

抢抓技术创新 推动企业发展

■ 本报记者 钱颖

党的十九届五中全会提出,坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位。“科技创新历来都在国家发展、人类进步中发挥着重要作用,当前和今后这个作用将会更加凸显、更加重要。”科学技术部党组书记、部长王志刚日前在中共中央就党的十九届五中全会精神举行的新闻发布会上表示。

“中国科技实力正在从量的积累迈向质的飞跃,从点的突破迈向系统能力的提升。把创新提升到核心地位,是实践发展的需要,也是科技进步的必然。”浙江大学管理学院院长魏江表示。

10月30日,国家统计局发布了2019年中国创新指数。从测算结果看,2019年中国创新指数达到228.3(以2005年为100计),比上年增长7.8%,延续较快增长态势。

“中国创新指数走势表明,我国深入实施创新驱动发展战略成效显著,创新发展新动能加速聚集,对推动高质量发展的支撑引领作用持续提升。”国家统计局社科文统统计师李胤表示。

疫情让科技创新更加必要与紧迫。三元股份副董事长、总经理张

学庆表示,面对不断变化的市场,企业应通过科技创新及营销创新加大品牌影响力,主动寻求创新变革,努力实现突破增长,提升整体运营能力,提高技术创新能力、竞争力和可持续发展能力。

“技术创新是一个抓手,也是公司需要重点推动的方向。要想实现技术创新,企业的创新思维一定要接轨世界前沿。”泰晶科技董事长喻信东说,通过长期的技术革新和生产工艺的改进,近年来,企业在晶振领域取得了一系列拥有自主知识产权的设备。目前,公司传统晶体产品自动化生产主要设备全部为自主开发。未来将继续重视科技创新,拿出扎实的精品产品,朝着符合产业发展趋势的方向发展。

“知识产权在促进创新成果转化成为现实生产力的过程中发挥着关键作用。”恒信知识产权法律中心负

责人周蕊在接受《中国贸易报》记者采访时表示,知识产权有效保护了创新成果,激励研究人员再投入,开发出新的技术,形成良好的创新循环。要让创新真正落实到创造新的增长点,就应提高对科学创新的重视,保护知识产权,从而提高我国企业的国际竞争力。

有科研精神和创新思想的高科技人才是建设创新型国家的中中之重。十九届五中全会提出,面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康,深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,完善国家创新体系,加快建设科技强国。要强化国家战略科技力量,提升企业技术创新能力,激发人才创新活力,完善科技创新体制机制。

魏江表示,要激发调动广大科技人员和创新主体的积极性、创造

性,加快走出一条从人才强、科技强到产业强、经济强、国家强的创新发展新路径。

周蕊表示,加强知识产权保护是尊重创新人才的基础。在科技人才、创新人才培养上,我们应形成有战略性、全局性的专业人才培养体系,从满足人才自身价值需求出发,创造良好的成长环境,加强知识产权复合型人才培养,为创新驱动发展增添动力。

“当前,中国的科技创新和发展越来越离不开世界,世界的科技进步也越来越需要中国。一方面,我们要提高自主创新能力,办好我们的事情,因为关键核心技术是要不来、买不来的。另一方面,我们也希望学习借鉴更多的国际先进经验,同时向世界分享更多的中国科技成果,在应对全球性挑战中贡献更多的中国智慧。”王志刚说。



11月3日,达飞托帕兹(CMA CGM TOPAZ)号集装箱轮靠泊宁波舟山港金塘港区大浦口集装箱码头,在海关的监管下进行1852标箱的装卸作业。舟山海关监管数据显示,大浦口集装箱码头10月份海关监管进出境船舶98艘次,同比增长4.3%;监管进出境集装箱71856标箱,同比增长40.6%。

中新社发 姚峰 摄



前三季度轻工业利润增速转正

本报讯 中国轻工业联合会11月2日对外公布前三季度我国轻工业经济运行情况。数据显示,1至9月,轻工行业规模以上工业企业10.76万个,完成营业收入13.66万亿元,实现利润总额9036.09亿元,同比增长2.7%,高于全国工业利润增速5.1个百分点。行业营业收入利润率为6.6%,高于同期全国工业利润率0.7个百分点。

“前三季度,我国轻工行业生产继续恢复,市场逐步复苏,利润增速由负转正,总体呈现出向好恢复的状态。”中国轻工业联合会会长张崇和说。

生产与市场逐步复苏。看生产,9月,在国家统计局统计的92种轻工产品中,产量正增长的品种为63个,增长率为68.5%。看

市场,1至9月,轻工相关10种消费品零售总额41289亿元,占社会消费品零售总额的15.1%,增速高于社会消费品零售额增速6.6个百分点。

出口降幅持续收窄。前三季度,随着外需市场有所恢复,轻工行业出口降幅逐月收窄。1至9月,轻工8种重点商品出口额2465.7亿美元,同比下降0.14%,降幅较1至8月收窄2.76个百分点。

特别需要指出的是,轻工行业利润恢复加快,1至9月利润累计增速实现年内首次由负转正,成为轻工行业经济运行的一大亮点。尽管市场需求仍待改善,但随着企业复工复产市场疏堵进程加快,轻工行业经济运行总体保持复苏改善态势,今年四季度发展前景可期。(韩鑫)

企业海外形象高峰论坛举办

本报讯 近日在京举办的2020·中国企业海外形象高峰论坛上,近150家中国企业共商海外形象建设之路,助力构建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。

本届论坛主题为“携手合作命运与共”,由中央宣传部、国务院国资委、全国工商联指导,中国外文局主办,中国报道杂志社、中国外文局国际传播文化中心承办,中国公共关系协会企业委员会协办。

国务院新闻办副主任、中国公共关系协会会长郭卫民表示,在各种全球性问题多重影响之下,在应对全球性挑战中,要坚定“走出去”的步伐,坚持文化自信,坚守命运与共的信念。

全国工商联副主席李兆前认

为,广大民营企业应以更高水平、更宏大视野探索海外形象建设新路径;积极参与国家重大战略,全面融入新发展格局;加快全产业链战略布局,提升核心竞争力;积极履行社会责任,加大国际传播影响力。

为更好地向世界讲述新时代央企故事,提升中华文化国际影响力,国务院国资委与中国外文局签署了战略合作协议。双方将发挥优势,携手合作,共同丰富国际传播内容、拓展国际传播渠道、提升国际传播能力、培育国际传播力量。

本届论坛发布的《中国企业海外形象调查报告2020·“一带一路”版》显示,中国经济发展对全球和地区及本国经济发展带来积极影响成为共识。

(辛华)

打通境内外两个市场,降低中小外贸企业融资成本——

跨境人民币贸易融资转让服务平台上线

本报讯 上海票据交易所建设的跨境人民币贸易融资转让服务平台于近日上线。该平台是为境内外金融机构提供跨境人民币贸易融资相关服务的综合性数字化平台。平台首批参与机构共64家,其中境内机构24家、境外机构40家,覆盖15个国家和地区。

今年2月份,《关于进一步加快上海国际金融中心建设和金融支持长三角一体化发展的意见》明确提出,研究推动依托票交所及相关数字科技研发支持机构建立平台,办理贸易融资资产跨境转让业务,促进人民币跨境贸易融资业务发展。

近年来,人民币跨境使用保持快速增长,特别是今年以来,在新冠

肺炎疫情冲击全球贸易、金融及经济的背景下,人民币跨境使用仍保持韧性并呈现增长。中国人民银行发布的《2020年人民币国际化报告》显示,2019年银行代客人民币跨境收付金额合计19.67万亿元,同比增长24.1%,收付金额创历史新高。人民银行在对超过3300家境内外工商企业及金融机构使用人民币情况的市场调查显示,2019年,约有69%的受访境外工商企业打算使用人民币或进一步提升人民币使用比例,这一占比接近历史最高水平。

在此背景下,加快跨境人民币业务创新,丰富跨境人民币业务产品体系,满足市场参与主体多元化的业务需求是大势所趋。但是,传

统跨境贸易融资二级市场采用线下询价、一对一交易的模式,价格不够透明,交易效率不高。跨境人民币贸易融资转让服务平台的投产上线,成功将分散的市场主体集中于一处,通过线上对话报价、标准化电子成交单和交易主协议,显著提高了市场主体间信息传递效率和交易效率。

同时,该平台引入基于区块链的分布式数据存储、共识机制和加密算法等,实现物流报关信息、融资信息等数据的共享比对,核实底层贸易的真实性,从而有效防范虚假贸易、重复融资风险,缓解传统跨境贸易融资中常见的信息不对称等问题。

上海票据交易所党委书记、董事长宋汉光此前表示,通过贸易融

资资产跨境转让平台,国外的人民币能够回流、形成循环,这对人民币国际化起到了推动作用。跨境平台的建设为推进上海跨境投融资服务中心、人民币资产结算中心的形成起到了3点作用:一是提供统一的线上转让渠道,提升跨境人民币贸易融资资产的流动性,促进人民币的国际使用;二是与国际贸易单一窗口连接,实现海关等监管部门信息共享,有效解决当前贸易融资过程中信息不对称等问题;三是打通境内外两个市场,推动跨境贸易融资利率下降,降低外贸中小企业融资成本。

数据显示,平台启动首日,系统运行平稳,业务处理顺畅。共有22

家金融机构达成交易21笔,金额10.44亿元。中国银行副行长林景臻表示,跨境平台将提升境内外金融机构办理跨境贸易融资业务的活跃度,提高跨境人民币资产的流动性,为金融机构支持实体经济发展开辟了一条新的资金渠道。

星展银行方面表示,通过建设跨境平台,可以推动跨境贸易融资利率下降,降低中小外贸企业融资成本,有利于缓解疫情对中小外贸企业的影响;此外,跨境平台为全市场提供了统一的报价和竞价平台,提高了金融机构的交易效率,减少了交易过程中的信息不对称,有助于降低金融风险。

(陈果静 沈则瑾)

《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》发布

开放发展中 产业将迎来激烈竞争阶段

■ 本报记者 张伟伦

国务院办公厅日前印发《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》(以下简称《规划》),提出到2025年,新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右,到2035年,纯电动汽车成为新销售车辆的主流,并从多方面提出一系列支持举措。11月3日国务院新闻办举行政策例行吹风会,工信部、科技部等部门有关负责人作出回应。

提高创新能力 深化研发布局

全球新一轮科技革命和产业变革蓬勃发展,汽车与能源、交通、信息通信等领域有关技术加速融合,电动化、网联化、智能化成为汽车产业的发展潮流和趋势。

“政策支持与创新推动下,我国新能源汽车快速发展,产销量连续5年位居世界首位,产业链上下游基本实现贯通。但也存在关键核心技术创新能力不强、基础设施建设仍显滞后等突出问题。在产业变革

机遇面前,迫切需要提前谋划、系统布局。”工信部副部长辛国斌在吹风会上说,《规划》是我国关于新能源汽车产业的又一纲领性文件,明确了提高技术创新能力、构建新型产业生态、推动产业融合发展、完善基础设施体系、深化开放合作5项重点任务,全面提升竞争力。

记者注意到,在提高技术创新能力方面,《规划》提出了要深化“三纵三横”研发布局,即以纯电动汽车、插电式混合动力(含增程式)汽车、燃料电池汽车为“三纵”,布局整车技术创新链;以动力电池与管理系统、驱动电机与电力电子、网联化与智能化技术为“三横”,构建关键零部件技术供给体系。

科技部高新技术司司长秦勇表示,科技部将按照《规划》提出的电动化、智能化、网联化的发展方向,进一步加大新能源汽车科技创新的支持力度。一是针对动力电池这一新能源汽车核心的部件,

在电池的新体系、新材料、新工艺、新结构方面进行一些超前部署,进一步推动动力电池向高比能、高安全的方向发展。其中,安全性是首要考虑的问题。二是围绕智能化、网联化以及轻量化,加快布局新一代信息技术,着力推动车控操作系统及计算平台、车规级芯片等自动驾驶技术和装备研制;加强新材料技术的布局,大力支持碳化硅功率器件、轻量化材料、低成本稀土永磁材料等研发,来支持新能源汽车的发展。三是加大对国家新能源汽车技术创新中心等科技创新平台的支持力度,着力打造国家新能源汽车行业的国家战略科技力量,为行业的共性关键技术研发提供支撑。

加大开放合作 机遇挑战并存

《规划》提出,要加强与国际通行经贸规则对接,全面实行准入前国民待遇加负面清单管理制度,对

新能源汽车市场主体一视同仁,建设市场化、法治化、国际化营商环境。发挥多双边合作机制、高层对话机制作用,支持国内外企业、科研院所、行业机构开展研发设计、贸易投资、基础设施、技术标准、人才培养等领域的交流合作。

据悉,按照中国进一步扩大开放的统一部署,2018年中国已经取消了专用车、新能源汽车外资投资股比限制,2020年取消了商用车外资股比限制,到2022年,将取消乘用车外资股比和两家合资的限制。也就是到2022年,中国汽车行业就完全对外开放了。

辛国斌介绍,从目前来看,就扩大开放而言,机遇和挑战并存。一方面,随着全球范围内汽车产业电动化转型进程的加快,一些国际知名汽车企业不断加大在华的投资合作,有效推动了我配套产业链的完善提升,促进了新能源汽车企业的技术进步,也带动了相关的就业

和经济增长。我国的一些新能源汽车企业也在与国际高手“过招”的竞争中提升了技术水平,磨炼了竞争本领,向市场也交出了一份比较好看的答卷。例如蔚来汽车,现在平均车售价比较高,月销量水平也不低;五菱宏光 mini 最近异军突起,这得益于推动新能源汽车下乡,也与企业的发展过程中适应中国特定市场需求产品的理念和实践有直接关系。

“另一个方面,全面放开外资投资股比和两家限制以后,中国国内的汽车市场竞争会更加激烈,兼并重组、优胜劣汰的进程会进一步加快,行业企业对此一态势要有充分的心理准备和清醒认识。面对未来两年的窗口期,中国的企业还需要加大研发投入,做好迎接更激烈竞争的思想准备。行业企业要加快提升创新能力,开发先进适用的车型,提升市场竞争力。”辛国斌说。

传统企业应将数字化转型作为长期战略

本报讯 (记者周东洋)近日,在中国企业数字化转型管理峰会上,北京大学光华管理学院管理科学与信息系统系教授董小英表示,对于传统企业来说,今天的竞争环境不只来源于同业,更多的是来源于异业,特别是数字孪生企业,这些互联网企业在市场端、客户端实际上和传统企业来说形成竞争关系。

“特别是今年,新冠肺炎疫情在全球蔓延,加剧了企业的数字化转型焦虑。”中国人民大学劳动人事学院教授、华夏基石管理咨询集团董事长彭剑锋表示,一方面,现在很多企业认为,数字化、智能化是一种技术运用,应该观望,也有企业认为这意味着人类社会将进入全新时代,企业必须要跟进。他个人赞成后者。另一方面,很多企业好奇能否直接对数字化1.0移步到4.0。

在彭剑锋看来,中国具有规模化、数智化的场景资源优势,工业化体系非常完备,这些有利于传统企业进行场景技术的快速积累与迭代,进而实现浓缩式、压缩式、跃迁式成长。美的就是一个典型案例,该企业这几年通过数字化转型提高了盈利能力。

“美的企业战略是产品领先、运营卓越、全球经营,它从2012年开始启动数字化转型,帮助解决异业竞争问题。通过数字化战略赋能企业战略,从管理信息系统到智能制造,到全价值链的数字化,再到今天的工业互联网,企业整体运营体系实现了数字化,使得企业既具备家电行业的核心竞争力,又具备了数字时代的竞争能力。”董小英表示,对传统企业来说,明确数字化战略非常重要。

中国人民大学商学院院长毛基业介绍说,在调研中发现,很多企业诸如物美、多点、新希望等都非常重视数字化战略。新希望集团的头号核心竞争力是科技,从育种到猪场全过程都数字化、科技化。

“数字化和智能化是新一轮世界产业革命核心驱动力,是企业的核心战略,不是风口和短期机会。”彭剑锋表示,数字化、智能化必须使企业高层真正参与,作为长期战略投入。而如何真正确立长期价值思维,基于数字化、智能化进行顶层战略设计,是传统企业面临的巨大的挑战。