

制造业上市公司高质量发展 研究报告

(2025 年)

中国信息通信研究院信息化与工业化融合研究所

2025年12月

版权声明

本报告版权属于中国信息通信研究院，并受法律保护。转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字或者观点的，应注明“来源：中国信息通信研究院”。违反上述声明者，本院将追究其相关法律责任。

前 言

制造业是国民经济的主体，是技术创新的重要载体，也是实现经济高质量发展的关键支撑。上市公司作为我国制造业体系中的重要主体，在产业规模、技术积累、资本运作和公司治理等方面具有相对优势，是观察制造业发展质量、结构特征和转型趋势的关键样本。制造业上市公司在推动技术创新、引领产业升级、促进产业链协同方面发挥着“压舱石”和“稳定器”作用，其经营绩效、财务结构与创新行为也集中反映了当前制造业发展中存在的深层次矛盾和结构性问题。系统评估制造业上市公司的高质量发展水平，对于完善政策工具、优化资源配置、引导企业转型升级具有重要现实意义。

基于此，本报告以 A 股制造业上市公司为研究对象，立足高质量发展的内涵要求，构建制造业上市公司高质量发展评价指标体系，对制造业上市公司高质量发展状况进行系统测度与比较分析，识别出一批在经营质量、创新能力和产业带动方面表现突出的高质量发展百强企业，作为观察我国制造业先进发展模式的重要窗口。

研究结果表明，制造业上市公司高质量发展百强在规模实力、创新能力和产业引领方面已形成相对稳固的领先梯队。从发展基础看，百强企业普遍具备较强的资产实力和市场占有率，为持续投入研发、拓展产业布局和应对周期波动提供了坚实支撑。从经营表现看，百强企业整体经营韧性较强，盈利能力、现金流创造能力和财务结构稳定性明显优于行业平均水平，具备较好的内生缓冲能力和抗风险能力。从创新力看，百强企业创新活动更加注重体系化推进和效率提升，逐

步形成以技术积累和持续创新支撑高质量发展的路径。从影响力看，部分百强企业在关键赛道和核心领域构建起较为清晰的产业链主导优势，在技术标准、核心环节和上下游协同方面发挥引领作用，国际竞争力和全球资源配置能力持续增强。从贡献力看，百强企业在吸纳高质量就业、稳定税源和带动区域产业发展等方面发挥了重要支撑作用，体现出高质量发展的综合效应。

同时，研究也揭示出制造业上市公司高质量发展中仍然存在一定问题。如不同规模企业创新能力分化明显，头部企业集中更多创新资源和高端要素，中低梯队企业在研发投入强度、创新产出质量和持续创新能力方面压力较大；部分企业发展路径仍以规模扩张和成本驱动为主，价值转化和价值提升能力不足；制造业企业国际化发展面临的不确定性和外部压力显著上升，全球布局的风险管理和合规能力有待进一步增强。基于此，报告从完善创新体系支撑、优化资本市场功能、引导龙头企业发挥产业带动作用、推动制造业国际化高质量发展等方面提出针对性政策建议，旨在为相关部门制定制造业支持政策、优化企业发展环境、培育世界一流企业提供决策参考。

目 录

一、制造业上市公司高质量发展面临的新形势.....	1
（一）国内发展环境由规模驱动增长变为质量效益导向	1
（二）国际环境由开放合作深化转向竞争博弈加剧	2
（三）新形势对制造业上市公司高质量发展提出新要求	2
二、制造业上市公司总体发展概况.....	3
（一）A 股市场规模持续扩大、结构保持稳定，资本市场多层次服务体系进一步完善	3
（二）制造业上市公司规模保持稳步扩张，资产和研发投入持续增长，新兴产业和新质生产力加快集聚，但盈利能力明显承压	4
三、制造业上市公司高质量发展百强分析.....	9
（一）百强企业在规模实力、创新能力和产业引领方面形成了较为稳固的领先梯队，但区域、行业和企业层面的结构性分化特征依然突出	10
（二）百强企业整体经营韧性较强，具备应对市场波动和风险冲击的内生缓冲能力	19
（三）百强企业创新驱动特征显著，研发投入和研发人才配置效率较高 ..	22
（四）百强企业在关键赛道形成明显的产业链主导优势，国际竞争力和全球资源配置能力持续增强	26
（五）百强企业社会影响力突出，在高质量就业和税收方面发挥重要作用	30
四、存在问题.....	33
（一）制造业内部创新能力分化显著，创新结构不均衡问题突出	33
（二）规模成本驱动仍占主导，价值转化能力不足制约企业由“大”向“强”跃升	37
（三）国际环境复杂多变，在内需支撑不足背景下制造业国际竞争力承压	42
五、政策建议.....	45
（一）以强化协同和夯实底层能力为导向，推动制造业创新体系由集中高效向多元韧性演进	45

（二）以价值创造为核心重塑制造业竞争力，提升盈利质量和品牌价值实现能力	46
（三）推动规模型龙头向产业引领型主体转变，促进强企业优势向强产业能力转化	47
（四）以风险应对和内需支撑协同推进制造业企业全球化行稳致远	48



图目录

图 1 A 股上市公司数量分布情况.....	4
图 2 A 股上市公司分行业分布情况.....	5
图 3 百强企业地区分布情况（分省份）.....	16
图 4 百强企业行业分布对比情况.....	19
图 5 百强与非百强企业竞争力关键指标对比情况.....	20
图 6 百强与非百强企业创新力关键指标对比情况.....	22
图 7 百强企业与非百强企业影响力关键指标对比情况.....	27
图 8 百强与非百强企业贡献力关键指标对比情况.....	31
图 9 全球地缘政治风险指数美国经济政策不确定性指数.....	43
图 10 全球及美国 PMI 走势.....	44

表目录

表 1 制造业高质量发展百强企业.....	9
表 2 单维度代表性企业.....	13
表 3 竞争力关键指标前十企业（客观值排序）.....	21
表 4 创新力关键指标前十企业（客观值排序）.....	24
表 5 影响力关键指标前十企业（客观值排序）.....	28
表 6 贡献力关键指标前十企业（客观值排序）.....	32
表 7 新能源汽车和集成电路行业龙头企业利润率对比情况.....	38

一、制造业上市公司高质量发展面临的新形势

当前，我国制造业发展正处于由高速增长向高质量发展深度转型的关键时期。作为制造业体系中最具规模基础、创新能力和市场影响力的核心主体，制造业上市公司既是产业结构调整和新旧动能转换的重要“承载者”，也是宏观经济运行和产业安全的重要“稳定器”。在国内外环境深刻变化的背景下，制造业上市公司面临的发展条件、约束边界和战略要求，均发生了系统性变化。

（一）国内发展环境由规模驱动增长变为质量效益导向

从国内环境看，我国制造业发展的基础条件正在发生深刻转变。一方面，超大规模市场优势依然存在，制造业体系完整、配套能力强、产业门类齐全，为企业持续发展提供了坚实支撑；另一方面，传统依赖要素投入、规模扩张和成本优势的发展模式边际效应明显下降，资源环境约束、人口结构变化、要素成本上行等因素，对制造业企业经营形成长期性影响。从需求侧看，居民消费意愿总体偏弱，房地产和基建投资持续调整，制造业投资预期趋于谨慎，部分行业面临订单不足和产能利用率不足双重压力，制造业上市公司单纯依靠扩大产量和市场份额，已难以实现盈利质量的同步改善。从供给侧看，国家持续强化高质量发展导向，围绕科技创新、绿色低碳、数字化转型和安全可控等方面提出更高要求。资源要素配置正从“向规模倾斜”逐步转向“向质效倾斜”，对企业技术实力、管理水平和长期投入能力提出了更高门槛。制造业上市公司必须在保持规模优势的同时，更加注重创新效率、经营韧性和价值创造能力的系统提升。

（二）国际环境由开放合作深化转向竞争博弈加剧

全球经济复苏基础不稳，主要经济体增长分化明显，国际增长动能偏弱，全球贸易和投资活跃度整体处于低位。制造业企业在国际市场中面临的竞争环境，正由以需求扩张为主的增量竞争，转向以存量博弈为主的高强度竞争。与此同时，逆全球化趋势与地缘政治风险交织演进，全球产业链和供应链正在加速重构。部分国家以产业安全、技术安全为名，通过关税壁垒、出口管制、投资审查和本地化要求等方式，抬高制造业企业参与国际竞争的制度性成本。技术、规则和标准逐渐成为新的竞争焦点，单纯依靠成本优势和规模优势的国际化路径难以为继。在此背景下，制造业上市公司“走出去”的难度和不确定性明显上升。企业不仅需要应对市场需求波动，还要面对复杂多变的政策环境、合规要求和地缘政治风险。国际化发展正从以出口和产能布局为主，向以技术输出、品牌塑造和本地化运营能力为核心的综合竞争阶段演进。

（三）新形势对制造业上市公司高质量发展提出新要求

当前我国正处于“十四五”圆满收官、“十五五”谋篇布局的关键阶段，制造业上市公司的发展质量水平，一定程度上反映了我国制造业中长期竞争力情况。新形势下，制造业上市公司既面临环境约束趋紧、竞争加剧的现实压力，也处于技术突破加速、产业升级深化和政策体系不断完善的战略机遇期。因此，系统梳理制造业上市公司的发展现状、结构特征和突出问题，深入分析百强企业在创新、竞争、产业引领和社会贡献等方面的典型表现，对于准确把握我国制造业高

质量发展的阶段性特征、识别关键短板、提出有针对性的政策建议，具有重要现实意义。本报告从全国制造业上市公司整体发展入手，重点聚焦制造业上市公司高质量发展百强企业，围绕其发展成效、结构特征和突出问题展开系统分析，进而提出推动制造业上市公司实现由“大”向“强”跃升的策略路径，为我国制造业高质量发展提供决策参考。

二、制造业上市公司总体发展概况

（一）A 股市场规模持续扩大、结构保持稳定，资本市场多层次服务体系进一步完善

A 股市场主板仍占据主体地位，创业板和科创板稳步扩容，北交所加快集聚创新型中小企业。截至 2024 年 12 月 31 日，A 股上市公司数量为 5360 家，其中，主板 3156 家（深市 1477 家，沪市 1679 家），占全部上市公司的 58.9%（深市 27.6%，沪市 31.3%）；创业板 1361 家，占比为 25.4%；科创板 581 家，占比为 10.8%；北交所 262 家，占比为 4.9%（见图 1）。相较于上年，A 股上市公司数量增加 100 家，同比增长 1.9%。其中，主板 24 家（深市 7 家和沪市 17 家）、创业板 38 家、科创板 15 家、北交所 23 家，分别增长 0.8%、2.9%、2.7%、9.6%。立足于服务创新型中小企业，北交所市场生态日趋完善，稳中求进、进中蓄势，优质企业初步聚集、市场交投逐步活跃。

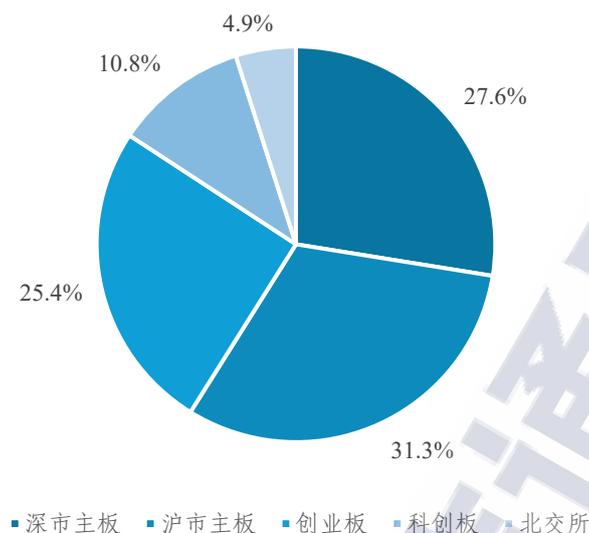


图 1 A 股上市公司数量分布情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

截至 2024 年 12 月 31 日，上证指数收于 3351.8 点，较上年末上涨 12.7%；深证成指收于 10414.6 点，较上年末上涨 9.3%。两市场全年成交额 254.8 万亿元，同比增加 20.1%。A 股上市公司 2024 年底市值为 93.8 万亿元；其中，主板 74.0 万亿元（深市 21.1 万亿元，沪市 53.0 万亿元），创业板 12.5 万亿元，科创板 6.7 万亿元，北交所 0.5 万亿元。2024 年底整体市值同比增长 12.5%，其中，主板 13.8%（深市 6.1%，沪市 17.2%），创业板 9.8%，科创板 3.8%，北交所 20.2%。

（二）制造业上市公司规模保持稳步扩张，资产和研发投入持续增长，新兴产业和新质生产力加快集聚，但盈利能力明显承压

制造业总体实现稳中有进，计算机、通信和其他电子设备制造业保持存量与增量双领先。截至 2024 年 12 月 31 日，A 股制造业上市公司数量为 3643 家（制造业大类行业分布见图 2），占 A 股上市公司

总数的 68.0%。其中，主板 1999 家（深市 999 家，沪市 1000 家），创业板 968 家，科创板 462 家，北交所 214 家。整体数量较上年增加 83 家，同比增长 2.3%。从数量上看，存量最大的制造业大类行业为计算机、通信和其他电子设备制造业，上市公司数量为 639 家，较上年增加 22 家，同时也是增量最多的行业，主要受益于技术创新、国内超大规模市场和国际竞争力增强拉动出口牵引等，成为存量与增量双领先行业。

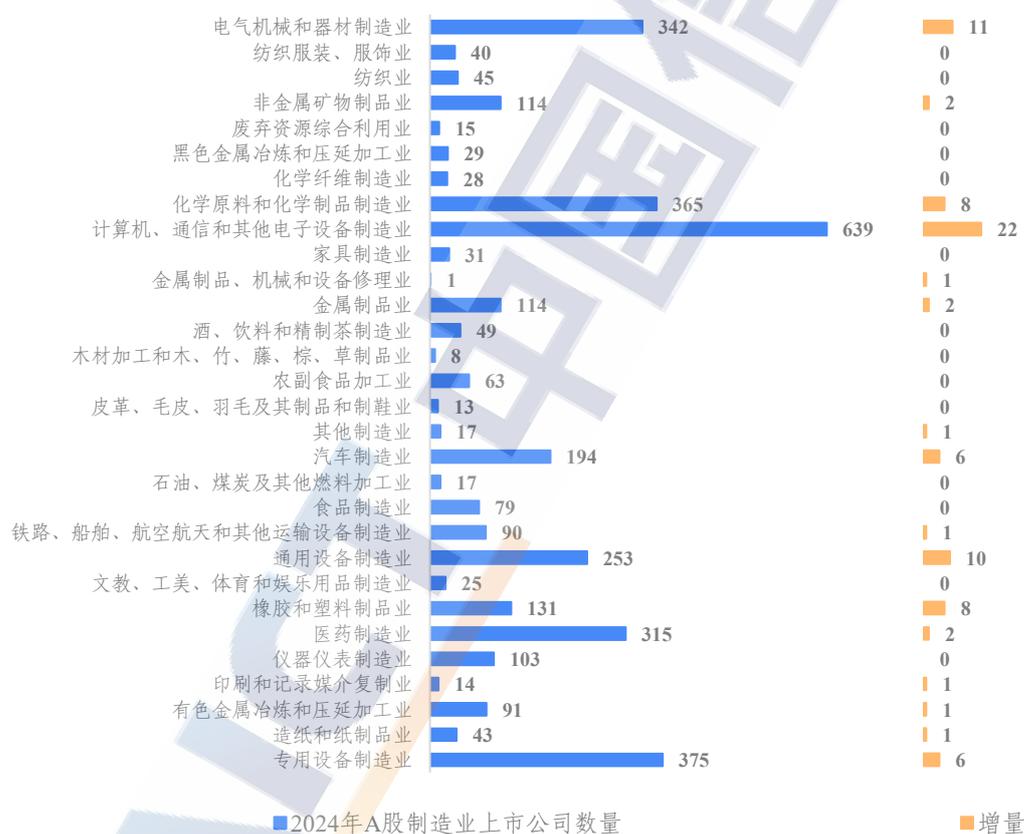


图 2 A 股上市公司分行业分布情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

制造业上市公司整体市值保持增长态势，不同行业市值变化与技术进步、政策导向和市场预期密切相关。A 股制造业上市公司 2024

年底市值为 47 万亿元，同比增长 5.0%，占 A 股上市公司总市值的 50.1%。从市值增量来看，市值上涨最大的行业是计算机、通信和其他电子设备制造业，上涨 1.6 万亿元，涨幅高达 18.0%。这主要得益于全球人工智能技术突破激发的巨大算力与硬件需求，以及国家推动数字经济与信创产业发展的战略红利，在国产替代趋势下，市场对其增长预期较为乐观；市值下跌最大的行业为医药制造业，下跌 0.45 万亿元，跌幅为 10.5%。其原因主要在于受集采扩面、市场竞争等因素影响，部分医药产品价格持续走低，对企业利润空间形成直接挤压，同时受退市新规影响，部分医药企业因财务造假、资金链断裂、资金流动性不足等问题而被实施退市风险警告，也在一定程度上影响了资本市场对医药行业的投资热情。从市值增速来看，上涨最快的行业是皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业，增幅为 32.5%；市值下跌最快的行业为石油、煤炭及其他燃料加工业，降幅为 11.9%。

制造业上市公司资产规模稳中有升，不同行业资产规模和扩张方式体现出各自的产业特性。2024 年制造业上市公司整体资产 43.7 万亿元，平均值 119.9 亿元，同比增长 5.1%，增长最快的行业是金属制品、机械和设备修理业，增速为 21.7%，下降最快的行业是纺织服装、服饰业，同比下降 6.2%。资产超过千亿元的企业为 69 家；其中，企业数量最多的行业为电气机械和器材制造业，在 69 家中占 17 家。其余 500-1000 亿元以及 500 亿元以下的资产区间中企业数量最多的行业均为计算机、通信和其他电子设备制造业。从资产结构看，制造业上市公司整体资产规模稳步增长，但行业分化明显。电气机械和器材

制造业在高资产规模区间企业集中，体现出资本密集型特征；计算机、通信和其他电子设备制造业在中低资产区间企业数量占优，反映出技术驱动、企业梯队较为丰富的发展格局。

制造业上市公司营业收入延续增长态势，不同行业增长节奏与动力来源存在明显差异。2024 年制造业上市公司整体营业收入 28.6 万亿元，平均值 78.5 亿元，同比增长 1.7%，增长动力略显不足。增长最快的行业是其他制造业，增速为 13.3%，下降最快的行业是非金属矿物制品业，同比下降 13.3%。营收超过千亿元的企业为 48 家，企业数量最多的行业为计算机、通信和其他电子设备制造业，共计 9 家。500 亿元-1000 亿元营收区间内共 58 家企业，企业数量最多的行业为电气机械和器材制造业，共计 13 家。受益于市场需求、政策支持，以计算机、通信和其他电子设备制造业、电气机械和器材制造业等为代表的新质生产力和新兴产业表现出色，突显我国制造业在调结构和促转型方面取得了显著成效。

制造业上市公司盈利承压，整体净利润下降。2024 年制造业上市公司整体净利润 1.3 万亿元，同比下降 15.7%，平均值为 3.6 亿元。其中，酒、饮料和精制茶制造业，电气机械和器材制造业，计算机、通信和其他电子设备制造业净利润总额位居前三，分别为 2255 亿元、1984 亿元和 1579 亿元；印刷和记录媒介复制业，石油、煤炭及其他燃料加工业，黑色金属冶炼和压延加工业三个行业 2024 年净利润均为负值。值得注意的是，在总体净利润减少的情况下，农副食品加工业净利润增速明显，达到 339.8%，下降最快的行业是印刷和记录媒

介复制业，同比下降 167.9%。超过 50 亿元的企业 55 家，以电气机械和器材制造业为主，共计 8 家；绝大多数企业的净利润集中在 0-50 亿元的区间内，共计 2606 家，以计算机、通信和其他电子设备制造业为主，共 429 家；有 982 家企业净利润为负值。从利润率来看¹，酒、饮料和精制茶制造业以 44.6% 的营收利润率大幅领先于其他行业，相比之下，尽管电气机械和器材制造业以及计算机、通信和其他电子设备制造业的净利润总量可观，但其营收利润率仍然表现偏弱，分别仅为 6.3% 和 4.2%。总的来看，我国制造业上市公司营业收入虽保持相对平稳的增长态势，但行业整体净利润却出现显著下滑，反映出当前制造业“增收不增利”的结构性矛盾突出。利润率持续走低不仅削弱了企业的资本积累能力，也对行业的可持续发展构成潜在制约。

制造业研发投入呈现“总量稳增、结构分化”特点。2024 年制造业上市公司整体研发费用为 1.1 万亿元，同比增长 5.2%，平均值 3.0 亿元。其中，计算机、通信和其他电子设备制造业，电气机械和器材制造业，汽车制造业位居前三，分别为 2713 亿元、1519 亿元和 1340 亿元。增长最快的行业是食品制造业，增速为 17.8%，下降最快的行业是木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业，同比下降 13.2%。研发费用超过 50 亿的企业为 27 家，企业最多的行业为计算机、通信和其他电子设备制造业，共计 9 家。从研发费用占营收比重来看，仪器仪表制造业、医药制造业、专用设备制造业研发投入强度较高，分别为 9.2%、8.4% 和 7.0%；计算机、通信和其他电子设备制造业紧随其后，

¹ 利润率=利润总额/营业收入

为 6.2%，但是相比于上年下降了 0.38 个百分点。食品制造业是增长最快的行业，2024 年较上年提升了 0.33 个百分点。

三、制造业上市公司高质量发展百强分析

中国信息通信研究院自 2023 年起围绕制造业企业高质量发展“做大、做强、做优、做实”的核心要求，基于“创新力、竞争力、影响力、贡献力”四个评估维度，构建制造业上市公司高质量发展评价指标体系，突破传统企业评价仅看规模、利润、市值等单一维度的限制，多层次全方位对制造业上市公司发展质量开展综合评估，客观评价我国制造业企业的综合竞争力，为企业判断自身实力水平、领域竞争优势和发展长短板提供参考借鉴，为加快培育世界一流企业、推动制造业企业高质量发展树立标杆。面向 2024 年底已在 A 股上市的 3643 家制造业企业，结合高质量发展首要任务和新型工业化建设的新要求对指标体系进行调整优化，同步调整数据采集路径和使用口径，运用指数加权法测算得出制造业上市公司高质量发展指数。经测算，全国制造业上市公司高质量发展百强企业（以下简称“百强企业”）如表 1 所示。

表 1 制造业高质量发展百强企业

地区	上市公司简称	得分	地区	上市公司简称	得分
广东（21 个）	格力电器	92.4	浙江（7 个）	海康威视	87.8
	美的集团	90.4		大华股份	76.2
	迈瑞医疗	89.5		新和成	71.0
	比亚迪	86.8		三花智控	70.8
	中兴通讯	85.7		正泰电器	67.7
	立讯精密	82.2		荣盛石化	67.7
	工业富联	79.9		卫星化学	67.3
	TCL 科技	77.8	湖南（6 个）	中联重科	76.4
	汇顶科技	71.0		时代电气	69.2

地区	上市公司简称	得分	地区	上市公司简称	得分
	鹏鼎控股	71.0		蓝思科技	68.2
	海天味业	70.9		铁建重工	67.7
	传音控股	70.5		华菱钢铁	66.3
	中集集团	69.2		安克创新	65.8
	纳思达	69.1		国电南瑞	81.5
	海信家电	68.5	江苏（5个）	恒瑞医药	80.0
	汇川技术	68.2		徐工机械	77.1
	广汽集团	67.7		长电科技	69.1
	视源股份	66.3		洋河股份	67.3
	大族激光	66.1		四川（5个）	五粮液
	亿纬锂能	65.7	泸州老窖		74.7
	华利集团	65.6	东方电气		69.4
	上海（12个）	中芯国际	82.2		百利天恒
上汽集团		81.0	四川长虹		66.7
宝钢股份		80.3	安徽（4个）	阳光电源	87.3
豪威集团		78.6		海螺水泥	73.8
中国船舶		78.0		古井贡酒	68.4
华域汽车		74.4		江淮汽车	68.1
上海电气		71.0	福建（4个）	宁德时代	89.6
复星医药		70.5		福耀玻璃	75.1
联影医疗		69.6		瑞芯微	69.6
中微公司		69.1		亿联网络	68.0
华勤技术		66.5	河北（2个）	长城汽车	86.2
晶晨股份		65.2		紫光国微	68.3
北京（10个）	京东方A	86.0	河南（2个）	宇通客车	74.1
	中国中车	83.1		中航光电	71.9
	三一重工	79.5	重庆（2个）	长安汽车	79.6
	北方华创	77.3		赛力斯	76.2
	中国铝业	73.9	湖北（2个）	中信特钢	68.5
	紫光股份	71.8		烽火通信	68.2
	圣邦股份	67.0	新疆（2个）	金风科技	68.1
	北新建材	66.0		特变电工	66.8
	石头科技	65.5	贵州（1个）	贵州茅台	78.3
	天地科技	65.2	江西（1个）	江西铜业	65.4
山东（9个）	海尔智家	89.4	辽宁（1个）	恒力石化	73.0
	潍柴动力	86.5	山西（1个）	山西汾酒	72.1
	万华化学	83.6	天津（1个）	海光信息	71.8
	歌尔股份	71.6	内蒙古（1个）	伊利股份	72.8
	浪潮信息	71.0	宁夏（1个）	宝丰能源	66.2
	中际旭创	69.9			
	海信视像	68.2			
	南山铝业	67.2			
	赛轮轮胎	66.5			

来源：中国信息通信研究院整理

（一）百强企业在规模实力、创新能力和产业引领方面

形成了较为稳固的领先梯队，但区域、行业和企业层面的结构性分化特征依然突出

1. 百强企业呈现出向主板市场集聚特征，头部效应显著和梯队分化明显并存

2024 年百强企业明显呈现出向主板市场集聚的特征。其中，主板共有 79 家企业入围（上交所 42 家、深交所 37 家），占比近八成；创业板有 11 家企业、科创板有 10 家企业进入百强，北交所暂未有上市公司入选。这一分布格局与我国资本市场的板块定位和制造业企业的发展阶段高度相关：主板企业大多属于行业龙头、规模较大、经营相对成熟的制造业主体，在收入规模、产业链带动力和长期经营稳定性等指标上具有明显优势，在综合评价中更容易脱颖而出；创业板和科创板企业虽在创新活力、技术突破方面表现突出，但多数仍处于快速成长阶段，规模效应、盈利能力等方面与主板龙头存在差距，导致入围数量相对较少。而北交所定位于“专精特新”中小企业，企业体量普遍较小，尚未在创新强度、市场影响力与综合贡献度等方面达到百强要求。总体来看，板块分布反映出不同资本市场板块的功能定位，也体现了当前我国制造业企业发展成熟度的结构性差异。

百强企业结构保持动态优化，新生力量不断涌现，正加快向专业化、高端化和智能化方向演进。2024 年有赛力斯等 17 家新入百强上市公司。其中，5 家为计算机、通讯和其他电子设备制造业，12 家位于东部地区。百强中存续时间最长的企业是成立于 1980 年的中国国际海运集装箱(集团)股份有限公司，截至 2024 年已成立 44 年；存续

时间最短的企业是成立于 2015 年的富士康工业互联网股份有限公司，截至 2024 年已成立 9 年，是百强中的新生力量。截止到 2025 年底，百强中共有 41 家获认定为制造业单项冠军企业，反映出国家围绕专精特新和单项冠军的梯度培育体系持续发挥作用，在引导企业深耕细分领域、夯实核心能力方面取得积极成效；百强中已有 8 家建成领航级智能工厂，占已获认定领航级智能工厂的比重超过一半，表明企业在专业化能力提升的基础上，向高端化和智能化发展的转型升级步伐明显加快。

百强企业的市值集中度持续提升，头部企业优势进一步强化，百强内部市值分化加深，资本资源加速向综合实力突出的龙头企业聚集。2024 年百强上市公司总市值 16.1 万亿元，非百强总市值 30.3 万亿元，百强市值占全部制造业上市公司市值的比重为 34.7%，较上年提升 1.3 个百分点，说明行业市场集中度持续提升，资源进一步向综合实力较强的优质企业聚集。百强头部的市值总和为 4.1 万亿元，尾部的市值总和为 0.6 万亿元，两者绝对差距达 3.5 万亿元，头部市值规模约为尾部的 6.9 倍，规模差距显著。²相比上年，百强头部的市值总和为 3.3 万亿元，尾部的市值总和为 0.5 万亿元，两者绝对差距达 2.8 万亿元，头部市值规模约为尾部的 6.2 倍，两年对比可以发现，头尾市值差距在进一步扩大。

2. 百强企业多维能力结构呈现差异化领先特征，整体格局由分项

² 百强头部选取了百强企业综合排名的前十名，尾部企业选取了百强企业中的后十名。

优势主导向综合能力拓展演进

从创新力、竞争力、影响力和贡献力四个维度的代表企业分布看，百强企业呈现出能力结构分化、优势各有侧重的特征。不同企业依托自身行业属性、资源禀赋和发展阶段，在特定维度形成相对突出的领先优势，共同构成百强企业多元并存、分层分布的发展格局。

从创新力看，技术自立水平明显提升，通信设备、半导体、高端装备等领域的一批企业（如中兴通讯、大华股份、紫光股份、TCL 科技、中国中车等）在研发投入、技术突破及自主可控能力方面处于行业领先，体现出技术密集型行业在创新要素集聚和体系化研发方面的比较优势。从竞争力看，呈现多层次多赛道并进的态势，食品饮料、白色家电、新能源、生物医药等行业的龙头企业（如泸州老窖、迈瑞医疗、格力电器等）通过规模化优势、供应链整合能力和品牌力实现了稳定的市场地位。从影响力看，产业链主导力和品牌溢出效应同步增强，尤其是新能源汽车行业（如长城汽车、比亚迪等）已在全球市场占据关键节点，在标准制定、产业生态构建方面展现出更强的话语权。从贡献力看，对税收、就业、区域经济与战略性新兴产业发展的带动作用突出，白酒、能源化工、电器机械等行业的龙头企业（如贵州茅台、五粮液、山西汾酒、中国铝业）在财政贡献和产业稳定方面发挥了重要维稳支撑作用。

表 2 单维度代表性企业

创新力代表企业	竞争力代表企业	影响力代表企业	贡献力代表企业
中兴通讯	泸州老窖	海尔智家	贵州茅台
大华股份	贵州茅台	京东方 A	五粮液

创新力代表企业	竞争力代表企业	影响力代表企业	贡献力代表企业
京东方 A	五粮液	美的集团	泸州老窖
紫光股份	山西汾酒	潍柴动力	阳光电源
格力电器	阳光电源	长城汽车	山西汾酒
TCL 科技	迈瑞医疗	宁德时代	中国铝业
中国中车	国电南瑞	比亚迪	海康威视
美的集团	宁德时代	阳光电源	宁德时代
中国船舶	格力电器	格力电器	格力电器
海尔智家	海天味业	三一重工	海尔智家

来源：中国信息通信研究院整理

从整体结构看，百强企业在多维能力布局上呈现出单项领先与综合优势并存的格局。多数企业基于行业属性和比较优势，在技术创新、市场竞争、产业影响或社会贡献等一至两个维度形成相对突出的能力特色，构成百强企业多样化、互补式的发展结构；与此同时，一批头部企业在多个维度中持续表现突出，展现出较为均衡、稳定的综合能力，在经营质量、产业带动和社会贡献等方面形成叠加优势。这类综合能力较强的企业，如格力电器、宁德时代、海尔智家等，分别在竞争力、影响力和贡献力等多个维度进入代表性企业行列，既具备稳固的市场地位和盈利能力，也在产业链组织、技术路线塑造和社会责任履行方面发挥着重要作用，是百强企业中具有代表性的综合型主体。整体来看，百强企业能力结构并非单一模式，而是在差异化分工基础上逐步显现出多维能力叠加和综合实力提升的趋势。

3. 百强企业高度集中于东部地区，区域分布呈现明显梯度特征

百强企业集中分布于广东、上海、浙江、山东等先进制造业集聚区，反映出产业基础、创新资源与政策环境协同构建的区域优势格局。百强企业的形成既源于企业自身长期积累的技术实力与治理能力，也

得益于我国产业政策、区域战略、新旧动能转换等多重因素的综合作用。百强企业的结构格局在一定程度上折射出我国制造业由“大而全”向“强而优”迈进的转变，也为进一步推动产业链现代化、提升国际竞争力提供了现实基础和典型样本。

东部地区依然是全国制造业的核心引擎。从四大区域来看，百强集中分布在东部，有 71 家，其余有 16 家在中部地区，12 家在西部地区，只有 1 家在东北地区。东部地区凭借先发优势持续领跑，依托创新要素富集、产业体系完备、开放水平领先等综合优势，积极推动企业高端化、数智化、绿色化转型，已成为培育世界级先进制造业集群的战略高地。相较之下，东北地区百强数量较少，原因在于其长期依赖传统重工业和资源型产业，产业结构偏重、创新体系相对薄弱，新兴产业培育速度较慢，同时人口流出、市场活力不足等因素也限制了高质量制造业企业的成长空间。

国家级城市群和核心经济带内，计算机、通信与其他电子设备制造业集中度明显较高，高端电子制造向优势区域集聚。京津冀共 13 家百强企业，其中 5 家为计算机、通信与其他电子设备制造业；粤港澳（仅广东省数据）共 21 家，其中 9 家为计算机、通信与其他电子设备制造业；长三角共 22 家，其中 6 家为计算机、通信与其他电子设备制造业。从区域分布看，计算机、通信与其他电子设备制造业在百强企业中呈现出明显的空间集聚特征，反映出该行业对创新要素、产业配套和高端人才的高度依赖。与此同时，不同区域在研发能力、制造环节和供应链配套方面形成差异化分工，为通过跨

区域协同推动产业链整体升级提供了基础。

从 31 个地区来看，目前形成了形成“广东领跑、多地协同”的分布格局。如图 3 所示，除海南、广西、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、吉林、黑龙江没有企业进入百强外，剩余 22 个省份均有企业进入百强。广东以 21 家的数量优势位列第一，成为各地区中进入百强数量最多的省份，其中有 11 家企业位于深圳市，多为计算机、通信与其他电子设备制造业企业。

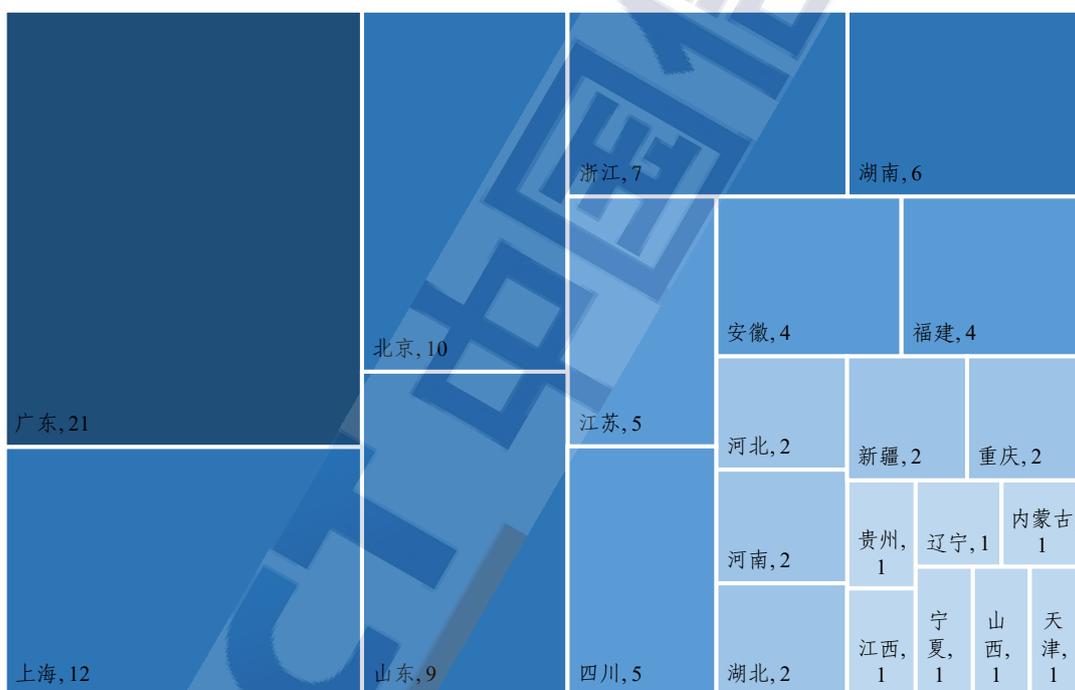


图 3 百强企业地区分布情况（分省份）

来源：中国信息通信研究院整理

4. 百强企业中国企在资产规模和经营稳定性方面支撑作用突出，民企数量占优且创新活力突出

从企业性质来看，2024 年百强中国有企业 38 家（中央国有企业 17 家，地方国有企业 21 家），民营企业 42 家，公众企业 15 家，外

资企业 3 家，集体企业 2 家。**市值方面**，国有企业为 6.5 万亿元（中央国有 1.7 万亿元，地方国有 4.8 万亿元），平均市值为 0.17 亿元，民营企业为 6.7 万亿元，平均市值为 0.16 亿元。**资产方面**，国有企业为 7.0 万亿元（中央国企 2.5 万亿元，地方国有 4.5 万亿元），民营企业为 5.3 万亿元。**营收方面**，国有企业为 4.9 万亿元（中央国企 1.7 万亿元，地方国有 3.1 万亿元），民营企业 4.0 万亿元。**净利润方面**，国有企业为 3739 亿元（中央国企 1018 亿元，地方国有 2720 亿元），民营企业为 3094 亿元。**研发方面**，国有企业研发投入为 1534 亿元（中央国企 720 亿元，地方国有 814 亿元），民营企业为 1956 亿元；国有企业人均研发费用为 59.5 万元，民营企业 50.3 万元；国有企业研发投入强度为 3.2%（中央国企 4.2%，地方国有 2.6%），民营企业为 4.9%。

百强企业中民营企业与国有企业数量和市值规模接近，但在发展侧重点上存在明显差异。国有企业在资产规模、营业收入和净利润等方面占优，体现出较强的规模基础和经营稳定性；民营企业则在研发投入强度方面更为突出，反映出其在创新驱动和技术投入上的积极性。总体来看，不同所有制企业在百强体系中呈现出规模稳健与创新活跃并存的格局。

5. 百强企业高度集中于高技术制造业和关键装备领域，高端化和智能化发展趋势明显

从行业分布看，百强企业呈现出高度向高技术制造业和关键装备领域集中的特征，产业结构明显偏向高端化、智能化和技术密集型方

向。计算机、通信与其他电子设备制造业以 32 家企业位居首位，占比超过三成，电气机械和器材制造业（14 家）、专用设备制造业和汽车制造业（各 10 家）紧随其后，反映出百强主要集中在新一代信息技术、高端装备和先进制造等战略性领域，是当前制造业技术升级和产业转型的重要载体。

传统优势产业在百强企业中仍占有一定比重，但整体呈现少而精的特征。酒、饮料和精制茶制造业、医药制造业、化学原料和化学制品制造业等行业虽入围企业数量相对有限，但多为细分领域龙头，具备较强品牌影响力和盈利能力，体现出传统产业通过品牌化、技术改造和高附加值方向实现结构升级的路径。

基础制造和部分劳动密集型行业在百强中的占比较低，行业分布呈现明显不均衡。百强企业分布与制造业向技术密集、资本密集和高附加值方向演进的趋势高度一致，也反映出部分传统行业和中低端制造领域尚未形成足够多具备综合竞争力的龙头企业，产业整体由大规模向高质量跃迁仍存在结构性差距。

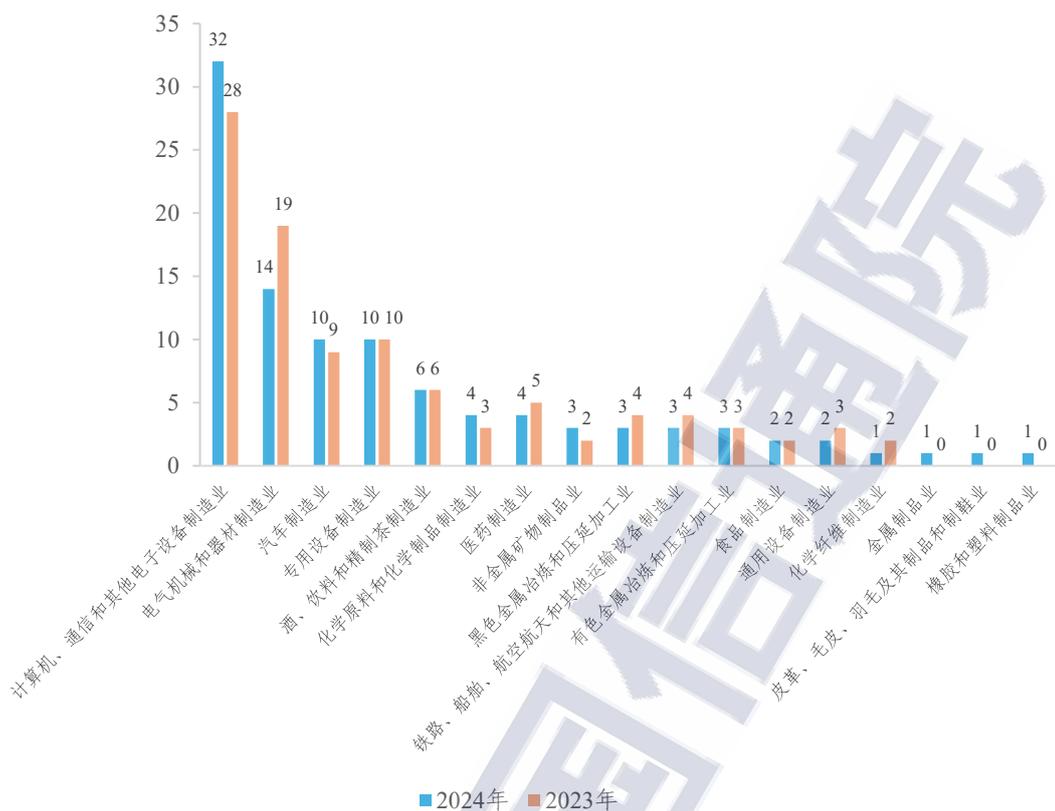


图 4 百强企业行业分布对比情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

（二）百强企业整体经营韧性较强，具备应对市场波动和 risk 冲击的内生缓冲能力

从经营表现看，2024 年百强平均营收达 1091 亿元，同比增长 6.7%，平均净利润 82.0 亿元，同比增长 9.1%，利润率为 8.7%，同比提高了 0.17 个百分点，显示出较高的盈利效率和较强的价值创造能力。资产结构方面，百强资产负债率为 56.8%，处于相对合理区间，在适度运用杠杆的同时保持了较好的偿债和抗风险空间。现金流方面，百强现金流净额平均值达 101 亿元，显著高于行业整体水平，为企业应对需求波动、加大研发投入和推进战略调整提供了充足的内部资金支持；亏损面仅为 3%，亏损深度仅 0.7%，表明即便在复杂多变的市

场环境下，其经营风险总体可控，盈利基础稳固。相比之下，非百强制造业上市公司平均营收为 51.2 亿元，平均净利润仅 1.5 亿元，整体利润率为 4.0%；资产负债率为 49.1%，现金流净额平均值为 4.2 亿元，经营规模和现金创造能力相对有限。总的来看，百强通过更大的规模优势、更高的盈利效率、更充足的现金流积累以及相对稳健的财务结构，形成了更具韧性的内生缓冲机制，在制造业体系中对冲周期波动、稳定产业运行的作用更加突出。

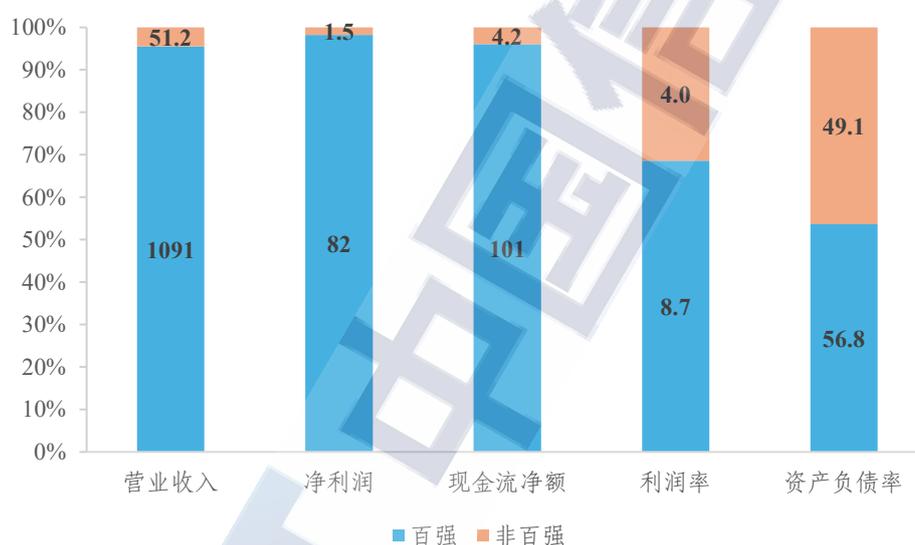


图 5 百强与非百强企业竞争力关键指标对比情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

从营业收入看，百强中高收入梯队企业以整车制造、电子制造和资源型产业为主，规模优势依然是头部企业的重要特征。比亚迪、工业富联、美的集团等企业在 2024 年实现较快增长，体现出新能源、消费电子和家电领域在需求结构调整中的韧性。上汽集团、宝钢股份等重资产企业营收有所回落，反映出传统汽车和基础材料行业在周期波动和需求承压下的调整压力。

从净利润看，头部主要由白酒、新能源和家电龙头占据，贵州茅台、宁德时代、美的集团、比亚迪等企业利润规模持续扩大，盈利集中度明显高于营收集中度。这表明，高盈利企业往往具备更强的产品差异化、品牌溢价或技术壁垒，其利润增长并不完全依赖规模扩张，而更多来自定价能力和效率优势。

从利润率看，高利润率企业与高营收企业并不完全重合，白酒、医药、部分电子和医用设备企业占据前列，体现出品牌、技术和专用市场带来的显著溢价能力。相比之下，规模庞大的制造业龙头企业整体利润率仍然偏低，说明我国百强企业中相当一部分企业仍处于高规模、低利润率的竞争状态，价值创造能力存在明显分化。

从总资产看，资产规模居前的企业集中于汽车、装备制造、电子和材料领域，资产规模与资本密集度高度相关。上汽集团、宁德时代、比亚迪、美的集团等企业资产体量庞大，反映出百强企业在固定资产、研发投入和全球化布局上的长期积累，但也意味着其对周期波动和经营效率变化更为敏感。

表 3 竞争力关键指标前十企业（客观值排序）

排名	营业收入	净利润	利润率	总资产
1	比亚迪	贵州茅台	贵州茅台	上汽集团
2	上汽集团	宁德时代	百利天恒	宁德时代
3	工业富联	美的集团	泸州老窖	比亚迪
4	江西铜业	比亚迪	亿联网络	美的集团
5	美的集团	五粮液	五粮液	中国中车
6	宁德时代	格力电器	山西汾酒	京东方 A
7	荣盛石化	工业富联	迈瑞医疗	TCL 科技
8	宝钢股份	中国铝业	古井贡酒	荣盛石化
9	海尔智家	海尔智家	新和成	格力电器
10	立讯精密	万华化学	洋河股份	宝钢股份

来源：中国信息通信研究院整理

（三）百强企业创新驱动特征显著，研发投入和研发人才配置效率较高

2024 年百强企业研发投入总计 4459 亿元，平均研发投入为 44.6 亿元，同比增长 8.7%；研发强度为 4.1%，同比增加 0.07 个百分点；人均研发费用为 54.4 万元；研发人员数量为 82.0 万人，占总员工数的 16.2%，平均研发人员为 8197 人；发明专利 30.7 万件，平均每家百强企业拥有 3071 件，同比增长 6.5%。与之对比，非百强制造业上市公司研发投入总计 6332 亿元，平均研发投入为 1.9 亿元，研发强度为 3.6%，人均研发费用为 42.6 万元；研发人员数量为 149 万人，占员工总数的 13.9%，平均研发人员为 436 人；发明专利 48.3 万件，平均每家企业拥有 142 件。

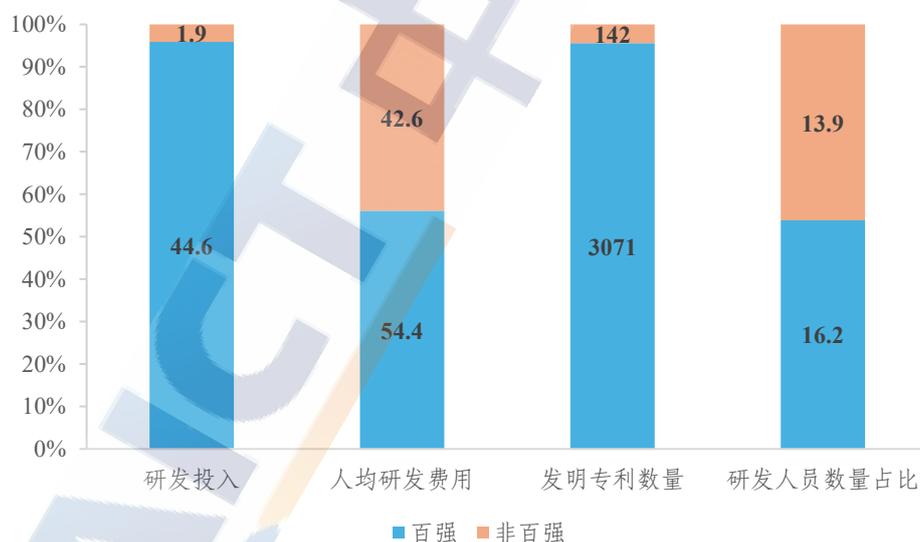


图 6 百强与非百强企业创新力关键指标对比情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

百强企业创新驱动特征显著，研发投入和研发人才配置效率较高。

2024 年，百强企业平均研发投入和研发强度明显高于行业整体水平，

显示其在经营决策中将研发投入作为核心性、长期性安排。百强企业研发人员规模和占比均处于较高水平，反映出其在组织结构上更加突出研发职能，创新活动具有较强的专业化和体系化特征。尽管非百强企业在研发投入总量和研发人员总数上规模更大，但百强企业在单位企业、单位收入和单位人员层面的研发投入更为集中，人均研发费用和研发人员配置密度明显更高，体现出创新资源向核心技术和关键团队集聚的效率优势。最终体现在发明专利方面，百强企业平均每家拥有 3071 件，显著高于非百强企业，显示其技术积累更加厚重，创新成果转化具有持续性和规模效应。总体来看，百强企业更侧重研发投入效率与人才结构优化，通过较高的研发强度、稳定的研发团队和高密度的技术积累，形成了以效率和质量为导向的创新投入模式，有效支撑了企业核心竞争力的持续提升。

从研发投入规模看，百强中头部企业持续保持高强度研发投入，并呈现出明显的规模集中特征。比亚迪、中兴通讯、宁德时代、上汽集团、美的集团等企业连续两年位居研发投入前列，其中比亚迪 2024 年研发投入超过 530 亿元，显著高于其他企业，反映出其在新能源和智能化领域的长期技术布局力度。整体来看，研发投入排名靠前的企业多集中于电子信息、新能源汽车和高端装备等技术密集型领域，表明百强在关键产业方向上已形成较为稳固的投入基础。

从研发强度看，不同企业之间差异更为显著，研发投入占营业收入比重并未与企业规模简单正相关。部分中等规模或细分领域龙头企业，如海光信息、圣邦股份、恒瑞医药、晶晨股份等，研发强度长期

维持在较高水平，显示出以技术突破和产品迭代为核心的发展路径。而部分大型企业虽然研发投入总量较大，但研发强度相对偏低，反映出其研发活动更多服务于工程化扩展和产品线完善。这一结构特征说明，百强内部在研发投入效率和创新模式上仍存在明显分化。

从创新成果积累看，发明专利数量高度集中于少数头部企业，中兴通讯、格力电器、中国船舶、京东方 A、紫光股份等企业连续两年位居前列，形成较为稳定的专利积累优势。其中，通信设备、显示面板、高端装备等领域的企业在发明专利数量上保持领先，体现出较强的工程技术积累和系统集成能力。同时，部分研发强度较高的企业在发明专利数量上的优势尚未完全显现，创新成果向可规模化、可复用的知识资产转化仍需时间。

表 4 创新力关键指标前十企业（客观值排序）

排名	研发投入	研发强度	发明专利
1	比亚迪	海光信息	中兴通讯
2	中兴通讯	圣邦股份	格力电器
3	宁德时代	百利天恒	中国船舶
4	上汽集团	恒瑞医药	京东方 A
5	美的集团	晶晨股份	紫光股份
6	中国中车	紫光国微	TCL 科技
7	京东方 A	汇顶科技	中国中车
8	海康威视	中兴通讯	美的集团
9	海尔智家	瑞芯微	中芯国际
10	工业富联	中微公司	海尔智家

来源：中国信息通信研究院整理

专栏 1 以创新引领产业跃迁的企业路径

京东方：以科技创新牵引产业跃迁的持续创新范式

京东方的创新路径具有鲜明的行业适配性：面对半导体显示技术迭代快、需求变化快、全球竞争强的特征，企业将科技创新确立为长期经营的首要约束，通过持续投入与体系化机制，形成从核心技术突破到产业化落地、再到生态扩

展的闭环。投入层面，京东方长期保持较高研发强度，提出每年将营收约 7% 投入研发，并明确将其中一部分用于基础与前沿技术研究，支撑技术提前布局与迭代。知识产权层面，其专利布局呈现高质量与国际化并重的特征：截至 2024 年累计自主专利申请已超过 10 万件，年度新增专利中发明专利占比仍超过 90%、海外专利超过 33%。在国际专利竞争中，京东方在 2024 年度美国专利授权量统计中全球排名第 12，并连续第七年进入全球 TOP20；在 WIPO 2024 年 PCT 国际专利申请排名中以 1959 件位列全球第六，且已连续 9 年保持在全球 PCT 申请 TOP10，体现其在全球专利体系中的持续创新输出能力。

在产品与技术引领方面，京东方以“技术领先、全球首发”为导向强化领先性验证。在 2025 年国际显示周等平台集中展示的创新也体现出多技术路线并进：围绕 ADS Pro、f-OLED、 α -MLED 等技术品牌推出多项“全球首发/行业首创”产品与方案，例如基于 ADS Pro 升级的高端 LCD 解决方案 UB Cell（如 75 英寸 4K UB Cell 4.0），在画质效果上对标甚至逼近 OLED；在 f-OLED 方向推出 OLED 智慧驾舱等方案；在 MLED 方向展示高刷新率电竞显示产品（如 27 英寸 HDR MLED 电竞显示器，300Hz 高刷、2304 分区背光、峰值亮度 1000 nits），并同步探索 AMQLED 量子点发光显示、3D/微显示等前沿技术。更进一步，京东方将创新外延从“显示器件”拓展到“AI+显示”与“场景化系统”，推出 AITV、AI 笔记本、AI 显示器等应用，并在屏内集成光感、温感、NFC 等传感器件，拓宽人机交互与智能化体验边界。

总体而言，京东方的创新不是单点突破，而是以研发投入、专利标准、质量体系与领先产品验证共同驱动的系统能力：既能在技术快速迭代中保持领先，也能通过持续专利输出与产品首发形成可见的产业引领效应，并为向更广阔的物联网与智能场景延伸奠定基础。

汇顶科技：以底层架构创新重塑生物识别技术范式

汇顶科技自成立以来始终以底层技术突破作为核心驱动力，其创新路径并非简单的产品迭代或功能优化，而是通过对传感器架构和工艺路线的重构，持续推动生物识别技术演进。早期，公司凭借电容式触控芯片进入主流智能终端供应链，并于 2014 年推出全球首款蓝宝石指纹识别芯片，率先打破传统实体

Home 键形态，为全面屏时代的到来奠定了技术基础。

在屏下指纹识别技术进入瓶颈期后，汇顶科技再次选择从底层架构入手。面对 AMOLED 屏幕向 Pol-less 结构演进带来的透光率和信噪比难题，公司于 2024 年推出全球首款 CMOS 架构超声波指纹传感器，通过晶圆级声学层工艺，将压电材料与声学结构直接集成至 CMOS 晶圆，跳过传统 TFT 基板复杂工序，在显著提升穿透能力与安全性的同时，有效降低了制造复杂度。这一创新不仅解决了低透光屏幕下识别可靠性问题，也首次使超声波指纹方案具备规模化商用的经济性，并已在多款旗舰机型中实现落地。

持续的原创性创新，构筑了汇顶科技坚实的知识产权壁垒。截至 2025 年，公司累计申请专利已超过 2200 项，其中超声波指纹识别相关专利占比约 10%，在国内半导体设计企业专利创新力中长期位居前列。专利布局不仅覆盖核心算法、器件结构与工艺路线，还向活体检测、安全认证等系统层能力延伸，使其技术优势具备较强的不可替代性。

在产品层面，汇顶科技的创新并未局限于智能手机场景，而是通过“技术迁移”不断拓展应用边界。基于 CMOS 架构的柔性可扩展特性，公司已将相关技术延伸至折叠屏终端、车规级传感器和舱内生物感知系统，并在汽车电子领域通过 AEC-Q100 认证，探索驾驶员状态监测等高附加值应用。由此，汇顶科技逐步完成从“单一功能芯片供应商”向“多场景传感解决方案提供者”的转型。

汇顶科技的创新特征并不依赖规模扩张或成本优势，而是通过对关键技术路径的前瞻判断和持续深耕，在细分领域实现“定义规则式”的突破。其以底层架构创新带动产品形态变革、以高强度专利布局巩固技术壁垒的发展模式，体现了我国半导体设计企业由“跟随创新”向“原创引领”转变的典型路径。

（四）百强企业在关键赛道形成明显的产业链主导优势，国际竞争力和全球资源配置能力持续增强

2024 年百强企业海外营收总计 3.2 万亿元，同比增长 21.6%，平

均每家海外营收为 344 亿元³，同比增长 19.0%，总体海外营收占比为 30.0%，比上年高了 3.8 个百分点。制造业非百强企业海外营收总计 3.4 万亿元，同比增长 7.2%，平均每家海外营收为 12.2 亿元，同比增长 5.6%，总体海外营收占比为 22.3%，比上年高了 1.3 个百分点。

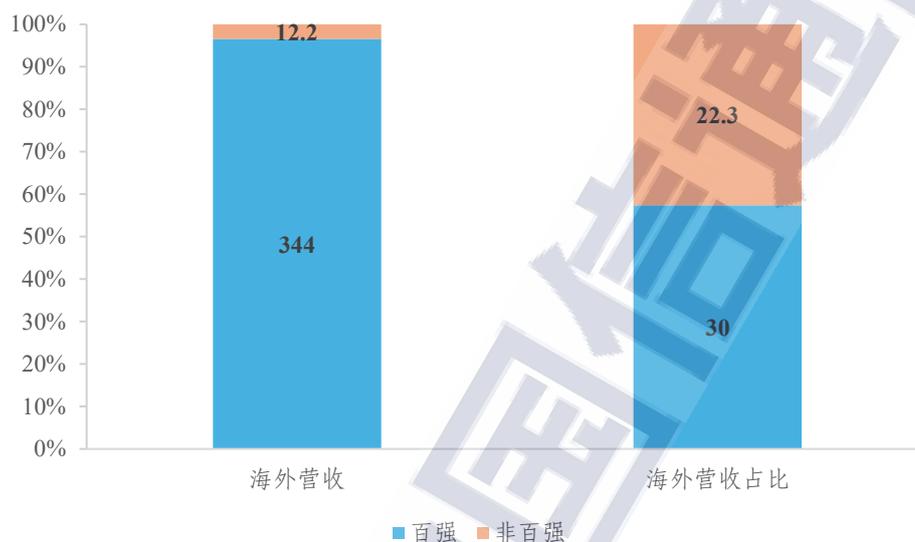


图 7 百强企业与非百强企业影响力关键指标对比情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

百强企业国际化程度明显高于行业整体，全球市场拓展能力持续增强，在国际市场中的业务布局更加深入、增长动能更为强劲。无论从规模体量还是增长速度看，百强均在制造业“走出去”过程中发挥着引领作用。相比之下，非百强制造业上市公司海外营收虽然总额略高，但企业平均海外营收规模显著偏小，海外业务增长速度和海外营收占比提升幅度也相对有限。这一差异表明，百强的国际化并非简单的市场分散，而是建立在较强产品竞争力、品牌影响力和跨国经营能力基础之上的体系化布局。百强通过在研发、制造、营销和服务等环

³ 仅计算披露海外营收企业的情况。

节的协同推进，逐步形成了覆盖全球主要市场的业务网络，海外市场已成为其重要的增长来源。

百强企业既有依托多元市场形成均衡支撑的全球化龙头，也存在对外需高度依赖、风险暴露较高的外向型企业。一方面，工业富联、立讯精密、比亚迪、美的集团、海尔智家等企业海外营收规模位居前列，2024 年多数已达到或接近千亿量级，表明其已形成较为成熟的全球市场布局和跨区域交付能力，其中比亚迪、立讯精密等企业海外营收增长较快，国际竞争力持续增强。另一方面，也有部分企业海外营收出现阶段性回落，显示其海外业务对外部需求波动和国际环境变化仍较为敏感。从海外营收占比看，传音控股、华利集团、安克创新、百利天恒、晶晨股份等企业海外收入占比普遍超过 90%，呈现出高度外向型经营特征，全球市场渗透度和国际客户基础较强，但对国际需求变化、贸易政策和地缘政治风险的暴露程度也相对更高。相比之下，一些海外营收规模较大的百强企业海外占比并未进入前列，反映出其在保持国际市场份额的同时，仍具备一定的国内市场支撑，经营结构相对更加均衡。

表 5 影响力关键指标前十企业（客观值排序）

海外营收				海外营收占比			
1	工业富联	6	潍柴动力	1	传音控股	6	歌尔股份
2	立讯精密	7	宁德时代	2	华利集团	7	立讯精密
3	比亚迪	8	京东方 A	3	安克创新	8	中际旭创
4	美的集团	9	上汽集团	4	百利天恒	9	鹏鼎控股
5	海尔智家	10	歌尔股份	5	晶晨股份	10	豪威集团

来源：中国信息通信研究院整理

总体来看，百强企业海外营收占比持续提升，反映出其国际竞争

力和全球资源配置能力不断增强。在全球需求复苏不均衡、外部环境不确定性加大的背景下，百强企业依托规模优势、技术实力和成熟的国际运营经验，展现出更强的海外市场开拓能力和抗冲击韧性，是推动我国制造业深度参与国际分工和提升全球产业地位的重要主体。

专栏 2 产业链控制力与生态主导力的龙头实践

1. 比亚迪：垂直整合与全产业链自主掌控

比亚迪通过长期坚持垂直整合战略，构建起覆盖上游资源、核心零部件到整车制造的全产业链体系，展现出突出的产业链控制力。公司在动力电池、电机、电控及车规级芯片等关键环节实现自研自产，以刀片电池、IGBT 芯片等核心技术为支撑，显著增强了供应链安全性、成本控制能力和技术协同效率。在此基础上，比亚迪将产业链优势转化为全球竞争力，2023 年新能源汽车销量超过 302 万辆，首次超过特斯拉，成为全球纯电与插混双料冠军；2024 年销量进一步提升至 427 万辆，跻身全球车企前列；2025 年第 1500 万辆新能源车下线，出海足迹累计覆盖超 110 个国家和地区。

随着规模和技术优势的巩固，比亚迪由“垂直整合型制造商”向“产业生态型平台企业”演进。一方面，弗迪电池和比亚迪半导体等核心业务开始向外部客户供货，强化其在产业链关键节点的枢纽地位；另一方面，通过“刀片电池”“DM-i 混动”等技术路线输出，以及开放 e 平台 3.0，为行业提供基础解决方案，比亚迪在新能源汽车领域形成了较强的生态主导力，对产业技术方向和组织模式产生了重要影响。

2. 海尔智家：全球大家电品牌与智慧家庭解决方案的领导者

海尔智家通过长期推进全球化、本土化与平台化协同，构建了具有高度韧性的产业链控制体系。公司形成了以“中国+N”“本土化+区域化”为特征的全球双轨供应链体系，在全球布局 35 个工业园区、163 个制造中心，构建起东西半球自循环、国内国外共享循环的生产网络，有效提升了全球供应链的稳定性与响应效率。

在市场端，海尔智家依托多品牌矩阵实现对不同区域和消费层级的精准覆盖，并在多个核心市场占据领先地位。在中国市场，以海尔、卡萨帝、Leader、

斐雪派克形成差异化布局，白电整体市场份额保持行业领先；在北美，通过海尔与 GE Appliances 及其高端子品牌协同发力，GE Appliances 已成长为当地第一大家电公司；在欧洲，海尔白电市场份额位居中国品牌首位；在澳新市场，海尔与斐雪派克双品牌驱动，大白电份额排名第一；在日本和东南亚市场，海尔与 AQUA 双品牌并行，冰冷产品市场份额居于首位；在南亚、中东非等新兴市场，以海尔品牌为核心持续扩大覆盖，其中巴基斯坦海尔已连续多年保持市场第一。通过全球研发与供应链协同，形成显著的规模优势和协同效应。在生态层面，海尔智家依托卡奥斯（COSMOPlat）工业互联网平台，向外赋能制造业转型，并在智慧家庭领域持续强化标准引领能力。同时，公司主导和参与近百项国际标准、数百项国家和行业标准，覆盖 IEC、ISO、IEEE、OCF、Matter 等核心组织，成为全球智慧家庭标准体系的重要引领者。

3. 以产业链控制力构建全球动力装备生态主导优势

潍柴动力通过长期聚焦主业和关键核心技术，逐步形成了以动力系统为核心的产业链控制力和生态主导优势。在国内，潍柴围绕发动机、变速箱、车桥和液压系统等关键环节，构建起高度协同的动力装备体系，并通过稳定的技术标准、产品体系和服务网络，带动上下游企业形成紧密配套关系，推动产业链由松散关联向协同共生转变，成为动力装备领域具有显著链主特征的龙头企业。

在国际化布局上，潍柴坚持以产业协同和技术补链为导向推进海外并购，累计并购海外企业 10 家且全部实现持续盈利。其全球化路径并非单纯追求规模扩张，而是围绕核心技术短板和产业链关键环节展开，通过推动海外先进技术与自身产业体系深度融合，提升关键零部件和系统层面的全球配置能力，增强产业链整体韧性和可控性。

在此基础上，潍柴将产业链主导优势延伸至新能源领域，围绕商用车和装备动力场景推进新能源技术布局，逐步形成以动力系统为核心的差异化技术路径。通过传统动力持续领先与新能源前瞻布局并行，潍柴实现了由单一产品领先向系统能力和产业生态主导的跃升，成为动力装备领域少数具备全球产业链控制力的综合型龙头企业。

（五）百强企业社会影响力突出，在高质量就业和税收方面发挥重要作用

百强企业应交税费总计 1321 亿元，吸纳就业 507 万人，人均年薪 20.6 万元，本科及以上学历员工占比 27.3%，其中博士学历员工占比 0.5%；非百强企业应交税费总计 1701 亿元，吸纳就业 1072 万人，人均年薪 17.0 万元，本科及以上学历员工占比 26.0%，其中博士学历员工占比 0.4%。尽管百强企业数量仅占制造业上市公司的 2.9%，但其缴纳税费占比高达 43.7%，吸纳就业人数占比达到 32.1%，显示出百强在税源贡献和就业承载方面具有高度集中性和规模优势。这种“少数企业、多数贡献”的结构特征，反映出百强企业在制造业体系中处于关键支撑位置。在就业质量方面，百强企业不仅吸纳大量就业，更集中于技术型岗位，通过更高的人均薪酬水平和较高的本科及以上学历员工占比，提供了以技术型、专业化岗位为主的高质量就业，对制造业人才集聚和人力资本提升具有明显带动作用。相较于单纯扩大就业数量，百强企业更强调岗位质量和长期发展空间，其就业结构对稳定产业预期和提升制造业整体就业质量具有积极意义。

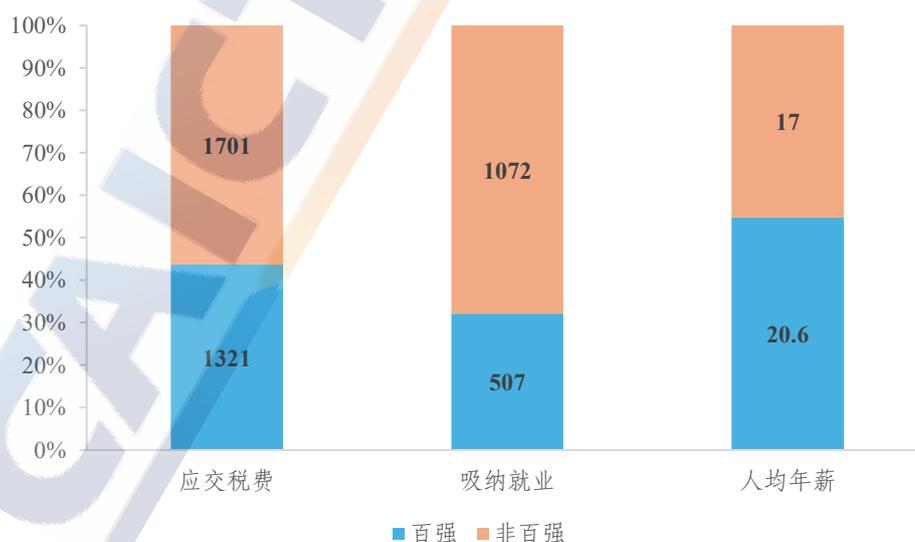


图 8 百强与非百强企业贡献力关键指标对比情况

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

百强企业在税收贡献和人才回报层面呈现出双重支撑特征，是稳固财政基础与集聚高端创新要素的重要载体。从应交税费看，排名靠前企业以比亚迪、宁德时代、贵州茅台、五粮液、美的集团等为代表，既涵盖高端制造业龙头，也包括具有稳定盈利能力的消费品企业，反映出百强企业在地方财政贡献和宏观经济稳定中的重要支撑作用。同时，不少企业 2024 年应交税费较上年明显提升，显示其经营规模和盈利能力对公共财政的拉动效应仍在增强。从人均年薪看，排名靠前企业主要集中在集成电路、半导体设备、信息技术等技术密集型领域，如海光信息、中微公司、晶晨股份、汇顶科技、瑞芯微等，体现出高技术、高附加值环节对高端人才的更强吸引力，也反映出知识密集型创新活动对薪酬结构的显著抬升作用。总体来看，百强企业通过规模和盈利能力形成稳定的税收贡献，通过技术密集型业务支撑较高的人才回报水平，显示其在“稳增长、促创新、聚人才”多重目标上的综合支撑作用。

表 6 贡献力关键指标前十企业（客观值排序）

应交税费				人均年薪			
1	比亚迪	6	上汽集团	1	海光信息	6	圣邦股份
2	宁德时代	7	海尔智家	2	中微公司	7	瑞芯微
3	贵州茅台	8	长城汽车	3	安克创新	8	浪潮信息
4	五粮液	9	中国中车	4	晶晨股份	9	国电南瑞
5	美的集团	10	泸州老窖	5	汇顶科技	10	潍柴动力

来源：中国信息通信研究院整理

总的来看，百强企业通过稳定而集中的税收贡献、高质量就业供给以及对核心人才的持续吸引集聚，发挥了重要的社会支撑“稳定器”作用。百强企业在就业结构、薪酬水平和用工稳定性等方面形成的长

期优势，反映出其较为成熟的经营理念和治理机制，使相关社会贡献具有持续性和可预期性，并在一定程度上增强了制造业体系应对外部冲击时的稳定性。

四、存在问题

（一）制造业内部创新能力分化显著，创新结构不均衡问题突出

我国制造业创新能力在持续增强的同时，内部结构性分化问题日益凸显，创新体系呈现出强主体、弱扩散、高投入、低外溢的特征。百强企业已成为创新投入和技术积累的核心力量，但创新优势更多集中于少数头部企业和重点领域，在全球创新引领、创新成果向产业链上下游和跨领域的传导与扩散以及底层技术和系统性能力构建等方面仍存在明显短板。创新资源高度集中、创新结构偏工程化以及创新影响力外溢不足相互叠加，使制造业创新体系在效率提升的同时，也面临韧性不足和长期竞争力受限的风险。

1. 百强企业“强投入”与“强引领”并存，但全球创新引领性仍显不足

从创新投入强度和资源配置看，百强企业已成为我国制造业创新活动的核心主体，呈现出“高投入、高密度、高集聚”的显著特征。2024 年，百强企业研发投入总额达到 4459.5 亿元，占制造业上市公司研发投入的 41.3%，平均研发强度为 4.1%，高于行业整体水平；研发人员数量和发明专利数量亦高度集中，头部企业在创新资源

配置和技术积累方面优势突出。这表明，百强企业在国内创新体系中已具备较强的技术攻关能力和持续投入能力，是推动制造业技术进步的关键力量。

与其在国内创新体系中的领先地位相比，百强企业在全球创新网络中的引领性仍显不足。从国际权威创新榜单看，能够稳定进入全球顶尖创新机构行列的百强企业数量依然有限。以科睿唯安（Clarivate）发布的全球百强创新机构榜单为例，2024 年中国大陆地区 6 家企业入选，分别为华为、京东方、腾讯、蚂蚁集团、宁德时代、瑞声科技，制造业企业入围数量为 3 家，其中属于本次百强的企业仅 2 家；相比之下，美国（18 家）、日本（33 家）等制造业强国在该榜单中的入围企业数量和持续性明显更高。这一差距反映出，我国制造业百强企业的创新成果在全球范围内的影响力和认可度仍有提升空间。

进一步从创新影响力的外溢特征看，百强企业在国际标准制定与技术规则塑造等方面的引领作用仍主要集中于少数重点领域。真正能够在全全球范围内对产业技术路线和竞争格局产生系统性影响的企业数量有限，其余行业的创新成果更多停留在企业或行业内部，尚未形成广泛的全球扩散效应。

总的来看，尽管百强企业在创新投入和技术积累方面优势明显，但在由国内领先向全球引领跃升过程中，创新影响力外溢不足的问题仍然突出，这在一定程度上制约了我国制造业在全球产业链中的技术话语权。

2. 百强企业内部创新能力分化加剧，创新资源高度集中带来结构性风险

创新资源的高度集中在一定程度上有利于加快重点领域技术突破，但也同步放大了创新风险的集中程度。一方面，头部百强企业在既有技术路线和优势赛道上的持续加码，容易形成路径依赖，削弱对替代性技术和颠覆性创新的探索空间。另一方面，百强企业内部中游和腰部企业创新能力的相对弱化，限制了多技术路线并行演进和跨领域协同创新的可能性，降低了整体创新体系的多样性和韧性。

在创新资源持续向百强企业集聚的同时，百强企业内部的创新能力分化亦在明显加剧，研发投入、研发人才和高价值创新成果正加速向少数头部企业集中。2024 年，百强企业中研发投入排名前 10 位的企业研发投入合计为 1920 亿元，占百强研发投入总额的 43.1%；发明专利数量和研发人员规模的集中度亦呈现相似特征，前 10 位企业分别占百强发明专利总量和研发人员总数的 59.6% 和 44.5%。创新资源配置的高度集中，使百强企业内部正在形成“头部引领、腰部承压、尾部弱化”的分层格局。

从研发强度和研发组织能力看，百强企业之间的差距不仅体现在投入规模上，更体现在持续投入能力和创新体系成熟度上。研发强度位居前列的百强企业平均研发强度达到 21.1%，显著高于百强整体平均水平（4.1%），而相当大的一部分百强企业研发强度仍徘徊在 5% 以下，研发人员占比和专利产出能力相对有限。这种差距的扩大，使部

分百强企业在名义上进入“高质量企业”行列，但在实质性技术创新能力上尚未形成稳定支撑。

从行业结构看，百强企业创新资源配置存在明显的行业偏向，整体创新能力分布不均。创新资源高度集中现象在计算机、通信和其他电子设备制造业尤为突出，而在原材料、基础制造等行业中，尽管部分百强企业规模体量较大，但创新投入强度和高价值创新产出仍相对不足，尚未形成与其产业地位相匹配的技术引领能力。这种行业间创新能力的不平衡，使百强企业整体创新优势更多表现为少数领域的“点状突破”，而跨行业、跨链条的系统性创新能力仍有待加强。

总体来看，百强企业已形成以少数头部企业为核心的创新资源集聚格局，但“高度集中、梯队断层”的趋势也在加剧创新路径锁定和风险集中问题。如何在保持龙头企业创新引领作用的同时，增强百强企业内部的多层次创新协同和技术多样性，已成为推动制造业创新体系由强集中向强韧性转型的重要挑战。

3. 百强企业创新结构偏工程化，底层技术与系统性能力仍显不足

从创新活动特征看，百强企业创新模式整体呈现出明显的工程化和应用导向特征。百强企业整体创新优势更多体现在工程化能力和产品化效率上，在产品迭代、工艺优化和制造能力提升方面成效显著，但在基础性技术积累、共性技术突破和系统性创新能力构建方面仍存在明显不足。百强企业的创新投入和创新成果，整体上仍主要围绕现有产业链和成熟技术路线展开，对底层技术体系和前沿技术范式的塑

造能力相对有限。

从创新成果结构看，百强企业专利产出规模领先，但高价值、可外溢的基础性成果相对不足。百强企业在发明专利数量和技术积累规模上已处于国内领先水平，但专利优势更多体现为数量积累和工程应用导向，能够支撑长期技术壁垒和跨行业复用的基础性、平台型成果相对不足。部分百强企业的创新成果主要服务于自身产品和生产体系，对外部企业和其他行业的支撑能力有限，尚未形成以底层技术和系统能力为核心的创新输出体系。

总体来看，百强企业已在工程化创新和规模化应用方面形成明显优势，但创新结构仍偏向中下游应用环节，底层技术和系统性创新能力不足的问题依然存在。若不能在共性技术、基础能力和跨行业协同创新方面实现突破，百强企业的创新优势将难以持续转化为长期稳定的全球竞争力。

（二）规模成本驱动仍占主导，价值转化能力不足制约企业由“大”向“强”跃升

当前百强企业在市场竞争中已形成较强的规模优势和成本控制能力，但竞争力的提升仍主要依赖规模扩张和成本压缩，向技术、产业主导权和品牌等高附加值要素转化不足。在这一模式下，企业盈利改善的可持续性与抗冲击能力仍有待检验。竞争力来源的结构性偏差，进一步制约了企业核心技术优势向产业层面扩散，也影响了品牌溢价和国际竞争力的形成。总体而言，百强企业在由规模成本驱动向价值

能力驱动转型过程中，仍面临较为突出的结构性约束。

1. 竞争力提升更多依赖规模与成本，利润率“内卷”加剧，“增收不增利”压力显现

从经营表现看，我国百强企业的盈利能力仍显不足。与国际同类行业龙头企业相比，其利润率水平整体偏低，盈利弹性和稳定性存在差距。在新能源汽车领域，国内龙头企业利润率虽有所提升，但整体仍明显低于特斯拉等国际龙头，盈利更多依赖规模扩张和成本控制；在集成电路领域，对比尤为突出，国内核心企业利润率持续承压，而国际龙头企业在关键技术突破周期中能够实现显著的利润率跃升，体现出更强的技术壁垒与产品差异化带来的盈利优势；在生物医药和医疗器械领域，尽管部分国内企业已具备较强盈利能力，但与国际龙头相比，整体利润率水平仍偏低，长期稳定溢价能力有待增强。

表 7 新能源汽车和集成电路行业龙头企业利润率对比情况

	2021年	2022年	2023年	2024年
新能源汽车行业				
比亚迪	2.1%	5.0%	6.2%	6.4%
长城汽车	5.5%	6.4%	4.5%	7.1%
长安汽车	3.8%	6.6%	7.2%	4.3%
特斯拉(TESLA)	11.8%	16.8%	10.3%	9.2%
集成电路行业				
中芯国际	33.8%	30.4%	18.8%	10.7%
长电科技	10.4%	9.8%	5.2%	4.6%
兆易创新	29.8%	27.8%	2.2%	15.3%
高通(QUALCOMM)	30.6%	33.9%	20.8%	26.5%
英特尔(INTEL)	27.5%	12.3%	1.4%	-21.1%
英伟达(NVIDIA)	26.4%	36.9%	15.5%	55.5%

来源：中国信息通信研究院整理

在部分细分行业中，百强企业之间的竞争更多表现为围绕规模扩

张、市场份额和成本压缩的“同质化竞争”。为维持市占率和出货规模，企业通过降价、延长账期、加大营销投入等方式参与竞争，导致单位产品盈利能力持续承压。这种以规模和成本为主导的竞争方式，在短期内有助于稳固市场地位，但也使利润空间对原材料价格波动、需求变化和外部环境冲击更加敏感，经营压力随之加大。

总体来看，百强企业当前竞争力仍较多依托规模优势和成本控制来实现，但这一模式的边际效应正在下降。随着市场竞争加剧和要素成本上行，仅依靠规模扩张和成本压缩已难以持续支撑竞争优势，利润率“内卷”现象愈发明显。若不能加快向技术优势、产品差异化和价值创造能力转型，百强企业的竞争力将面临进一步被削弱的风险。

2. 规模型龙头尚未全面转化为产业引领型主体，“强企业”与“强产业”之间仍存断层

从规模维度看，我国制造业企业在体量上已具备全球竞争力，但规模优势与高质量发展的能力要求之间仍存在明显落差。我国制造业企业在全球和国内市场中已形成显著的体量优势，但这一优势在很大程度上仍以营业收入和产能规模为主要衡量标准，与高质量发展所强调的综合竞争力之间存在一定错配。2024 年，中国企业 500 强与制造业百强重合的企业为 53 家；世界企业 500 强中，共有 130 家中国企业上榜，只有 6 家属于制造业百强企业。这表明，部分制造业企业虽在营收规模和全球排名中位居前列，但在创新投入强度、盈利质量、产业链控制力和长期贡献等方面，尚未完全达到高质量发展的“强企业”

业”标准。

从结构看，“大而不强”的错配不仅体现在企业个体上，也反映出产业层面的引领能力不强。一些规模型龙头企业更多依赖资源要素投入、产能扩张和成本优势实现增长，在关键核心技术、自主可控能力和产业生态构建方面的带动效应有限，尚未形成对上下游企业具有显著牵引力和外溢效应的产业组织模式。从国际对比看，世界一流制造业企业往往兼具规模优势与产业引领能力，能够通过技术标准、核心零部件和平台化能力，带动上下游企业共同提升竞争力，形成“强企业—强产业—强生态”的良性循环。相比之下，我国制造业仍存在一定数量的“规模型强企业”尚未有效转化为“产业型强企业”的情况，企业层面的做强尚未充分沉淀为产业层面的整体跃升。

总体来看，当前我国制造业竞争格局中，“大”与“强”的错配问题依然突出。单纯依靠营收规模和市场体量难以全面反映企业真实竞争力，也难以支撑产业体系的长期升级，亟需推动规模型龙头企业在技术引领、产业协同和生态构建方面发挥更大作用，使“强企业”真正成长为“强产业”的核心支柱。

3.品牌竞争力仍显不足，价值溢价和全球认同度有待提升

我国百强企业普遍存在品牌竞争力不足的问题，制约企业由“大”向“强”跃升。尽管部分百强企业在国内市场已具备较高知名度和市场占有率，但其品牌影响力更多局限于本土或区域市场，在全球范围内形成持续认同和价值溢价的企业数量仍然有限。以世界品牌实验室

发布的世界品牌 500 强为例，2024 年全球入选的制造业品牌中，我国企业数量为 21 家，其中同时属于本次制造业百强的企业仅 6 家，且主要集中在白酒、家电等少数领域。相比之下，美国、日本和欧洲制造业企业在榜单中的数量和稳定性明显更高。这表明，我国制造业百强企业在品牌全球化、品牌溢价和长期品牌资产积累方面，与世界一流企业仍存在差距。品牌竞争力不足，本质上是规模成本型竞争和“大而不强”结构在品牌层面的外在表现，缺乏技术和产业主导力支撑的品牌难以形成长期溢价。

从行业分布看，百强企业的品牌优势呈现出明显不均衡特征。消费品和部分耐用消费品领域（如家电、食品饮料）较早重视品牌建设，已培育出具有较强市场认知度的企业；而在航空航天、精密仪器、高端数控机床等高端制造业领域，国际市场知名度和影响力相对较低，在半导体产业、生物医药、新材料等关键高科技领域有所缺失，在国际品牌比较集中的“服装服饰”“奢侈品”等门类，我国同样存在缺项，百强企业品牌更多体现为工程品牌、项目品牌或代工品牌，对终端市场和全球消费者的直接影响力有限，品牌在价值链中的放大效应尚未充分释放。

总体来看，百强企业当前在规模、技术和市场层面已具备一定基础，但品牌竞争力尚未与其体量和产业地位相匹配。品牌竞争力不足，是我国制造业竞争力“无法从成本竞争跃迁到价值竞争”的关键瓶颈。品牌建设滞后不仅制约了企业获取稳定溢价和抵御价格竞争的能力，也在一定程度上削弱了企业在价值链高端的跃迁能力。如何将技术优

势、产业主导力与品牌战略深度融合，推动百强企业由制造优势向品牌优势转化，是提升我国制造业整体竞争力亟需突破的重要环节。

（三）国际环境复杂多变，在内需支撑不足背景下制造业国际竞争力承压

我国制造业企业的国际竞争力呈现出明显分化特征，具备稳定海外布局和较强全球资源配置能力的企业仍主要集中于少数龙头主体，国际化经营能力尚未成为普遍能力；同时，部分行业在全球市场的品牌认同与价值溢价仍显不足，在部分制造业门类和关键高技术领域仍存在短板，制造业“走出去”的整体基础仍显不均衡。在此背景下，复杂多变的国际环境进一步增添不确定性。

1. 地缘政治与规则重塑，制造业全球布局难度显著上升

逆全球化趋势和地缘政治因素交织演进，全球产业链和供应链正在经历深度重构。一方面，全球地缘政治风险指数总体上升，地缘政治冲突加剧了能源、原材料及关键中间品供应的不稳定性，推高全球生产成本，并通过能源和大宗商品价格波动传导至制造业体系。部分国家通过关税壁垒、本地化生产要求、技术出口管制和合规审查等方式⁴，提高了制造业企业参与国际竞争的制度性成本。另一方面，各国以“安全”替代“效率”，加快推动供应链多元化、“友岸外包”和“近岸化”布局，通过政策引导和产业补贴重塑全球制造业分工格局，制造业企业参与国际竞争的外部约束明显增强。贸易保护主义和产业安

⁴ 尤其是碳排放约束、环境标准和产品全生命周期核算等新型规则，对我国钢铁、有色金属、新能源和高端制造等领域的出口成本和合规压力形成实质影响。

全审查明显增多，叠加美国经济政策不确定性指数的大幅波动，外部政策环境的不确定性和合规风险显著上升。

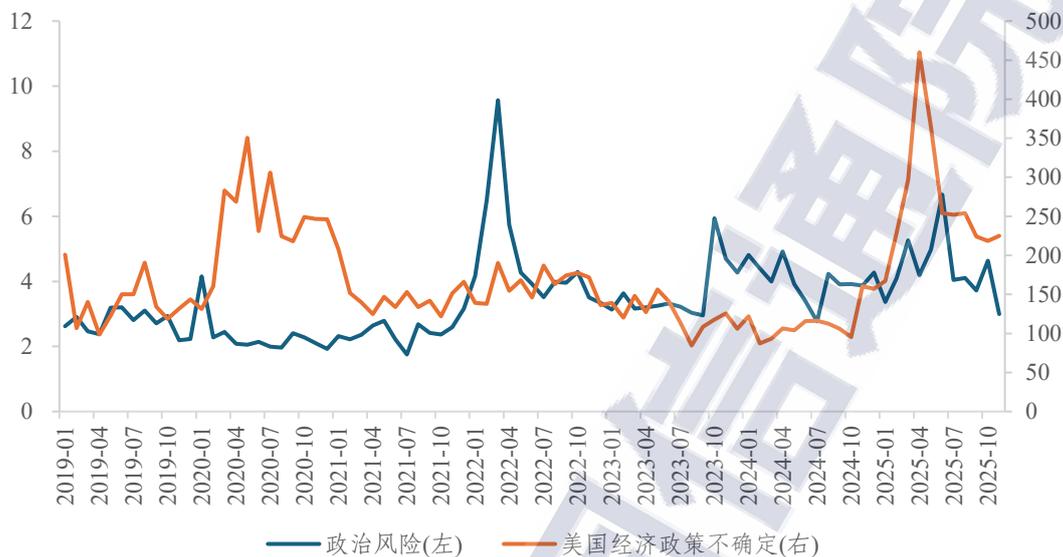


图 9 全球地缘政治风险指数美国经济政策不确定性指数

来源：Wind，中国信息通信研究院整理

在“走出去”方式上，国际环境变化亦对企业全球化路径提出了更高要求。传统依赖出口扩张和成本优势的国际化模式边际效应持续下降，单纯通过价格竞争和产能转移难以应对复杂多变的外部环境。对于百强企业而言，如何在全球需求承压和规则环境趋紧的背景下，平衡海外布局的风险与收益，提升本地化经营、技术输出和品牌协同能力，成为国际竞争力能否持续的重要变量。

2. 外需走弱与内需恢复乏力叠加，制造业企业面临双重需求约束

全球经济复苏动能持续偏弱，国际需求恢复基础不稳，外需对制造业增长的拉动作用明显减弱。全球制造业 PMI 长期在荣枯线附近波动，主要发达国家 PMI 总体弱势运行，反映出全球制造业景气度

不足，国际市场需求呈现出不稳定、不均衡的特征。制造业企业在海外市场面临的竞争环境由“增量竞争”转向“存量博弈”，价格压力、订单波动和客户稳定性风险显著上升，对企业盈利能力和经营韧性形成持续考验。

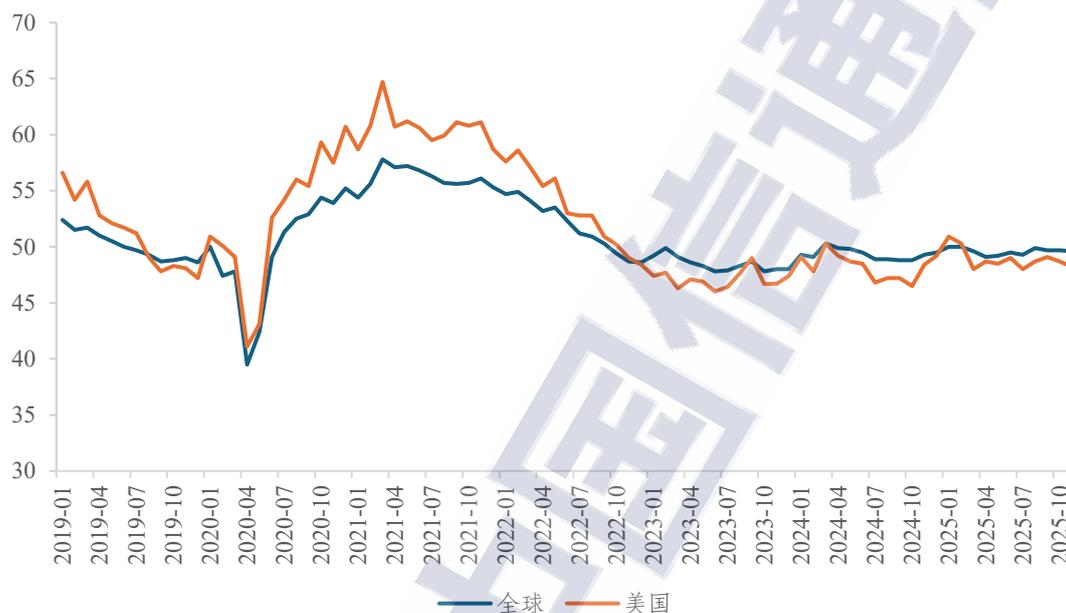


图 10 全球及美国 PMI 走势

来源：中国信息通信研究院整理

国内需求恢复不及预期，也在一定程度上削弱了制造业企业应对外部冲击的缓冲空间。近年来，受居民消费意愿偏弱、房地产投资持续调整以及企业投资预期趋谨等因素影响，内需对制造业增长的支撑作用有所减弱，部分行业面临订单不足和产能利用率承压的问题。从价格信号看，工业生产者出厂价格指数（PPI）已连续较长时间处于负增长区间，居民消费价格指数（CPI）低位运行，反映出需求修复动力不足。在此背景下，当外部需求同步走弱、国际市场不确定性上升时，制造业企业面临的经营压力更易呈现内外叠加、相互放大的特

征，国际化发展和投资决策的回旋空间相应收窄。

总体来看，国际环境的复杂性和不确定性已成为影响我国制造业企业竞争力的重要外生因素。在全球需求走弱与逆全球化趋势并存的背景下，叠加国内需求恢复不及预期，对外部冲击的缓冲能力有所削弱，制造业企业面临的不确定性和调整压力进一步加大。我国制造业百强企业的国际化发展正由扩张导向向能力导向和韧性导向转变。如何在外部压力加大的环境中，通过增强内生增长动力和提升全球资源配置能力，推动国际竞争力由少数龙头的个体优势逐步转化为更加稳健、可持续的整体能力，是我国制造业高质量发展在国际层面亟需应对的现实课题。

五、政策建议

（一）以强化协同和夯实底层能力为导向，推动制造业创新体系由集中高效向多元韧性演进

在保持制造业企业高强度研发投入的同时，更加注重创新链和产业链上下游的协同性和结构的完整性，引导创新资源从单纯追求规模和工程效率，逐步转向夯实基础能力和系统能力建设。围绕工业软件、关键材料、核心零部件、先进工艺和系统架构等基础性环节，强化中长期、稳定性支持，推动企业形成可复用、可扩展的技术积累，增强创新成果的外溢能力和长期价值。

以中试平台和应用场景建设为重要抓手，打通技术研发与规模化应用之间的关键环节。依托行业龙头企业、科研机构 and 重点园区，系

统布局一批开放共享的中试验证平台，提升新技术、新工艺和新材料在真实环境中的验证效率和转化成功率，降低创新试错成本，缓解实验室成果难以走向产业化的瓶颈制约。通过场景驱动方式，引导创新资源更多向产业实际需求和应用端集聚，推动技术在实际生产和复杂系统中的快速迭代和成熟。

通过制度设计和政策引导，促进制造业企业内部不同梯队之间的协同发展。针对创新能力相对薄弱的中腰部企业，加大对研发组织建设、试验验证条件和高端人才引育的支持力度，鼓励其通过参与中试平台建设和应用场景共建，融入龙头企业主导的技术体系和创新网络，缓解创新资源过度集中带来的结构性风险，提升整体创新体系的多样性和韧性。

（二）以价值创造为核心重塑制造业竞争力，提升盈利质量和品牌价值实现能力

在保持制造业规模优势和体系完整性的基础上，着力引导制造业企业由以规模扩张和成本压缩为主的竞争模式，向以技术能力、产品差异化和系统解决方案为核心的价值创造模式转型。通过优化政策导向和市场机制，引导企业将竞争重心从单一追求市场份额和出货规模，逐步转向提升盈利质量、经营效率和长期价值创造能力，增强对周期波动和外部冲击的抵御能力。

在需求侧和市场环境塑造方面，应进一步完善采购评价、项目遴选和市场准入机制，在政府采购、重大工程和重点应用场景中，更加

重视产品质量、可靠性、技术先进性和全生命周期成本，引导市场竞争由价格导向向价值导向转变，缓解同质化竞争对利润空间的持续挤压，为高质量产品和解决方案形成合理回报创造条件。

在产业支持政策和金融工具设计中，应更加注重企业盈利质量和长期价值创造能力，将利润稳定性、现金流状况、研发产出效率、产业链带动作用等指标纳入政策支持和资源配置的重要考量，引导制造业企业持续加大对核心技术、关键环节和高附加值业务的投入，推动竞争优势向更高层级演进。

将品牌能力建设作为价值创造的重要组成部分，引导企业将技术优势、产业主导力与品牌战略系统融合，推动品牌由产品标识和市场知名度，向承载技术能力、服务体系和长期信任关系的价值载体转变。通过完善品牌培育和评价机制，支持企业在国内外市场持续积累品牌资产，增强品牌对盈利质量、市场稳定性和国际竞争力的支撑作用。尤其是针对高端制造业和关键技术领域品牌认同不足的问题，应鼓励企业加强面向终端市场的产品定义、服务能力和用户关系建设，逐步摆脱以工程交付、项目导向和代工模式为主的路径依赖，提升在全球价值链高端环节的影响力和话语权，推动制造业竞争优势由制造能力向价值认同和长期信任延伸。

（三）推动规模型龙头向产业引领型主体转变，促进强企业优势向强产业能力转化

围绕提升产业链整体竞争力，引导具备规模优势的制造业企业由

单一规模扩张主体，向具有产业组织能力和协同治理能力的产业引领型主体转变。通过政策引导和制度安排，支持企业在关键核心零部件、重要装备和基础系统等环节持续深耕，增强对上下游企业在供需组织、技术路径和产业分工上的引领作用，提升产业链整体稳定性和可控性。

更加注重以龙头企业为核心的产业集聚发展，推动相关产业资源在优势区域和重点产业链内合理集聚。通过引导配套企业、专业化服务机构和生产要素向龙头企业周边集聚，优化产业链空间布局，降低协作成本和不确定性，从而增强产业体系的韧性和抗冲击能力。支持企业在产业集聚区内发挥链主作用，通过稳定订单关系、长期合作机制和产业协同安排，带动中小企业和配套企业融入统一的产业体系，推动产业链由松散关联向稳定协同转变。通过这种以龙头企业为核心、以产业集聚为载体的组织模式，使企业层面的规模优势逐步沉淀为产业层面的整体能力，促进强企业优势向强产业能力的实质性转化。

（四）以风险应对和内需支撑协同推进制造业企业全球化行稳致远

在国际经贸环境复杂多变、地缘政治风险上升的背景下，应围绕制造业企业全球化经营的实际需求，系统完善对外经贸规则、合规风险和地缘政治风险的公共服务支撑。通过加强对重点国家、重点行业和关键产品的风险研判与动态预警，提升企业对关税壁垒、出口管制、产业安全审查以及合规要求变化的前瞻识别和应对能力，降低企业在国际经营中的制度性不确定成本，增强海外业务的稳定性和可预期性。

在支持企业稳妥拓展海外市场的同时，应更加注重引导制造业企业提升本地化经营和区域化资源配置能力，推动全球布局由单一市场进入或产能转移，向研发协同、供应链协作和售后服务体系延伸。通过鼓励企业在重点区域构建多元化、分散化的供应链体系，优化全球生产和交付网络结构，增强对局部冲击和突发风险的应对弹性，提升整体全球运营的韧性水平。

在外部需求承压的背景下，应更加重视发挥国内市场的基础性支撑作用，通过持续释放高质量内需潜力，为制造业企业提供稳定的需求“缓冲垫”。通过扩大高端制造装备、绿色产品和智能产品等领域的有效需求，引导企业在国内市场形成更具确定性的订单和现金流来源，缓解内外需同步走弱带来的经营压力，增强企业在复杂外部环境下调全球布局和长期投入的信心，形成以内需稳定性支撑外向型发展的良性机制。

中国信息通信研究院 信息化与工业化融合研究所

地址：北京市海淀区花园北路 52 号

邮编：100191

电话：010-62303157

传真：010-62303157

网址：www.caict.ac.cn

