

走出去要打好企业文化牌

■ 本报记者 张伟伦

“创新是引领发展的第一动力，从根本上决定着国家的综合实力和国际竞争力。”在日前举办的全国企业文化年会(2019)上，中国企业联合会、中国企业家协会会长王忠禹在作主题报告时表示，拥有一批世界领先的优质企业，是国家发展进步的重要标志，也是国际产业竞争博弈的关键所在。目前，虽然我国一些重要领域的创新实力得到明显提升，但同建设创新型国家和世界科技强国的目标相比，依然存在着诸多问题。

本次年会由中国企业联合会、中国企业家协会主办，以“把握新时代文化脉搏 促进企业高质量发展”为主题，对新形势下企业牢固树立文化自信进行了探讨，总结了我国企业文化建设的成功经验，研究了企业文化建设的新问题，以推动企业实现更高质量、更高水平的发展。

工信部总工程师张峰认为，要注重企业文化软实力对企业发展的

柔性支撑。他在致辞中表示，在我国建设制造强国的过程中，企业不仅需要资金、设备、技术等硬实力来保证，还需要使命、精神、品牌、商誉等文化软实力来支撑；要注重企业文化与经营管理紧密结合，立足于基层文化、岗位文化和团队文化建设，把企业文化逐渐内化到员工的思想行动中；要注重企业文化与工业文化相互促进。

近年来，全球经济下行压力加大，贸易保护主义抬头，全国外贸行业发展持续放缓，尤其近段时间受中美贸易摩擦影响，外贸企业面临的形势更加严峻。如何度过难关，承压而行是摆在多数企业面临的考验。记者在采访中观察到，当前企业竞争力的提升越来越依靠自身发展建设，外贸行业中越来越多的企业正在寻求通过提升文化建设水平赋能企业发展，以增强自身的软实力。

“企业文化在现代市场竞争中显得越来越重要。优秀的企业文化

对内可以提升员工的凝聚力，对外则能够更好地展现企业形象，树立企业品牌。”厦门一家外贸企业此前在接受记者采访时表示，与一些国外企业相比，中国企业在文化建设上亟须补短板，首先就是纠正一直以来的误解。“认为企业文化是可有可无的，只是表面上的等等，这样的想法不符合现代企业管理理念。”

企业文化建设是一项复杂的系统工程，海外品牌塑造更具有极强的专业性。记者了解到，随着“一带一路”建设的推进，中国企业在文化建设方面的不足日渐显现，中国企业在适应国际语境、国际规范的跨国企业文化培育和沟通、企业形象传播等方面的“挠头”正在倒逼自身的改革。

中国对外承包工程商会副会长于晓虹表示，在全球化时代，企业之间的竞争已经从硬件竞争上升到软件竞争，从技术、产品的竞争上升到公司文化理念及品牌形象的软实力

竞争。如何形成强大的企业文化感召力和文化凝聚力，如何在复杂的国际环境下树立企业的危机管理和品牌形象，是对外承包工程企业面临的重大课题和迫切任务。承包商将不断挖掘国际公共关系资源，整合海外传播渠道，努力为会员企业搭建学习交流的平台。

不过，一些优秀的中国企业也尝到了企业文化的甜头。例如，吉利集团收购了沃尔沃等国际品牌，成为沃尔沃集团、戴姆勒集团的第一大股东，同时在7个国家建立了分公司。不同地域、不同国籍、不同肤色、不同教育和人文背景成为吉利员工团队组成的新特点。为此，吉利发布了适应全球文化传播需要的中英文双语版企业文化纲要。吉利的成功，遵循了现代企业管理制度，也传播了吉利企业文化，即把不同梯度的员工都集中到吉利的发展战略上来，从而认可并自觉遵循吉利的管理风格。

◆ 市场前沿

中国金融科技投资将回升

本报讯 毕马威近日发布的半年度《金融科技脉搏》报告指出，中国金融科技投资继去年创下新纪录后，于2019年初表现放缓。

报告显示，2019年上半年，中国金融科技企业(包括风险投资、私募基金及并购交易)的融资总额为25亿美元，中国在亚太区十大金融科技交易排名中占据四个席位，继续保持领先优势；同期的全球金融科技投资总额由2018年上半年的629亿美元下跌至379亿美元，成交量由1421宗减至962宗。

毕马威方面认为，2019年上半年的金融科技投资活动相对平静，部分原因是中国支付行业受惠于过去两年的投资增长和巨额交易，发展成熟度已显著提高。但金融科技行业中多个较成熟的领域

目前仍在快速成长，包括小额融资和消费金融。区块链有望吸引更多金融科技投资者关注，尤其是在小额融资领域。

报告预计人工智能、大数据及云端服务将保持对投资者的吸引力，而金融监管科技亦将持续录得投资增长。随着这些新兴金融科技持续加速发展，预计中国的金融科技投资将会回升。

毕马威中国税务转型服务主管合伙人张豪表示：“中国的金融科技市场性质独特。百度、阿里巴巴及腾讯几乎垄断市场，而且正式通过收购扩大其市场覆盖至所有主要板块。因此我们预期中小型金融科技公司在非主要市场的活跃度将会上升。”

(陈莹莹)

央行数字货币呼之欲出

本报讯 “从2014年到现在，央行数字货币DC/EP的研究已经进行了5年。从去年开始，数字货币研究所的相关人员就已经是‘996’了，做相关系统开发。央行数字货币现在可以说是呼之欲出。”在8月10日举办的第三届中国金融四十人伊春论坛上，CF40特邀成员、中国人民银行支付结算司副司长穆长春表示，DC/EP采取的是双层运营体系，央行做上层，商业银行做第二层，这种双重投放体系既能利用现有资源调动社会公众商业银行积极性，也能够顺利提升社会公众对数字货币的接受程度。

对于是否采用区块链技术，穆长春介绍，在中国这样一个大国发行数字货币，采用纯区块链架构无法实现零售所要求的高并发性能，所以最后决定央行层面应保持技术中性，不预设技术路线，也就是不一定依赖某一种技术路线。

穆长春介绍，央行数字货币采取的是双层运营体系。“单层运营体系是人民银行直接对公众发行数字货币。而人民银行先把数字货币兑换给银行或者是其他运营机构，再由这些机构兑换给公众，属于双层运营体系。总的来说，这种投放体系适合我国国情，既能利

用现有资源调动商业银行积极性，也能够顺利提升数字货币的接受程度。”

对货币政策来说，穆长春表示，双层运营体系不会改变流通中货币债权债务关系，为保证央行数字货币不超发，商业机构须向央行全额、100%缴纳准备金，央行的数字货币依然是中央银行负债，由中央银行信用担保，具有无限法偿性。

“需要强调的是，在双层运营体系安排下仍要坚持中心化的管理模式。”穆长春表示，加密资产的自然属性就是去中心化，但央行数字货币一定要坚持中心化的管理模式，原因在于，第一，央行数字货币仍然是中央银行对社会公众的负债，这种债权债务关系并没有随着货币形态变化而改变。因此，仍然要保证央行在投放过程中的中心地位。第二，为保证并加强央行的宏观审慎和货币调控职能，需要继续坚持中心化的管理模式。第三，第二层指定运营机构进行货币的兑换，要进行中心化的管理，避免指定运营机构货币超发。最后，由于在整个兑换过程中没有改变二元账户体系，所以应该保持原有的货币政策传导方式，这也需要保持央行中心管理的地位。

(欧阳剑环)

三禾锅具立志 打造“世界级”品牌

从专门给国际锅具代加工产品到如今《中餐厅》的御用品牌锅，三禾锅具打下一片属于自己的中高端锅具的天下，成为国内中高端锅具的第一块牌子。颜值高、科技感强、媲美德国高端锅具……三禾锅具正在影响着中国的中高端锅具市场和千万中国家庭。

三禾锅具创立于2004年，用15年的时间专注研发打造精致中高端锅具，致力于为每一个家庭的“烟火味、好滋味、人情味”高质量生活保驾护航。

近年来，随着国民收入不断提高，许多家庭开始人手不粘锅，取代家里笨重、易生锈的铁锅。然而，由于国产品牌不粘锅涂层技术不到位，锅具使用寿命较短，人们纷纷把目光投向德国和日本炊具大牌，海淘时代的到来引发了国民出国购买千元锅具和电饭煲的浪潮。

前瞻产业研究院发布的《2018—2023中国小型厨具行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》显示，在小型厨具市场规模不断扩张下，消费升级将带动行业发展，并且一二线城市居民已进入更新换代需求高峰期，对于中高端厨具需求增加。

三禾创始人方成看好国内中高端锅具的发展潜力。他保守估计，在我国2018年锅具市场273亿元的市场规模中，至少有20%的份额来自中高端锅具品牌。

方成表示：“今后3年，三禾将主要布局在新零售终端，例如一些生活馆和精品超市，这些受众跟我们的产品定位是十分匹配的。”

方成说，凭借“15年磨一剑”的精神，三禾不断自主创新，开发新材料，在造锅技术上突飞猛进。譬如极热纯铁系列锅是专门为家庭主妇和中老年人设计的，锅由内壁纯铁、外壁超导合金的材料制成，内含99.6%高纯度铁，30厘米仅重1.1公斤，非常轻便，同时又实现了导热均匀少油烟的效果。

正是具备了与国外工艺相当的技术和制造精度，三禾还结合中国人平时做菜习惯和需求，以主打不粘锅和健康为主，为千万中国家庭提供了一口耐用、健康的不粘锅。同时，三禾也不断坚持创新，研发新品，陆续研发出了适合国人的陶铸等离子彩瓷锅、万锤炼硬锅、极热纯铁轻炒锅等行业领先产品，达到不粘锅、不跑油、无油烟、坚硬耐刮滑的效果，从锅胚、锅底工艺、使用材料、制作技术上都达到了能与德国高端锅具匹敌的“世界级”中国制造。

“做不粘锅，我们是专业的。”三禾研发部经理表示，作为国内中高端锅具品牌，他们对于不粘锅的健康和耐磨程度的要求非常高。每一次研发新品的不粘锅都会进行至少5万次刮划测试，只有锅面仍然没有破坏痕迹才可以过关。例如万锤炼击系列，就是使用了三禾的万珠撞击专利技术，利用数十万颗钢珠极速撞击形成三重凹凸面，使得锅内壁硬度不断强化，不粘层与锅胚的附着力更好，达到锅具耐用的效果。

(秀伟)



近日，首届潍坊海洋动力装备博览会在山东潍坊富华国际展览中心举办。本次博览会以“蓝色引领·澎湃动力”为主题，集中展示了海洋动力装备领域以及其它涉海领域新产品、新技术、新成果，为国内外先进海洋装备制造厂商搭建合作交流新平台。

(王琳)

一线企业的“减负”心声

11709亿元，这是国家税务总局披露的上半年全国累计新增减税降费数据，其中减税10387亿元。与之相对应，财政部公布的上半年全国一般公共预算收入虽然总量超10万亿元，但同比增速回落至3.4%，税收增速仅为0.9%。

以政府收入之减，换经济活力之增。透过收入“晴雨表”，来自一线企业的“减负”心声折射中国经济迎难而上、迈向高质量发展的坚定步伐。

增值税税率下调 助制造业“腰杆更挺”

对制造业企业而言，今年最受期待的减税举措莫过于今年4月1日起增值税税率从16%降为13%，大力度减负信号让“中国制造”前行的路上“腰杆更挺”、信心更足。

“没有核心技术，就会受制于人。”福州雪人股份有限公司副总经

理林汝捷说，公司预计今年年底比去年少缴增值税920万元，加上历史留抵退税2055万元，资金流动性明显改善，加大研发投入更有底气。

调研中，很多企业表达了共同的心声：对企业而言，公平、有效的减负办法就是大幅度减税降费，不仅带来“真金白银”的实惠，更提振了应对挑战的信心。

“减税政策在制造业等行业效果明显。”财政部国库集中支付中心主任刘金云说，上半年制造业税收同比增长4.9%，增幅比一季度回落6.8个百分点，其中，汽车、专用设备、通用设备、仪器仪表、电气器材、纺织、化工等行业增幅回落明显。

据税务总局减税办常务副主任、收入规划核算司司长蔡自力介绍，上半年，全国增值税改革减税4369亿元，其中4至6月整体净减税3185亿元，惠及940万户增值税

一般纳税人，所有行业均实现减税。

小微减负超千亿元 个税收入降三成

一系列普惠性减税政策，让数量庞大的小微企业如沐春风。

厦门三都土笋冻是一家老字号小吃店。近日，“90”后负责人陈伟旭说，去年他新购置50万元的设备，员工数量也扩增至20人，一个重要原因就是一系列小微企业减税政策的出台，其中企业所得税税率从25%降到5%，算下来每年减税20万元。“普惠减税政策让我更有信心来扩大经营。”

蔡自力介绍说，上半年，小微企业普惠性政策累计新增减税1164亿元，其中民营经济市场主体新增减税1025亿元，占全部新增减税额的88%。

减负激发活力，还体现在个税

改革“红包”直接增加了居民收入，提升居民消费能力。数据显示，上半年，个税收入比去年同期下降30.6%，是降幅最大的税种。

专业从事薄膜电容器生产与研发的厦门法拉电子董事长严春光测算，2019年公司因增值税改革、社保费率下降等降低税费负担11%，个税税负则下降29%，全公司少缴个税累计约486万元。

蔡自力介绍，上半年，个税改革累计新增减税3077亿元，人均减税1340.5元，累计1.15亿人无需再缴纳个人所得税。在减税降费等多重因素作用下，上半年全国居民人均可支配收入同比增长8.8%，扣除价格因素实际增长6.5%，跑赢上半年GDP增速。

打通“最后一公里” 确保政策“落地生根”

日前召开的国务院常务会议，部署了进一步治理违规收费新措施，释放出更大力度抓政策落地、确保增强企业获得感的积极信号。

“空前力度的减税降费政策，彰显党中央、国务院为企业打造更好营商环境的改革决心。”在厦门象屿集团有限公司总裁陈方看来，如果把公司今年减税降费省下的1亿多元钱全部转化为供应链运营资本，模拟测算可扩大营收规模15亿元左右。“这些直观数据表明，减税降费不仅带给企业和员工实实在在的获得感，更带来长远效益。”

好政策能落地，更要生根。财政部税政司巡视员徐国乔表示，财政部正加强监督检查，严肃查处政策不落实、增加企业负担、损害群众利益等问题，坚决打通“中梗阻”“最后一公里”。

再取消25项税务证明事项，将各类投诉的办理时限全部压缩50%、主要税费事项网上办理……“透过这些举措，税务部门正以更大决心解决好纳税人、缴费人反映强烈的痛点、堵点和难点，确保减税降费落地生根，更好助推经济高质量发展。”税务总局新闻发言人付树林说。(韩洁 申铖 张逸之)

跨国境外合作示范园成农业贸易发展新趋势

■ 本报记者 周东洋

“中国是传统的农业大国，也是世界农产品格局中重要的贸易大国。”中国亚洲经济发展协会常务副会长、世界贸易中心协会全球理事、世界贸易协会农业咨询委员会主席张鸿善日前在世界贸易中心展览会上表示，人世以来，中国农产品贸易持续快速增长。

按照世界贸易组织的统计，从2001年到2018年，我国农产品贸易总额由279.2亿美元增长到2168.1亿美元，年均增幅达12.8%。其中，农产品出口额由160.7亿美元增长到797.1亿美元，年均增长9.9%；进口额由118.5亿美元增长到1371亿美元，年均增长15.5%。目前，中国已发展成为世界最大的农产品进口国，第三大农产品出口国，农产品贸易总额居世界第二位。

近年来，我国与新兴市场经济体和发展中国家不断加强沟通交流，持续推进贸易便利化，促进了相

互之间农产品贸易的发展，农产品出口市场多元化程度有所提高，但总体来看出口市场集中度仍然较高。2018年，对东盟、日本、中国香港和欧盟前四大出口市场的农产品出口额为470.6亿美元，占当年农产品出口总额的59%。

另外，中国与非洲的农产品贸易潜力也很大，非洲市场前景广阔。莫桑比克农业部农业林业司司长佩德罗·迪祖库拉表示，莫桑比克发展农业生产存在很多局限，比如在农业机械、农产品加工等方面基础薄弱，影响了农业发展。目前，莫桑比克的水稻产量仍然满足不了国内需要，每年需要进口30多万吨水稻，而中国则是水稻生产大国。今年，首届中非经贸博览会发起的《关于加强中非水稻领域南南和三方合作的倡议》，旨在利用各个合作伙伴的优势，加强中非在水稻领域的合作，涉及产业发展、技术研发攻关、产业投

资对接等多个方面。

“这一倡议在中非水稻领域具有里程碑式的意义，从多个方面为接下来的合作与具体落实指明了方向。”商务部中国国际贸易技术交流合作中心南南基金项目处处长张宁透露，在倡议发出之后，中国—莫桑比克农业技术示范中心的合作项目立即启动。该中心是中国在非洲的首个农业技术示范中心，以水稻为主，也涉及蔬菜等。

中国人民大学重阳金融研究院研究员卞永祖日前在接受《中国贸易报》记者采访时表示，中非农业存在互补性。中国养殖业非常发达，在农业领域经验丰富，农业设备设施先进，可传授经验给非洲国家，双方在农业、畜牧业等领域的合作有很大的空间。

一家饲料生产企业国际部负责人告诉记者，这些年，企业不断引入精益生产，持续改善产品质量、成本

和交货期，提高产品竞争力，使产品远销非洲、欧洲、大洋洲、美洲和亚洲的70多个国家和地区。2017年，他们生产的酵母培养物进入东南亚市场；2018年，酵母培养物成功打开欧洲市场。他们生产的饲料所需要的维生素C，每年仅向韩国就出口100多吨。

此外，跨国农业合作示范园也为中国与其他国家农业合作提供了良好的平台，更加有利于中国企业农产品出口。“跨国农业合作示范园等越来越成为世界农业与贸易发展的新趋势。”中国亚洲经济发展协会执行会长顾顺基说，我国一批海外农业园区、跨国科研项目正扎实开展，海外农业科技合作网络越织越密。

河北北斗嘉公司兼吉尔吉斯斯坦国家化肥厂有限公司董事长赵学军举例说，中吉农业产业示范园是一个涵盖化肥、种子、农机、农药、现代畜牧业等全产业链的项目。希望用中

国技术全方位提升吉尔吉斯斯坦农业现代化水平。而作为产业示范园的核心项目，国家化肥厂也是吉尔吉斯斯坦农业领域最大的基础设施项目，目前，该项目正在推进中。

中吉农业产业示范园并不是一个特例。记者了解到，中国—柬埔寨热带生态农业合作示范区以香蕉产业为突破口，探索建立了符合当地实际的产业标准，并被柬埔寨农业部采纳，向中国成功申请了香蕉出口资质。今年5月22日，首批输华香蕉从柬埔寨金边运抵中国上海，这也是柬埔寨水果首次出口中国。目前，柬埔寨进口的香蕉均采取绿色无公害种植，价格和国内香蕉基本持平。

“尽管目前设立境外农业园区的企业数量还较少，但该模式在未来将会成为趋势，建议中小企业可多借助已设立的境外合作园区这一平台。”农业农村部对外经济合作中心研究所副研究员于敏说道。