

天津长荣印刷设备股份有限公司
在日本东京设立控股子公司
可行性研究报告

二〇一一年八月

目 录

第一章	项目基本情况	1
第二章	项目背景情况	5
第三章	投资环境情况	10
第四章	设立目的及前景分析	13
第五章	项目总投资及资金筹措	16
第六章	项目效益	18
第七章	项目风险分析	20

第一章 项目基本情况

一、项目名称

天津长荣印刷设备股份有限公司在日本东京设立控股子公司项目

二、投资方基本情况

本项目为天津长荣印刷设备股份有限公司在日本投资设立控股子公司，因此投资方即为天津长荣印刷设备股份有限公司。

天津长荣印刷设备股份有限公司，其前身是天津长荣印刷包装设备有限公司，成立于1995年，2007年12月7日经企业股份制改造，更名为“天津长荣印刷设备股份有限公司（简称：长荣股份）”，2011年3月17日在深交所创业板成功上市（股票代码：300195）。长荣印刷是一家以专业生产、销售印后设备为主的高新技术企业。企业注册地址：天津新技术产业园区北辰科技工业园。法人代表：李莉，为本公司现任董事长兼总经理，控股股东及实际控制人。企业经营范围包括：印刷设备、包装设备、检测设备、精密模具的研制、生产、销售；本企业生产产品的技术转让、技术咨询、技术服务；货物和技术的进出口。

企业注册资本10000万元，截至2011年6月末，企业总资产超过13.94亿元。企业2008年度实现营业收入2.1068亿元，实现利润总额5475万元。2009年营业收入实现2.583亿元，实现利润总额6069万元。2010年实现营业收入3.4021亿元，实现利润总额8532万元。公司的营业收入和利润总额连

年保持了快速增长，2009年、2010年公司经济效益综合指数连续两年在全国印刷机械行业主要企业中排名第一。

公司产品主要分为模烫机、模切机、糊盒机三大类,应用于包装印刷领域,对印刷后的制品进行装饰、模切和粘接成盒等加工。公司下游行业包括烟草包装、酒类包装、食品包装、化妆品包装、日化与医药包装等包装装潢印刷业。主导产品包括：圆压平电脑烫金机、高精度高速自动模切机、高精度自动平压平电脑全息烫印模切机以及高速自动糊折盒机等。企业产品以技术先进、功能齐全、操作方便可靠，而普受客户青睐。企业产品拥有多项技术专利；企业研制的“七轴全息控制系统”属世界首创。公司产品多次参加国内及德国杜塞尔多夫、美国芝加哥、英国伯明翰等国际印刷展，深受国内外用户及业界好评。经十余年发展，长荣印刷现已发展成为国内领先的印刷设备制造企业，公司产品远销美国、英国、俄罗斯、乌克兰、西班牙、澳大利亚、秘鲁、埃及、日本、韩国等十余个国家和地区。

公司坐落于交通便利的天津新技术产业园区北辰科技工业园区，占地面积 64700 平方米。公司拥有一支技术过硬的生产和技术研发队伍，现有员工 550 人，电子自动化、机械等专业的技术人员 160 人，占员工总数比例的 29%，保证了根据市场需求调整产品结构、按客户要求生产产品的能力。

天津长荣印刷设备股份有限公司是股份有限公司，组织形式为董事会领导下的总经理负责制。公司组织结构见下图：

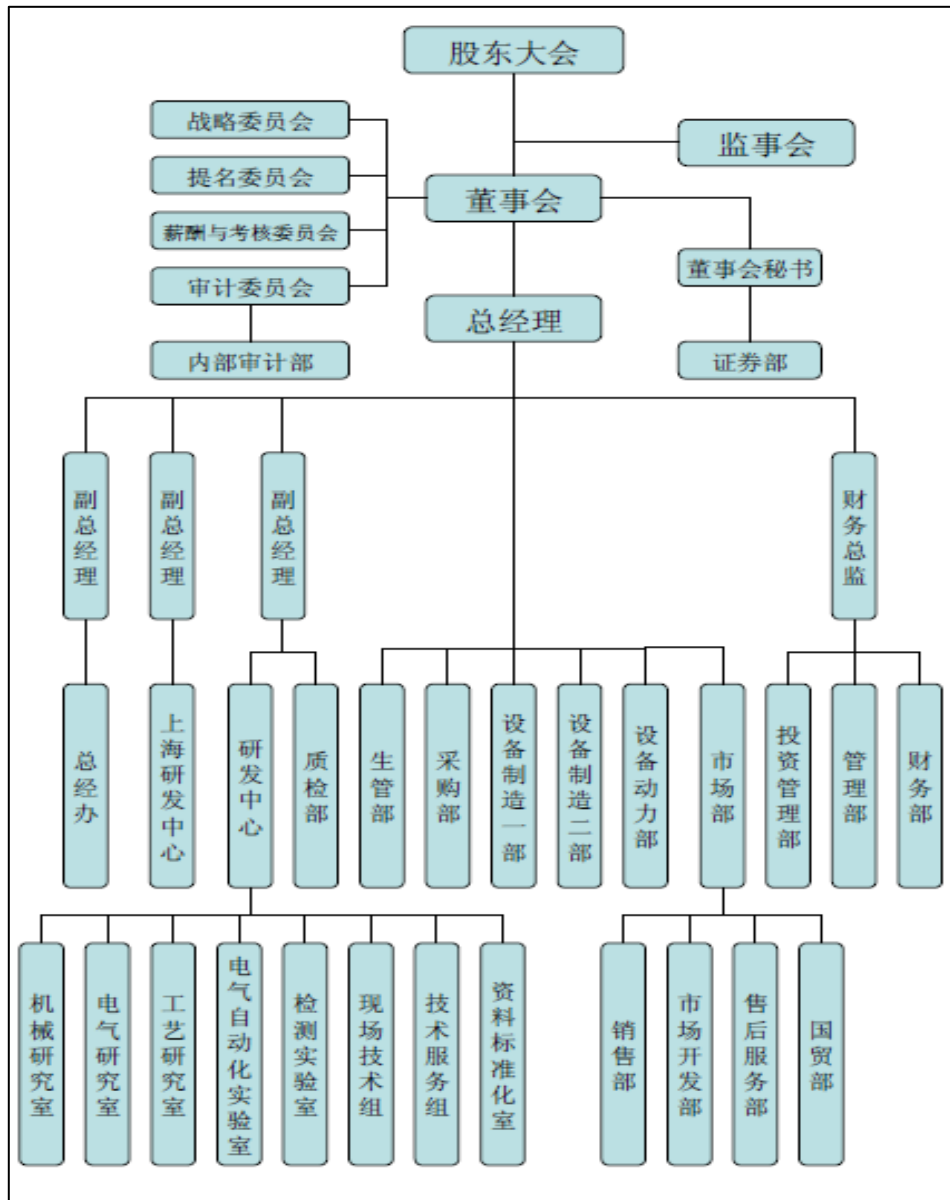


图 1-1 公司组织结构图

长荣印刷于2001年通过ISO9001: 2000质量管理体系认证，公司在设计方面严格执行欧盟CE标准，并将KPI指标的考核方法贯穿于管理工作的始终。自1999年起连续四年被评为天津市先进技术型企业，2005年被天津市科委认定为高新技术企业。遵照国家新颁布的高新技术企业认定标准，长荣印刷于2008年11月经科技部、天津市审核认定，通过了高新技术企业重新认证（证书编号：GR200812000083）。2006年8月长荣印刷企业研发中心

被天津市科委、经委等四委局认定为天津市市级企业技术中心。2006年“有恒”商标被认定为天津市著名商标，2007年“MK全自动系列模烫机”被天津市质量技术监督局评为天津市名牌产品。2009年4月，长荣印刷获得由国家印刷机械质量监督检验中心、中国印刷及设备器材工业协会印刷机械分会颁发的“2008年度印刷机械产品质量信得过企业”证书。2009年包括MK1060ST、MK1060MF模切机等在内的8个型号产品，获得天津市首批自主创新产品证书。

长荣印刷现已成为国内拥有较强实力的印刷设备制造企业之一，也是国内印刷机械制造行业中拥有自主技术和较强加工制造能力的先进企业之一，并已成为国内印后设备生产的领军企业。

第二章 项目背景情况

天津长荣印刷设备股份有限公司拟在日本东京投资设立控股子公司，其项目建设背景表现为：

一、国际市场对高端印刷设备的需求旺盛

随着国际市场经济的逐渐回暖，因金融危机而被压抑的市场需求正得到恢复，行业协会预计，印刷设备海外市场规模将超过 230 亿美元，空间广阔。近年来，全球印刷业已呈现出三足鼎立的局面：美国、欧洲和亚洲几乎各占三分之一的市场份额。亚洲市场中印度尼西亚印刷总量显著增长，2011 年总印量将达 100 亿美元。印度也将从在印刷市场排序中从第 12 位跃至第 8 位。德国是欧洲最大的印刷市场，是仅次于美国、日本和中国之后的第四大印刷市场。德国国内印刷销售额近几年都在 180 亿欧元左右，保持了稳定的良好态势。美国和日本拥有世界上第一和第二大印刷市场。

美国印刷企业共有 5000 余家，近百万的从业人员。目前印刷销售额约 1700 亿美元左右，年增长率约 3%左右。美国印刷业中主要是商业印刷，报纸印刷和包装印刷，其中包装印刷占美国印刷市场的第二位，是被美国国民最看好的投资方向之一，具有良好的发展前景。

日本印刷销售额在 1999 年到 2001 年间曾连续增长，由 1998 年的 10.2 万亿日元分别增加到 1999 年的 10.5 万亿日元和 2000 年的 10.9 万亿日元，2001 年增达 12.4 万亿日元，2002 年进入产业调整期，销售、利润等都明显比上年下滑。用户市场对产品的包装设计和印刷标准的不断提升促使了

高精度的印刷设备倍受青睐，因此日本的中型企业比小型企业表现出了更强的抗风险能力。

印后设备是中国印刷设备行业中在国际市场较有竞争力的一类产品，而长荣股份有限公司是国内印后设备的领军企业。公司的模切机工作速度 8500 张/小时接近于国际 9000 张/小时的水平，远高于国内 6500 张/小时的速度。烫金工作速度 7000 张/小时接近于国际 7500 张/小时水平，远高于国内一般 5500 张/小时的水平。在精度方面也达到正负 0.075mm 远高于正负 0.15mm 的水平。公司产品在速度和精度等关键指标上与国际行业巨头接近，但价格便宜一半多，在国内市场取代部分进口产品，并且同时出口到日本、德国等精密机械传统强国，市场需求旺盛。

天津长荣印刷设备股份有限公司结合内外部发展机遇及自身实力，分别在印刷设备强国美国和日本建立销售服务中心，直接参与到国际一流企业的竞争，进一步扩大国际市场份额，满足国际市场对高端设备的需求。

二、公司产品和服务理念符合日本印刷业对印刷设备的需求

日本是机械制造和出口的大国，对设备各方面的要求都非常高。早在 20 世纪 80 年代初，随着经济的增长，处在“成长期”的印刷企业需要高速化的生产，来满足大批量的印刷生产任务。针对印刷市场这一需求，日本印刷设备商开始研发高速度的印刷设备。1990 年，印刷市场进入成熟期，对印刷企业的需求越来越高，不但要求印刷数量的增加，对印刷品质也提出更高的要求。到了新世纪之交的 2000 年，整个日本印刷市场进入大竞争时代，对印刷企业提出多样化、个性化的高标准，研发的印刷设备也着重于为每一位客户提供增值服务。

天津长荣印刷设备股份有限公司多年来的发展定位是：以不断满足纸制品包装行业对加工设备的需求为目标，走专业化发展之路，把公司打造成为国际化的一流包装设备供应商。天津长荣通过关注客户需求，不断地提升产品的品质，为客户提供增值服务，来实现新的跨越和发展。研发、制造、销售、服务都是围绕着客户需求展开的，都是以客户为中心。把塑造品牌的过程视为不断满足客户需求的过程。

这几年来，天津长荣印刷设备股份有限公司凭借自己精良的产品和优质的服务，已将设备出口到日本市场，取得日本市场的认同，这为将来直接在日本设立办事处打下了基础。

三、国家当前政策对企业“走出去”战略的鼓励和支持

党的十六大提出，要鼓励和支持有比较优势的各种所有制企业对外投资，带动商品和劳务出口，形成一批有实力的跨国企业和著名品牌。让更多的企业在更大范围、更广领域和更高层次上参与国际经济技术合作和竞争，充分利用国际国内两个市场，优化资源配置，拓宽发展空间，发展成为真正意义上的跨国公司，这是进一步提升我国综合国力和国际竞争力的有效途径。

实施“走出去”战略对企业和行业发展至关重要。第一，“走出去”可以更充分地分享全球市场开放和知识积累的利益；第二，从贸易发展趋势看，采取对外投资带动出口的方式，不仅增加当地就业和税收而受到进口国欢迎，从而减少贸易摩擦和纠纷，而且可以带动我国原材料、零部件和设备出口，逐步形成上下游、内外贸、产供销的全球纵向一体化生产体系。这对打破区域性贸易保护壁垒也十分有效。

“十二五”规划指出，印刷装备制造业发展的主要任务和目标是：深入研究国内外印刷市场、技术发展趋势，重点发展数字印刷及印刷数字化技术装备、高档印刷机械、高端印后设备和绿色环保设备器材，增强自主创新能力，扩大生产能力，尽快改变高端设备主要依靠进口的局面。积极开拓并扩大国际市场，力争 2015 年印刷设备出口额达到当年进口额的 80% 以上。因此，“走出去”战略无疑是实现“十二五”印刷装备制造业发展规划的最佳渠道。

天津长荣印刷设备股份有限公司在机遇和挑战并存的时机，利用自身优势坚持“走出去”战略，是落实国家“十二五”发展规划要求和公司自身发展的必然选择。

四、企业自身发展的必然趋势

截至目前，天津长荣印刷设备股份有限公司已累计拥有 600 余家包装印刷客户。公司的产品深得市场高端客户的信任，客户资源优势明显。在 2009 年中国印刷技术协会统计的中国印刷行业百强企业中，有 40 家为公司客户。公司始终致力于高新技术的研究及其产品生产，近年来均保持每年至少推出两个重大项目，公司推出的三项产品经鉴定为国际先进水平。公司的产品已销往美国、英国、瑞士、日本、俄罗斯、西班牙、韩国、澳大利亚等二十多个国家和地区。

通过几年的出口实践，公司不仅开拓了海外市场，使产品走出国门，参与国际竞争，同时更加强和完善了企业经营机制，树立了信心。为加快公司海外拓展的步伐，不断巩固和开发新的印刷设备产品市场，更积极地抢占日本市场，扩大双边贸易交流。通过公司领导组织实地考察研究，反

复论证，并结合日本的市场状况和投资环境，根据中国与日本的法律法规，经公司董事会决议，天津长荣印刷设备股份有限公司确定在日本东京投资设立控股子公司。

这一举措不仅能进一步扩大海外市场份额，跟踪国际印刷设备工艺的最新进展，学习国际先进科学技术，还将提升产品的国际认知度，把公司打造成国际一流的专业印后设备制造企业。

第三章 投资环境情况

一、市场环境

我国印刷设备尤其是高端印刷设备以进口为主，行业集中度较低，而印后设备国产化率则比较高，已逐步实现进口替代，并开始获得国外市场的认可。公司产品定位国内印后设备中高端，技术领先，性价比高。公司产品在速度、精度以及操作便捷性等方面明显优于国内同行，接近国际领先水平，甚至在部分核心指标上已经超过国际先进水平，因此在国内市场取代了部分进口产品，并且同时出口到日本、德国、美国等精密机械传统强国。

美国拥有最大的包装设备生产商，其次是日本。近日从中日商务网了解到，一些原来不使用包装系统的工业将成为包装机械市场的新客户，成为刺激销售增长的因素之一。还有很多已经具备包装设备的公司在未来要更新或增加包装生产线，特别是食品、饮料及制药业的需求最为迫切。

日本印刷工业联合会中的大型和中坚企业普遍认为，包装、规划制作和高性能材料研发这些领域在未来 10 年的业务将可能增长。此外，新技术与新产品开发被一致看好。可以看出，鉴于传统印刷难有大作为，印刷设备行业都在探索新产品和新服务。这对于秉承低碳、绿色的印刷方式，打造高技术、全新的中国印刷行业来说，既是挑战也是契机。

二、区域环境

东京（Tokyo）是日本的首都，是日本的政治、经济、文化中心。位于

本州关东平原南端，下辖 23 个特别区、26 个市、5 个町、8 个村以及伊豆群岛和小笠原群岛。东京属温带海洋性季风气候，四季分明、降水充沛。夏季受东南季风影响，降水较多，冬季则降雪较少。年平均低温 12.5℃，平均高温 19.7℃，平均降水量 1467 毫米。总面积 2155 平方公里，总人口 1301 万，是世界上人口最多的城市之一。东京的交通很便利，时速达 200 公里的新干线，从东京延伸到九州，并向东北方面延伸。地下铁道几乎能到达所有的重要地区。铁路、公路、航空和海运组成了一个四通八达的交通网，不仅是连通日本各大城市的国内枢纽，也是连通中国及其他亚洲各国的国际中枢。因此东京是企业落户及发展物流和观光事业的最佳选地。

东京是日本最大的工业城市，全国主要的公司都聚集于此，工业生产规模和产值居全国第一位。第三产业非常发达，制造业产值比重不高，但其中的航空发动机、新闻发行、印刷加工和皮革制品占全国产值 50% 以上的比重，集聚效应明显。印刷业在东京工业中占有重要地位。据统计，东京工业生产企业共计 44709 家，印刷业占 17.6%。东京工业中的总从业人员 430466 人，印刷业占 19.4%。东京工业总出货额为 110994 亿日元，印刷业占 15.6%。东京工业产生的附加价值总值为 47877 亿日元、印刷业占 15.6%。印刷业出货额和附加价值，在东京工业中均高居首位。因此，印刷业已成为日本东京的支柱产业之一。

三、政策环境

日本经济发达，生产效率、科技水平和开放程度相对比较高。尽管如此，日本政府认为，日本与其他西方发达国家的开放程度相比还比较低。据相关统计，日本的外商直接投资总额占国内生产总值的比例较低，约为

3%，与美国的约 14%、英国的约 45%相比，明显处于较低水平。为改变这种状况，吸引更多的海外对日投资，自 2007 年，日本政府就提出了扩大招商引资的经济战略，以进一步激活日本国内经济的设想。

2010 年日本经济产业省研究制定了招商引资优惠政策，内容包括简化审批手续和实行税收减免制度。日本经产省具体考虑采取以下措施促进对日投资：

1. 根据投资规模和就业规模，在一定期限内减免企业所得税和法人税；
2. 与相关部门协商，放宽对投资企业的技术人员等常驻人员的签证，简化签证手续；
3. 设置专门机构对投资以及优惠证才采取集中管理；
4. 制定招商引资的专门法规。

第四章 设立目的及前景分析

一、控股子设立的目的

天津长荣印刷设备股份有限公司为拓展产品出口业务，拟在日本东京投资设立控股子公司，将其作为桥梁和窗口，利用日本办事处构建一个参与国际化竞争和吸收先进技术的广阔平台，以实现公司海外发展的战略规划。投资设立控股子公司的目的如下：

- 1、市场开发；
- 2、信息收集，包括市场信息、技术信息以及贸易信息的收集；
- 3、产品和技术研发；
- 4、国际贸易；

二、产品及目标市场

在东京设立控股子公司，目的是要积极拓展销售渠道和网络，用更加便捷的方式扩大天津长荣印刷设备股份有限公司印刷设备产品的出口。

天津长荣印刷设备股份有限公司的印刷设备产品包括模烫机、模切机、糊盒机等中高档产品。主导产品包括：圆压平电脑烫金机、高精度高速自动模切机、高精度自动平压平电脑全息烫印模切机以及高速自动糊折盒机等。公司生产的产品是目前印刷包装后加工的必备设备，应用极其广泛。主要产品的应用领域如下：

表4-1 主要产品的应用领域

产品类型	主要应用领域
模烫机	主要用于纸品包装装饰中的纸盒、商标等印刷品的烫金、模切、压痕和压凸等，特别是各种高级精细的印刷品如烟盒、酒盒、礼品盒、化妆品盒等的烫金、全息定位烫
模切机	主要用于纸品包装装潢工业中的商标、纸盒、贺卡等的模切、压痕和冷压凸作业
糊盒机	主要用于各类食品、烟酒、医药、化妆品等各类外包装

产品的目标市场集中在为烟草、药品、食品、日化等注重外包装的行业提供印刷包装品的印刷厂商，其对印后加工品质要求较高、且具备较强的购买力，倾向于高端印后设备采购。

三、主要业务前景分析

机械印刷是东京最为重要的行业之一，东京有一大批印刷设备知名企业，集群效应明显，如著名的印刷设备及印刷外围设备制造商 TKS，全球首屈一指的印刷机械制造厂商小森公司等。因此在东京设立办事处，不仅有利于了解和掌握印刷设备技术要求、技术进步以及产品技术开发等信息，更有利于及时捕捉国际市场信息，把握市场动态。

中国企业进入日本市场最主要的目标定位之一是市场导向型，以直接接触客户、减少中间环节，增加商机与利润为目的，推动出口。天津长荣印刷设备股份有限公司也正是利用自身产品通过了欧盟 CE 标准和具有进出口企业资格证书两方面的优势，把握商机，设立海外公司，以准确的市场切入点，为公司抢占国际市场铺平道路。

加大对外宣传是扩大出口的有力武器。在东京设立办事处后，可利用

这个窗口，营造环境，加强宣传，让更多的外国公司了解天津长荣印刷设备股份有限公司的产品，进而以优质的产品、快捷的渠道和全方位的服务赢得更多的客商。

第五章 项目总投资及资金筹措

一、项目总投资

1、项目投资主体

公司名称为 MASTERWORK Japan Co., Ltd (暂定), 项目投资主体为天津长荣印刷设备股份有限公司。

2、项目固定资产投资

天津长荣印刷设备股份有限公司在日本投资设立控股子公司项目筹建开办费用投资估算如下表所示。

表 5-1 筹建开办费用投资估算表

单位：万美元

序号	项 目	费用估算
1	短期滞留签证、居留资格等	1
2	设立费	3
3	事前准备费	6
4	办公场地购置	15
5	展示和销售设备铺底	12
总计	筹建开办费用	37

3、流动资金

本项目流动资金主要用于开展市场开发、信息收集, 产品和技术研发, 贸易和经营, 由国内组织产品生产, 因此需要的流动资金较少。据估算, 本项目正常运营需要流动资金 18 万美元。

4、项目总投资

本项目总投资由筹建开办费用和流动资金两部分组成，投资总计 55 万美元（约折合人民币 354.19 万元，汇率以 2011 年 8 月 1 日 1 美元对人民币汇率 6.4399 计）。

二、资金筹措

本项目所需资金中的 50 万美元由天津长荣印刷设备股份有限公司超募资金投入，其余 5 万美元由 AKIRA YOSHIOKA 投入。

第六章 项目效益

一、经济效益分析

天津长荣印刷设备股份有限公司选择日本东京作为开展境外投资、设立境外分支机构，是其进入国际市场的第一步，目前还处于前期运作阶段，经济效益难以完全量化。本项目仅从简单的成本效益分析如下。

1、销售收入

从公司预期目标来看，印刷设备日本公司分模切机、模烫机和糊盒机三种产品，估计价格分别为人民币 120 万（约折合 1452 万日元，18.7 万美元）、200 万（约折合 2420 万日元，31 万美元）、和 50 万（约折合 605 万日元，7.8 万美元）。按每年销售模切机、模烫机和糊盒机各 10 台计算，预计年销售额为 3700 万元人民币（约折合 44770 万日元，575 万美元）。（汇率以 2011 年 8 月 1 日 1 美元对人民币汇率 6.4399 计，100 日元对人民币 8.2685 计。）

2、直接成本

参照公司 2009 年公司销售价格，按每年从公司采购模切机、模烫机和糊盒机各 10 台计算，合计采购成本 1639 万元（约折合 19822 万日元，255 万美元）。

3、间接成本

包括运输费用、保险费用及其他费用等，共计 10 万元人民币（约折合 121 万日元，1.6 万美元）。

4、利润总额

出口产品的销售利润总额为：

$575-255-1.6=318.4$ 万美元

简要的计算分析表明，销售利润率约为 55%。项目的投资利润率是较高的。因此项目投资有较好的经济效益，从初步财务分析角度讲项目是可行的。

二、社会效益分析

从定性的社会效益分析看，项目将从以下几方面给公司带来可以预见的效益：

1、日本子公司设立后，不仅可以加强与日本一刷包装企业的业务合作，同时可扩大与韩国、新加坡等国企业的业务往来。因此，日本子公司的设立可以使天津长荣印刷设备股份有限公司拓展国际业务、扩大地域性市场范围。

2、天津长荣印刷设备股份有限公司在日本设立子公司参与国际项目，不仅可以学到国际上更先进的技术，而且能提高公司知名度，为更多的国际投资者了解公司提供了重要的窗口。

3、日本子公司借助日本“高端印刷设备聚集地”这个理想的平台了解和掌握国际上对印刷设备技术要求、技术进步以及产品技术开发的信息，开发新的印刷设备制造技术，进一步提高公司的技术实力，为公司打造国际品牌服务。

4、设立日本子公司，可以为出口产品提供全方位全过程的技术服务，并为其培养国际化后备人才提供了一个重要的舞台，为实施“走出去”战略起到积极的推动作用。

第七章 项目风险分析

一、风险因素

由于此项目是天津长荣印刷设备股份有限公司第一次从事市场开发、信息收集、产品和技术研发、贸易等业务和经营的境外投资项目，公司缺乏海外运作经验，因此，本项目的风险将体现为经营决策风险、竞争风险和外汇风险。

1、经营决策风险：就天津长荣印刷设备股份有限公司自身而言，不是投资国的本土公司，对日本商业运作规则缺乏足够的了解，因此，经营决策上存在着一定的风险。

2、竞争风险：日本是一个国际化的商业平台，吸引了各种国际公司在此展开竞争，因此，其预期的竞争将较国内激烈。

3、外汇风险：外汇管理对跨国经营企业风险管理至关重要，由于汇率波动具有经常性和不确定性，导致现实中往往出现账面盈利，实际亏损的情况。

二、风险应对措施

依据风险因素的形成原因、影响的严重程度和风险管理的目标等信息制定出风险应对措施：

1、经营决策风险：进行充分的市场调查，及时了解日本印刷设备领域的发展动态，尽快熟悉日本的商业运作规则，在进行经营决策时，运用科学决策方法，尽量避免盲目决策或决策依据不足情况的发生。

2、竞争风险：在详细深入的市场调研的基础上，提高公司的技术支持能力、项目管理能力和服务水平，争取尽快参与到国际项目中来，进一步扩大公司的国际知名度，以期在竞争中取得领先优势。

3、外汇风险：安排相关人员及时跟踪关注当前汇率变化，根据变化，及时调整销售价格，以避免汇率波动可能带来的风险损失。

三、风险分析评价

通过对风险因素的判断，经营决策风险仍带有一定的主观意识，而竞争风险和外汇风险完全是由客观环境所造成。本报告通过简单的 SWOT 分析如下：

1、内外部因素评价

SWOT 分析是将企业内外部条件的各方面内容进行综合和概括，形成对内外部因素的评价，进而选择企业的投资经营战略。内外部因素评价见下表。

表 7-1 内外部因素评价表

内部条件	优势 (Strengths)	劣势 (Weaks)
	1、生产设备先进，工艺水平高 2、产品性能和质量好	1、国外销售网络不完善 2、资金实力不强
外部条件	机会 (Opportunities)	威胁 (Threats)
	1、市场容量扩大 2、技术信息强，有利于技术进步 3、投资环境好 4、尚无完全替代品出现	1、竞争对手相对较强 2、地域差异大

2、分析评价

通过简要的 SWOT 分析可以看出，天津长荣印刷设备股份有限公司投资设立日本子公司，具有较好的机会，但企业也有一定的劣势。因此，风险分析评价认为，企业的战略选择应抓住机会，改进内部的弱点。利用在日

本设立子公司的契机，收集有利于技术进步的信息，充实和完善自身的研发能力，拓展境外销售网络，在保持、发展和提高现有经营领域的同时，开展多元化经营，努力培养企业的核心竞争力。