

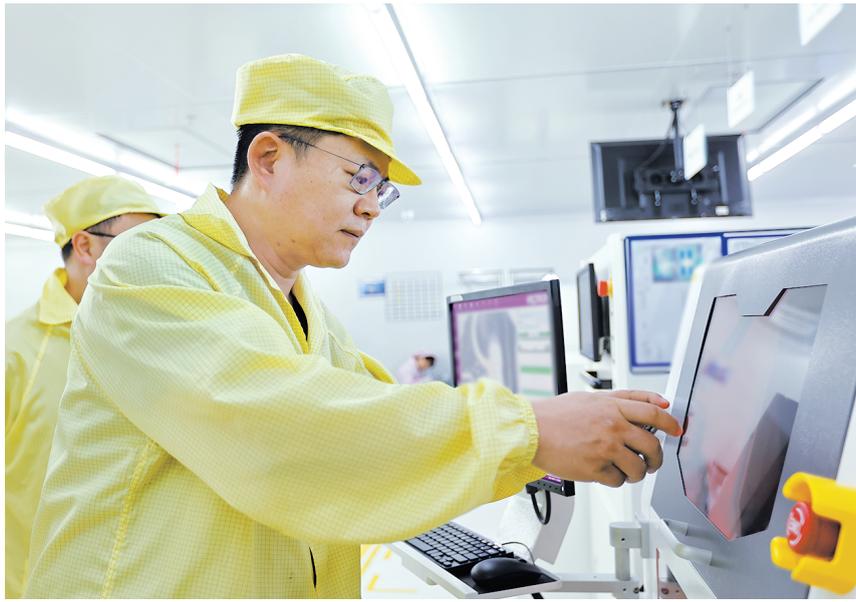
博泰车联网科技(上海)股份有限公司创始人应臻恺： 法律护航 全球竞争更有底气

民企掌门热议
民营经济促进法

连续成功创业3次，今年距应臻恺首次创业已有24年。

2009年，中国成为全球最大的汽车市场，汽车新能源化、智能化起步，应臻恺创办的博泰车联网落户上海，确立了汽车智能化发展方向。如今，博泰累计与超过50个汽车品牌合作，为200多款车型提供智能座舱解决方案，连续4年入选上海民营企业制造业企业百强榜单，成为上海市首批40家创新型总部企业之一，获得国家级专精特新“小巨人”企业称号。

作为中国民营经济发展亲历者，应臻恺认为，民企既是市场浪潮的逐浪者，又是制度创新的试水者，在国家出台《民营经济促进法》的历史节点，如何将政策暖流转化为发展动能，是新时期民企突围的关键。



应臻恺在工厂查看设备情况

“平等”和“公平”

在《民营经济促进法》中，“平等”“公平”“同等”等表述让应臻恺特别有感触。他认为，这精准命中了民企发展的痛点。围绕公平、平等两大核心原则，《民营经济促进法》在市场准入、投资机会、融资可得、科创扶持、政府服务、权益保护等方面都有全面、细致的条款，让做企业的人心里踏实。

“这是第一部专门为民营经济发展制定的基础性法律，看到‘两个毫不动摇’（毫不动摇巩固和发展公有制经济，毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展）”被写入法律条文，我的感觉是既兴奋又踏实。”

《民营经济促进法》第28条提出，支持民营经济组织参与国家科技攻关项目，支持有能力的民营经济组织牵头承担国家重大技术攻关任务。“去年，我们牵头承担了发改委‘智能座舱操作系统’项目，这表明创新正在回归能力本位。过去，国家重大技术攻关项目主承担单位往往是国企，如今法律明确支持民企参与，只要有技术实力就可

以作为主承担单位参与。这种制度性背书，让我们的研发投入更具战略定力，参与‘两重’‘两新’项目也更有底气。”应臻恺说。

在优化投融资环境方面，应臻恺同样有话说。去年3月，博泰获得7家头部国有银行共190亿元的意向性授信额度，彰显了金融机构对民营科创型企业的高度关注。同年博泰入驻北外滩并与虹口区签署投资促进协议。应臻恺认为，政银企协同发力是上海的创新实践，让金融“活水”精准滴灌科技创新。

博泰在上海发展16年，应臻恺感受最深的也是“公平”二字。“上海是一个崇尚公平、海纳百川的城市，特别适合有核心科技含量的民企发展。如果能嵌入城市发展独特的DNA，上海就是民营科创企业的最佳创业地。就好比当初只有高中学历的我，借了6万元来上海创业，从未受到过不公平待遇。英雄不问出处，只要你踏踏实实，一步一个脚印，这座城市就会给你很好的回报。”

“知产”变“资产”

博泰自创立之初就特别注重

研发投入，至今已申请专利6000多项，其中发明专利超过80%，包括车联网云平台、定位导航、人机交互等领域，几乎涵盖智能网联汽车技术的各个方面，是业内领先的综合型智能座舱和智能网联全栈解决方案提供商。

应臻恺告诉记者，“公司早期，营收只有千万规模，但我们在知识产权上的投入就达到700万元。有高管因此与我产生较大分歧，认为小公司不必在知识产权上花力气。我当时的回答是，当民企好不容易活下来时，一个知识产权官司就可能毁了一切。博泰的一路成长，更坚定了我的看法。对科创型企业来说，知识产权是资本和资产，高质量的知识产权保护，对民企的发展非常重要。”

《民营经济促进法》对创新成果的知识产权保护作出明确规定，比如，加强对民营经济组织及其经营者原始创新的保护，加大创新成果知识产权保护力度，实施知识产权侵权惩罚性赔偿制度等。“这彰显了知识产权保护是激励创新的重要手段。”应臻恺认为，立法保障原始创新，将激励博泰这样坚持自

主创新的企业更加积极地加大研发投入，让企业放心地将创新成果转化为实际生产力，进而以知识产权为核心，构建起差异化的竞争优势，在市场竞争中占据主动。

“过去，民企常把政策支持视为‘应急解渴的及时雨’，如今，我们更要把法律体系作为贯穿运营的‘操作系统’。比如，把知识产权保护条款深度对应至研发体系的保密制度建设，从技术资料归档、核心数据加密到涉密人员管理，形成全链条合规闭环。我们最近还组建了车联网法律实验室，专门研究如何把法律赋予的权利变成市场机会。”他说。

“智行”更“可为”

在智能汽车新赛道，博泰走得早，也曾遭遇数次风浪，但应臻恺的信心从未动摇。“智能汽车是中国高端制造业的战略高地，更是全球科技博弈的必争之地。在这样的节点，国家出台法律切实保障民企的各项权利，我们参与全球竞争也更有自信。”他认为，汽车智能化时代充满想象空间，民企大有可为。

“在国产芯片和国产操作系统上，我们会加大投入，今年将成立全资的集成电路公司。一方面坚持自主创新，助力中国早日攻克汽车、芯片、软件以及底层工具类行业技术瓶颈；另一方面，积极拓展海外市场，坚定地拥抱全球化。”应臻恺介绍，博泰为欧洲某豪华品牌定制的智能座舱方案，实现了欧盟网络安全标准与中国车规标准“双认证”，让技术出海不再“戴着枷锁起舞”。“全球市场不是中国市场的‘拷贝’，要根据不同地区、市场的法律法规去做事，把企业变成优秀的世界公民。我们将与高通等全球企业合作，共同推动汽车智能化的技术进步。”应臻恺表示。

应臻恺认为，《民营经济促进法》为民企创造了更加广阔的发展空间。“我们将轻装上阵，放开手脚，在高质量发展道路上坚定前行。” 本报记者 叶薇



扫码看视频

“黄金圣斗士”亿元销售的启示

姚丽萍

士以“圣迷”记忆深处的模样重磅回归。上月，百年老凤祥推出与全球经典动漫IP“圣斗士星矢”的跨界联名产品，深度融合匠心工艺与热血动漫，上市短短两周，“黄金圣斗士”系列产品创下近亿元销售额。

从“黄金圣斗士”身上，人们发现上海老字号正在打开眼界、开阔思路，精准点燃特定群体的消费热情。事实上，如今老凤祥的主流消费群体，年龄在25岁—40岁。无论是Z世代还是85后，对“国风 and 跨界”的热情，格外值得关注，沪上黄金珠宝老字号“目光如炬”，精准切入，匹配供需。

首先，东方美学，青春表达。近年，国潮、国风、新中式审美成为新

时尚。这种新时尚也是老字号设计灵感的来源。老凤祥“盛唐风华”之“花花唐”系列，以精湛非遗技艺，将盛世繁华凝练于方寸之间，引领“国潮、国风、国韵”；老庙黄金“好运转不停”系列，通过年轻化、潮流化的设计语言，焕新演绎“福禄寿禧财”传统文化。

其次，跨界联名，催生热点。动漫、博物馆、国际电影节……都可以成为老字号IP联名的合作伙伴。去年，老凤祥与万代南梦宫联名上线国内首款限量版《机动战士高达SEED》纯黄金系列藏品，半小时即售罄；与上海博物馆联袂推出金钻联名系列“鼎尚金品”，同样获得市场、口碑双丰收。这当中，有老字号

深厚的文化底蕴，更少不了勇于突破的创新精神，是老牌国货成功开拓新赛道的经典案例。

“国风+跨界”，老字号推陈出新连创佳绩，这样的创意无疑是成功的。而成功最不可或缺的，还在于老字号精湛的功底。十年前，记者采访过老凤祥金银摆件大件组生产组长、中国非物质文化遗产“金银细工”制作技艺第六代传承人——沈国兴。一片金片经他打磨，或薄如蝉翼，或纤若发丝；受损的辽代金器，经他修旧如旧，重获新生。至今，这位坚守传统的大金匠还在一线，和众多老师傅一样，继续带徒弟，继续琢磨那些失传的手艺，打造更多可以留下来的作品。

“黄金圣斗士”创下亿元销售纪录，根本原因在于产品好、创意好、手艺好。这当中，有文化传承、文化传播、文化交融，正是沪上黄金珠宝老字号能创下百年基业的根脉所在。

2025年上海钻石珠宝文化节的主题，是“促进消费和传播文化”。未来，打造上海国际黄金珠宝功能区，助力上海全球消费中心城市建设，不仅要着眼于消费提振，更要注重创新赋能升级行动，创新发展珠宝时尚设计、拓展珠宝文旅融合场景、提升综合服务支持能力。力争2027年底，实现功能区建设体系高效运行、生态功能多元复合、产业价值提质扩容。



新民眼

买黄金，到豫园。今年，上海国际珠宝时尚功能区落户大豫园商圈，“璀璨金喜大豫园”精品推广节活动正在进行，上周六已发放第二轮消费券。消费券有助于提振消费，但最能打动消费者的莫过于好产品。上海要打造国际珠宝时尚功能区，黄金珠宝行当的老字号如何拿出好产品？

一尊白羊座立像666克，全球限量30件；一尊处女座立像88克，全球限量188件——精湛的工艺，百分百还原圣衣细节，让黄金圣斗