



吴洪彬：新商业文明颠覆传统商业逻辑，支付创造美好生活

文/吕笑颜

当下，我们正站在商业文明迭代的关键转折点。

在第二届新商业文明论坛上，北京汇元网科技股份有限公司(以下简称“汇元科技”，832028.NQ)董

新商业文明：挑战“利润至上”的传统商业逻辑

旧商业文明以逐利为导向，而新商业文明以“经济价值与社会价值和谐共生”为核心理念，主张企业承担社会责任、构建可持续秩序、以创新驱动发展。

吴洪彬认为，传统商业主要有三方面的困境：忽略社会责任，资源过度消耗，推崇“利润至上”理念。而新商

理想照进现实，支付助力新商业文明的可持续发展

金融是国民经济的血脉，是国家核心竞争力的重要组成部分。中央金融工作会议提出，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇文章”。

汇元科技创立于2008年，是国家高新技术企业、北京市专精特新“小巨人”企业。目前，在价值共生角度，汇元科技已经完成了从支付行业“末端工具”到“价值枢纽”的角色转变，通过技术赋

事长吴洪彬指出：“新商业文明颠覆传统商业逻辑，它挑战‘利润至上’的工业时代思维，强调企业应为公众、社区、环境及后代创造长期价值，而非仅追求股东短期利益。以‘三重底线’（财务、社会、环境效益）重新定义企业成功标准。”

业文明挑战“利润至上”的工业时代思维，强调企业应为公众、社区、环境及后代创造长期价值，而非仅追求股东短期利益。以“三重底线”（财务、社会、环境效益）重新定义企业成功标准。

他向大家推荐了《新商业文明》一书，并系统解读了《新商业文明》的三大核心支柱：一是创新驱动，即以

能打破支付边界，构建“支付即生态”的共生体系。

据吴洪彬介绍，汇元科技致力于为商户提升其产业支付、信息化和数字化水平，提升商户效率、降本和合规。通过支付提供贯穿获客、营销、运营管理等全经营环节的升级服务，为企业提升资金流与信息流的流转效率。

在他看来，未来，各数字支付要素将深度融合，构建互联互通的

吴洪彬深度剖析传统商业困境与新商业文明范式，并结合格莱珉银行、Threadless、头部企业“共建茶园”等标杆案例，同时以汇元科技为实例，为听众展示了如何在效率与责任平衡中构建韧性商业体系的新商业文明典范。

区块链、人工智能等技术赋能商业，为商业注入新动能；二是构建可持续秩序，即通过推动绿色经济、循环经济等新商业文明的发展，让经济、社会、环境和谐共生，促进全新文明形态的形成；三是社会责任，即企业应成为“社会公民”，将员工福祉、社区发展与消费者权益纳入战略核心。

价值生态。从个人资产管理到全球经济协作，实现“存储—支付—兑换—理财”全链路闭环，创造更大的社会与经济价值。

展望未来，汇元科技以“支付创造美好生活”为使命。吴洪彬表示：“在新商业文明的浪潮中，企业不仅要做参与者，更要做引领者。让商业成为推动社会进步的温暖力量。”

吴洪彬表示：“《新商业文明》这本书为我们勾勒出一个公平、绿



吴洪彬

北京汇元网科技股份有限公司董事长

在他看来，《新商业文明》为中国经济转型提供了从“高消耗”到“高价值”、“野蛮生长”到“文明共生”的有效路径。

色、创新的商业未来蓝图，构建一种‘共创、共享、共治’的新商业文明。在这一未来图景中，企业既要追求经济效益，更要勇担社会责任，积极推动可持续发展。而作为消费者，我们同样能够通过自身选择与行动，为这一变革贡献力量。这本书不仅是商业领域的行动指南，更是对未来社会发展的深度思考，值得每一位关注商业发展的人士细细品读。”

棉田集团：用小毛巾撬动40亿大市场

文/刘青青

“新商业文明的本质就是‘买卖’的创新升级。”6月11日，在第二

品牌“保卫战”

“早在20世纪90年代，中国其实就有自己的‘无印良品’了。”马涛在论坛演讲中表示。

据了解，1993年，马涛在海南成立海南南华实业贸易公司，开始投资生产毛巾。他从云南的蜡染、扎染当中得到灵感，要做一款环保舒适的植物染毛巾，避免化学印染

小毛巾，大集团

马涛是典型的在改革浪潮中站起来的民营企业家：拥有强烈的冒险精神、敏锐的市场洞察力、坚韧的企业求生能力，凭借极大的热情和勇气，从无到有地发展起来。

但实际上马涛最开始是想搞科技，成立了海南南华科技发展研究中心，专注生物科学领域。可惜科技创业并未取得有效商业成果，

届新商业文明论坛上，棉田集团董事长马涛表示。

马涛指出，商业是由买决定卖，由需求决定供给。大道至简，

的污染问题。恰好当时由歌手光良和品冠组成的“无印良品”歌唱组合红遍亚洲华语乐坛，于是这款毛巾被命名为“无印良品”。

这是中国的第一款植物染、无化学印染的毛巾，也是中国首个被称为“无印良品”的商业产品。

只不过，20世纪90年代的企业

于是马涛把目光放到了民生消费领域，研究起了小小的毛巾。

在小小毛巾上，马涛也在不断研究新技术：1993年，尝试中国首款植物染毛巾；1995年，发明中国第一款开捻毛巾；1997年，通过提花、割绒、印花、缎边、缎档等工艺，并结合中国青花瓷概念，推出毛巾“CF1907”；2017年，推出了吸水性

商业可持续发展的逻辑就是用高性价比的商品和服务，来满足消费者的需求。棉田集团也在这样的商业道路上一直前进。

普遍对商标保护意识不足，棉田集团的“无印良品”毛巾面世多年后才得到商标注册。2000年3月，棉田集团参加中国国际纺织博览会，当时的纺织工业部部长吴文英认为植物染毛巾产品很好，鼓励马涛申请专利，对产品进行知识产权保护，这才有了中国的“无印良品”商标。

小于1秒的全棉强吸水性毛巾，远超国家标准；此后又创新推出大豆纤维被……

到现在，棉田集团旗下拥有“☆ cottonfield 棉田”“无印工坊 NaturalMill”“无印良品”等品牌，在纺织领域创造了40亿元的市场价值，用小毛巾做出了大市场。

除此之外，棉田集团还在不断



马涛

棉田集团董事长

马涛认为，中国企业要走向世界，必须加强对知识产权的保护和充分理解。

开拓新业务，目前已经成为一家集纺织、中医药大健康、新媒体、商业连锁、互联网、科技开发为一体的综合性企业集团，培育了“汉方宸药妆”“美日网”等多个品牌。

马涛表示，现在依然相信科技改变世界，只不过自己摸索出了自己的道路，从力所能及的事情做起，也能看到一片广阔的天地。

张涛：辅助驾驶时代，供应链从层级走向网状生态

文/王雅迪

在全球经济格局深刻变革、数字技术加速渗透的背景下，本次论坛汇聚顶尖学者、行业领袖，共同探讨如何打破传统边界、构建更具韧性和包容性的全球价值链体系。

在第二届新商业文明论坛上，江

辅助驾驶改变汽车价值链

2024年，中国汽车零售额达5.03万亿元，占社会消费品零售总额约10.3%。

以前整车和零部件行业以分工为主，进入新能源汽车时代，一开始行业没有成熟的技术和供应链，所以靠走在前面的整车厂做自研。随着行业越来越成熟，行业分工再次出海是汽车行业必经之路

苏泽景汽车电子股份有限公司(以下简称“泽景电子”)董事长张涛带来了主旨演讲《颠覆与重构：从电动化到智能化背后的汽车产业文明跃迁》。在他看来，这是最好的时代，也是最坏的时代，一方面中国汽车产业快速发展，另一面还存在不少需要完善的地方，汽车行业深受无序价格战带来

优化。供应链则走向网状生态，以前整车厂和芯片厂互不认识，很多企业把芯片直接放在硬件中卖给整车厂。随着汽车越来越智能化，软件需要直接与芯片结合，逐渐形成了一个生态。

实际上，创业初期，泽景电子便以158万元资金启动，6名研发人员

局必须将产能设置在目标市场。他以日本为例，日本汽车企业在国内和海外市场的产能分布基本均衡。中国汽车产业也呈现类似规律，2023年出口量已接近500万辆。近年来众多汽车

的内卷式竞争困扰。

泽景电子成立于2015年，是车载HUD(抬头显示)解决方案供应商，2024年凭借16.2%的市场份额位居中国车载HUD解决方案供应商第二位，客户涵盖蔚来、吉利、小米、理想等主流车企，同时获得上汽、一汽、北汽、吉利等产业资本投资。

耗时5年，攻克光学系统模块化设计、动态分区显示技术。2018年，实现蔚来ES8车型CyberLens系统量产，成为国内首个搭载高端车型的本土HUD供应商。2024年，泽景电子研发费用6210万元，占营收比例10.7%，高于行业8.5%的平均水平。

据悉，国内绝大部分主机厂已

产业出海，这本质上是行业发展的自然规律。但张涛强调，出海是项技术活儿，若管理不善，也可能难以盈利。

随着国内车企从卷价格到卷配置的竞争加剧，HUD市场迎来快速发展。



张涛

江苏泽景汽车电子股份有限公司董事长

经是泽景电子的客户，目前已经有20多家相关客户，覆盖面广，而且其正在积极开拓国际市场。

张涛坦言，汽车行业本身具有国际化特点，任何一家想成为世界级的汽车行业供应链企业，出海都是一条必经之路，泽景电子从两年前便已开始开拓海外客户。

以破界·共生之力 寻找新商业文明优秀实践案例

文/朱耘

在商业世界逻辑加速变革的当下，“新商业文明”正成为未来经济发展与商业社会的重要图景。在此背景下，第二届新商业文明论坛召开。

中国社会科学院工业经济研究所副所长、中国经营报社社长、《商学院》杂志总编辑季为民指出，新商业文明是强调科技与人文的融合、倡导包容性和多元性、关注可持续发展和环境保护、注重培养人们的创新意识和

从实地调研到科学分析

《中国经营报》、《商学院》杂志多年来聚焦“ESG引领商业文明”主线进行内容报道，在众多案例采写过程中，敏锐捕捉到商业运行逻辑的新变化——企业不仅追求传统经济价值，更注重社会价值和环境价值的协同创造，积极开拓创新商业模式，同时在数智化浪潮中，将科技伦理和人文关怀纳入企业决策核心。此次“新商业文明”优秀实践案例的推荐与研究，正是对以往案例报道的全面升级。

值得注意的是，此次优秀案例入围企业名单，以《中国经营报》、《商学院》杂志案例报道的研究与观察为根基，先

列出候选名单，再将企业案例导入专业大模型，基于多维指标体系完成智能化初筛与交叉验证。通过初审的案例，会提交至由顶尖学者、产业领袖组成的专家评审团，进行闭门投票和多轮背对背评议。此外，针对专家提出的重大争议或潜在风险企业，严格执行一

五维模型勾勒新商业文明生态图景

新商业文明五大维度，是寻找新商业文明优秀实践案例的底层逻辑与方法论，技术赋能、价值重构、组织进化、社会共生、伦理升华这五大维度并非孤立存在的理论模块，而是动态交织的生态系统，共同勾勒出商业文明演进的底层逻辑：

1. 技术赋能：强调从工具理性到智能共生的底层重构。企业需以数字基础设施为根基，推动从传统工具应用向“智能共生”的进化。
2. 价值重构：强调ESG（环境、社会、治理）驱动的利益相关者价值共生。它以ESG为核心坐标，驱动复合价值体系的构建，打破传统“股东本位”的财务逻辑，转向“利益相关者共享”这一价值体系。
3. 组织进化：强调平台化与生态化的协同革新。在组织维度上，通过平台化与生态化协同实现组织的优化。
4. 社会共生：强调资源共享与数字公民责任的双重担当。通过资源共享整合实现效率革命，同时企业需以“数字公民”身份参与社会治理，承担起“数字公民”的责任。

创新能力的全新商业生态。新商业文明坚持以人为本的基本原则，坚持诚信责任的经营价值，坚持可持续发展理念，坚持创新开放思维，坚持全球一体视野，强调尊重文化多样性。

新商业文明包含了技术赋能、价值重构、组织进化、社会共生、伦理升华五大维度。今年以来，《中国经营报》、《商学院》杂志在日常的案例报道中，不断从这五大维度发现并寻找新商业文明的典型案例，并在本届论坛上公布了上述五大维度的入围企业名单。

票否决制，确保入围案例的权威性 & 示范性。

2025年下半年，《中国经营报》、《商学院》杂志将联合各大商学院校的专家教授及优秀校友组建调研团队，对入围企业开展深度案例研究。调研团队将通过实地走访、高管访谈及生态链调研，系统梳理企业在“新商业文明”构建中的方法论与实践智慧。研究成果将收录于《新商业文明经典案例集》，并在中国经营报社年度竞争力峰会正式发布，同时推荐给国内外各大商学院校，助力打造中国本土特色商业案例库。

接下来，报社将以实际行动携手更多企业探索可持续商业的未来范式，传递更具韧性与温度的商业智慧。相信这些优秀企业的实践，将为更多企业及庞大的产业生态带来积极影响，推动中国企业提升参与全球竞争的“软实力”，助力中国经济实现从“跟随式增长”到“引领式发展”的跨越，为全球价值链重构贡献中国方案。

5个维度的入围企业名单

维度1 / 技术赋能	维度2 / 价值重构
华为、阿里云、宁德时代、蚂蚁金服、京东集团、科大讯飞、大疆创新、商汤科技、中芯国际、华大基因、泽景电子、鑫算科技	小米、比亚迪、拼多多、蔚来汽车、泡泡玛特、中集集团、施耐德电气(中国)、中电金信、正泰新能源、苏州工业园、汇元科技、昌发展、洛可可、第二树
维度3 / 组织进化	维度4 / 社会共生
海尔、飞书(字节跳动)、携程集团、美的集团、安踏集团、方太集团、滴滴出行、中国联通、宁波港、泰科电子(TE)、锐仕方达	腾讯、伊利集团、中国铁塔、新希望集团、隆基绿能、广达、依文集团、抱朴再生、深圳诚信诺、软通动力
维度5 / 伦理升华	
联想集团、交控科技、中移集成、中储国能、中粮集团、中国邮政、中国宝武钢铁集团、中国资源循环集团、商道咨询、非夕科技、深开鸿、北京棉田	