

法国初创高科技企业来华寻商机

■ 本报记者 陈璐

能自动定位的标签、能散发香味的即插即用解决方案、虚拟触觉扩展现实技术、地域使用决策工具——法国城市大脑项目……日前，由法国商务投资署(Business France)和法国国家投资银行(Bpifrance)共同发起的第七届中法创新发现之旅(French Tech Tour China)在京举行，吸引了诸多相关高科技领域的企业、人才参会。

据悉，中法创新发现之旅项目创立于2012年，已连续6年在中国成功举办，该项目旨在强化和拓展中法两国在技术创新、商业合作和交叉融资方面的交流，支持在数字及相关领域的法国初创公司和创新型中小企业的发展。今年，第七届项目如约而至，并且扩大了入围企业的数量，除原有的数字科技领域外，能源效率和能源转型也成为项目关注的议题，新增了节能领域的初创公司和创新型中小企业。15家人围企业在2018年11月26日至12月7日期间，在上海、深圳、广州、香港、成都和北京等地的科

技生态圈进行考察。

“我们是世界上第一家做无源室内高精度定位的企业。”法国初创企业UWINLOC亚洲区商务拓展经理李文艺在接受《中国贸易报》记者采访时表示，通过标签定位，只要物品在仓库里面，就能准确定位物品的位置。

“现在的工业生产基本都实现了自动化，虽有物品编码、货柜编码等定位方式，一旦物品被移动就难以找到。如果一个300平方米仓库还好找，若十几万平方米的厂区就不好找了。我们的方案是一个固定在物品上面的标签，标签不含有电池，仅为一个可吸收大气中能量和电磁波的芯片，比如金属、噪音、灰尘等工业环境，定位精度缩短至30厘米，其他技术只能达到5至10米。”李文艺介绍，UWINLOC的技术出现之前，客户可选择的方案只有两种类型：一是价格低廉、可用于大量物品追踪的无源标签解决方案，但无法提供精确定位信息。比如无源RFID、二维码、条形码等。二是标签含有电

池的有源解决方案，比如，WiFi、BLE、UWB等技术，可以提供位置信息，但价格昂贵，且需持续对标签的电池进行维护，无法大量使用，市场也比较小。

李文艺称，目前，UWINLOC主要面向的是航空航天、物流制造领域，已与空客的6个场地进行合作，与赛峰集团(SAFRAN)、米其林等大型知名企业也都有合作，后续将会开拓医疗与零售领域的商机。

“今年9月，UWINLOC已经在中国做了第一个项目，是法国客户在中国的工厂。未来我们会在中国建立团队，目标客户群体是航空航天、汽车制造、智能物流等高附加值的产品或者重型企业。”李文艺告诉记者，但也需克服中法文化上的差异，比如法国的人工成本高昂，法国企业最先考虑的就是如何节省人工成本，中国企业则不同。此外，关于贵重物品的保管，中企更倾向于责任到人，而法企会从制度层面的完善来考虑。

“这次我们来中国进行初步考

察，想选取最佳城市设置孵化项目，主要是考虑创新领域的资源、政策支持、潜在伙伴等方面因素。来中国之前，我们觉得要么上海，要么北京，但考察之后发现，选择还是比较多，很多城市都非常合适，比如成都、深圳等。相较而言，北京、上海的孵化项目企业趋于饱和，存在众多竞争中很难找到定位。成都虽相对偏远，但发展非常快，机会比较多。”刚刚结束中国各地科技生态圈考察的WeAre集团创新与公共事务经理塞莉娅·博夫(célia boffo)告诉记者此次中国考察之行的感想。

“我们通过孵化器的方式帮助初创企业进入航空、医药领域等高附加值市场，我们有客户分布在世界各地，会与初创企业分享所有的资源，并寻找最终的用户和合作伙伴。”塞莉娅·博夫称，目前在法国，项目已有3个初创企业，分别为3D打印数据优化、超短距离激光、飞行车辆，在新加坡、日本的项目也刚刚启动。我们在各国所偏重的领域也不同，比如，在法国主要关

注航空、新材料制造、3D打印领域，在日本则是机器人、汽车领域，在中国则关注机器人、IoT领域，目标主要是为航空提供配套，比如为空客相关航空领域提供技术或者服务。

“我们对能应对未来智慧工厂的初创企业非常感兴趣。这次中国之行给我留下深刻的印象，中国科技园区、孵化器数量非常多，孵化的企业也非常多。”塞莉娅·博夫提到，但我们希望投入资源、精力，全程陪伴，所以不以数量取胜，希望每年在每个国家发展三四个企业即可，也希望能在在中国找到一些顶尖的技术，增加公司的价值。

据悉，法国拥有超过1万家居创公司，这些拥有出色工程师和强大创新能力的法国企业，将会是中国创新型企重要的合作伙伴。参加过中法创新发现之旅和中法创新加速器(Impact China)项目的50多家初创公司中，截至目前，已有三分之一在中国设立了公司，半数以上的法国公司与中国合作伙伴保持着稳定的业务往来。

◆ 企业动态

阿里巴巴eWTP落户欧洲

本报讯 阿里巴巴集团日前与比利时联邦政府在比利时列日机场签订合作谅解备忘录，双方基于世界电子贸易平台(eWTP)达成促进双边贸易协定，为中小企业从事跨境贸易提供更便利与公平的选择。eWTP继成功进入亚洲的马来西亚和非洲的卢旺达之后，正式在比利时列日市拉开了对欧合作序幕。

比利时首相米歇尔表示，此项合作能够提升比利时和欧洲公司在全球舞台上的竞争力。在数字经济时代，参与eWTP可让当地中小企业参与全球市场更具竞争性，也将辐射至整个欧洲。

中国驻比利时大使曹忠明表示，中比两国企业加强电商合作，将为“一带一路”合作增加新的维度，促进中比“电商丝路”的发展。中国政府鼓励电商和“互联网+”等新经济模式发展，列日电商物流中心将为中比互利共赢的务实合作注入新动力。

阿里巴巴集团资深总监宋涛介绍，阿里巴巴集团与比利时本次签约的重要内容是建立中小企业跨境贸易数字中枢，便利欧洲中小企业产品进入中国市场。阿里巴巴旗下的菜鸟网络将在比利时列日机场以北22万平方米的区域内逐步构建一个世界级数字化贸易基础设施。此外，阿里巴巴和比利时政府将联合推出支持中小企业的数字化服务平台，促进税务流程数字化。(陈博)

“明镜台”区块链助力实体经济

本报讯 日前，中关村示范区企业和信汇通公司联合发布了“明镜台”区块链平台。据悉，该平台是借助区块链技术的可溯、防篡改、强身份标识、可靠信用传递等特性开发的区块链落地项目，是独立开发的分布式营销云平台。

和信汇通是一家专注于区块链技术和通证经济落地产品创新的企业。据介绍，其发布的区块链平台可提高企业商品的流动性，使企业掌握直接触达终端消费者的途径，提升企业营销效率和质量，可广泛应用于生产型企业、销售渠道、媒体、电商、微商等商业环境。(斯峭)

◆ 市场前沿

中国电子家电走出去40年 融入全球产业链

本报讯 第六届中国电子家电企业国际化峰会近日在广东顺德举办，以“砥砺前行继往开来”为主题，回望电子家电行业40年国际化征途，展望新形势下如何传承和发扬行业创新、创业精神。

2018年，是改革开放40周年。40年来中国电子家电产品积极“走出去”，成为国际化程度最深的产业之一。中国机电产品进出口商会的数据显示，今年前三季，中国家电产品出口额570.5亿美元，同比增长11.4%，预计全年出口增长8%，出口额在外贸环境更加复杂的背景下依然保持稳步增长。

中国机电产品进出口商会会长张钰晶称，回首改革开放40年，中国电子家电行业经历了技术引进、企业的市场化运营改制、产业规模化发展、融入全球产业链分工体系等阶段。近几年，中国电子家电企业日渐成长壮大，并通过海外并购布局、拓展智能制造、延伸产业领域、加强品牌营销等多种方式，不断深耕国际市场。

格兰仕集团董事长兼总裁梁昭贤分享了家电产品走出去的经验。“不管走到哪一个阶段，永远要坚持做自己最擅长的事，坚持大分工、大合作。”梁昭贤称，经过40年的发展，中国家电业已经完全掌握涉足产业的核心技术，有了进一步全球化的底气。“我们不只是产品走出去，品牌也正在逐步走出去。”他说。(程景伟)

《中国家电消费行为大普查白皮书(2018)》在京发布

本报讯 近日，中国家电消费行为大普查暨《中国家电消费行为白皮书》发布会&颁奖盛典在京举行。会上，海尔、长虹、澳柯玛、艾欧史密斯、美的、格兰仕、格力、方太等荣获“家电30年卓越影响力品牌”。

过去30年，中国家电的发展经历了普及增长期、政策扶持期、消费升级期等三个阶段。但目前用户的个性化、场景化购物需求，以及品牌商差异化定位和精准营销的需求，使得传统玩法的线上零售模式、单打独斗的线下零售模式，难以堪当重任，线上和线下的融合，成为新时代零售行业变革的主要方向。此次“2018年中国家电消费行为大普查”能通过洞察新时代背景下的新消费行为，为行业转型解决痛点，为企业提供启发。

本次发布的《中国家电消费行为大普查白皮书(2018)》，在中国电子信息行业联合会的指导下历时三个月调研形成，由国内权威家电零售大数据公司——奥维云网、新浪数码、腾讯数码、北京商报家电数码、中国家电网、中国家电研究院、智电网等50+主流家电圈媒体联合推广，调研范围涵盖全国1180个县市，覆盖不同消费群体，同时本次调研还借力大数据采集基数，与线下普查联合推动实施。(来源：央广网)



安踏财团收购芬兰运动品牌Amer或将达成协议

港媒称，外电引述消息人士指出，由安踏体育牵头的财团收购芬兰运动品牌Amer的交易，已接近达成协议。双方正就交易最后细节进行磋商。

安踏9月表示，将与中国并购基金FountainVest合作，共同拟斥资47亿欧元收购Amer。

此前有消息指，瑜伽运动服装品牌Lululemon创办人奇普·威尔逊，有意持有安踏财团约两成股权，而腾讯则洽商持有5%至10%股权。

公开资料显示，被安踏相中的Amer成立于1950年，早在1977年就在纳斯达克赫尔辛基交易所上市，与安踏最主要的品牌是同名本牌不同，Amer旗下主打Salomon 萨洛蒙、Arc'teryx 始祖鸟、Atomic 阿托米克、Suunto 颂拓等品牌，而最知名的萨洛蒙和始祖鸟均为法系品牌，是Amer公司于2005年收购而来。

(来源：参考消息)

加快从专利大国转向专利强国

■ 余颖

上企业“走出去”的步伐，极易遭遇专利阻击。

以人工智能为例。近年来全球公认中国和欧美在此领域几乎站在同一起跑线上，在媒体报道中，中国还有多项领先。最新报告显示，2017年中国AI领域论文的全球占比达27.68%，遥遥领先其他国家。中国的百度、旷视科技等企业也多次在国际大赛中击败谷歌、微软、脸书等企业并夺冠，显示出不俗实力。

但是，从主要申请人来看，IBM、微软和三星在人工智能领域专利申请数量排名全球前三名。百度、阿里巴巴、腾讯等国内IT巨头在人工智能领域的专利和论文都落后于IBM、微软、三星、谷歌等国外企业。

在论文方面，我国缺乏真正有原创性、突破性、标志性的研究成果，特别是基础研究成果。根据ACL、NIPS等顶级学术会议今年收录的情况来看，中国入选杰出论文、优秀论文，开创性论文的篇目十分有限。以NIPS论文为例，按高校排名，清华是唯一进入前十名的中国院校，发布论文21篇、排名第十位，其中第一作者17篇，排名第八位。人工智能更基础的算法、框架，没有一项重大突破诞生在中国，以数据量见长的中国也没有建立起有影响力的数据集和AI竞赛。

更值得关注的是PCT申请方面。近年来，中国虽然国内专利申请数量激增，但PCT申请数量相对较少，没有形成“走出去”的支撑。例如，美国申请量占到人工智能PCT申请总量的41%，显示了其全球人工智能技术输出领头羊地位，中国的PCT申请数量很少。

果，特别是基础研究成果。根据ACL、NIPS等顶级学术会议今年收录的情况来看，中国入选杰出论文、优秀论文，开创性论文的篇目十分有限。以NIPS论文为例，按高校排名，清华是唯一进入前十名的中国院校，发布论文21篇、排名第十位，其中第一作者17篇，排名第八位。人工智能更基础的算法、框架，没有一项重大突破诞生在中国，以数据量见长的中国也没有建立起有影响力的数据集和AI竞赛。

更值得关注的是PCT申请方面。近年来，中国虽然国内专利申请数量激增，但PCT申请数量相对较少，没有形成“走出去”的支撑。例如，美国申请量占到人工智能PCT申请总量的41%，显示了其全球人工智能技术输出领头羊地位，中国的PCT申请数量很少。

这种短腿现象不仅是在人工智能领域，在新能源汽车、无人驾驶、轨道光电等领域，中国专利普遍呈现出数量多、质量弱、国内多、国外弱的情况。对于正在积极出海的中国企业来说，缺少海外专利布局很容易遭受专利陷阱，陷入国际官司，让众多中国企业吃大亏。

在全球化时代，没有一家企业可以把竞争只局限在国内。中国已经是专利大国，接下来必须成为专利强国。实践已经证明，在企业出海过程中，专利储备是发生专利纠纷时最重要的武器，缺少专利储备无异于手无寸铁。企业应该积极提升专利储备，积极布局海外专利，主动学习、掌握、利用专利战略，从而避免侵权风险，并且在专利的保驾护航下，利用技术优势赢得市场竞争。

当然，最关键的还是企业应扎

实做好研发工作，打造自己的核心专利。12月5日的国务院常务会议为此出台了多项措施，鼓励科研创新、激励科技成果转化。例如，允许转制院所和事业单位管理人员、科研人员以“技术股+现金股”形式持有股权；鼓励开发专利执行险、专利被侵权损失险等保险产品，降低创新主体的侵权损失。据悉，《中华人民共和国专利法修正案(草案)》也将提交人大常委会审议，内容包括大幅提高故意侵犯、假冒专利的赔偿和罚款额，显著增加侵权成本；明确发明人或设计人合理分享职务发明创造收益的激励机制，并完善专利授权制度等。中国企业、科研院所、高校在前一个10年创造了中国专利数量奇迹，在下一个10年，人们期待着他们着眼全球、加大投入、用好政策，推动中国专利质量升级。

贸易自由化对企业、地方财政和个人影响各异

■ 本报记者 张海粟

长久以来，贸易自由化在一定程度上打破了贸易壁垒和国别限制，使经济要素能够在全世界范围内自由流动并进行优化配置。但很多国家在这一过程中仍实施高关税和非关税壁垒的限制型贸易管理体制，可以说，贸易自由化对于国家税制结构的变化影响巨大。同时，政府对于贸易自由化的态度和反应也一直吸引着众人眼球。近日，中国人民大学财政金融学院副教授、北京大学经济学博士马光荣，从企业、地方和家户三个方面讲解了政府对于贸易自由化的反应。其中，企业数据来自于国家统计局官方发布，地方政府财政收支数据来自于地方财政报表，家户相关书则源于城镇住户调查。

“自2001年加入WTO以来，我

国关税水平持续下降。”马光荣指出。2002年至2005年关税受到剧烈冲击，降幅明显。今年年初时，我国平均关税率为9.8%，相比加入WTO前已经下降五个百分点以上。尤其是汽车行业，关税大幅度下降。

在研究贸易自由化对于企业的影响时，马光荣采用实证分析。不同行业下降幅度不同，一般来说企业生产率 and 关税呈负相关。在关税下降的条件下，生产率低的企业面临被淘汰的命运，被迫要提高生产率；而生产率高的企业则受益相对较少。马光荣表示。此外，政府对于受WTO冲击较大的国有企业也会进行优先救助。

加入WTO后，国内企业面临两种冲击：进口冲击和出口冲击。

针对出口待遇，中国在加入WTO之前一般分为两种，惩罚性关税和最惠国关税。马光荣指出，惩罚性关税和最惠国关税的差值决定了加入WTO后该行业受益于出口的程度。“如果差值太大，说明该行业有较大的特定性，不利于出口。”也有些行业如建筑行业，尽管加入WTO之前享受过最惠国关税，但是由于美国不过度关注该行业，因此出口障碍不大。此外，马光荣表示假如某行业在入世前关税税率就很低，那么它受到WTO的影响就不大。

贸易自由化对于地区经济也有影响。“从城市层面来看，地方财政收入受影响最大的是增值税和企业所得税。因为营业税的税基是服务业，受影响不大。”马光荣认为，经济

低迷时，地方政府有可能采取向服务业多收税的行为。

根据他研究的公式，关税越高，销售额上升，企业收入增加。关税税率每下降10个百分点，企业所得税税负下降3.5个百分点。因此当关税税率下降，地方自有收入增加。

同时，城市产业结构不同，对关税的反应也不同。马光荣以汽车行业为例，假如受冲击较大的汽车行业，正是该城市的主要产业，则地方政府财政收入因受到关税冲击而下降。而以纺织业为主的城市受到冲击较小。此外，人口密度、年份、税收返还、转移支付等都对地方经济有着不同程度的影响。

在地区经济受到关税冲击的同时，当地劳动力市场也会受到负面影响：工资下降，失业率上升。而地

级市财政支出结构中10%为基建，20%为行政管理，20%是教育，6%是社会保障(财政对社会保险的补助)，5%用于医疗。可以看出，行政支出占了最大比重。

上述数据表明，在中国，政府主要通过对企业的国内税收政策重新分配贸易的收益和损失，但较少通过社会福利项目。

马光荣认为，导致以上情况出现的原因一是我国的反应机制。社保体制约束和欠发达的社会安全网。二是资本流动性较高，工人流动范围相对较小。对于地方政府，怎样留住企业、为资本减税才是关注重点，而不是对劳动力减税。地方政府更在乎GDP产值，因此可能通过降低企业所得税来保护企业，吸引资本；或者转向流动性更低的税基。