

促进国内国际双循环 联想在行动

■ 杨元庆

7月21日,在新冠肺炎疫情为全球经济带来巨大冲击,国内经济下行压力加大的背景下,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平召集企业家,开了一次十分重要的座谈会,这既是最有效果的“减压”,也是最大力度的“加油”,体现了党中央对市场主体尤其是企业家信心的高度重视,让我们倍感振奋,深受鼓舞。

这次企业家座谈会再次指出,要充分发挥国内超大规模市场优势,逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,提升产业链供应链现代化水平,大力推动科技创新,加快关键核心技术攻关,打造未来发展新优势。

现在人类正在经历第二次世界大战结束以来最严重的全球公共卫生突发事件。全球产业链供应链的稳定畅通受到挑战,如何克服危机?党中央提出的“国内国际双循环”这一新发展格局就是答案。国内国际双循环不仅有助于保障中国经济安全,增强中国经济发展韧劲,

为中国产业发展拓宽空间,也为全球提供了巨大的中国机遇,推动实现中国与世界的互利共赢。

联想是从中国走出去的全球化制造型企业,我们清楚地看到,“立足国内、促进国内国际双循环”在保障经济安全、拓展经济发展空间方面具有重要的价值。在疫情最初阶段,我们一方面推动国内工厂复工复产,另一方面联想在巴西、墨西哥、美国、印度、日本等地的工厂一直在正常运转。在中国市场短期受疫情影响严重的情况下,我们的海外市场需求依然强劲,就可以以海外市场需求来持续驱动国内产业链供应链的正常运行,从而减少疫情对“中国制造”的影响。

全球抗疫成为一场持久战。这场疫情促进了在线教育、在线办公、在线医疗、在线零售等新业态的发展,加速了各行各业智能化转型进程。“新基建”的加速推进,智慧经济的快速崛起,成为上半年中国经济发展的一个亮点。后疫情时代,我认为,人们在疫情特殊时期培养

起来的智慧经济消费习惯、生产和工作模式将会长期延续,所以我们要加速智慧经济发展,赋能产业升级,增强中国经济的韧性和国际竞争力。

此外,从疫情期间的实践来看,要保障产业链供应链稳定,提升产业链供应链现代化水平也迫在眉睫。过去依靠低成本的劳动力取得的竞争优势,不足以保证我们领先的位置和世界工厂的地位,所以我们要发展高端制造并逐步提升到智能制造。加大在这些方面的投资力度,推进生产制造的数字化、自动化、智能化,要把“中国制造”在全球产业链中的地位打造得更加坚实。

在这些方面,联想自身在进行很多实践,比如联想在合肥的笔记本电脑工厂,平均每天要处理5000多笔订单,其中80%都是单笔小于5台的个性化定制产品,生产具有高度的复杂性。从原料分配、生产安排、测试方法、出厂检测流程、物流发货流程等一系列环节,如何能迅速、高效地完成全流程,从而更好满

足客户需求,成为我们面临的新问题。我们凭借智能排产系统,依托人工智能算法和大数据技术,将排产的耗时从原来的人工每天6小时缩短到1.5分钟。除了智能排产,我们还应用智能生产、智能质量检测和智能供应链控制塔等数字化、智能化管理系统,通过端-边-云-网-智架构的协同,大幅降低了运营成本,提高了运营效率与质量。现在,平均不到一秒钟就有一台笔记本电脑从生产线下线,真正实现了从大规模批量生产向小规模个性化定制的转变。

将来生产车间会用更多的机械臂、机器人,也都需要大量投资。最近,我们在深圳决定投资3亿美元,建立最现代化、智能化的工厂。我们不仅希望自己成为智能化的表率,也希望将来能有机会为更多的制造型企业提供支持,带动他们的自动化、数字化、智能化。只有这样,才能让中国制造立于不败之地。(作者系联想集团董事长兼CEO)

2020年,新冠肺炎疫情让中国外贸又一次经历考验。其间数字化贸易为中小企业活下来、活得更好提供了更多可能性。近日,阿里巴巴国际站推出的“跨境大咖说”栏目邀请数字化转型外贸企业代表做客访谈,解密如何危中寻机,布局全球。

山河智能是长沙工程机械产业代表企业,位居全球工程机械企业50强榜单第34位,世界挖掘机企业20强。面对疫情下外界对工程机械营销受阻的质疑,山河智能装备集团国际营销公司副总经理李莎认为:“今年1至6月集团出口整体跟去年持平,且在欧洲和美国这两个区域同比增长近30%。”李莎说,集团的全球化布局战略在这次疫情中贡献了重要力量。因为山河智能在欧洲、美国和东南亚等十几个国家和地区成立海外子公司,招聘当地员工,在当地建立配件库并由当地服务人员配送,加之还有现货贸易的一些库存,才造成逆市上涨的情况。

同一时期,山河智能利用互联网开放、快捷、透明的特点,通过直播,第一时间将国内真实情况传递给海外代理商和客户,避免海外客户被误导,或者担心产品交付问题。面对业内以“有色眼镜”看待直播,李莎认为,直播作为一种新媒体形式,其功能并不只是带货,还可以传达企业以及货物的信息。

而山河智能不仅利用互联网这种新型工具拓展市场、推广品牌,还在工业数字化以及信息化方面进行布局。比如李莎提到,集团设有独立的互联网推广部门,企业内部的数字化和企业外部营销的数字化都通过该部门来实现。“去年公司高管团队共同去杭州参观阿里巴巴总部,想把互联网的思维带到传统的工程机械行业当中。”她说,如今,公司在阿里巴巴平台上的商机转化率高于同行的平均水平,小有所成,以后会更加深入地探索工业行业的数字化规律。

作为新环境下长沙工程机械企业尝试创新突破的典型,湖南优钻工程科技有限公司创始人、总经理申德义说,公司在疫情期间主要是两手抓。一方面加强产品知识培训和营销技能学习,进车间、下工地,采取各种各样的方式拍一些短视频,做产品直播等。

有数据显示,当视频、文字和图片同时展示的时候,视频的点击比率大约占到72%,文字和图片可能只占到30%。申德义认为,其实无论是数字化贸易还是传统贸易,它的本质不变,只是呈现的方式不同,从1.0模式文字版,到2.0模式的图文版,再到现在的3.0视频版本,企业跟客户之间的距离愈发拉近,也愈发能真实地展现产品。“数字营销很好地解决了交易中的信赖问题,因为信赖是成交的前提,信赖有了,成交就水到渠成了。”申德义这样理解。

另一方面是抓数字化创作。“我认为B2B、B2C未来的商业形态很可能就是F2C(factory to customer),把直播间直接搬进车间,客户想要什么,就直接生产什么。”申德义认为,在数字化平台上进行数字化贸易流转,能够使整个数字化供应链当中的角色产生更大的收益。企业把现有的一些产品线信息流转到数字化贸易的供应链上面,通过精简中间商、经销商等部分原先供应链中的环节,让客户通过工厂直接下单订货,实现量身定制,削减了不必要的成本,最大程度让利给客户。这样不仅客户得到了实惠,工厂也得到了更大的推广效应。“面对疫情,线下商机锐减,一个摆在面前的事实是数字化不再只是企业发展的辅助线,而是成为了生命线。”申德义说。

数字化转型小有心得
工程机械企业有话要说

本报记者 张海粟

中国玩具业 借力电商积极出口

中国是世界最大的玩具生产和出口国,中国玩具业也受到疫情影响。与此同时,新冠肺炎疫情期间,中国玩具网上销售不仅没有下降反而增长迅速。

广东省玩具协会会长李卓明日前介绍说,随着中国新冠肺炎疫情逐步缓解,4月开始中国国内玩具销售率先显现回暖态势,儿童节前甚至出现了销售小高潮。

据悉,新冠肺炎疫情期间,不少家庭为使孩子安心居家往往会在网上购买玩具,导致积木拼插类玩具、玩偶、童车等产品在电商平台较为畅销。中国主流电商平台“淘宝”“天猫”“京东”等,今年一季度的玩具销售数据明显增长,“京东”更得益于其自身有较强的产品投送能力,销售同比上升55.2%。

今年新冠肺炎疫情暴发,促使更多的民众消费习惯改变,预计未来玩具网上销售占比会进一步提高。

据悉,世界玩具市场上超过70%的产品由中国制造。今年上半年中国玩具同比下降9%。广东玩具产能占全中国七成,7月,广东省玩具协会调研显示,受访企业63.6%反馈订单不足。

为了打破困局,玩具企业积极寻找突破口,发力跨境电商领域。不但传统跨境电商平台阿里巴巴、亚马逊、eBay、速卖通等的玩具销售大幅增长,新型电商渠道诸如脸书、抖音、微信、微博等也异军突起,有企业通过网络一分钟就卖出1万套积木。

李卓明认为,中国玩具产业历经几十年的发展,在产业链配套、劳工素质、生产工艺技术、管理制度等方面积累了雄厚的优势,相信一定可以成功转型升级。

(郭军)



目前,有“中国玻璃城”之称的河北省沙河市以大型玻璃企业为抓手,制定并落实各项惠企政策,在加强信贷支持、降低融资成本、减轻企业负担等多方面对企业进行帮扶,保证国内外订单供应。图为河北省沙河市一家玻璃生产企业的工人在车间内查看生产线运转情况。

新华社记者 牟宇 摄

上海建设全球金融中心要练好三项基本功

■ 本报记者 刘国民

球人民币资产配置中心”这一目标定位。周诚君支持这一定位,他分析说,全球投资者持有6.78万亿人民币资产,但这些人民币资产主要集中在上海,还有一部分在香港,并非广泛分布在全球各地。“这样一来,纵然有数十个国家的中央银行到上海购买并持有人民币资产,并且有能力派出工作人员常驻上海,只是全球很多投资者不熟悉人民币资产,让这些中小投资者飞到上海开户不方便也不现实。但是人民币资产3%的回报率比较可观,全球各地投资者都看好人民币资产。”周诚君说,所以人民币国际化向前发展

一定要做到使人民币资产分布在全球各地,方便各国投资者购买持有,而不是集中在上海。在支持大投行来上海投资人民币资产的同时,不应反对各国中小投资者在本国投资人民币资产。

在周诚君看来,这和上海建设人民币资产配置中心不矛盾,因为人民币资产最终的托管、结算一定来自中国大陆,上海确实需要相关基础设施支持,为结算能力提供保障,方便企业和机构进行套期保值,防范汇率风险。

其次,上海如何扮演全球人民币流动性管理中心角色。周诚君介

绍说,很多跨国公司包括中资跨国企业持有大量人民币头寸,需要对人民币头寸进行管理,这在企业内部叫“司库”。大型跨国公司司库大多不在中国大陆,很多企业的司库设在香港、东京、伦敦、纽约等地,这和我国资本账户开放程度有限有关。“中资企业当然希望将资管中心放在大陆,因为无时差,没有语言障碍,对本国法律也更熟悉。从节省成本、保障资金安全考虑,要推动跨国公司把司库放在中国大陆比如上海,这一领域的资金量很大,利润比较可观。”周诚君建议,上海要注意将“成为大型跨国公司司库中心和

资管中心”作为自己的重要发展目标,在国际产业链重构中调整自己的位置,向价值链上游跃迁。

第三,上海要注意多去尝试境内离岸业务。周诚君分析说,司库中心、资管中心的建设需要一系列法律法规支持,离岸意味着在规则、标准等方面对标国际,和国内现有管理规定不同,比如阿斯塔纳国际金融中心的官方语言是英语,用英文签署文件。

“上海的FT账户确实进行了一些小范围的尝试,但有其缺点,以此支持国际金融中心建设还显得不足。”周诚君建议,上海如果想更好地对标国际,就要进行相对隔离,多进行离岸尝试。要更加重视离岸金融中心建设,增加离岸设施和离岸产品,多进行压力测试,为下一步的金融开放提供方向。

国际商情

巴西将部分太阳能设备列入零关税清单

据《环球报》报道,巴西政府日前发布官方公报,将部分进口太阳能设备列入零关税清单,免税期限至2021年底。巴西太阳能发电技术设备主要来自中国进口。近期雷亚尔大幅贬值增加成本,这一措施可增强当地制造企业的竞争意识。

巴基斯坦贸易商盼扩大园林种植业出口

据巴基斯坦《论坛快报》报道,巴基斯坦可持续发展政策研究会近日举办出口促进研讨会,呼吁政府扩大对园林种植行业出口的支持。行业企业表示,国际园林种植市场需求很大,巴园林种植行业具备自身优势,拥有巨大出口潜力。疫情对该行业造成了严重影响,政府需要加强扶持、扩大出口,企业希望政府在高科技种植、高附加值产品研发、产品加工等方面对该行业予以支持。(本报编辑部综合整理)

日前由广州市社会科学院主持编写的《广州经济发展报告(2020)》(以下简称《蓝皮书》),专门分析了广州市花都皮革皮具市场这一国家级市场采购贸易方式试点的发展现状,并探讨了其下一步的创新方向。

《蓝皮书》介绍说,作为第三批市场采购贸易方式试点,广州市花都皮革皮具市场目前试点集聚区占地面积约2000亩,包括狮岭(国际)皮革皮具城、狮岭皮革五金龙头市场、圣地环球商品贸易港、富力环球商品贸易港等区域。三年多以来,市场采购贸易试点也对广州建设国际航运枢纽、航空枢纽和物流中心形成有力的支撑。实践也证明,广州组织外贸企业开展市场采购出口业务在稳外贸方面发挥了重要作用,且市场采购贸易方式极大地促进了广州小商品销往世界各地。商务部、海关总署领导曾多次来广州市调研市场采购贸易方式试点推进情况,对广州试点的创新做法和经验给予充分肯定。

同时,《蓝皮书》也清醒地认识到花都试点发展存在的问题。在这些问题中,首当其冲的是疫情冲击。广州市商务局会同有关单位走

访狮岭(国际)皮革皮具城、广州万菱广场等两个积极参与市场采购贸易方式试点的外向型专业批发市场,并调研两个专业市场内的93家商户。调研结果显示,2020年3月中旬以来,在外国疫情暴发的二次冲击下,外向型专业批发市场承压明显,并面临在手订单多受影响,新增订单锐减、出口订单难以到岸、库存压力增大、资金持续紧张、专业市场客流量下降、运营压力剧增等困难。

监管政策也有待改善。《蓝皮书》认为,市场采购试点作为新业态有别于传统的贸易方式,其在实际业务开展过程中难以达到现行法规的管理要求。企业往往存在顾虑,参与试点的意愿不强。

市场集聚区范围亟须扩大也是《蓝皮书》指出的问题。根据试点工作实施方案,除佛山、中山两个试点以外,广东省内包括广州、汕头、河源、肇庆、江门等地市开展市场采购贸易方式出口业务的适用区域均为广州花都皮革皮具市场,市场采购出口商品必须经在认定的市场集聚区内采购。因此,开展市场采购贸易出口业务的外贸公司必须在花

都区市场集聚区内注册商户。但从实际情况看,参与市场采购的外国客商更多的是集聚在广州市中心城区,目前仅花都区有试点市场,越来越难以满足全市小商品出口需求。另外,试点范围的局限性不仅增加了参与主体的经营成本、时间成本,也增加了开展源头追溯、风险控制、贸易便利等方面工作的难度,导致试点政策红利大打折扣。

为解决存在的问题,摸索未来的创新方向,《蓝皮书》建议:

加强部门监管协作,加快编制试点长远发展规划。建立健全企业管理体系,各部门实现信息共享,建立“黑白名单”制度,在严格惩罚违规企业的同时,为守信、守法经营企业提供通关便利等方面支持,重点培育如万菱广场、圣地环球商品贸易港、中港皮具城等专业批发市场,引导其通过市场采购贸易试点实现内外贸一体化发展;培育市场采购、综合服务企业,组织更多外贸主体、市场实体商户参与市场采购出口贸易。围绕“国际商贸中心”的定位,推动专业市场转型升级,提升国际化水平,带动更多的“广货”走向国际市场。

发展“互联网+市场采购”,为市场转型升级提供方案。推动专业批发市场发展“互联网+市场采购”新模式。加强多方经营主体、多个监管部门以及市区商务部门等方面的对接,与其他国家贸易促进机构沟通合作,为传统专业批发市场、外贸企业、实体供货商户提供跨境电商电子商务客户和贸易机会,破解产业链瓶颈,消除疫情期间看样本、成交、物流运输等外贸出口障碍。研究推动搭建直播渠道及线上展会平台,给予积极参与市场采购贸易方式试点的专业批发市场、实体供货商户一定的支持。

推动成立行业协会,为各经营主体提供服务。推动成立广州市市场采购贸易行业协会,引导其发挥桥梁纽带作用和政策宣传作用,制定广州小商品价格指数,制定行业规范、加强行业自律。通过协会集聚对接更多优质外贸企业、物流企业、报关企业进入业态链条,引导和帮助更多专业批发市场及场内实体商户参与试点。

发挥政府引导作用,科学制定补贴政策。在加强联合监管的基础上,立足长远科学研究制定财政支

持政策,坚决杜绝和严惩个别不法企业骗取财政补贴行为。从现阶段对物流费用的补贴,逐步转变为对实际参与市场采购贸易方式试点的专业批发市场、外贸综合服务企业、市场实体供货商户、真实收结汇商户等各方实际经营主体的支持引导,切实做到为多方主体降费减负,提高其参与试点的积极性。

积极扩展市场集聚区,打造广州试点新模式。充分发挥广州专业批发市场众多、小商品种类齐全的优势,争取商务部、广东省商务厅等部门支持,扩大广州市开展市场采购贸易试点范围,由花都皮革皮具市场扩展至外向度高、专业市场软硬件基础好、条件成熟的越秀区、荔湾区、白云区等其他专业批发市场。在专业市场转型升级、丰富外贸功能的基础上,通过更加优化的市场采购贸易模式,破解部门监管方面难题,同时促进内外贸融合发展,让市场采购的贸易流程、小商品出口价格、收汇需求等回归真实,让外国客商能够更加安心、便捷地采购到所需商品,让更多实体商户能够更加轻松地上线参与市场采购贸易。