

创新是企业发展的核心

■ 本报记者 范丽敏

在2018年两会政府工作报告中,创新一词被提及50多次,与近三年来政府工作报告关注度基本持平,持续成为两会的热词。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央把科技创新放在党和国家发展全局的核心位置,大力实施创新驱动发展战略,开启建设世界科技强国的新征程。在近日举办的十三届全国人大一次会议记者会上,科技部前部长万钢表示,科技创新在党和国家全局中的战略地位显著提升,实现了历史性、整体性、格局性的重大变化,整体创新能力和创新效率显著提高,国家的科技创新由过去的跟跑为主,逐步转向更多领域中并跑、领跑日益增多的历史新阶段。

万钢说,5年来,科技体制改革向系统纵深发展,实现了历史性转变,科技投入结构优化,企业创新主体的地位和主导作用更明显。

近年来,企业创新意识不断增强,研发投入保持快速增长态势。国家统计局日前发布的数据显示,去年,我国企业研发经费为13733亿元,比上年增长13.1%,连续两年实现两位数增长。

对于创新的追求,不少企业已经将其内化于心,形成一整套共同的价值观。

创立于1993年的京东方曾经

历过一段艰难的发展历程,即便在最困难的时候,京东方也坚持将每年营收的7%左右投入到研发中。京东方自创立以来始终将技术和产品创新放在第一位,并将此看成企业发展核心中的核心。京东方年新增专利申请量、全球首发新产品覆盖率、研发投入比例等指标已连续4年位居全球业内第一。

京东方公司技术与知识产权管理中心有关负责人向《中国贸易报》记者介绍,2018年,美国商业专利数据显示,京东方在2017年度美国专利授权量前30位中排名第21,以62%的年增长率在前50位中保持第一。据世界知识产权组织发布的2016年全球国际专利申请(PCT)情况,京东方以1673件PCT申请量位列全球第八。

这给京东方带来了丰厚的回报。在半导体显示领域,京东方已成为全球领跑者。根据IHS咨询公司全球液晶面板报告,2017年前三季度,京东方出货数量约占全球的25%,总出货数量已位列第一。京东方全球领先的6代柔性AMOLED生产线以及全球首条10.5代线投产并实现客户交付,成为全球显示产业新的里程碑。

物联网引领的增长开启了第四次产业革命的第一波浪潮,人类正迈入智能社会。随着人工智能的不

断进化,以及与物联网、显示、传感、生命科学等细分学科和专用领域渗透融合,相关产业将迎来巨大机会。

然而,对于不少企业尤其是中小企业来说,开始技术创新、真正成为创新主体的过程中还面临不少困难,包括人才缺乏、企业与高校和科研院所之间的对接不畅通、相关的政策引导和服务不完善等。

我们在调研过程中发现,中小企业发展仍然面临许多瓶颈,比如法治环境不优、运营成本偏高、审批程序较多、防范应对市场风险的能力较弱等,特别是在增强创新能力上存在不少困难和问题。全国政

协委员、湖南省政协主席李微微说。

党的十九大报告明确要“建立以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系”。

今年两会的政府工作报告提出,今后将继续“鼓励企业牵头实施重大科技项目,支持科研院所、高校与企业融通创新,加快创新成果转化应用”。

李微微告诉记者,创新是中小企业提高核心竞争力、做大做强、实现长远发展的关键所在。她建议,首先,要推动扶持中小企业发展政策好落实,完善对中小企业的政策支持体系。其次,国家在宏观层面

加强高位谋划,推动整体创新。再次,为了弥补中小企业创新能力和资源不足,应积极搭建科技成果对接转化平台。再次,盘活存量人才资源,帮助解决中小企业创新人才短缺问题。最后,帮助中小企业解决融资困境,建立为中小企业服务的多元化金融支持体系。

全国政协委员孙朝晖则建议,科技创新要以企业为主体,以市场为导向,尤其在技术密集型和资金密集型的项目中,政府应大力支持具有“造血功能”的项目,杜绝为没有市场需求基础的项目“输血”。

中企赴欧洲、中东及非洲市场并购活跃



本报讯 普华永道在日前最新发布的报告中指出,该机构分析了2012年至2017年共计190起A股上市公司完成的海外并购交易。其中,以交易数量计,欧洲、中东及非洲(EMEA)地区完成69起并购交易,成为A股上市公司海外并购最为活跃的地区。美洲地区、亚洲地区和大洋洲地区分列其后,分别完成55起交易、48起交易和18起交易。

而以交易金额计,美洲地区以1580亿元人民币排名最高,亚洲地区、欧洲、中东与非洲地区以及大洋洲地区分列其后,完成并购交易金额分别为640亿元人民币、450亿元人民币以及210亿元人民币。

普华永道中国评估与咨询服务主管合伙人陈少瑜表示,近年来,国内企业已将目光逐渐转向高端制造和高科技等行业,这一趋势将持续成为未来中国企业并购投资的主旋律。观察到的另外一个趋势是,更多A股上市公司倾向选择与有资金优势的私募基金组队出海。2018年,预计围绕产业升级、全产业链布局、先进制造、消费升级等方面的交易将成为出境并购的重要组成部分。

(张枕河)

中国品牌发展 高质量与国际化并重

■ 本报记者 张伟伦

近年来,国际化日益成为中国企业的新风尚。随着“一带一路”建设的推进,国内企业大批“出海”,在重视产品质量的同时也日渐开始注重产品的品牌。如今,越来越多的中国品牌走出国门、在国际市场上成为闪亮的国家名片。

全国人大代表、奇瑞汽车股份有限公司董事长尹同跃在今年全国两会期间提交了《关于重视并加强中国品牌建设》的建议,建议国家加强对本国品牌在海外市场的保护,助推本国品牌在全球市场参与竞争。这一建议得到诸多企业界人士的赞同。

品牌建设迎来机遇

十九大报告指出,中国特色社会主义进入了新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。美好生活自然包括老百姓对消费品的更高要求。当前,我国正在迎来高质量发展时期,这就意味着我国产品出口海外并非先前的来件加工和简单的代工生产。上海翔茂资讯品牌研究部总监林佑成在接受《中国贸易报》记者采访时认为,我国企业应逐渐打造自身的品牌。同

时,国家也应重视品牌建设,因为这既是满足国内品牌消费的现实需要,也是参与国际竞争的必备条件。

值得注意的是,近年来,国产手机、家用电器、中国汽车等越来越多的中国品牌正在走出国门,凭借优质产品和服务在世界舞台站稳脚跟。随着中国经济实力的提升以及企业“走出去”步伐的加快,中国已经涌现出格力、华为、中兴、联想、海尔等一批国际知名品牌。但自主品牌的发展水平以及所拥有的优秀品牌的数量与经济规模不相匹配,与消费需求存在差距。

对此,有业内专家认为,从现实看,中国已经是世界第二大经济体,也是全球制造业大国,但中国的品牌发展相对滞后,这说明我国品牌建设还有很大的发展空间,品牌建设正在迎来机遇。

更加重视文化之魂

目前,国际市场已从商品消费进入到品牌消费阶段。根据相关研究,一国人均国内生产总值达到3000美元时,就将进入品牌消费时代。当前,我国人均国内生产总值已超过8000美元,品牌消费渐

成居民消费主流。专家认为,一个优秀品牌的建立并非一朝一夕的事情,需要多方联动共同推进。当前,在国际市场上打造具有中国特色的品牌是关键。

记者了解到,在品牌化建设上,各国的做法并不相同。美国通过企业强强联合实现自己的品牌之路,德国更多依靠自主创新发展品牌,韩国则通过现代应用技术的持续创新走出一条品牌成功之路。反观中国,改革开放以来,虽然中国企业成长迅速,但在品牌打造上呈现出热衷模仿、缺少勇气创新的特征,而消费者在同等质量水平下更青睐洋货,也正是对中国品牌不自信的表现。

中国的品牌建设当然要具备一定的自主创新能力,也要依靠现代技术,但中国历史悠久的文化则更是一笔财富。林佑成表示,中国源远流长的文化发展为品牌建设提供了丰富的灵感和资源,企业可以通过提炼文化精髓,增加品牌的文化价值,同时这也是中国文化“软实力”的展现。将文化品牌建设与商业文明的国际化发展,应是今后中国品牌建设的方向。

挪威电信与蚂蚁金服近日联合宣布,双方达成战略合作伙伴关系,蚂蚁金服将出资逾1.8亿美元购入挪威电信在巴基斯坦的子公司TMB45%的股权,这是中国金融科技企业首次“落子”巴基斯坦。

蚂蚁金服一位工作人员表示,蚂蚁金服将通过分享技术和经验,把巴基斯坦最大手机钱包Easypaisa提升打造为当地版“支付宝”,为更多的巴基斯坦普通家庭和小微企业提供普惠金融服务。

对此,相关专家表示,微信支付、支付宝两大移动支付巨头在改变国人消费方式的同时,也在境外受到欢迎。据微信支付和蚂蚁金服数据,截至目前,两大支付应用已在全球近40个国家和地区落地。

因为接入了支付宝,就相当于接入了整个中国消费者群体。业内人士认为,中国市场的消费者经过支付宝、微信支付等支付服务多年来的市场培育,已经十分习惯使用移动支付服务。而中国消费者又是全球商家争夺的一个庞大的消费群体。

同时,在支付宝的“出境惠”平台上,用户还可以查询海外目的地的商户信息、个性化旅游推荐、领取商家优惠等。除了实现帮助购物、就餐、交通等生活功能外,支付宝还推出了实时退税功能。截至目前,已有24个国家和地区可以退税到支付宝,60多个境外机场接入支付宝提供各类服务,在欧洲14个机场和韩国、新加坡多个机场都已推出即时退税到支付宝的服务,用户购物的同时便能即时退税。

中国支付方式在“走出去”的同时,也面临着挑战。意锐新创CEO王越表示,海外对于移动支付有一定顾虑。在国际上,中国移动支付越来越多地面临着国际芯片卡及支付技术标准组织(EMVCo)为代表的“西方标准”的抗衡。长期以来,国际上的支付标准都是由西方银行卡组织发起的产业联盟EMVCo制定的,西方国家给中国移动支付“走出去”留下的时间窗口并不宽裕。

要做跨境支付的企业,需要在当地申请类似移动支付第三方支付牌照。全国人大代表、腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾表示,这个环节进度还很慢,难度也比较高。即便是在一些国家拿到了牌照,却发现当地基础设施建设还有待完善,甚至一些银行都无法提供服务接口。如果实现不了互联互通,那移动支付很难进入下一阶段。

面对困境,全国政协委员、中央财经大学金融学院教授贺强建议,应为移动支付创新与“走出去”提供良好的政策环境。比如,监管措施要创新,要进一步细化做到区别对待,政府应支持企业进行具有社会意义的创新,如试点生物识别应用于偏远农村地区的远程开户等。

贺强还建议,鼓励中国企业牵头制定国际支付行业标准,增强“中国标准”的话语权。他认为,国内移动支付的用户体验和安全性已经经过市场多年检验,政府应鼓励中国支付企业在全球推广“中国标准”,勇于与“西方标准”竞争,争夺未来发展的“制高点”。

上交所 拓宽“一带一路”建设直接融资渠道

本报讯 日前,上交所就“一带一路”规划推进情况以及下一阶段工作重点答记者问。

上交所指出,近年来,上交所围绕“一带一路”建设,与沿线国家交易所开展了各种形式的交流和合作,并取得了一些积极进展。主要包括:一是先后组织与俄罗斯、哈萨克斯坦等重点市场的合作论坛;二是开展与沿线交易所的合作,例如,与中金所、深交所组成联合体,成为巴基斯坦证券交易所的战略投资者,与哈萨克斯坦阿斯塔纳共同建设阿斯塔纳国际交易所等;三是积极推动沿线企业到上交所发行支持“一带一路”建设的熊猫债券。

对于下一阶段的工作重点,上交所表示,下一步,上交所将在中

国证监会的统一部署下,推动和组织“一带一路”沿线资本市场合作,拓宽“一带一路”建设直接融资渠道,努力构建“一带一路”资本市场命运共同体。具体而言,一是探索开展“一带一路”股权融资。继续支持中欧国际交易所股份有限公司开展D股业务试点,拓宽境内优质企业参与“一带一路”建设的融资渠道。二是积极开拓与境外交易所股权投资及其他合作。继续开展“一带一路”倡议下中外资本市场论坛等系列活动,增进与外资本市场合作。三是进一步研究完善“一带一路”熊猫债融资机制,支持境内和“一带一路”沿线国家相关机构和优质企业及国际金融机构在上交所发行人民币债券。(祁豆豆)

在“一带一路”上发挥商协会职能

■ 本报记者 钱颜

企业3857家,增长32.8%。

然而,由于各国政策、法律环境和经济发展水平等方面的差异,“一带一路”倡议在实际操作层面仍面临一定的困难和挑战。全国人大代表、丝绸之路国际总商会主席吕建中认为,其主要表现为三方面:一是企业对他国国情了解不够,对经贸规则不熟悉。二是企业对“一带一路”的发展理念了解不够深入,缺乏对接机制和渠道。三是我国企业多为单兵作战,相互之间的互动交流与合作少,抱团意识不足,缺乏商协会这类第三方商贸机构的协调推动。

对此,吕建中提出了自己的建议。我们应支持国际商协会组织参与全球治理和国际经贸规则制

定。吕建中表示,建议国家相关部门支持中方主导的国际商协会组织与联合国、世界贸易组织和“一带一路”沿线国家有关贸促组织深化合作,支持中方主导的国际商协会组织积极参与二十国集团工商领导人峰会、中国国际进口博览会等论坛、会展活动,引导中方主导的国际商协会组织积极、有序地参与国际非政府组织活动,支持国际商协会组织,特别是中方主导的国际商协会品牌搭建“一带一路”务实合作平台。

同时,政策上也要明确定位,引导商协会组织机构发展。吕建中认为,应健全商协会组织在中国境内开展活动的相关政策法规,尽快出台《境外非政府组织境内活动管理

法》的配套政策与实施细则,在加强管理和监督的同时,明确为商协会在中国境内开展非营利活动提供便利和服务的具体举措,保障其合法权益,发挥其积极作用。

除此之外,相关机构还应对应国际商协会组织在“一带一路”框架下发起、推动的务实合作大项目、好项目给予大力支持,并协调金融机构,与国际商协会组织对接,撬动国际资金和资源,促进产业、金融合作。吕建中指出,国际商协会可以组织建设国际产业园区、经贸园区,推动要素合理流动、资源高效配置、市场深度融合,加快产业转型升级,促进形成“政府引导、企业运营、商协会推动”的生态环保合作新模式。