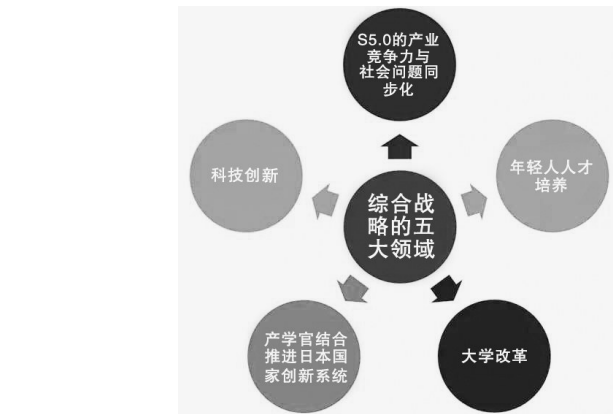


“社会5.0”中日企业合作空间巨大

■ 本报记者 张伟伦



“当前中国十分重视从制造业大国向制造业强国的转变,并提出‘中国制造2025’‘互联网+’等概念。电子商务、移动支付和在汽车、自行车等领域的共享经济,可以说发展非常迅猛,其经济规模包括相关技术在内的商务模式可以说是领先于世界的。”日本日立制造所常务董事、中国总代表小久保宪一在近日举办的2017中日企业家对话会上肯定了中国目前在互联网时代取得的成就,并以此为切入点向中国企业家介绍了日本政府新近推出的“超智能社会 society5.0”理念(以下简称社会5.0)。他希望更多中国企业关注这一理念,因为这是今后日本经济产业界重要发力点之一,也必将实现更多中日企业间的合作。

物质与信息的高度融合

日本社会5.0理念的提出与现代社会信息技术迅猛发展下催生社会经济大变革的时代背景分不开。据悉,这一新词儿首次出现在2016年1月发布的《科学技术基本规划》,该规划由日本内阁会议决议通过,备受关注。其主要意图是最大限度地应用信息通讯(ICT)技术,通过网络空间与物理空间(现实社会)的融合,共享给每个人带来便利和财富的“超智慧社会”。

据小久保宪一介绍,超智能社会是继狩猎社会、农耕社会、工业社会、信息社会之后,又一新的社会形态。“人类社会从狩猎文化开始,进入农业社会,我们种各种粮食。后

来发展到工业革命,我们生活变得更加丰富,进而发展到最近的IT革命。很多人以为IT可以解决一切问题,但是实际上是不可能的。所以才有第五阶段。”小久保宪一表示,日立作为制造业企业,生产高质量产品当然是企业的初衷,但质量好并不代表一切,更重要的是发现客户的困惑,并尽可能人性化地解决他们的需求。

从小久保宪一的介绍不难看出,社会5.0是在德国工业4.0强化产业竞争力、实现产业变革的基础上,试图通过智能化技术解决相关经济和社会课题全新的概念模式,是物质与信息高度融合下的一种社会状态。

“比如现在中国很多医院面临患者等候时间长、就医效率不高的问题,社会5.0状态下就要尽可能避免类似的现象,构建一个更加舒适高效的社会。”小久保宪一说。

产业与社会的双重变革

社会5.0虽与德国工业4.0、美国工业互联网、韩国制造业创新3.0等理念一样十分强调工业产业领域的升级与创新,但也并不忽视人的社会领域。按照日本《科学技术基本规划》的解释,社会5.0状态能够将必需的物品和服务在必需的时间以必需的数量提供给必需的人,以无微不至

地满足社会各种需求,使所有人不受年龄、性别、地区、语言等各种差异带来的影响而舒适地生活。

“日本的这一理念不仅涵盖智能制造、生物医学、交通运输等领域,还十分关心人与社会,最大限度优化人的生活环境,帮助人类实现自我价值。”一位来自北京投石科技有限公司的负责人长期关注日本信息产业领域,他向本报记者表示,日本的社会5.0十分注重对人的精准化服务,这是理解这一概念的关键。

记者通过日本产业界人士提供的文献注意到,在日本新一轮《科技创新战略》中,日本政府对社会5.0更是使用了大量篇幅来阐述以人为

中心的高度人性化社会,提出使所有人都能享受科技创新成果从而过上更美好生活的理想社会理念,同时还提出,将先于世界其他国家实现社会5.0确定的目标。这充分显示了日本新一轮科技创新战略对科技创新如何既服务于经济发展又服务于社会发展的极大关注。

“当然,在这一进程中受益的不仅是日本,还包括中国在内的很多其他国家。”小久保宪一表示,这一理念同日本当前老龄化、少子化、资源能源短缺与环境问题等社会背景分不开,其中也有很多是中国面临或即将面临的。他们相信,未来,中日双方企业有很大的合作空间。

重点实施项目、特定项目数及概算要求额度

重点实施项目	特定施策数	2017年度概算要求额(亿日元)
1.未来产业创造与社会变革(※)	40	868
(1)挑战未来的研究开发与人才强化	2	50
(2)实现新型经济社会“Society 5.0”(超智能社会)的平台	17	462
(3)“Society 5.0”(超智能社会)基础技术的强化	28	686
2.经济与社会性课题的应对(※)	177	4,107
3.基础性力量的强化(※)	25	5,071
4.人材、知识、资金良性循环系统的构建(※)	23	274
5.科学技术创新推进功能的强化(※)	4	9
合计(※)	232	9,538

◆ 市场前沿

中国‘纳税时间’缩短 营商环境优化

本报讯(记者 江南)“我忍不住要为国税地税的合作打call,不用两头跑,办好同样的事项只需以前1/3的时间,这种感觉真是太棒了!”11月24日,在北京市东城区国地税联合办税服务厅,一位会计感慨道。

近年来,中国税务机关在不断推进、落实纳税便利化改革方面成效渐现。

根据普华永道联合世界银行近日发布的《世界纳税指数2018》报告,2016年度,中国的‘纳税时间’指标表现亮眼,相较于前一年大幅缩短了52小时,即20%。

《世界纳税指数》通过四项关键指标评估全球190个经济体的中型私营企业纳税环境。四项指标分别为‘纳税次数’‘纳税时间’‘总税率和社会缴纳税率’‘税后流程指标’。《世界纳税指数2018》是该系列的第12本报告,展现的是各国2016年度的纳税环境。

近来,中国税务部门持续深化“放管服”,2016年2月发布《税务系统简化优化纳税服务流程方便纳税人办税实施方案》,今年5月又发布《压缩办税时间优化营商环境改革实施方案》,一批创新征管、改进服务的举措相继推出,为企业松绑减负,为创业创新清障搭台。

“截至目前,税务部门除保留7项行政许可审批事项外,80项非行政许可审批事项已全部清理完毕。”国家税务总局相关负责人表示。

《世界纳税指数2018》报告称赞了中国的‘互联网+税务’行动,指出中国的一系列措施充分释放了大数据的潜力,促进了政府各部门的信息共享、发票便利、纳税人在线学习,以及其他纳税服务。

此前,世界银行于今年10月发布了《2018年营商环境报告》。报告以电力供应、获得信贷、纳税等10项指标对全球190个经济体2016年度的营商环境进行评估,其中中国营商环境便利度列第78位,并在“开办企业便利度”及“纳税”两项指标上取得可喜进步。而《世界纳税指数2018》正是对《2018年营商环境报告》中“纳税”这一指标的详细解读和分析。

“下一步,税务部门将实行涉税资料清单管理,清单之外原则上不再要求纳税人报送,同时还要大力清理纳税人向税务机关报送资料,预计2018年年底后再精简1/4以上。”上述负责人说。

国外市场加紧构筑贸易‘绿色壁垒’ 应对须多方发力



当前,全球经济复苏缓慢,贸易保护主义借势兴风,一些国家以标准认证等作为隐形贸易壁垒,阻挠双边贸易的正常开展,给全球贸易带来诸多不确定性。

近日,不少企业反映,有些国外市场正加紧构筑“绿色壁垒”,打造贸易保护的“隐形高墙”。这给中国出口企业带来“有形”的伤害。拆除“隐形高墙”仅靠供给侧改革远远不够,希望相关部门采取应对措施,保护企业利益,维护中国产品形象。

壁垒遭遇‘险滩暗礁’

“仅在农残方面,我们就经历了470多个项目的检测。”贵州贵蕊农业发展有限公司总经理向友鱼表示,欧盟市场对茶叶进口制定了相

当苛刻的标准,要达标必须付出巨大努力,而且这些标准会不断更新,越来越严苛。

为了把控茶叶质量,向友鱼将茶园开在国家5A级自然保护区梵净山和雷公山上,种植、研发、加工、销售产业链全程严控,从选种、种植到管护与茶农签署严格的订单协议,少喷农药,使用有机肥,清明前采摘最精华部分,故取名“贵蕊”。“通过这些努力,茶叶没有被检测出农残,但检测出了蕙萘。”向友鱼拿着一份检测报告说,其中470多个项目均达标,唯独蕙萘GCMSMS检测值显示为0.007mg/kg,而定量被限为0.005mg/kg,限量值为0.02mg/kg,这意味着茶叶存在蕙萘但没有超标。欧盟将蕙

萘列入检测是怀疑其具有致癌性,而国际癌症研究机构认为蕙萘致癌证据不足,也没有人能确定其来源。“有的说是农药,有的说是粉尘,业内至今也没搞明白,不知道如何避免。

“绿色壁垒”只是“隐形高墙”的一种,摆在出口企业面前的还有更多“标准”。珠江啤酒股份有限公司营销中心海外部经理于虹表示,公司出口的啤酒除了酒液要符合当地标准,要通过植检,取得健康证、HACCP等认证外,在包装等方面也有严苛要求。比如对生产日期标注格式、条码宽窄和放置的位置有严格要求,外包装箱不能用铁钉而要用铝钉,酒精度一定要标注准确度数,而不能使用‘≥’之类的符号……这延长了啤酒生产的流程,而且还加大了资金投入量。

不少企业人士反映,这一现象不仅存在于食品行业,不仅限于进口方海关会提出严苛认证要求,大采购商也会制定严格标准,而且还会指定认证机构。诸多认证、检测 and 标准迫使中国外贸企业在险滩暗礁中穿行。

应对 拆除‘隐形高墙’

“隐形高墙”形成的“险滩暗礁”,不仅抬升了中国企业的出口成本,无形中筑造了一道道壁垒,而且正在悄然改写国际贸易规则,大幅削弱中国产品在国际市场的竞争

力,乃至直接将产品排出市场。

江苏检验检疫局发布的数据显示,今年前三季度,江苏辖区工业品出口退运货物数量和货值同比分别减少12.67%和17.84%,但仍然高达6070批次、2.17亿美元,相当于每天20多批次货物被退回,货值240多万美元。“作为企业,面对海关或客户提出的标准要求,要么选择照办,要么选择放弃市场。”向友鱼表示,一个农残检测要花费2000多元人民币,用时近10天。而且产品必须尽量少用农药,使用有机肥,这难免会造成虫害,使产量降低20%至30%。与此同时,大量的投入也使得“贵蕊”比普通茶叶价格高出15%至20%,随着标准抬高,价格还得上涨。“企业被逼走高端路线,如果做低端市场,可能难以抵挡严苛标准带来的冲击。”

于虹表示,公司为了应对标准等技术壁垒,专门成立了技术部门,密切跟踪质量标准、法律法规等方面的变化,严格控制配方、配料和工艺等,加大力度研发精酿啤酒等新品,但要绕过“险滩暗礁”皆属难事。

分析人士认为,“隐形高墙”有违WTO非歧视等原则,本质上是贸易保护主义的做法,中国要在加快供给侧改革的同时,采取应对措施“拆墙”,维护企业利益,维护中国产品形象。

(吴力)

◆ 行业观察

“三同”产品何时进入寻常百姓家

■ 本报记者 姜业宏

我们的一大重要任务就是推动更多企业按照国际标准和要求生产产品,提供给老百姓,满足供需端的需求,这也正是“三同”工作的背景。”郝为民说。

“三同”打破内外销定律

所谓“三同”,即让出口和内销的产品“同一条生产线、同一个标准、同一个品质”。

“中国质量最好的食品都卖到国外了。”多年以来,内销产品与出口产品标准存在差异的现象被国内消费者挂在嘴边,不满却也无奈。去年5月,自“三同工程”正式实施后,这条内外销产品的标准定律逐渐被打破。

据统计,截至今年上半年,全国已有1700余家企业达到了“三同”要求,并已经在“同线同标同质”公共服务平台上线,产生超过100亿元的订单。这些高标准严要求食品出口国外的同时,也在国内市场销售。

这些国内外同步销售的产品,是否如愿进入了国内消费者的菜篮子?

上海出入境检验检疫局提供的数据显示,截至2017年4月底,进入

上海各大商业超市的“三同”产品数量平均为328种,比例仍然远低于进口食品。一家来自山东的“三同”企业销售负责人表示,其生产的冷冻调理食品的90%供应日本市场,只有10%供应国内市场,目前在北京等地的日本食品超市销售。内销份额不高的原因之一便是销售渠道不多。以上海市场为例,他们生产的冷冻调理食品对储存环境要求极高,但一直没能进驻冷链设备完善、操作规范的大型商超。

“将更多‘三同’产品送进千家万户、服务百姓生活、全面提升消费品质将成为这一阶段工作的立足点。”国家认监委注册管理部主任顾绍平说。

质量拯救生存困境

“上海不是‘三同’生产企业大省,但是有很多大的商超平台,可以帮助推广‘三同’食品和‘三同’理念。”郝为民说,为此,国家认证认可监督管理委员会、上海出入境检验检疫局正在与“三同”企业及商业超市、零售平台、餐饮企业、公共交通供餐企业等各方沟通,希望以上海为新起点,促进全方面的商业对接

和合作,将“三同”产品向全品类延伸,将质量提升融入消费者的日常生活中。

“同时,我们正在推动‘三同’的高质量产品进入公共服务领域,目前比较深入的是与教育部门合作,在校内推动产品进入,收获了比较好的反馈。”郝为民说,接下来的一年,一方面要保持增长,不断推动企业上线,另一方面要持续地进行对接,促进形成良性的“优质优价”机制,增强消费者的获得感,在发挥企业优势的过程中,更多地将资源

◆ 出海记

南航拟联手美国航空 扩充中美航班

本报讯 美媒近日报道称,中国南方航空总经理谭万庚表示,公司打算借助与美国航空的合作关系,来扩充美国航线,提高面对本土对手的竞争实力。

谭万庚表示,待2019年北京新机场落成并运营后,将成为南航的第二座枢纽,实现年出入境运送人次5000万左右,甚至超过该公司广州大本营在2016年的3000万左右运送人次。他还表示,南航计划在北京新机场运营250架飞机,并将与美国航空合作推出更多美国航班。

报道称,谭万庚对彭博社表示,中美之间的市场非常大,虽然公司现有飞往纽约、洛杉矶等城市的航班,但还不够,希望航班频次能达到允许人们飞到北京开会,当天返回纽约的程度。

中国三大国有航空公司正在争夺连接国内与纽约、洛杉矶、伦敦、法兰克福等全球主要枢纽的高利润航线,谭万庚所追求的目标正是这种竞争的一个缩影。北京新机场将为南航、东方航空等天合联盟成员提供更多机位,并可能打破中国国航在国际长途航线上的主导地位。中国南方航空与美国航空联手,将使其在中美之间的市场上提高竞争实力。

(王宏)

“橙色”旋风席卷全球200城 摩拜单车‘骑进’德国柏林

本报讯 摩拜单车在海外市场从“星星之火”,逐渐发展到“可以燎原”的状态。近日,摩拜单车宣布开始在德国柏林投入运营。据悉,柏林是摩拜单车进入的首个德国城市,也是其在全球范围内正式展开运营的第200个城市。

此前,摩拜在荷兰第二大城市鹿特丹举行正式投放仪式,于10月25日在荷兰鹿特丹投入试运营,标志着摩拜正式进入荷兰市场。随着国内共享单车的数量逐渐饱和,共享单车作为中国的“原生”产物,进军国际市场逐渐成为其发展的另一条道路,而摩拜作为国内共享单车领域首屈一指的企业,在技术实力与资金实力上都是遥遥领先的,正稳步进军国际市场。

摩拜方面表示,摩拜单车进入的柏林是摩拜单车提供服务的全球第200个城市,标志着摩拜单车提前翻倍实现全年拓展目标。同时,摩拜单车启动德国业务还具有特殊的意义——德国是自行车的诞生地,2017年恰逢自行车发明200周年,摩拜单车将智能共享单车这种创新模式和创新产品带到德国,是对自行车发明者和自行车文化的致敬。

(参考)

