中国贸易报 CHINA TRADE NEWS
贸易推广的专业媒体平台
2015年4月30日 星期四
主编:何秀芳 执行主编:刘 宇
编辑:高洪艳 制版:张 迪
maoyibao_shz@126.com 95013812345－1210

现代服务业 MODERN SERVICE INDUSTRY

主办:中国贸易报社 协办:上海现代服务业联合会

贯彻党的十八届三中、四中全会精神 奋力推进上海经济转型升级

以“全球视野”深化部市合作

上海不断搭建合作创新平台

■ 本报记者 何秀芳 刘宇

4月25日,由商务部、科技部、国家知识产权局和上海市政府共同举办的第三届中国(上海)国际技术进出口交易会(以下简称上交会)在上海世博展览馆圆满落下帷幕。

主题为“创新驱动发展,保护知识产权,促进技术贸易”的本届上交会,展览面积为3.5万平方米,共吸引了来自捷克、意大利、奥地利、德国等世界20个国家和地区以及境内30个省市自治区的984家知名科技企业和交易服务机构参展。同时,参展观众数量再创新高,达到4.48万人次,其中专业观众比例近80%。展会期间举办了开幕论坛、3个主题日活动、20场专业论坛和31场专题会议,发布了全国首份技术交易发展报告。

“一带一路”战略为沿线国家带来了更多的合作机会,而技术贸易能够让不同国家和地区之间的合作不留空白。促进各类创新要素跨境流动和交易,是“一带一路”沿线国家参与全球价值链重塑,实现产业升级和技术进步的重要途径。为此,上交会重要的国际组织合作方——联合国工业发展组织(UNIDO)特别将主题为“以技术贸易促进科技创新,深入落实‘一带一路’国家战略”的技术贸易国际论坛作为今年主题日的重头戏,聚焦“一带一路”建设。

另外,本届上交会引入主宾国机制,拓展国际合作的新模式,邀请“一带一路”沿线国家捷克共和国担任主宾国。在中捷经贸技术专场对接会上,184家中捷企业在航空航天、电力设备、信息技术、生物医疗、能源环保等领域开展深入洽谈,其中近1/3的捷克企业在现场提出合作意向,意向合作总金额超1亿美元,取得丰硕成果。

作为全球首个以技术为贸易标的的综合型、国际性、国家级展会和承载我国技术贸易发展的重要平台,上交会全方位地展现了我国技术贸易的特点以及国际技术贸易发展的趋势,凸显了中国知识产权保护的新形象,也集中向世界展示了创新的梦想,助力上海建设具有全球有影响力的科创中心。上交会只用短短3年时间,就与以货物贸易为主的广交会、主打服务贸易的京交会形成三足鼎立、错位发展之势,成为中国技术交易领域的新名片。上交会也成为上海以“全球视野”深化部市合作取得的一个重要成果。

在加强国际科技合作、汇聚世界技术创新梦想上,上海还通过加强部市合作,深化上海人力资源和社会保障领域改革,打造国际人才枢纽。

4月23日,人力资源和社会保障部与上海市政府在沪签署《共同推进上海市人力资源和社会保障事业改革与发展备忘录》,提出了两方面12项合作内容:一是紧紧围绕上海建设具有全球影响力的科技创新中心这一战略任务,立足大众创业、万众创新,加强政策创新和制度探索,大力开发各类人力资源;二是着力为开发各类人力资源提供支撑和保障,进一步健全社会保险制度体系。以人才引领各类人力资源的开发,推动上海在人才、就业创业、社会保障等领域加强制度和政策创新。通过先行先试,使上海成为人才发展综合环境最优、保障体系最完善、各类人才脱颖而出的国际人才枢纽之一。

气象工作在城市安全和管理中的地位非常重要。上海要建设现代化国际大都市,气象工作也要搞现代化建设。为此,上海进一步深化部市合作机制,不断拓展合作广度和深度。

在4月初召开的中国气象局与上海政府第五届部市合作联席会议明确,上海作为率先实现气象现代化和深化气象改革的试点地区,到2016年要率先实现气象现代化,特别是核心业务技术的研发应用、城市气象防灾减灾等方面要接近或部分达到世界先进水平。到2020年全面建成与上海国际大都市相适应的气象现代化体系,整体实力迈入国际先进行列。

当前,互联网已经超越工具成为一种能力,与各行各业结合之后能够赋予后者以新的力量。中国互联网在由PC端向移动端迅速发展的过程中,已经实现了弯道超车,上海在人才集聚、各行业信息化基础建设、商业氛围、契约精神等方面优势突出。在“互联网+”时代,上海面临着新的历史机遇。

4月中旬,上海市政府与腾讯在沪签署战略合作框架协议。合作内容包括:一是共同推进“互联网+”产业发展,包括在文化、医疗、金融、智能汽车等领域深入合作,推动传统产业与互联网的融合。推动云计算、大数据、泛娱乐、众创平台等项目在沪落地。二是共同提升微信城市服务水平。推进上海政府机构政务微信公众号的建设和发展,拓宽政府信息发布渠道,提升智慧城市服务水平。三是共同营造互联网创新创业环境。推动腾讯徐汇创业基地建设,引导优秀互联网创业项目向基地集聚;腾讯加强互联网线上资源开放,在上海打造升级版众创平台,并努力建成全国互联网创业标杆项目。四是共同推动云计算和大数据发展。支持上海信息服务业企业与腾讯华东云计算中心开展技术交流和业务合作。鼓励政府及企事业单位应用云服务,并在社会信用体系建设等领域探索大数据技术的应用实践。

中共中央政治局委员、上海市委书记韩正参观上交会与青年创客交流

双方计划通过全面的战略合作,把移动互联网的优势落实到城市建设的各个方面,特别是优化完善政府公共服务的“最后一公里”。

就在3月底,微信的“城市服务”入口正式落沪,上海成为华东地区首个接入这一服务的城市。上海市民通过微信,即可享受查询天气、支付生活账单、预约护照办理、违章查询等14项便民服务。

4月27日,上海市政府与中国纺织工业联合会签署《共建上海国际时尚之都战略合作框架协议》,协议明确,双方共同发起组建国家级时尚产业发展公司,作为协议相关合作内容的主要推进主体。具体来说,设立中国时尚趋势研究院,开展中国色彩、化纤、纺织面料、服装以及家纺等流行趋势研究,在国内外知名展、节、周上权威发布流行趋势;同时,推进国家级时尚产业基地建设,引导支持国家级产业基地“中国纺织服装品牌创业园”集聚国内外优秀品牌发展,加强中国色彩研究应用中心、中国流行面料发布展示中心、中国时尚信息服务中心、时尚设计师俱乐部等公共服务平台建设,打造一批国家级大师工作室;此外,加强时尚产业品牌建设,积极引导上海时尚企业制定实施品牌发展战略,提升品牌价值。 协议还明确,双方将促进时尚产业国际交流合作,并建立合作推进机制。上海将积极支持中国纺织工业联合会在沪举办国际化、专业化的中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织面料及辅料博览会,以及世界趋势大会、中国纺织学术年会等行业权威会议;探索举办世界互联网纺织大会和世界纺织高端品牌论坛等具有全球影响力的时尚产业重大活动。上海向国际时尚产业高地迈出坚实一步。

新闻聚焦

高端访谈

本栏目由上海淮海商业(集团)有限公司特别支持

赵启正:中国企业“走出去”应具公共外交素养

编者按:为更好地帮助会员企业深入认识和理解我国经济发展的新常态,抓住转型升级、创新发展的新机遇,上海现代服务业联合会将举办“新常态下企业创新发展之路”系列讲座。

4月23日下午,作为首场讲座的主讲嘉宾,中共十六届中央委员、原国务院新闻办主任、中国人民大学公共外交研究院院长、中国人民大学新闻学院院长赵启正以《公共外交与跨文化交流》为题,就公共外交的意义、公共外交就是跨文化交流、以公共外交推动文化“走出去”等内容,在上海浦西洲际酒店三楼大宴会厅,为400多名上海现代服务业联合会会员进行了长达2个小时的精彩演讲。限于篇幅,本刊仅将其关于“中国企业‘走出去’应具公共外交素养”的部分内容刊登出来,以飨读者。

赵启正

■ 本报记者 何秀芳 刘宇

人有“人缘”,国则有“国缘”,“国缘”好的国家,被信任程度就高,在世界上影响力就大。公共外交就是以“舆论”赢“国缘”。

赵启正说,公共外交最原始的定义是一个国家政府对外国公众来表达本国的国情,宣传本国的政策,回答外国的问题。到了近代,一个国家的公众不再只是外国人传播的受体,而且也主动承担了对外表达的任务。今天的公共外交包括政府、社会组织、团体,乃至有影响力的个人,他们对外国表达本国的国情,说明本国的政策,回答外国人诸多的问题。因此,当代的公共外交不只是政府去做,社会组织、非盈利团体,比如大学、医院、妇联和有影响的个人,在对外交往中都是在进行公共外交活动。

赵启正表示,纵观全球,官方推动公共外交的效果都不能令人十分满意,只有民间自发的公共外交行为才更有效。在公共外交工作中,应该更加看重民间力量的作用。改革开放之前,中国每年只有1万人次走出国门,改革开放以后,中国与世界的交往空前加强,现在已接近1亿人次,是改革开放前的1万倍,所以中国人跟外国人交流的机会、交流的面在不断扩大,这就给公共外交创造了一个背景环境。百姓与国外接触增多,每一个普通人都有可能或已经成为国家形象的代言人。比如你出国了,你和外国人说话交流,谦虚微笑地来谈事情,人家说这就是中国人,我喜欢中国人,因为他们谦虚、好学、关心别人。如果你表现得很粗鲁,到人家那儿去不排队,把人家柜台的东西买光,吃饭剩一半,人家会说中国人怎么这样,他对中国的印象就往下走,就是负面的。虽然你可能没有公共外交的意识,但是你起到了公共外交的效果。

赵启正认为,中国开展公共外交,需要从政府和公众两个层面做出努力。当代中国,各行各业都涉及公共外交,并都进行了有益的尝试。同时,各行各业都应有公共外交意识,这不需要我们“讲政治”或“编瞎话”,只需要我们讲述好自己的故事。千千万万人的故事汇集到一处,合成一本书,叫做《中国》。

他说,我们中国的故事就是我自身的故事,通过这种故事就组成了对中国的概念,他喜欢中国的文化,或者喜欢中国人,从而喜欢中国。所以凡是有机会与外国公众或外国政府交往的中国人、中国的机构,都有一种公共外交的责任。但是我们并不要求说,都像发言人那样去讲一个有口径的标准话,或者讲政治道理,或者讲哲学,事实上你给他一个中国产的原生态的苹果,这个苹果长得这么好,有营养,请他去吸收吧。营养就是中国某些特色,中国某些社会的优势,他愿意吸收就吸收了,不吸收也没有关系,但是我给的是苹果,那中国的故事就是中国的苹果,不要把它做成苹果酱或维生素C送给人家。表达中国,应该是生动的、活泼的,讲普通的中国故事,而不是过多的哲学语言和政治语言,这样才能感动普通的外国人。

他指出,向外界说明真实的中国是自信的表现。主动说明中国发展中存在的问题,让世界了解真实的中国,在增进与国际社会的相互了解中传播真实的中国形象。其实中国的现实本身就很精彩,不要刻意去打扮它。树立形象就像艺术家的雕塑过程,不可能脱离现实去构建形象,一个人如此,一个国家的公共外交也是如此。与此同时,我们要克服文化上的距离,需要表达方式的国际化和艺术性,也就是“中国立场,国际表达”,站在中国的立场上真实地对外表达自己,用国际上能理解的方式。同时还应做到在世界舆论战略中熟悉西方媒体的游戏规则,加强国际交往中的话语力。

赵启正表示,随着“一带一路”战略的实施,将有更多的企业走出国门,企业代表着国家的形象,中国企业“走出去”本身也是公共外交的过程。中国吸收外资很有经验,比如如何谈判、如何使双方共赢,如何保证彼此的利益。但是把吸收外资的经验用到我们的资本、企业“走出去”有时候并不一定合适,因为我们不太了解外国的环境。

他强调,企业家“走出去”面对的不只是外国的企业家、外国的企业,而是面对外国整个的社会。比如当地的工会会问,中国的企业来了会欠我们工资吗?会保障我们的福利吗?会随便开除我们吗?当地的环保组织会问,你们会不会污染我们的环境?同行业的外国公司会问,你要是扩大产量,会不会跟我们形成竞争,使我们处于劣势呢?如果一些敏感的企业,比如涉及到通信,或者间接和一些高科技有关的,外国议会和政府会说,这影响我们的安全。比如外国议会对你有疑问,你应当面对外国议会去回答问题,而不是说“请外交部替我们答吧”,外交部不是你们的专业人士,他只能在宏观上订立两国的条约或协定,并不能回答你企业的问题,所以中国的企业家要面对外国的政治、经济、文化各个方面,去从容地对话。外国电视台要求你去你就去,到电视台侃侃而谈,让外国公众理解我们中国企业“走出去”是为了双赢,是给当地带来利益,这样人家才接受你。所以中国企业家应该有公共外交的素养,事实上已有企业家取得了好的成就,应该推广其经验。