

未来产业雏形从四“新”起跳

■ 本报记者 江南 实习记者 刘琦

“人世间,可能没有一个词,比‘未来’更让人神往。《未来产业:塑造未来世界的决定性力量》一书开篇写道,未来,正汹涌而来! 不抓紧布局未来产业,就会失去‘未来’! 一个国家的未来,决胜于‘未来产业’!”

经济学家宋清辉在接受《中国贸易报》记者采访时表示,未来产业是指基于科技创新形成的产业,它能够对经济社会产生全局性影响,也是未来经济发展的主导性和支柱性产业。其中以基因技术、脑科学、光子芯片、人工智能等为代表,这些产业亦都会“跻身”未来产业行列。

“从国际看,主要发达国家近年来纷纷加强对人工智能、量子信息科学、先进制造、生物技术、先进通信网络等前沿领域的布局,持续加大研发投入力度,提前谋划颠覆性、变革性产业发展,未来产业已成为衡量一个国家科技创新和综合实力的重要标志。”国家发改委新闻发言人孟玮在4月19日举行的例行新闻

发布会上说。

以人工智能为例,美国2019年发布《人工智能倡议》,优先考虑联邦政府在人工智能研发上的投资需求,确定人工智能技术的安全开发、测试和部署的技术标准;欧盟委员会2015年提出“单一数字市场战略”,2016年正式推出“欧洲工业数字化战略”,到2018年又公布《欧盟人工智能战略》。在人工智能私人投资领域,美国仍然是私人投资的主要目的地,2020年的投资超过236亿美元,其后是中国(99亿美元)和英国(19亿美元)。

“从国内看,新一轮科技革命和产业变革与我国加快转变经济发展方式形成历史性交汇,产业分工格局正在重塑,新发展格局正在加快构建,对我国抢占发展制高点、培育竞争新优势提出了更高的要求,是我国不容错过的重要战略机遇。”孟玮说。

关于未来产业发展的特征,孟

玮概括为四“新”:一是依托新科技。未来产业的快速发展主要是基于颠覆性技术的突破和产业化,并依托于技术之间、技术与产业之间的深度融合。二是引领新需求。未来产业不仅可以更好满足人们现有需求,还将创造新的应用场景和新消费需求。三是创造新动力。未来产业将引导市场主体向更先进的生产力聚集,催生新技术新产业新业态新模式。四是拓展新空间。未来产业将帮助我们不断突破认知极限和物理极限,提升社会生产力水平,拓展新的发展和生存空间。

“十四五”规划《纲要》提出,要前瞻谋划未来产业,这是国家面向未来,特别是面向2035年远景目标提出的一个重要战略思想。

孟玮说,下一步,国家发改委将会同有关方面加强顶层设计和统筹协调,提前布局并积极培育发展未来产业。从领域上看,重点是在类脑智能、量子信息、基因技术、未来

网络、深海天空开发、氢能与储能等前沿科技和产业变革领域,组织实施未来产业孵化与加速计划,谋划布局一批未来产业。从区域上讲,重点是在科教资源优势突出、产业基础雄厚的地区布局一批未来产业技术研究院和先导示范区,推动形成未来产业策源地。此外,还要实施产业跨界融合示范工程,打造未来技术应用场景,加速培育若干未来产业。

“当前,中国已经在人工智能、自动驾驶、量子技术等领域构筑起了未来产业高地,未来还应该更进一步,即在新一轮产业革命中瞄准颠覆性黑科技。”宋清辉表示,新冠肺炎疫情是催化剂,它在一定程度上加速了未来产业的落地进程,使当今世界一脚迈入了第四次工业革命时代。展望未来,未来产业将会带来一个全新的未来社会和未来世界,科幻片中的场景可能将会变成现实。



由中国土木工程集团有限公司(中土集团)承建、位于尼日利亚西南部的拉各斯轨道交通公共交通红线轻轨项目4月15日开工。据中土集团尼日利亚公司介绍,拉各斯轨道交通公共交通红线轻轨项目将分期建设,开工的一期全长约26公里,是拉各斯州第二条轻轨项目。

新华社发 埃玛·休斯敦 摄

合规管理体系认证标准发布 六方面为企业提供指引

编制近三年的ISO(国际标准化组织)《合规管理体系要求及使用指南》(以下简称《指南》)于日前正式发布,该《指南》是由ISO成立的组织治理技术委员会制定的首项国际标准。

《指南》主要从六个方面给企业建立合规管理体系作出了指引。

一是组织环境方面,企业要对总部、分支机构、产品生产所在地、供应链与销售所在市场区域、员工来源地域进行环境扫描,了解哪些要求是通过合规管理体系去满足的,并确定建立什么样的合规管理体系,掌握企业需要遵循的法律、法规、规则、惯例、习俗、道德规范。在企业内部,识别出合规风险的分布、风险级、风险源。

二是领导方面。建立合规治理与领导机制,明确党委会、董事会、监事会、经理层合规管理领导职责与权限,并建立董事会下的合规管理委员会。确保合规管理部能够独立、不受干扰地开展合规管理工作,直接向合规管理委员会、董事会汇报或参加相关的决策会议,独立发

表合规意见。企业主要领导应向员工展示出对合规管理体系的领导 and 积极承诺,其他领导在分管范围也应有相应的承诺和合规管理行为。

三是策划方面。一方面,在各部门和层级设定合规目标,明确考核周期、责任人、采取的措施。另一方面,设计应对合规风险的防控措施,并策划这些措施如何整合到合规管理体系、如何评价这些措施的有效性。

四是其他支持方面。把好员工招聘入口关,雇佣、调动和晋升前有合规尽调,持续的合规培训,不断强化员工的合规意识。同时做好对内、对外的合规管理体系宣传,把合规管理方面的文件及时提供给对应的员工。

五是执行方面。在公司各业务活动、职能管理活动的制度中增加合规风险防控措施。在合规风险高的重点业务领域,制定专门的合规管理指引。定期检查、评价合规风险的防控效果。并建立举报制度,设立畅通的举报渠道,鼓励员工举报。

六是绩效评价方面。在企业各部门、各业务线设定合规监测指标,定期和不定期扫描、报告合规运行结果情况。加强各部门、各分支机构的合规管理记录、文档的档案管理,确保合规记录准确、最新、可查。培训企业内部兼职审核员,有计划地开展合规体系内部审核。企业董事会每年听取一次合规管理年度综合情况汇报,从战略层面对合规体系进行管理评审。

“跨国公司走向世界,首先考虑的是盈利,追求成本优势、规模效应,在经济规律下来架设它的全球布局。但是,各国政府更多是从政治角度,考虑国家的经济安全,这种思考和企业考虑往往有差异。出现规则上的错位,各方将进退两难。”北京新世纪跨国公司研究所所长王志乐表示,《指南》强调,各国政府之间、政府和企业之间的博弈决定未来全球产业链重构,产业链重构不光是地理布局的重构,更重要的是规则重构与规则互认。企业需要对照《指南》,做好合规管理,有效降低运营风险。

(穆青风)

企业需重视构建商业秘密保护体系

本报讯“当前,侵害商业秘密类案件呈现出科技化与行为人为人高层化、专业化、集体化的特点和趋势。”在4月16日举办的北京知识产权法院“4.26”走进中关村创业大街普法活动上,北京知识产权法院法官张剑表示,随着市场竞争的日趋激烈,加强商业秘密保护对于鼓励技术创新、提高经营管理水平和促进对外开放,都具有非常重要的意义。

我国《反不正当竞争法》第九条规定,商业秘密为“不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息”。而在司法实践中,主要通过取得经营信息的难易程度判断经营信息的新颖性、从权利人是否采取保密措施入手判断经营信息的秘密性、从相对人是否以不正当手段获得、披露、使用经营信息入手判断商业秘密的实用性和价值性。

企业要如何构建商业秘密保护体系呢?张剑建议,首先,制定细致的管理制度,从总体商业秘密保护方针、具体的各方向和层级的商业秘密管理制度、各层面操作的程序规范和技术规范再到事件应对流程规定和危机处理预案都要有所涉及。其次,还应当有科学的人员管理,包括录用背景调查,保

密教育培训,保密协议签订,竞业禁止协议签订。再次,严密的信息管理是重中之重,包括商业秘密信息的分级管理与保存以及信息系统的安全防护建设。最后,还要有明确的职责分工,管理部门与法务部门与研发生产业务部门各司其职,在保密管理、人员管理与事件应对和危机处理、商业秘密的内部使用、转化建议以及各部门员工工作情况评估等方面进行完善。

在构建商业秘密保护机制时,应加强对商业秘密的法律保护意识,及时进行法律咨询,寻求法律有效保护;梳理保护观念,加强保密措施;发现侵权行为后,要及时采取补救措施,制止“秘密”进一步扩散,及时查明情况,保全证据,为提起诉讼做准备。“要加强对某些特殊领域的保密管理工作,如宣传、销售、参加展会等。”张剑强调。

一旦发现侵权行为,决定提起侵害商业秘密案件的诉讼,也要注意使用一定的诉讼策略。张剑提醒企业,应注意参考商业秘密的构成要件,认真考虑被他人以非正当手段窃取的企业相关信息是否属于商业秘密的范畴。还应注意对侵权商业秘密证据的采集和保存,对侵害商业秘密诉讼提起诉讼时间、诉讼策略、证据收集情况做好保密工作。

(刘琦)

京东方显示屏总体出货量位居全球第一

本报讯(记者 刘禹松)近日,京东方科技集团股份有限公司发布2020年年度报告。该报告显示,根据全球市场调研机构Omdia数据,2020年京东方显示屏总体出货量位列全球第一,其中在智能手机、平板电脑、笔记本电脑、显示器、电视等五大应用领域显示屏出货量也均保持全球第一。

该数据显示,在细分市场,京东方8英寸以上车载显示面板市场占有率跃升至全球第一;65英寸、75英寸大尺寸显示屏市场占有率位列全球第一。在柔性显示领域,京东方柔性屏市场占有率居国内行业第一、全球第二,不仅实现了国内首个OLED柔性折叠屏的大规模量产及产品上市,还推出了多款包括内折、外折、滑盖屏等多种形态的全球领先柔性折叠产品。

据了解,此前发布的荣耀、OPPO、摩托罗拉、LG、努比亚等全球知名手机品牌都采用了京东方柔性显示屏。而在完成中电熊猫南京8.5代和成都8.6代液晶产线收购后,京东方技术和产品布局也日趋完善,规模优势得到增强,进一步稳固了其在半导体显示领域的龙头地位。

此外,在创新应用领域的快速突破也成为2020年京东方业绩新的增长点。在过去的一年里,京东方在传感、工业园区、金融零售、商务办公、医疗健康等领域均取得了诸多突破。12英寸到46英寸的全尺寸X-ray平板探测器背板产品已应用于欧美、日本、韩国等全球高端医疗器械公司;智慧视窗产品完成京张观光区、京张观光区、磁悬浮等项目交付;智慧金融解决方

案覆盖全国1500余家银行网点;智慧零售解决方案覆盖全球超过61个国家的2万余家门店;智慧园区解决方案在江西景德镇陶溪川、天津首创光年城示范区等6大城市落地应用,全面赋能智慧城市建设;此外还在北京、合肥、成都、苏州等地布局多家数字医院,让科技的触角延伸到人类生活的方方面面。

京东方相关负责人表示向记者表示,作为全球物联网创新企业,京东方始终保持对技术的尊重和创新坚持,2020年京东方研发投入达94.42亿元,持续夯实技术创新能力。过去一年,京东方不仅在经营业绩和技术创新上交出了亮眼的成绩,向物联网转型的战略目标也实现了跨越式迈进。在业务布局上,从以显示与传感事业为主体发展为“1+4+N”航母事业群;在运营管理体系上,全面建立“三横三纵”组织授权赋能型运营体系;在品牌形象上,逐渐从全球半导体显示龙头向全球物联网创新企业转变。2020年,京东方已成为全球品牌价值500强的一员。随着“1+4+N”航母事业群的全面发力,京东方的未来发展值得期待。

记者了解到,2020年京东方实现营业收入1355.53亿元,同比增长16.80%;归属于上市公司股东的净利润50.36亿元,同比增长162.46%,营收和净利润双双实现大幅增长。同时,京东方现现金流也更加充沛,2020年实现经营性净现金流约392.52亿元,年末在手现金约736.94亿元,均创历史新高。

“丝路电商”:中外好物“飞”到家

■ 彭训文

购买进口化妆品。“平台上都是正品大牌,还能在一两天就收到货,很便捷。”打开该平台的微信小程序,可看到页面展示着数千种跨境商品,还有多种新疆特色产品。

中外消费者实现“在家购全球”,源于“丝路电商”的快速发展。近年来,“一带一路”建设参与国家不断加强在电子商务领域的政策沟通和协调。商务部数据显示,“丝路电商”伙伴国已经扩大到22个。企查查数据显示,目前中国在业或存续的跨境电商企业2.6万个。2020年新注册量5688个,其中“一带一路”建设参与省市的注册量达3130个。

“‘丝路电商’的繁荣,是‘一带一路’建设参与国积极合作共赢的成果。”中国人民大学重阳金融研究院执行院长王文在接受记者采访时表示,一是随着参与建设数字丝绸之路的国家越来越多,数字化基础设施不断完善,各参与国获得了实实在在的在发展红利,推动“丝路电商”国际合作不断深化。二是中外

电商平台实现了“线上”互动、以中欧班列为代表的物流运力与国内外各地“一带一路”园区的“线下”相连,共同促进了“丝路电商”的良性发展。三是中国国内产业结构转型升级和“新基建”提速,推动各地形成各具特色的国际化产业体系,推动“丝路电商”建设全面开花。

企业加快“走出去”步伐

防疫期间,依靠“丝路电商”,很多中国品牌在“一带一路”建设参与国的知名度得到提升。

主营时尚女装的中国跨境电商品牌希音就是其中一例。在希音欧美版网站上,折扣诱人、款式时髦、品类齐全等特色让该服装品牌很快受到国外年轻女性青睐。一名法国消费者在该品牌的社交媒体账号上留言说,每次有“网红”推荐产品她都会看,而且还会花几小时浏览网站,每次购物都有“停不下来”的感觉。

业内人士表示,很多没有门店、完全依靠线上销售的中国品牌,充

分发挥生产快、样式新、发货效率高电商平台优势,正建立起一条从设计到交付、全方位覆盖的强大供应链体系。

越来越多中小企业借助跨境电商平台,步入“丝路电商”赛道。受疫情影响,家具企业广东东莞鼎致家具有限公司2020年初曾面临线下客户几乎全部停止下单的局面。为应对危机,公司加大在跨境电商平台店铺的投入,并通过直播带货、3D看场、视频探场等方式,获得了很多来自“一带一路”沿线国家和地区的新客户,接单量同比增长68%,交易额增长326%。

近年来,京东、苏宁、腾讯等中国电商平台发力海外市场。数据显示,俄罗斯跨境电商网购业务中,中国电商企业已占半壁江山;在东南亚排名前列的电商平台中,中国企业表现抢眼。

“数字丝路”将越走越宽

一列满载家具、汽车配件和日

用百货的中欧班列,近日从江西赣州国际陆港出发前往匈牙利等国。今年已5次通过中欧班列发货的江西大世界家居有限公司负责人胡道凤说:“以前赣州没有跨境电商通关通道,我们得去深圳申报出口。现在,家门口的赣州国际陆港就能实现通关,中欧班列直接将货物运到国外园区海外仓。”

今年初,中国(赣州)跨境电子商务综合试验区将与匈牙利中欧商贸物流合作园区签署“双区联动”合作协议,未来3年将实现赣州至布达佩斯往返中欧班列合计1000列、进出口集装箱8.8万标箱的目标。

随着各地深度融入“一带一路”建设,尤其受疫情等因素影响,各地“丝路电商”建设不断提速。王文建议,“一带一路”相关国家应通过积极沟通协商,妥善解决面临的电商技术、法律规则、物流网络衔接等问题;同时引导社会团体、商业实体积极并规范地参与“丝路电商”建设。

中国信保承保金额一季度同比增长27.6%

记者于4月15日获悉,今年一季度,中国出口信用保险公司加大对实体经济支持,助力企业应对海外风险,累计承保金额达1868.1亿美元,同比增长27.6%。

中国信保有关负责人说,助力企业统筹用好国际国内两个市场,是推动构建新发展格局的关键。为畅通产业链供应链、打通内外贸“堵点”,一季度中国信保服务支持企业近13.3万家,同比增长21.6%;支持出口达1609.3亿美元,同比增长27.5%;支持海外投资达87.2亿美元;支持国内贸易达1109.9亿元人民币,同比增长45%。

此外,今年以来,政策性出口信用保险融入各地政策,不断加码对外贸新业态的支持。今年1至3月,中国信保累计支持外贸新业态出口15.6亿美元,同比增长39%。

(王俊岭)

报告:未来10全球车企软件开发成本将增长83%

近年来,造车成为市场上最热的“赛道”,各行业巨头蜂拥进入汽车行业。房地产的恒大;科技企业小米、百度、华为、苹果;造无人机的大疆等等都先后表示将涉足、投资或进军汽车领域。

但造车并不那么容易。国际会计师事务所普华永道发布的《2020年数字化汽车报告》的第三篇《打造软件驱动的汽车企业》显示,未来汽车开发成本将增加,并从硬件转向软件。到2030年,软件在消费者感知价值中的占比将达60%,共享汽车等新型拥车模式的发展将推动这一比例的进一步提升。同时,受到互联汽车、无人驾驶、智能出行和电气化趋势的影响,汽车软件数量增长将超过300%。而且,功能完善和安全修补程序将要求汽车软件至少每三个月更新一次。

普华永道中国汽车行业主管合伙人金军表示,软件已成为现代车辆差异化竞争的核心。未来10年,软件开发成本将近乎翻倍。不同车型的软件开发成本将从1.81亿欧元增至3.31亿欧元。他认为,只有打造软件驱动的车企才能在复杂多变的市场中持续捕获价值。

报告认为,未来影响汽车成本的主要因素包括:AD/ADAS(无人驾驶/高级驾驶辅助系统)、车身和舒适系统,底盘控制系统,信息娱乐和互联系统和动力系统。其中ADAS功能作为软件开发成本的主要驱动因素,到2030年,其开发成本将增长120%,占总成本的45%。

企业应该如何应对?普华永道战略特中国汽车咨询业务合伙人蒋逸明指出,与竞争对手、供应商和技术公司建立平等的合作伙伴关系将有助于降低技术复杂性、填补人才缺口并减少35%-60%的项目开支。

(庞无忌)