性将被彻底改变。我们想通过联盟的方式建立起一个开放平台，共享爱康在一线、二线城市的成功经验，联合同行者一起把健康管理的生态体系建立起来。

张黎刚
创始人、董事长

爱康健康科技集团有限公司

爱康集团是一家人工智能驱动的数字化健康管理平台，通过旗下多个品牌，为团体客户和家庭、个人提供高品质的健康体检、疾病检测等健康管理及齿科、门诊等医疗服务。

通过爱康智汇康云IaaS开放平台，建立起辐射全国主要城市的服务网络与数百家合作医疗机构协同，形成“实体+云端”的立体化服务格局，持续领跑行业标准建设，并作为“健康中国创新实践案例”入选者及《财富》最受赞赏中国公司，验证了其商业模式的社会价值与商业价值。

2017年开始战略聚焦“有人管的体检”，360°健康全管理对个人身体状况进行预测跟踪、对疾病早期预警，并进行全方位的健康干预，构建三重技术护城河。自主研发的AI健康管家“iKKe”与医疗影像智能诊断系统实现“云计算+AI+专家资源”的高效协同，诊断与健康评估效率提升30%。通过数千万级体检大数据构建的医疗云平台打破地域限制，为动态健康管理奠定数字化基座。以二十年沉淀的医疗质控体系为根基，将传统体检升级为涵盖体检、齿科、慢病管理、康养疗愈的立体化服务，在“服务提升年”中持续优化全流程体验。

从2024年底开始，爱康加速数字化转型，建立爱康智汇康云IaaS开放平台，将爱康的人工智能、基因检测、体检系统等开放给第三方体检中心及医疗机构。从惠及客户，到惠及健康管理同行者，让更多同行者共享智慧医疗，共建产业新生态。创新打造“身心检评+康疗休养”融合模式，同步探索跨境电商。跨区域人才轮岗机制与多元发展通道的应用，配合低于行业均值的高管离职率，形成稳定高效的管理梯队，支撑客单价与客户粘性的双提升。

面对行业智能化浪潮，爱康正深化“预防-诊断-干预”服务闭环。通过AI赋能的全流程数字化改造，实现32个关键流程节点的智能化升级。跨业务平台生态链接超过500家医疗机构，构建覆盖筛查、诊疗、康复的全场景服务体系。在“以质取信，客户至上”理念驱动下，爱康持续完善“有人管的健康”价值体系，推动中国健康管理服务向世界级标准迈进。

下一个十年,创维将锚定三大科技革命主航道,在AI智能家电、新能源、大健康领域展开深度布局——从满足功能性需求的产品提供者,向重构人类生活方式的价值创造者跃升,最终实现从“功能适配”到“价值共创”的产业升级。

黄宏生
创始人

创维集团有限公司

创维集团作为中国智能家电与新能源领域的行业领军者,在电视、机顶盒、光伏等核心品类持续保持市场领先地位。集团通过“智能家电+新能源光伏”双轮驱动战略构建多元化业务矩阵,推动企业向科技生态平台转型,累计申请超过1.4万项专利形成的显示技术与智能系统研发能力,奠定行业技术标准制定者地位。

聚焦战略目标落地,集团以技术创新与产业协同为双引擎。显示技术实现纳米级优化突破行业瓶颈,能源系统智能迭代推动能效管理跃升;分布式光伏业务通过自主研发的光伏电站自动化设计系统、智能运维系统,实现光伏电站全生命周期的数字化设计及实时管理,并推进“光充储”一体化解决方案商业化落地,发电效率提升15%,运维成本降低20%。六西格玛体系与精益生产模式支撑全球化制造网络,产品覆盖超120个国家和地区,本土化运营能力与资源调配效率形成差异化竞争力。

依托全链条管理体系,数字化赋能贯穿研发、制造、销售到服务。战略导向的绩效考核系统与三维人才激励机制深度协同,通过职业发展通道、股权激励计划、创新项目孵化的有机组合激发组织活力;标准化制造流程与定制化服务方案结合,使欧美市场产品能效标准超越当地法规要求30%。全球供应链网络实现48小时快速打样响应,定制化需求满足率达95%。

践行可持续发展承诺,集团将ESG理念融入发展基因。智能家电与新能源技术融合创新开辟集团“第二增长曲线”,“光伏科技下乡”项目累计覆盖1万余个乡镇,解决就业岗位10万+,为近百万户家庭带来稳定的“阳光收益”,减少碳排放量超过3000万吨,形成经济价值与社会效益双赢格局。

坚守“技术创维、敢创敢为”发展观,创维持续强化自主创新能力。从显示技术标准制定到光伏储能系统输出,布局多模态AI产品和技术,推进全球化高质量发展及产业结构升级。在智能化、绿色化、多元化转型的驱动下,创维这家深耕中国智造37年的科技企业,正加速向全球价值链高端跃迁,为产业升级提供可复制的创新范式。

数据赋能创新, 智能
引领未来, 大全集团
以数智化驱动高质量
发展, 打造新型电力
装备行业的数字化标
杆。

徐翔
总裁

大全集团有限公司

大全集团是电气、新能源、电力电子、智能元器件领域的领先制造商，是中国电气工业的领军企业。经过三十余年深耕发展，集团构建起以电气为核心，辐射新能源与智能元器件的多元化产业体系，持续巩固国内市场领导地位，并加快国际化布局。

集团坚持“以客户为中心、以创新为驱动”的管理理念，构建以战略引领、流程协同、数据驱动为核心的卓越管理体系。通过推行精益管理、组织扁平化与数字化转型，全面打通设计、采购、生产、物流、运维等全价值链流程，提升运营效率与市场响应速度。部署ERP、PLM、MES等数字系统，实现业务流程标准化、数据闭环和高效协同，推动企业由传统制造向智能服务升级。

在技术创新方面，大全集团依托三级科研体系，布局总部研发中心、专业研究院与下属企业技术中心，形成覆盖基础研究、技术开发、产品工程的多层次创新平台。同时深化与国内顶尖高校的产学研合作，聚焦氢能、储能、电力电子等前沿技术领域，攻关关键核心技术，构建高水平自主创新能力。作为行业引领者，大全集团主导或参与制定多项国家与行业标准，积极推动产业技术进步。

在绿色发展方面，集团率先通过国家绿色工厂认证，全面推进绿色制造体系建设，通过节能降耗、清洁能源利用和绿色供应链管理，助力“双碳”目标实现。通过推广绿色产品与智能运维服务，赋能下游客户节能增效，积极构建可持续发展竞争力。

凭借卓越的技术实力与管理水平，大全集团先后荣获国家技术发明奖二等奖、国家科技进步奖一等奖和特等奖、中国工业大奖、国家创新型企业、国家级智能制造示范工厂、国家首批绿色工厂、全国文明单位等诸多国家级荣誉，全面展现了行业标杆风采。

大全集团持续打造高效、敏捷、可持续的运营能力，构建开放协同的工业互联网生态，在产品智能化、管理精细化、服务平台化等方面不断突破，树立中国制造高质量发展的卓越管理标杆。

变化是一种现象，驱动变化的因子才是规律。面对崭新的未来，我的新展望是：
短链自营+千城万店+
同城即时服务+ 全面
AI智能化。

徐伟宏

联合创始人、CEO

孩子王儿童用品股份有限公司

孩子王作为母婴童行业龙头企业，开创了以会员关系为核心资产的全渠道运营模式，构建“商品+服务+社交”三位一体的创新商业体系。通过“科技力量+人性化服务”，企业为近亿会员家庭提供从孕期到育儿全周期的一站式解决方案，涵盖智能商品推荐、专业育儿指导及亲子社交等多元化服务场景，奠定母婴零售向生态平台转型的行业标杆地位。

孩子王战略清晰，实施了“扩品类、扩赛道、扩业态”三维策略。2023年完成对乐友国际的战略并购后，形成“孩子王+乐友”双品牌协同格局，加速布局三四线城市并探索加盟合作模式。与此同时，AI数智化转型确立为核心驱动力，专项科技子公司深化人工智能在供应链优化等场景的应用，自主研发的同城即时零售系统实现全链路数字化管控，订单履约效率提升。

孩子王构建起了独特的竞争优势体系。依托大数据精准描绘用户画像，超8000名专业育儿顾问提供定制化服务形成高黏性会员生态。智能供应链体系通过三级仓储网络与动态补货算法，实现全渠道库存共享与分钟级配送响应。KidsGPT育儿智能助手深度融入服务场景，生成AI技术优化知识推送与交互体验，完成从工具应用到智能决策的跨越升级。

支撑这一转型的是组织架构的深度革新。“同心组织”模式重构管理链条，建立以用户价值为导向的敏捷团队。公司成立了零售学院和智能学院，定制差异化的学习产品，提高员工专业能力，配套文化重塑与激励机制创新，实现组织从执行单元向创新单元的转型跃迁。

通过“战略-能力-组织”三位一体的系统化建设，孩子王正突破传统零售边界。从双品牌协同到AI深度赋能，从分钟级配送到智能育儿助手，这家母婴童生态平台正在重新定义零售服务标准，为行业智能化升级提供可复制的创新实践样本。

我们坚持以创新为核心驱动,着力打造“不一样的海底捞”,推进“红石榴计划”及引入特许经营。未来,海底捞继续坚持“一手抓顾客,一手抓员工”的管理理念,持续创新产品、场景等服务体验,践行绿色可持续发展,为顾客、员工及投资者创造长期价值。

周兆呈

海底捞董事局副主席、执行董事

海底捞国际控股有限公司

海底捞作为具有国际影响力的知名餐饮集团,凭借独特的经营哲学与创新模式,已发展成为中国餐饮行业规模化、标准化与国际化并举的标杆企业。秉承“连住利益、锁住管理”的核心理念,集团在夯实直营业务根基的同时,稳步推进加盟特许经营模式,构建起覆盖火锅、快餐、中式正餐等多品类的餐饮生态矩阵,形成“一超多强”的品牌集群效应。这一战略布局的背后,是穿透产业链的垂直整合体系与数字化变革的强力支撑。

在运营维度,集团自主掌控的供应链网络确保食材品质与成本优势,区域化管理模式实现门店精细化运营。AI驱动的顾客体验分析系统与智能餐后评价追踪机制贯穿全业务流程,技术赋能不仅优化了库存周转与人力配置,更支撑起“千店千面”的差异化经营策略——每家门店基于商圈特性灵活调整产品组合与场景服务,通过超过340万条消费数据洞察实现精准迭代,年度会员活跃度提升显著。在此基础上,数字化工具与标准化体系的深度融合,为多品牌协同发展提供了底层保障。

更为关键的是,集团独创的多管店激励体系,通过将店长收益与门店经营深度绑定,形成“双手改变命运”的价值传导链。“低底薪+高分红”的计件工资制度激发人才活力,优秀管理者实现跨门店协同运营,人才梯队建设延伸至新品牌孵化领域。这种机制创新与“红石榴计划”形成战略呼应,在培育出十余个覆盖全消费场景的餐饮子品牌的同时,通过严格的加盟商三阶筛选机制,确保品牌调性与服务品质在规模化扩张中保持稳定。

作为首个跻身全球餐饮品牌价值25强的中餐企业,海底捞已启动品牌升级战略,通过趣味IP焕新、IP联名、场景化体验创新、会员生态运营等,进一步强化“快乐用餐”的价值主张。其门店网络突破千家规模的背后,是数字化中台对顾客黏性、运营效率的持续提升,这种“标准化内核+柔性服务”的竞争力组合,正构建起穿越市场周期的独特韧性,为全球中餐产业升级提供实践样本。

聚焦主业就要放弃
赚快钱的机会，心无
旁骛、踏踏实实做实
业。

许清流
总裁

恒安国际集团有限公司

恒安集团作为国内领先的生活用纸和妇幼卫生用品企业，深耕行业数十载构建起覆盖生活用纸、卫生巾、纸尿裤等品类的多元化产品矩阵。集团以“聚焦主业、品牌引领、长期主义”三大战略为指引，持续强化在消费升级浪潮中的核心竞争力，稳居国内生活用纸市场龙头地位，妇幼卫生用品领域保持行业领先优势。这一战略框架的落地依托数据驱动的智能决策体系、全国性生产网络与ESG治理框架的协同支撑。

聚焦核心能力建设，企业形成三大支撑体系。消费者洞察中台深度挖掘市场需求变化，动态优化产品研发与渠道布局。全链路数字化管控实现原料采购到终端配送的物流效率提升，库存周转周期缩短超行业均值。作为国内首家实现废水零排放的生活用纸企业，覆盖碳排放管理与生物多样性保护的治理体系获得标普全球、富时罗素等国际机构连续认证。

在此运营框架下，全域消费者运营体系突破传统渠道边界。巩固传统电商优势的同时，重点发力抖音等新兴社交电商平台。大数据分析精准触达目标客群，高端化产品矩阵满足差异化需求，线上业务占比实现跨越式增长。渠道革新与产品升级的双向驱动，持续强化“国民生活用品守护者”的品牌认知。

组织革新层面，管理团队代际传承加速推进。二代管理者主导数字化体系升级，持续深化数字化变革，并引入AI渗入企业经营各个业务模块。同时，柔性组织架构有效适配市场变化节奏，与高校合作深化的人才培育计划推动管理梯队专业化、年轻化转型，构建“战略-组织-人才”协同闭环。

在此全球化进程中，集团产品进入数十个国家和地区市场。研发、生产、营销资源的全球协同配置在坚守价格稳定策略的同时加速拓展新兴市场。以技术创新与数字化基建为驱动，恒安集团正从本土龙头向全球标杆跃迁，为中国消费品牌全球化升级提供可复制的实践路径。

龙湖将坚定不移地
以“稳健”为发展底
色,以“韧性”为成长
基石,长期坚守战略
定力,恪守敬畏风险
底线,深度锚定客户
导向,脚踏实地,稳
步前行,实现高质量
的转型与发展。

陈序平
董事会主席

龙湖集团控股有限公司

龙湖集团是中国领先的房地产开发商之一,历经30余年全国化深耕,始终秉持“善待你一生”的理念,聚焦开发、运营、服务三大业务板块,构建覆盖全生命周期的空间及服务。在行业深度调整期,公司围绕“高质量发展”的战略内核,打造“开发+运营+服务”生态闭环,商业运营、租赁住房规模稳居行业前列,物业管理、代建代管轻资产模式稳步拓张,运营及服务业务持续贡献稳定现金流,助力公司穿越周期。

集团始终保持战略定力,扎实推进高质量发展,实现从开发商向空间运营商的身份进化,行业领先的“平台+端”数字化基座推动全航道运营效率提升,扁平化组织架构与“攻坚克难”执行文化深度融合催生卓越运营效能,坚持审慎的财务纪律构筑资金安全屏障。企业在战略、能力、组织、财务业绩上的持续卓越运营,使得客户满意度与核心经营指标持续保持行业领先水平。

支撑战略落地的关键,是“将企业视为事业经营”的管理哲学。管理层以前瞻性战略机制构建“预判”能力,秉持“长期主义”理念兑现多维承诺。从代际传承到人才梯队建设,从危机意识到迭代思维培育,组织肌体的持续进化与业务发展同步,龙湖建立可持续发展的长效机制。作为恒生ESG指数成分股,其MSCI ESG评级达到A级,GRESB评级达96分(绿色四星)并保持最高A级披露水平,绿色建筑与智慧社区建设实现经济价值与社会效益的双向赋能。这种将长期主义和稳健经营植入基因的发展模式,为企业赢得长期价值认同。

我们将继续坚持“良心、诚心、忠心”的企业核心价值观，以创新为驱动，以人才为根本，以市场为导向，不断提升公司的核心竞争力，为股东创造更大的价值，为社会做出更大的贡献。

龙经
董事长

山东威高集团医用高分子制品股份有限公司

山东威高集团作为中国一次性医疗器械领域的领军企业，凭借全产业链布局与全球化运营能力跻身全球医疗器械百强行列，构建起覆盖医疗器械、骨科、介入、血液管理等六大业务板块的医疗生态体系。依托“平台化、数字化、国际化”三大战略支点，企业通过本土化创新与全球化拓展的双向突破，持续深化产业转型，其海外业务规模稳居国内同行前列，产品覆盖全球百余个国家和地区，成为高端医疗装备国产替代的重要推动者。

在战略落地的核心能力构建中，威高展现出独特的价值创造逻辑。企业打造的“需求洞察-技术攻关-成果转化”闭环研发体系，在骨科植入物领域实现纳米级表面处理技术突破，人工关节产品寿命达到国际领先水平；血液净化设备通过智能化设计将治疗成本降低30%，打破跨国企业长期垄断。这种“技术创新+成本优化”的双轨模式，使多款产品通过绿色审批通道加速上市，在高端耗材市场形成差异化竞争力。

数字化转型成为战略实施的关键赋能器。企业搭建的QMS质量信息化系统集成AI视觉检测与物联网技术，实现每秒扫描200个产品参数的质量管控能力，入选全国质量变革创新典型案例。在此过程中，财务、供应链等模块的数字化重构打破数据孤岛，跨部门协同效率提升40%，为全球化运营构建起“研发-生产-流通”全链路数字基座。

全球化布局遵循“技术攻坚+本地适配”的进阶路径。在欧美市场，通过并购拥有百年历史的德国血浆分离器企业，实现关键技术跃迁；在东南亚新兴市场，本土化营销网络与临床服务体系深度融合，产品本地适配度提升至90%以上。长三角战略平台的落地，更标志着企业从区域龙头向全球资源整合者的角色转变，国际研究院与金融总部的协同运作，加速技术标准与资本资源的跨国流动。

迈瑞的全球化叙事已超越产品出海，演变为中国医疗数智化标准的全球迁徙。正如“深度求索”重构大模型技术范式，这场静默革命的终极图景，或许正如“启元”的命名深意，医疗智能化的“新纪元”正在开启，我们期待重新定义中国医疗科技的全球坐标。

李西廷
董事长

深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司作为中国医疗器械产业全球化发展的领军企业，通过“数智化、高端化、全球化”战略驱动，构建起覆盖生命信息支持、体外诊断及医学影像三大核心领域的产业版图。其产品进入全球近200个国家和地区，服务网络涵盖数十家境外子公司与两千余家渠道合作伙伴，成为全球行业最具成长性的中国力量，正向全球医疗器械二十强目标稳步迈进。

基于这一战略框架，企业构建了三大核心支柱能力。**自主研发的全院级数智化解决方案已部署于海内外数百家顶级医疗机构**，通过物联网技术实现医疗设备互联互通率提升60%，形成“硬件+软件+服务”的协同优势。覆盖全技术链条的研发平台拥有十二大全球研发中心，数千名工程师团队将约10%的营收持续投入创新，实现从核心部件到整机系统的95%自主化率。

在此战略推进过程中，全球化布局遵循“技术攻坚+本土运营”的双轨路径。在欧美高端市场，通过并购整合分子诊断冻干技术等前沿资源，突破技术壁垒。在发展中国家市场，数字化工具赋能2000余家渠道商精准触达基层医疗需求。这种“全球标准-区域适配”的运营体系，使超声影像设备在拉美市场占有率三年提升12个百分点，血球分析仪在东南亚基层医院渗透率突破35%。三位一体合规管理体系在数据安全、反贿赂等领域建立国际标准，支撑产品进入全球TOP100医院中的八成机构，国际业务占比达45%。

面对医疗新基建与智慧医疗浪潮，企业正推进三大战略转型。AI辅助诊断系统通过FDA认证，可自动识别30种急诊病症，推动设备智能化升级。全球供应链数字化平台实现备件库存共享，高端设备交付周期缩短40%。跨文化人才发展机制培养的国际化团队，已具备在150个国家同步开展技术培训的能力。这些举措正推动企业从设备供应商向智慧医疗生态构建者进化。

咬住必然，极速极质，上顶架构，勇立潮头。

朱兴明
董事长

深圳市汇川技术股份有限公司

汇川技术创立于2003年，聚焦工业领域的自动化、数字化、智能化，专注“信息层、控制层、驱动层、执行层、传感层”核心技术，专注于工业自动化控制产品的研发、生产和销售，定位服务于高端设备制造商，以拥有自主知识产权的工业自动化控制技术为基础，以快速为客户提供个性化的解决方案为主要经营模式，持续致力于以领先技术推进工业文明，快速为客户提供更智能、更精准、更前沿的综合产品及解决方案，是国内工业自动化控制领域的佼佼者。

基于“产品为王”的核心战略，企业构建了全栈技术体系与深度行业解决方案能力。

企业持续研发投入占营收超8%的，形成自主可控的技术护城河。模块化设计的TVO（超级拥有价值）体系实现解决方案标准化与定制化的有机统一，在3C制造、锂电设备等领域打造出多个标杆案例。在此过程中，“制造设计先行”理念贯穿产品全生命周期，从设计源头构建成本优势交付周期缩短30%。

在此战略推进过程中，企业独创的“自逼为王”管理哲学形成差异化竞争力。平等高效的工程师文化激发创新活力，客户深度绑定的组织流程实现48小时快速响应机制。面向制造业数字化转型浪潮，企业启动“555星辰计划”，针对数字工厂仿真、节能达标等五大行业痛点展开攻坚。独创的“二元”运营模式将产品竞争力与客户价值深度耦合，在德国、东南亚等主要经济体建立本地化技术服务中心，推动海外业务收入占比持续提升。

从变频器国产替代到新能源电控系统出海，从单机设备到数字工厂整体解决方案，汇川技术始终以“咬住必然，极速极质”的发展理念驱动创新。这种植根中国制造沃土、对标全球顶尖标准的成长路径，正在重塑世界工业自动化产业的竞争格局。

“Never Waste A Good Crisis!” 世界这么复杂、这么不安，只有合作才能走出困局。而当所有人都垂头丧气时，悄然奋起的可能就是明日的王。

吕建明

创始人

通策医疗股份有限公司

通策医疗作为中国口腔医疗领域的领军企业，深耕行业近二十载，开创独特的“小总部+医生集团”运营模式。通过公立医院改制与市场化创新，企业构建起辐射全国主要城市的医疗网络，旗下杭州口腔医院、宁波口腔医院等标杆机构形成区域双品牌战略布局，在浙江省内实现全域覆盖，年服务患者逾数360万人次，持续巩固行业龙头地位。

在战略推进层面，企业以“医教研三位一体”为核心构建发展引擎。与浙江大学等顶尖院校深度联动组建存济医生集团，形成医疗人才孵化体系。独创的“总院分院”模式通过标准化诊疗流程与集中采购体系，实现新院区在总院技术支持下的高效复制，运营效率提升显著。

在深化医疗网络布局的同时，“蒲公英计划”成为基层渗透的核心抓手。青年医生参股机制结合总部技术支援体系，形成可持续人才培养闭环，参股比例达行业领先水平。省外扩张采取“自建+并购+加盟”组合策略，依托标准化管理体系与云平台资源共享，实现跨区域低成本高效布局。CM三级体系与SCRM系统的深度融合，建立客户全生命周期管理模型，驱动初诊转化率与复购率持续优化。

数字化转型驱动服务能力跃升。杭州滨江院区集成机器人辅助种植、数字化导航手术等尖端设施，打造全周期诊疗服务闭环。HMO医疗会员体系的探索与眼科等新增长曲线的布局，标志着企业从区域性机构向全国性医疗科技平台的转型。通过“One-One工程”的系统推进，企业正在构建覆盖预防、诊疗、康复的全场景医疗服务生态。自主研发的MindHub人工智能中台贯穿诊疗全流程，AI影像分析与3D打印定制化修复技术应用有效提升诊疗精准度，构建“云平台+智慧医疗”服务体系。

通过“模式创新+技术革新”的双向突破，通策医疗不仅实现种植存活率等核心指标的临床领先，更以智能化解决方案推动优质医疗资源下沉。其“存真去伪 济世救人”的价值理念，正通过可复制的医疗生态模型，为民营医疗机构参与健康中国建设提供实践范本。

新东方一直致力于阐扬一种朝气蓬勃、奋发向上的精神，一种从绝望中义无反顾地寻找希望的精神。当世界上的一切都成为如烟往事，唯一能够珍藏心中的是我们在今天的奋斗中所得到的精神启示。

俞敏洪
创始人

新东方教育科技有限公司

新东方是中国民办教育领域的龙头企业，历经三十余年发展构建起覆盖教育服务、生活服务、文旅服务的立体化产业生态。集团以“成为中国优秀的、令人尊敬的、有文化价值的教育、生活、文旅服务机构”为战略愿景，依托全国性服务网络与行业顶尖师资团队，使其品牌价值与综合竞争力持续领跑行业。

集团以“教育内核+生态裂变”为核心战略，首创“学术底蕴×教学热情×育人担当”的教师发展模型，打造师生比显著优于行业基准的精品教学模式。新东方依托各种开源大模型和自主研发的AI技术体系与教育场景深度结合，构建了覆盖教学全链条的智能化教育生态。

在战略落地层面，教育板块通过“轻资产+强运营”模式快速重构服务网络，形成覆盖主要城市的学习中心矩阵。文化电商业务凭借“内容赋能+情感共鸣”开辟新赛道，单场直播观看量突破千万量级。独创的“知识型电商”模式以东方甄选为载体，实现文化传播与商业价值的有机统一。文旅业务通过“教育+场景”深度融合形成差异化竞争力，与教育主业形成用户价值闭环，三大业务协同驱动生态效益提升。

支撑业务发展的核心动力源自“价值共生”管理体系的持续优化。个性化职业发展路径设计与动态激励机制的结合，保障核心人才稳定性与创新活力。标准化教学管控与个性化服务创新的平衡机制，实现全国分支机构教学质量的一致性管理。教师培养体系贯彻“老师好”三大评价标准，确保教学品质与育人理念的深度践行。面向教育产业变革新周期，新东方正加速布局智能学习终端研发。

中教控股持续在国家重点产业经济集群地区加大投入,提供紧贴社会发展需要的专业和课程,培养符合新时代需求的应用型人才,以便更好支持当地经济的发展。

李仁毅

中国教育集团战略投资副总裁

中国教育集团控股有限公司

中国教育集团控股有限公司作为中国领先的高等及中等职业教育企业,深耕行业30多年构建起横跨三大洲的教育版图。依托“高职教育为基、国际教育为翼”的战略布局,集团形成覆盖全学段的教育服务体系,通过产教融合与数字革新双轮驱动实现在校生规模突破数十万人,稳居职业教育行业第一梯队。

基于“教育赋能产业升级”的发展理念,企业构建起并购整合、产教融合、数字基建三大战略支撑。成熟的投后管理能力助力快速完成经济活跃区域教育资产布局,形成规模效应。与华为、京东等产业龙头共建的产业学院创新“招生即招工”培养模式,精准对接新一代信息技术等战略领域人才需求。虚拟仿真实训基地与AI助教系统的建设,配合学习行为大数据构建个性化培养模型,自主研发的跨学科STEAM课程平台成为行业标杆。

在此战略框架下,国际化布局呈现“双向循环”特色。“留学江科”品牌成功吸引国际生源引进海外教育资源,海外分校建设推动中国职教标准输出。当前通过“全球教育伙伴联盟”深化国际合作,学分互认机制覆盖15个国家近百所院校,构建起教育资源的全球流动网络。

在办学实践维度,首创的“教育-产业双螺旋”模式动态对接智能制造、数字经济等新兴产业需求。智慧教室与云端教研中心的协同应用突破时空限制,“云上大学”平台实现终身教育场景贯通。这种创新实践不仅获得国际权威机构认证,更入选恒生可持续发展企业指数等ESG评价体系。

面对职业教育改革新机遇,企业实施“规模扩张与质量跃升”双轮驱动战略。精准并购持续巩固行业地位,数字技术重构人才培养体系成效显著。在深耕国内市场的进程中,同步推进“一带一路”教育网络建设,为培育新时代工匠型人才提供系统性解决方案,持续引领中国民办职业教育转型升级。

因我不同
成就不凡

始于1845

关于德勤

德勤中国是一家立足本土、连接全球的综合性专业服务机构，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年启用，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。

© 2025。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

