

技术加持 京东服务“云上服贸会”

■ 本报记者 刘禹松

9月4日,2020年中国国际服务贸易交易会在北京开幕。本届服贸会首次实现了线上线下相融合的“科技办会”新模式。除了线下展会外,以互联网技术打造的云上服贸会,在为全球1.8万家参展参会企业与机构提供优质会展服务体验的同时,更展现出数字技术为服务贸易和会展经济带来的创新突破。

6月16日,服贸会数字平台上线仪式在京东集团举行。北京市筹办与服务保障领导小组办公室宣布,携手京东集团及旗下京东智联云全力打造云上服贸会数字平台。京东集团作为本届服贸会的战略合作伙伴与官方技术服务商,为大会提供全方位的数字化、智能化技术与服务保障。

“云上服贸会”作为整个服贸会的技术底座,为各组展机构、参展商搭建统一的用户平台,提供会议管

理、直播、洽谈签约、大数据分析等服务;对已有独立网站的专题版块,做系统打通,实现数据互通、数据共享。北京市筹办与服务保障领导小组办公室表示,“云上服贸会”适应会展业线上线下融合发展大趋势的客观要求,有助于服贸会全面数字化、智能化升级。

京东集团技术委员会主席、京东智联云总裁周伯文表示,京东集团秉承“打造一场云展会、积累一个新平台、引领一轮新经济”的理念,聚力打造“云上服贸会”,推动“会展新基建”的蓬勃发展。

据京东集团相关负责人介绍,京东智联云为服贸会打造的“云上服贸会”数字平台,是基于云计算、人工智能、大数据、物联网、5G等前沿技术,为全球参展参会企业与机构提供全场景、全覆盖的数字化功能服务和技术保障;整合了北京文

博会、旅博会、金博会、冬博会、机器人大会等重要展会和内容,围绕服贸会“1+8+N”(1个综合展区加8个行业专题展区加若干功能服务区)的展会新模式,实现了云上“展、论、洽”三大会展核心场景的技术创新。

“京东智联云对服贸会的线上线下融合,绝非是将线下展览简单‘复制’到线上,而是围绕‘展、论、洽’三大核心场景,突破时间、空间、语言限制,对展览展示、论坛会议、洽谈签约及运营管理等全业务流程进行全面的数字化、智能化重构。”该负责人说。

在“展”的方面,“云上服贸会”通过平面+3D虚拟单体展台结合,提供看得见的智能体验,突破空间限制。在“论”的方面,“云上服贸会”通过视频直播、视频会议等方式,实现“云上”会议的多模式调配,

支撑线上线下融合参会,突破地域空间限制。在“洽”的方面,“云上服贸会”通过即时通信、视频洽谈、在线翻译、智能客服等多种工具,搭建云端虚拟洽谈间,实现无障碍的私密洽谈及高效安全的电子签约。

与此同时,京东智联云还为数字平台提供了网络安全重保,从应急预案及演练、现场安全保障、远程在线保障、联动响应机制四个方面,为“云上服贸会”全程保驾护航。此外,京东智联云利用大数据技术进行智能挖掘与商机匹配,实现展商与采购商之间的高效连接。

据了解,作为以供应链为基础的技术与服务企业,技术始终是京东发展的基石。仅今年上半年,京东集团技术研发投入就达到75.4亿元,连续多个季度成为中国企业中对技术投入最多的公司之一。



随着马来西亚国内新冠肺炎疫情逐渐得到控制,位于首都吉隆坡市中心的中国文化中心近日开始以丰富多样的形式举办文化交流活动,并加入迎中秋的内容。
图为马来西亚吉隆坡中国文化中心的老师指导学员学习中国画。

新华社记者 朱炜 摄

世行中国局局长芮泽：中国服务业市场前景广阔

本报讯 在2020年中国国际服务贸易交易会举行之际,世界银行中国局局长芮泽表示,中国放宽服务业市场准入的一系列举措广受欢迎,服务贸易的开放将推动中国经济实现高质量发展。

当前,服务贸易在全球贸易中的重要性日益凸显。服务贸易增速高于货物贸易,已成为国际贸易中最具活力的组成部分。“随着全球中产阶层壮大以及人口结构的变化,对旅游、金融、教育和卫生等领域服务的需求日益增长。服务贸易也在制造业的研发、物流、市场营销、售后服务等环节发挥重要作用。”芮泽表示。

中国是世界第一大货物贸易国,也是全球服务贸易增长的重要贡献者。据统计,过去15年中国服务出口年均增长9%,比同期全球平均增速高2.9个百分点;中国服务进口累计4.5万亿美元,对全球服务进口增长贡献率达到12.9%,累计拉动全球服务进口增长10.4个百分点。芮泽指出,中国的服务进口主要包括旅游、运输、保险和咨询服务等,在为国内消费者提供更多选择、降低成本的同时,也提高了中国企业的生产力。“中国积极开放服务贸易和投资,对促进服务业和制造业发展意义重大,将有助于企业向全球价值链上游转移,实现持续增长。本届服贸会的举办将推动这一进程。”

中国采取一系列举措扩大服务业开放,取消了国际海运、金融等领域的外资准入和股比限制。本届服贸会上,中国宣布将积极顺应服务贸易发展实际需要,推动多边、区域等层面服务规则协调。芮泽表示,作为全球第二大经济体,中国采取具体措施降低服务贸易壁垒,推动货物和服务贸易、投资更加开放令人鼓舞,有助于与世界市场建立更紧密的联系。

疫情防控期间,以“云经济”“宅经济”为代表的新服务业态不断涌现。芮泽认为,数字经济的蓬勃发展为中国经济应对疫情冲击提供了有力支撑。“作为世界最大的电子商务市场之一,中国服务业市场前景广阔。随着中国进一步扩大开放,推进服务贸易便利化,中国市场潜力有望进一步挖掘。”

(王慧)

专家认为人民币升值是大趋势

本报讯 对于人民币汇率、人民币国际化,多位专家近日在2020全球财富管理论坛——后疫情时代的财富管理上表示,人民币升值是大趋势,人民币和美元“双坚挺”现象可能出现,新兴经济体货币在向人民币靠拢。未来人民币国际化的核心在于实现多边使用。

中国人民银行参事室主任纪敏认为,在迈向高质量发展的过程当中,人民币会形成新的持续升值大趋势。人民币升值原因从原来的劳动生产力提升变成了中国的资本、技术所带来的全要素生产力的提升。

中国人民大学副校长刘元春表示,表面来看,人民币肯定会升值,但也要认识到,在世界经济体系中,风险升高时中心国家的货币往往会持续坚挺,因此如果下一步疫情的变化以及经济复苏的状况不好,可能会出现人民币和美元“双坚挺”的现象。另外,近期所出现的新现象值得注意。一是很多新兴经济体的货币开始向人民币靠拢,联系度不断增强。二是人民币实际汇率有效上扬,但是在某种程度上是补充性的,2015年以来人民币实际贬值幅度在10%左右。从中期角度来看,我国的疫情防控和经济增长状况大概率会继续维持人民币坚挺。三是人民币汇率的变化不是简单来自于传统的经济问题,更来自于传统的安全问题和非传统的安全问题,这两大问题所带来的黑天鹅效应对于预期的冲击更为关键。

(赵白执南)

遗失声明

李屯吾(身份证号:110108193410013433)不慎遗失承租证,地址:北京市朝阳区大黄庄南里10号楼5号门201号。

特此声明作废。

2020年9月8日

代言工商 COMMERCE

技术加持 京东服务“云上服贸会”

■ 本报记者 刘禹松

博会、旅博会、金博会、冬博会、机器人大会等重要展会和内容,围绕服贸会“1+8+N”(1个综合展区加8个行业专题展区加若干功能服务区)的展会新模式,实现了云上“展、论、洽”三大会展核心场景的技术创新。

“京东智联云对服贸会的线上线下融合,绝非是将线下展览简单‘复制’到线上,而是围绕‘展、论、洽’三大核心场景,突破时间、空间、语言限制,对展览展示、论坛会议、洽谈签约及运营管理等全业务流程进行全面的数字化、智能化重构。”该负责人说。

在“展”的方面,“云上服贸会”通过平面+3D虚拟单体展台结合,提供看得见的智能体验,突破空间限制。在“论”的方面,“云上服贸会”通过视频直播、视频会议等方式,实现“云上”会议的多模式调配,

支撑线上线下融合参会,突破地域空间限制。在“洽”的方面,“云上服贸会”通过即时通信、视频洽谈、在线翻译、智能客服等多种工具,搭建云端虚拟洽谈间,实现无障碍的私密洽谈及高效安全的电子签约。

与此同时,京东智联云还为数字平台提供了网络安全重保,从应急预案及演练、现场安全保障、远程在线保障、联动响应机制四个方面,为“云上服贸会”全程保驾护航。此外,京东智联云利用大数据技术进行智能挖掘与商机匹配,实现展商与采购商之间的高效连接。

据了解,作为以供应链为基础的技术与服务企业,技术始终是京东发展的基石。仅今年上半年,京东集团技术研发投入就达到75.4亿元,连续多个季度成为中国企业中对技术投入最多的公司之一。

深化商事制度改革 激发企业活力

9月4日,国新办举行国务院政策例行吹风会,国家市场监督管理总局副局长唐军等介绍深化商事制度改革激发企业活力有关情况,并答记者问。

商事制度改革是党中央、国务院作出的一项重大决策部署,是深化“放管服”改革的先手棋和突破口。目前,“证照分离”改革已在18个自贸试验区开展全覆盖试点,29个省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团开通了企业开办“一网通办”平台,全国企业开办时间压缩到5个工作日以内。企业注销推行“一网通办”和多部门协同,在很大程度上缓解了企业注销难的问题。

部门联合“双随机、一公开”监管持续推进,有35个领域、74个事项实施了跨部门联合抽查。对“老赖”的限制累计已达50多万人次,包括企业法定代表人、高级管理人员,相关信用监管作用得到进一步发挥。

在市场主体方面,从总量上看:截至7月底,全国登记注册的市场主体已经达到1.32亿户,其中企业达到4110.9万户,分别比去年年底增长6.7%和6.5%。从增量上看:1至7月,市场主体每天平均新增6.4万户,其中企业平均每天增加2.1万户,净增1.1万户。

“商事制度改革有利于激发

社会创业热情,也有利于激发市场活力。”唐军说,从全国范围看,还有一些问题亟待解决,主要是“准入不准营”的现象依然存在,宽进严管、协同共治能力仍需强化。

“我们将重点从5个方面进一步深化商事制度改革。”唐军说。

推进“证照分离”改革区域和事项全覆盖。区域全覆盖,就是从原来的18个自贸区试点扩大到全国。事项全覆盖,就是既包括中央事项,又包括地方事项。要出台全国版清单,把在自贸区试行的改革举措在全国复制推广。要研究自贸试验区版清单,要有新的举措,要更有力。

www.chinatradenews.com.cn

2020年9月8日 星期二

2020 中国仲裁高峰论坛

China Arbitration Summit 2020

“同呼吸,共命运-疫情下争议解决的全球革新与发展”

中国国际经济贸易仲裁委员会(CIETAC)
国际投资争端解决中心(ICSID)
中华全国律师协会(ACLA)

送制作

推动工业绿色发展

■ 韩鑫

前不久,工业和信息化部公布过去5年我国工业绿色发展成绩单,一项项数据十分亮眼。2016年至2019年,规模以上工业企业工业增加值能耗累计下降超过15%,相当于节能4.8亿吨标准煤,节约能源成本约4000亿元,同期,单位工业增加值二氧化碳排放量累计下降18%……经过不懈努力,我国制造业不仅为生态环境改善和能源资源节约作出积极贡献,更蹚出了一条破解资源环境瓶颈约束的绿色发展之路,实现了经济效益和环境效益的双赢。

在全球范围内,发展绿色经济已是大势所趋。工业是实体经济的主要载体,实现绿色发展意义重大。从供给侧看,经济发展中不平衡不充分的结构矛盾,症结在工业、难点在工业,突破点也在工业。当前,以钢铁、水泥等为主的传统高耗能行业在工业中的占比仍然较高,但其对经济的拉动效应正逐渐减弱,只有将先进的绿色工艺技术、管理理念注入传统产业,建立低耗高产的制造体系,才能使之焕发新的活力。从需求侧看,满足人们不断增长的对绿色安全等高品质产品的消费需求,同样离不开工业体系绿色发展水平的提升。大力推动工业绿色发展,才能补上供给能力不足的短板。

近年来,为引导工业绿色发展,我国不断完善相关配套政策,助推工业企业绿色转型驶入快车道,绿色产品供给能力大幅提升。据统计,“十三五”期间,全国提前出清1.4亿吨“地条钢”产能,为产业转型升级腾出新空间;累计推广绿色产品近2万种,拉动了绿色消费增长。但总体上看,我国工业低水平产能过剩问题仍然突出,产业创新能力有待进一步提高。如今,资源能源利用效率、绿色制造水平已成为衡量国

家制造业竞争力重要因素。在这种背景下,加快制造业绿色转型时不我待,必须着力挖掘绿色增长潜能,培育制造业竞争新优势。

推动工业绿色发展,要转变观念,辩证看待发展与绿色的关系。对企业来说,设置一条约束能耗、控污减排的红线,可能会在短期内影响经济效益,尤其今年受新冠肺炎疫情影响,一些工业企业开工率不足,工业增加值增速放缓甚至出现负增长。但以发展的眼光看,全面推行绿色制造,加快转变增长模式,才能为企业开辟新的增长点。例如,投资节能减排设备,长远来看能为企业降低生产成本;上马循环经济项目、变废为宝,可以创造新的市场机遇;践行绿色发展理念,有助于提升企业的品牌价值。贯彻新发展理念,坚持绿色发展方式,工业企业才能在市场竞争中站得稳、行得远。

推动工业绿色发展,要产业联动,借助产业链和工业园区形成合力。应当看到,我国工业绿色转型虽已取得一定成效,但仍处在爬坡过坎的关键阶段,犹如逆水行舟,不进则退。巩固绿色发展成效,挖掘绿色增长空间,不能靠单打独斗,必须协同互助、共同推进。纵向看,龙头企业率先实现绿色转型,有利于带动上下游企业加快绿色发展步伐,推动整个产业链绿色协同发展。横向看,工业园区应充分发挥责任主体作用,管理与服务并重,让绿色制造以园区为轴心向四周辐射。

绿色发展是构建现代化经济体系的必然要求,是解决污染问题的根本之策。回顾过去5年,我国工业绿色发展成效显著,有力支撑了经济可持续发展 and 生态文明建设。面向未来,仍需保持定力、久久为功,加快绿色步伐,为工业企业转型升级提供坚实的创新支撑与资源保障。

(齐志明)

中医药出海“乘风难破浪”

■ 高博 杜一方

以岭药业总经理吴相君表示,这标志着公司具备了在吉尔吉斯斯坦市场销售连花清瘟胶囊的资格,也将对其拓展海外市场带来积极影响。截至目前,连花清瘟已在加拿大、印度尼西亚、莫桑比克、巴西等10余个国家和中国香港及澳门地区获得上市许可。

作为疫情防控的一大亮点,中医药在中国抗疫过程中发挥了显著作用。与此同时,海外对中医药参与抗疫的需求与关注也在与日俱增,这为中医药进一步拓展海外市场提供契机。

安国聚药堂药业有限公司董事长马占江说,今年第一季度,公司中药饮片销售额达1.3258亿元,同比增长17%。受疫情影响,韩国某株式会社共同公司订了4集装箱价值约250万元的中药提取物。

“跋山涉水” 中医药遭遇“落地难”

中医专家指出,目前海外疫情尚未看到明显转机,这在一定

程度上给中医药提供了推广窗口,也为之提高海外市场份额创造了新契机。但目前中医药出海依旧面临“落地难”,要纳入西方国家基础医疗保险障碍重重,药品理念、法律法规、文化差异等成为中医药出海落地的绊脚石,挑战与机遇并肩同行。

拿以岭药业为例,虽然连花清瘟胶囊已在多国注册上市,但在海外销售尚未形成规模。吴相君说,各国对中药产品的注册要求各不相同,严重制约了其在全球上市推广。

“中药缺乏能使西方国家认可的统一科学标准。”河北中医学院教授许庆友表示,中医药体系和西医理论体系差异较大,中药是多靶点干预,一般是多种成分混合物,化学成分和作用机制并不明确,无法在西方现有的理论下检测其药理毒理,这也是中药难以通过外国药品审批、获得国际注册药品市场认可的原因所在。

在西方主流医药市场,中药作为药品注册在美国尚未取得

零的突破,在欧盟能成功注册的也屈指可数。目前海外销售的目标客户仍以华人为主,产品也多集中于药材或者饮片,中成药大部分是通过援助等渠道进入欧美市场。

“中西方文化的差异也是中药走出国门面临的巨大挑战,海外国家对中医药不了解、不理解,而且各个国家药物注册审批法律不同,制约了中医药在全球的上市推广。”吴相君表示。

“山重水复” 何以“峰回路转”

中国工程院院士、天津中医药大学校长张伯礼表示,由于文化和医疗准入、药物标准等差异,中医药参与国际抗疫任重而道远。我国有关组织和机构已向伊朗、泰国、法国等十几个国家和地区捐赠了中成药、饮片、针灸针等药品和器械。此外,还选派中医医师赴外支援,并一直与境外相关单位、专家保持着密切联系。

许庆友认为,中医药产品走出去,关键在于要让中医药文化先走

出去,让中医药文化和治疗理念被海外人士广泛接受,中医药产品自然就容易打开海外市场。

部分业内人士表示,日韩在基础研究方面均有值得借鉴的地方。例如津村药业在药理、毒理、剂型成分分析的标准化和规范化等方面的研究中投入大量人力物力,在传承中医药精髓的同时,又科学化地将其与西医药学接轨。

由于煎煮费时、利用率低、运输成本高,“粗、大、黑”的中药饮片一定程度上难以满足当今快节奏、高效率的现代用药需求。马占江说,“体积小、易携带、服用方便的中药颗粒配方应该被鼓励研发生产,以促进地道药材的利用,这将更利于中医药走向国际。”

许庆友建议,中医不光要传承,更需要创新。可借鉴日本汉方医学的提取和生产工艺,进一步提高中医药的产品质量和市场认可度。同时,国家应加强中医药教育培养力度,努力提升中医从业人员整体素质。