

中国昊远集团：打造中非民间交流新名片

■ 本报记者 张凡



目前主要在国内生活工作的胡家铭时常会想起那些远在非洲的青年学生们。作为中国昊远集团有限公司董事、总裁,他曾经负责实施了“集美大学—中国昊远国际班”第一期项目,那些非洲青年对知识渴求的目光、毕业时的笑脸,时常出现在他的脑海里,“现在一算,第一期国际班结束都快两年了。我们希望疫

学习成果带回安哥拉,也把中国的传统文化和美德带回自己的家园,让中安友谊源远流长。”胡家铭说,公司通过这个项目,不仅能更好履行社会责任,弘扬企业互利共赢的经营理念,更能加深中非情谊。

“情系安哥拉—回馈当地社会”能得到包括中国昊远集团在内的中资企业的响应,“集美大学—中国昊远国际班”能顺利启动,与安哥拉当地特殊的社会、经济环境是密不可分的。

2008年,中国昊远集团进入安哥拉市场时,正好赶上安哥拉内战结束后不久,到处都是战争遗留下的痕迹。报废的坦克、大炮随处可见,道路上布满了弹坑,汽车很难跑得起来,飞机也是有一班没一班的。尽管如此,中国企业仍积极参与到其战后重建过程中。

当时,安哥拉三条铁路大动脉之一的莫桑梅德斯铁路需要重建,几家欧美企业在考察之后望而却步,中国昊远集团却迎难而上,圆满完成了这个极具挑战的重建任务。

作为最早进入非洲的民营企业之一,中国昊远集团面临的困难也是前所未有的,物资缺乏、语言不通、饮食不习惯、医疗条件差等都是摆在他们面前的拦路虎。这其中,招聘员工出国工作就成了很大的问题。对于要去非洲和刚刚去非洲的中国员工来说,非洲是神秘的大陆,贫穷落

后、传染病肆虐、战争频发是他们直观的感受,这带给他们的是不安甚至是恐惧。为此,中国昊远集团以高薪聘请员工、买保险、做思想工作、生产自给自足、建设医院、宣传工作条件等方法来解决这些问题。

“我们就是这样走进了非洲市场。”令胡家铭最难忘的是,除了开拓市场的艰难跋涉,还有当地好学青年对整个国家重建的期望,“他们渴望得到知识、利用技能去改变现状。”

于是,中国昊远集团选择了与集美大学进行合作,“集美大学—中国昊远国际班”应运而生。

“集美大学—中国昊远国际班”的学生需要学习国际经济与贸易专业,培养较强的国际贸易实操能力,该国际班主要培养从事进出口业务、外贸企业管理、国际经济技术合作、跨国经营等对外经济和对外贸易活动的高级技术应用型专门人才。针对语言障碍,国际班对入学前两年的学生以中文学习为主,辅

以基础和专业

知识教学,后三年再反过来。此外,项目还积极组织课外实践。

例如,项目组织学生赴义乌进行

教学实践活动,学习体验义乌作为世界“小商品之都”的成功经验。他们

体会了义乌市是如何从“鸡毛换糖”

“马路市场”起步,走出一条“兴商建市”的独特发展道路,发展成全球最大

的小商品批发市场的过程。

“我们不仅学习了汉语和国际

经济贸易专业知识,还学习了国画、书法、武术等中华传统文化才

艺,参加了端午节、中秋节等中华

传统文化体验活动。我们还去了北京、天津、广州、上海等城市,去了国际小商品名城——义乌,去了阿里巴巴总部所在地——杭州……中国很成功!经济很发达!管理很先进!”留学生乔坤说,“我们都有了梦想!”

“在中国昊远集团领导和集美大学老师们的悉心关怀下,我爱上了这里的美食、美景、文化,这里有家的温暖,在我的心里,中国也是我的第二故乡。通过这几年的学习和实践,我发现中国基础设施建设做的太好了,高铁、公路、铁路、港口、桥梁……各种基建项目不断地刷新着世界的记录,这些深深地震撼了我。未来,我希望能成为中安友谊的桥梁,竭力将自己在集美大学、在中国学到的科学文化知识带回我的家乡,为安哥拉建设添砖加瓦,为安哥拉人民建造世界一流的基建工程,这是我的梦想。”目前仍在集美大学继续深造的留学生布鲁诺说,他预计于2022年研究生毕业。

“2018年,学生们还参加了第二十届中国国际投资贸易洽谈会,在这个全球最具影响力之一的国际投资盛会,广开眼界,学习交流。”胡家铭说,“少年强,则国家强”,青年是一个家庭的希望,更是一个国家的未来。我们在非洲不仅仅是建房子、修铁路,更要把企业与当地共同发展的理念放在首位,与当地人一起成长、进步。”

除了当地青年收获满满,对于项目合作方集美大学而言,丰富了学校的生源结构,原来集美重点培

养东南亚国家的留学生,非洲留学生的到来让学校的教学和生源更加多元化。

“集美大学—中国昊远国际班”的成功举办,开启了中国走出去民营企业与国内高校联合办学的先河,开创了‘校企合作、优势互补’的新模式,为‘一带一路’框架内的国际人才培养模式起到良好的示范和推广作用。”胡家铭说,该项目提升了企业在当地的影响力,完善了企业的员工结构,补充了企业所需的人才,为加快企业在安哥拉本地化管理和发

展注入了新的活力。

目前,中国昊远集团已与集美大学签署了“一带一路”国际人才联合培养战略合作协议。由于疫情原因,“集美大学—中国昊远国际班”第二期没能如期开班。由于非洲网络设施不够完善等原因,该项目也没有办法开展网络线上教学。

“我们和集美大学商定:等到全球疫情得到有效控制,我们将探讨后疫情时代的教学模式。比如,把留学生集中起来,我们再提供高速网络,这样就可以进行网上授课了。此外,我们也将探讨中、非两地教学等新模式。”胡家铭认为,像“集美大学—中国昊远国际班”这样的项目一定要进行下去,企业若在海外没有落地生根的想法,就很难开花结果。他表示,习近平主席在2018年第六届中非合作论坛北京峰会上的讲话犹言在耳:“生意做到哪里就在哪里播下友好的种子,项目建在哪里就在哪里树起友谊的丰碑。”

中欧班列助“广货”卖全球

通信设备、家电、灯具、家具……如今,越来越多粤港澳大湾区的优势产品和特色产品,不是经大家熟悉的水路装船出海,而是通过中欧班列这条通道,源源不断运往中亚、欧洲。

自2016年广州首开中欧班列以来,5年间的发展呈快速上升趋势——广州中欧班列共从广州大朗站发运班列387列、标箱35932个,申报进出口货物总值超140亿元。

粤港澳大湾区是全球最重要的制造业基地之一,也是全国外贸进出口的重要始发地。2016年8月28日,首趟广州中欧班列“穗满俄”(广州大朗—满洲里—俄罗斯沃尔西诺)顺利发车。

“这让我们出口家电有了更多选择。通过中欧班列将货物出口到欧洲,不仅在价格方面比空运的优势明显,还比海运用时更短。”广东美的厨房电器制造有限公司物流部经理陈焕如说。

受新冠肺炎疫情影响,从去年开始,部分海外订单需求向我国转移;在海运需求增长的同时,海运费用也大幅增长,这增加了本土出口企业的物流成本。而中欧班列有着覆盖地域广、运输承载量大、运输成本较空运低、运输时间较海运短等诸多优势。今年以来,截至8月27日,广州大朗共开行出口班列85列,发运标箱8498个,货重4.18万吨,货值26.24亿元,同比分别增长54.55%、67.15%、63.92%、43.39%。

能实现贸易额逆势上涨,除了中欧班列的优势外,通关便利化也起到了助推作用。广州海关全面推广便捷通关措施,发挥智慧海关监管优势。除了现场设立中欧班列服务专窗,提供“一站式”服务外,广州海关同时开展舱单归并、简化申报手续等举措。目前各线路从确认需求到抵达目的地平均仅需15天,比海运节约50%以上的运输时间。

“为助力中欧班列业务发展,5年来,广州海关实施以铁路运输为核心、多式联运为纽带,水运、陆运监管点为网点的物流监管模式,促进信息共享、互联互通,建立了跨关区通关协调机制。”广州海关副关长许广安说。

下一步,广州将继续支持广州中欧班列提高业务覆盖面,进一步拓展欧洲方向班列线路,提升竞争力。(贺林平)



深圳前海深港商贸物流小镇揭牌运营

深圳前海深港商贸物流小镇于9月14日揭牌运营。当天,位于前海深港商贸物流小镇内的“深圳免税·全球购”线下体验店也正式开业。

据悉,前海深港商贸物流小镇于2021年3月18日启动建设,配有供应链管理

中心、商贸中心、文化教育中

心、住房配套和服务配套五大功能,该小

镇目前已有利丰、嘉里、银迅科

技、中电港等23家企业签约入驻,其中

中港企16家。

前海管理局常务副局长黄晓鹏

表示,前海深港商贸物流小镇为前海

集聚港人港企,引入港式消费、营造

港味生活、提升对港服务提供新的平

台载体。前海将抓紧出台支持商贸

物流企业发展等专项政策,加快绿色

、智慧供应链发展,不断提升深港

市场一体化水平。

入驻企业代表嘉里物流中国区执行董事何志荣表示,作为第一批入驻前海深港商贸物流小镇的企业,嘉里将为前海商贸物流行业贡献力量。

此外,“深圳免税·全球购”线下体验店自5月试开业运营以来,累计营业额达1500万元。该项目利用前海综合保税区的政策和区位优势,采

用“跨境电商线上销售+跨境电商线下展示”的一体化经营模式,实现线上线下优势互补,成为全国首创的免税、保税、跨境电商“一店多态”改革试点。

据介绍,下一步,前海将加快推进小镇香港商品展销中心等项目建设,重点引进香港本土知名品牌。

(郑小红 朱族英)

国际商情

秘鲁上半年对华咖啡出口增加211%

秘鲁《商报》近日消息,秘鲁出口商协会(Adex)咖啡和可可委员会主席安东尼奥近日表示,受益于咖啡价格上涨,秘鲁上半年咖啡出口额为1.3亿美元,同比增长9.8%。主要出口市场为美国、哥伦比亚、德国、加拿大、比利时和韩国。虽然美国是秘鲁咖啡的主要出口市场,出口额占20.4%,但对其他市场的销量增幅也表现亮眼,如加拿大增加127.8%,中国增加211%。

韩国网购市场规模四年来翻一番

韩国统计局数据显示,韩国7月网购交易额达到16.19万亿韩元(约合891.5亿元人民币),创自2001年开始统计以来最高纪录,比四年前增长了105.1%。据《韩国先驱报》近日报道,数据显示,韩国月度网购交易额在2018年10月突破10万亿韩元(551亿元人民币),去年11月突破15万亿韩元(826亿元人民币)。从商品种类上看,农产品、畜产品和水产品四年来网购交易额增长242%,杂货和食品饮料同期增幅为223%,网购餐食配送和外卖交易额增幅更是达到96.1%。值得关注的是,近年来越来越多韩国60岁以上老年人加入网购大军。一名零售服务分析师说,“老年人是高价商品消费主力”,购买的商品包括奢侈品、高端空调和电视机。

越南木材及木制品出口欧盟成绩可观

越南《工商报》近日报道,据越南海关总局统计,今年7月份越南向欧盟市场出口木材及木制品达4450万美元,同比增长22.1%。总体来看,今年前7个月,木材及木制品对欧盟市场出口3.969亿美元,同比增长34.1%。在今年前7个月出口欧盟市场的木材和木制品结构中,室内木制品对欧盟市场的出口额相当高,达3.317亿美元,同比增长36.3%。其中,客厅和餐厅家具、木架椅是室内木制品中出口额占比最高的两类商品。今年前7个月,越南木材和木制品对欧盟市场出口最多的是德国市场,达8030万美元,同比增长16.7%,占对欧盟木材及木制品出口总额的20.2%。其次是法国市场,7840万美元,增长29.5%;荷兰达6340万美元,增长50%;比利时达4050万美元,增长55.7%。

(本报综合整理)

协同推进制造业产业链优化升级

■ 林赛燕

链各环节之间的高效协作。

一方面,要加快工业互联网平台在产业链中的有效布局,积极开展对工业技术、行业知识、基础模型的规则化、软件化和模块化利用,开发围绕多行业、多领域、多场景的云应用,形成面向适用于特定行业、特定场景的应用工业APP,将应用工业APP的涉及范围从单个设备、单个环节、单个企业延伸拓展至全产业链。另一方面,要加快企业数字化转型,鼓励制造业企业加入工业互联网共享产业信息,推动数字赋能涵盖制造业全生产要素、全产业链。同时,加快建设智能工厂,实现原料及成品溯源,加大对生产环节的监管力度,提高产品质量和生产效率,促进各要素有序流动。

第二,进一步优化产业链组织分工,实现领军企业带动、中小企业协作的产业组织协同发展。

领军企业一般拥有生产要素和高新技术等方面的优势。需借助这种优势,积极打造制造业的行业级平台,发挥平台连接人、财、物等要

素的枢纽作用,推动产业链不同企业间实现资源共享,构建起新的产业协同组织结构。中小企业是产业链上不可或缺的重要部分。需进一步协助中小企业深耕自身特色,鼓励中小企业发展“专精特新”,努力提升自身的核心竞争力。同时,要善于结合中小企业发展特点,助力中小企业与领军企业进行配套的专业化发展,使中小企业增强技术创新能力,持续提升产品和服务的品质,扩大市场规模,开拓经营实力。

第三,积极构建面向价值链全过程的协同制造体系,将营销、研发设计、采购、生产等环节串成互联互通的闭环,实现制造全过程各环节的运营协同。

可借助大数据、云计算等信息技术,精准掌握用户需求偏好,满足乃至创造市场需求,充分发挥用户市场价值,加强与用户的互动交流,及时向研发设计、生产制造等部门反馈信息,实现生产全过程协同;助力企业的研发设计流程从串行转为并行,构建数字化并行协同研制平台,实现研发设计与生产制造、市场

调研等多环节同步运行,提高企业生产效率;对企业的生产设备和生产过程进行智能化改造,打造数字车间,通过用数据和算法改进原有系统来提高生产效率,积极搭建适用于各种场景的服务平台。

第四,以提升产业创新能力为目标,建设良好的产业协同创新体系。

要切实提升产业技术基础能力,通过顶层设计统筹创新资源,重点支持人工智能、物联网、芯片、航空航天、生物医药等前沿性和颠覆性关键技术发展,加快建设制造业创新中心,合力推进制造业持续创新发展,特别是要加强对核心基础零部件的研究;要通过互联网平台加强企业、科研院所、政府、协会等创新主体之间的互动合作,鼓励企业独立创新转变为合作创新,引导企业参与建立面向全产业链的协同创新平台,加快建设创新需求在线发布、创新资源在线共享、创新业务在线协同的平台化协同创新网络体系;要完善并落实创新奖励政策,形成良好创新氛围。

第五,大力培育和发展先进制造业产业集群,加强产业集群网络的分工合作,强化制造业产业链发展的区域协同。

为制造业产业集群的发展创造良好政策环境,加强对制造业产业集群的扶持引导,在传统制造业集群的升级和新兴制造业集群的重点培育过程中,以标准、质量和品牌为核心推动发展,依托产业联盟、行业协会、制造业创新中心等载体平台,推动集群产业链高效协同;打破市场壁垒,促进要素顺畅流动,支持中西部地区精准承接东部产业转移,建设一批承接制造业转移示范区,通过区域联动机制促进要素自由流动,推进各地协同发展;推动产业集群的国际化发展,合理规划产业链布局,鼓励制造业企业学习引进国际先进技术,积极谋划和构建供应链生产组织网络,用好国内国际两个市场、两种资源,培育本土品牌,扩大国内企业的全球影响力。(作者系浙江省中国特色社会主义理论体系研究中心省委党校基地研究员)