

“热聊”青岛之行，期待活动常态化

青岛企业之星·全国知名财经媒体采访行圆满结束

□文/半岛全媒体记者 王好 王贝贝
谢文倩 图/半岛全媒体记者 宋泓睿

2天行程，4家企业，沉浸式采访……4月22日，由青岛市委网信办主办，大众报业·风口财经承办的青岛企业之星·全国知名财经媒体采访行活动(以下简称“采访行”)进入“收官日”，当天，10家全国知名财经媒体及头部自媒体组成的采访团完成了对赛轮集团、以萨技术两家企业的调研采访。通过短短两日的采访、调研，这些全国知名媒体人对于青岛及青岛企业的了解意犹未尽，他们对这次活动的重要意义表示了认可，并期盼今后多组织这样的活动，增进财经媒体与优质企业之间的了解和互动。

走进赛轮集团： 打卡巨型轮胎 参观“橡胶云”

4月21日上午，采访团一行来到了位于西海岸新区的赛轮集团股份有限公司，探寻国内首家A股上市民营轮胎企业——赛轮集团的高质量发展密码。

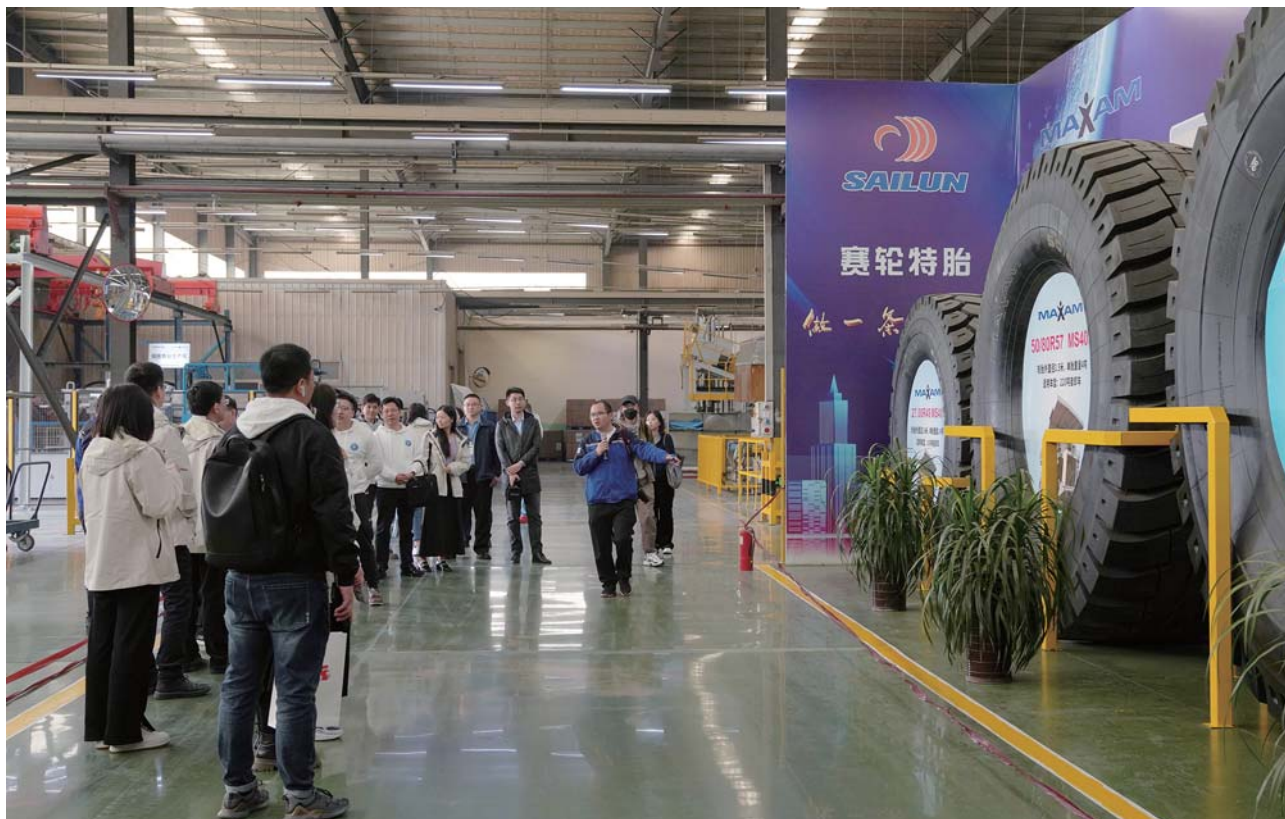
创建于2002年的赛轮集团，是国内首家集新材料、新技术、新装备、新工艺、新管理模式于一体的信息化生产示范基地。在诞生的二十多年里，赛轮在业内多次出圈：2012年赛轮在越南建厂，成为中国第一家海外建厂的轮胎企业；2016年，全球最大吋级63吋巨型子午线轮胎下线，填补行业空白；2020年，赛轮发布了行业首个投入使用的“橡胶云”工业互联网平台；2021年12月，赛轮液体黄金轮胎全球首发，在2022年5月份的德国科隆国际轮胎展上，赛轮液体黄金轮胎在国际权威测试中表现出令人惊叹的优异性能，达到甚至超越国际轮胎品牌……从“首家上市”到巨型子午线轮胎、液体黄金轮胎，将“做一条好轮胎”作为企业使命的赛轮，不断刷新着“好轮胎”的定义。

采访团一行先后参观了赛轮集团的特胎工厂和青岛工厂，不但详细了解了高端超巨型工程子午线轮胎的研发故事和生产过程，而且见识到了“橡胶云”构建出的“赛轮速度”。

交流环节，赛轮集团董秘李吉庆表示，超大规模巨型轮胎一直以来都以技术难度超高令轮胎企业望而却步，国内大型矿山巨胎市场长期被外国轮胎厂商占据。2016年，赛轮集团世界最大63吋巨型子午线轮胎成功下线，填补了国内高端超巨型工程子午线轮胎市场的空白。“赛轮历来重视技术研发，在巨型工程子午线轮胎的研发方面投入很大，这项技术的突破对于我国实现国产工程巨胎技术自主化具有重大意义。”李吉庆说，“此外，赛轮历时十余年，成功研制出的液体黄金轮胎，打破了困扰轮胎行业多年的‘魔鬼三角’难题，让国产轮胎真正进入国际高端轮胎市场行列。”

有采访团成员表示，通过零距离了解赛轮集团的智能化生产过程，从中看到了我国轮胎行业崛起的决心和速度；另有采访团成员表示，媒体行活动架起了财经媒体与上市企业常态化沟通的“连心桥”，为今后的工作提供了很大助益。

走进以萨技术： 体验AI与场景的 双向奔赴



青岛企业之星·全国知名财经媒体采访行团队来到赛轮集团股份有限公司参观采访。

21日下午，采访团一行走进以萨技术股份有限公司(下称“以萨技术”)，进行深入考察与交流。

以萨技术是推动人工智能和大数据分析技术与数字城市领域各类应用场景深度融合的头部企业，其自研的人工智能和大数据分析技术作为公司产品服务的核心中枢，通过向上层应用提供算法、数据、工具等，帮助公司产品实现车辆识别、人脸识别、轨迹追踪、行为检测、多维融合分析等全部关键功能，形成了公司平安城市和数字政府解决方案的核心竞争力。目前，以萨技术已搭建起包含数字中枢、社会治理、交通管理、指挥调度在内的四大类应用场景下近30种融合应用产品矩阵，覆盖6大领域、1300多个场景。

调研过程中，采访团一行参观了以萨技术的AI系统展示。以萨技术股份有限公司副总裁姚巍介绍了企业创立以来的发展历史及全区域全领域数字化建设与运营体系，数字城市运营商，切入公共安全领域的原因，技术是最标准的，介绍核心技术全息感知体系直观又充分地了解了人工智能、大数据分析技术与数字城市各类应用场景的深度融合过程。

交流座谈环节，姚巍与采访团进行详细交流，从企业核心竞争力、获客模式、人工智能的合规性、市场发展情况及未来发展策略等方面一一问答互动，现场氛围十分高涨。姚巍表示，以萨技术在获客方面的优势在于产品的不断迭代和服务，有时候某些技术门槛容易达到，但服务能力要靠深厚的行业积累，目前以萨技术拥有行业级的专家，他们会去研究行业痛点如何解决以及客户想要的产品形式，这也是公司的竞争力体现。

采访团成员们表示，通过在以萨技术直观的参观和体验，高效充分地理解了企业的核心业务和经营模式，也对以萨技术与青岛双向发展的方方面面有了更细致的感受，非常很好地展现了青岛良好营商环境下企业积极发展的风貌。

交流总结会——

下一步，期待走进更多青岛企业

当天，在企业调研采访环节结束后举行的交流总结会上，采访团成员们谈感受、聊期待、碰想法。大家纷纷表示，此次活动形式新颖、意义深远，此次调研之行收获颇丰，下一步，将在采访中了解到的新闻素材，结合各自不同视角和观察，形成内容传播，助力青岛营商环境优化提升。

每日经济新闻执行总编辑何强对青岛的营商环境表示赞赏。他介绍，作为一家经济新闻媒体，每日经济新闻关注上市公司发展，也关注上市公司品牌价值提升，每年的中国品牌日，都会发布上市公司品牌价值榜。从今年的榜单情况来看，青岛的企业品牌价值在提升，这样的变化显然与良好的营商环境不无关系。此次采访行作为“网信护航上市企业(包含拟上市企业)”专项行动中的一项重要内容，恰恰体现出了青岛对于企业网络营商环境的悉心打造和维护。

新华社财经国家周刊副主编陈浩杰从自身观察角度给出了此次采访行的感受。他表示，因为工作原因，经常到青岛出差，而近年来青岛给他的印象，既熟悉，又陌生。“比如海信，给我最深的印象是做电视的，但它现在在智慧交通、精准医疗、光通信等领域已走在前列，还有赛轮，随着‘液体黄金’轮胎等新技术新产品的不断研发，开始引领中国轮胎开始走向价值链高端，助力中国轮胎品牌高端突破。”在他看来，近年来，青岛高度重视企业发展和品牌打造，老品牌不断焕新、新品牌加速成长。

“对于财经媒体而言，是信息的生产者，上市公司和拟上市公司是报道的主体，但是日常会因为沟通不畅，导致我们对于企业的认知度不深。”证券时报区域业务负责人李师胜表示，此次活动架起了主流财经媒体和上市企业沟通的桥梁，通过进行直接而坦诚的沟通，消除隔阂，增进了解，这也是此次活动的一大价值所在。

21世纪经济报道记者周慧坦言，山东

是今年自己新负责的报道区域，此前由于不够了解，有一些刻板印象，担心由于制造业偏多，块头大、不够灵活，不好打交道。而这次青岛之行，彻底打消了她的顾虑，通过这几天的调研采访，感受到青岛企业和政府部门思路开阔，也很敬业。在她看来，这也是青岛营商环境优化成效的一个体现。

交流总结会上，对于此次采访行活动，大家在表示收获颇丰的同时，也有不少新想法、新期待。

陈浩杰表示，希望采访行未来能够常态化、固定化，形成持续性活动，时间可以更多一点，除了走访企业，还可以有更多企业参与的交流环节，以及政府、同行间的交流。

大家纷纷表示，后续将发挥各自专长，结合此次采访行中对于企业的了解和调研，做好内容宣传，讲好青岛上市企业和拟上市企业故事。同时，未来也期待走进更多的青岛企业，持续通过媒体的宣传，为企业赋能。

青岛市委网信办副主任李言论表示，两天的“采访行”行程中，采访团展现出的专业、友好、敬业的工作态度令人敬佩，希望财经媒体多为青岛上市企业和拟上市企业加油鼓劲，帮助青岛优化营商环境，接下来，青岛市委网信办将进一步优化活动流程，提升交流层级，力争把“采访行”打造成常态化平台。

青岛企业之星·全国知名财经媒体采访行由青岛市委网信办主办，大众报业·风口财经承办，吸引了证券时报、新华社财经国家周刊、每日经济新闻、21世纪经济报道、第一财经、界面·财联社、红星新闻·红星资本局、证券市场红周刊、财经早餐、奔流财经社10家全国知名财经媒体及头部自媒体参与。未来，还将走进更多青企，实地探寻青岛与青岛企业相互赋能、互成成就的故事。