

全国首个5G智能物流园区落成

供应链数字化促产业互联网新发展

■ 本报记者 刘禹松

未来的智能物流园区什么样？仓库里，不同功能的智能机器人各司其职、密切合作，分拣、打包、发货一气呵成。想要查看某个产品信息，戴上特制的AR眼镜，只要将目光移到这个产品就行。如果想要人工查找，在眼镜的帮助下，按图索骥也不是什么难事。由于有了5G加持，物流车辆的出入来往、货物的装卸情况，甚至园区附近的交通状况统统都在眼前。近日，《中国贸易报》记者在2019全球智能物流峰会上了解到，国内首个5G智能物流示范园区已经在京东物流北京亚洲一号仓库基本落成，让这一切已不仅停留在梦想。

“持续的技术突破和创新应用是平台保持领先的基本要求。我们和三大运营商一起，在5G和IoT（物联网）应用上进行了探索和落地，京东物流5G智能物流平台LoMir（络迷）已经建成。”京东物流集团首席执行官王振辉表示，

LoMir即在5G、IoT等技术加持下，使用数字孪生技术建立物理世界的数字镜像，利用数字世界的仿真、分析来优化物理世界的效率，带来物理世界的效率革命。基于LoMir平台，京东物流在智能园区、枢纽和仓储等方面都取得了落地成果。

全球移动通信协会高级顾问王建宙指出，5G不仅是技术的变革，更是数字经济的基础，在改变人们生活的同时，推动整个经济、产业的发展。5G将实现人人互连、人物互连、万物互连，物流将成为5G和物联网技术应用的最佳场景。目前在京东物流已经建成的5G智能园区，通过5G+高清摄像头，不仅可以实现人员的定位管理，还可以实时感知仓内生产区拥挤程度，及时进行资源优化的配置，极大提高生产效率；5G与IIoT（工业物联网）的结合，可助力对园区内的人员、资源、设备进行管理与协同；5G还帮助园

区智能识别车辆，并智能引导货车前往系统推荐的月台进行作业，让园区内的车辆更加高效有序运行。

随着5G智能物流示范园区的落地，本次峰会上，京东物流也正式提出供应链产业平台（OPDS），基于不同属性的产业提供一体化供应链服务，积极推动供应链对产业的数字化改造与技术赋能。

“在新一轮科技革命和产业互联网发展大势下，数字世界与实体经济、智能技术与传统行业、消费连接与产业链接的边界被打破，供应链数字化成为产业互联网发展的最佳入口。京东物流将以供应链产业平台为依托，以全供应链服务和供应链技术平台为落点，乘产业互联之风，驱动产业质效升级，实现产业链上下游的高效协同、高速增长和价值共创。”王振辉说。

据了解，产业互联网目前已经成为中国经济转型升级的重要驱

动，作为互联网与产业发展链接者的供应链也在发生新的变化。“早在2017年，京东物流就提出了3S理论。目前，短链、智能、共生的无界物流正在嵌入到生产、流通、消费的每一个环节当中，尤其在消费端，供应链对效率和体验的重塑愈发深入。但在产业端，供应链还有极大的提升空间，随着产业互联网发展的技术条件和环境成熟，数字化和智能化的供应链改造势必向产业端延伸。”王振辉介绍。

此外，在当前新的技术浪潮和产业发展大背景下，以物流和供应链升级推动产业互联网发展同样成为政府部门、行业机构和企业的共识。王建宙表示：“在5G、物联网、人工智能等前沿技术驱动下，传统产业的数字鸿沟与行业门槛被打破，供应链将大大拓宽产业互联网的应用前景。”世界经济论坛中国区第四次工业革命网络负责人鲁子龙

（Danil Kerimi）也认为，“新一轮工业革命正以前所未有的态势席卷而来，新兴技术推动了智能物流发展和供应链变革，供应链也将反向推动产业发展，深刻影响我们的经济和社会。”

王振辉指出，随着物流服务边界的不断拓宽，京东物流不止要服务消费侧，更要在产业侧驱动生产效率 and 经营效率提升，推动产业升级。“供应链数字化是产业互联网发展的最佳入口。未来，无论是工厂还是农场，都将拥有智能化、数字化的供应链能力。”

而以供应链产业平台为实践依托，“短链、智能、共生”的无界物流3S理论内涵也将得到丰富。“短链将从商品短链流通延伸到产销短链打通，智能将从运营效率提升拓展到产业效率提升，共生不仅要业务协同，还要实现价值共创，京东物流将与合作伙伴成为价值共同体。”王振辉说。

◆ 市场前沿

安永企业家奖 2019中国在京揭晓

本报讯 安永企业家奖2019中国获奖者名单近日揭晓，以表彰企业家不断突破超越、以创新驱动战略带动企业发展并为社会可持续发展贡献力量。本次评选活动历时近6个月，最终12位来自中国大陆和中国香港的企业家从众多候选人中脱颖而出，获得安永企业家奖2019中国殊荣。其中，杰克缝纫机股份有限公司创始人阮积祥和粤丰环保电力有限公司执行董事兼主席李咏怡分别荣膺中国大陆和中国香港/澳门的安永企业家奖2019中国大奖。

安永中国主席兼大中华首席合伙人吴浩平表示：“今年逢逢中华人民共和国的70岁华诞，国家在这70年中取得的伟大成就是每一个中国人的骄傲，更得益于每一个中国人的勤劳、坚韧和智慧。中国企业家在国家现代化进程中发挥了重要作用，他们是经济发展的中坚力量，也是社会进步的动力源泉。当前，国家正处于全面建成小康社会的决胜阶段，经济社会等各领域均保持稳定发展，但内外部也面临一些前所未有的挑战。在这样的关键时刻，新时代企业家精神和信念不仅是稳定经济信心的重要‘压舱石’，更可在强化信任、推动合作中发挥积极作用。‘信心、信念、信任’，是企业家精神内核最重要的价值和贡献，也是今年安永企业家奖中国评选活动‘凝心聚力、继往开来’主题的重要寓意。”

今年的评选展现出当下中国企业和行业发展的一些重要趋势和特点，获奖企业家来自科技、制造、清洁技术、房地产、媒体娱乐、消费零售等多个行业。从他们的经营之道和发展历程来看，当下中国企业普遍加强了对国际化、多元化，以及跨界融合的战略思考，重视构建核心竞争力和世界级品牌，积极求变，根据市场和营商环境的变化而调整商业模式和管理模式。企业家们在不断地拼搏与实践中，实现传承与创新的完美结合，具有非常强烈的社会责任感，积极为人类可持续发展创造价值。（张莉）



苏州市吴江区盛泽镇

是享誉中外的“丝绸古镇、纺织名城、时尚之都”。这里汇聚了2500余家纺织生产企业、7000多家纺织商贸公司，形成了千亿元级的纺织产业基地和贸易市场。在形成完整纺织产业链同时，盛泽镇已经发展成为中国最大的纺织产业基地之一。

图为地处当地的云婕纺织品有限公司员工正在织机前工作。

本报记者 刘禹松 摄

稳外资 我国拥有足够信心和底气

■ 瞿长福

前几天，国务院新闻办例行吹风会透露，《关于进一步做好利用外资工作的意见》将于近期印发。同期，国务院及有关部委相继发布了一系列鼓励吸纳外资的政策文件，加上今年以来一些经济数据并不特别抢眼，难免让一些人侧面联想：是不是吸纳外资有问题了，稳外资还行吗？

回答这些疑问，可以很直接，看看商务部最新发布的外资数据就清楚了。数据显示，前9个月，新设立外商投资企业30871家，实际使用外资6832.1亿美元，同比增长6.5%，其中高技术产业实际使用外资2038亿元人民币，同比增长39.8%。这些数据明确显示，外资在中国仍然保持稳定增长，尤其是高新技术投资动力很足。

当然，仅看数据还难以生动地回答为什么中国仍然是外商投资的最佳选择地。但我们可透过这些数据，看看稳外资的信心和底气到底在哪里。

目前，中国市场动力越来越强、潜力不断显现，更加注重品质，这对任何投资者来说都是难以抗拒的吸引力。先看看产业基础，前不久工信部发布，中国是全世界唯一拥有联合国产业分类中所列全部工业门类的国家。完备的工业体系，对任何一个产业、任何一家企业来说，都意味着投资、生产、消费各个环节的成本、研发、销售优势，是投资者最理想的投资选择地。这种优势目前全世界仅中国具备。

再看人员素质。中国除了庞大的人口基数，更重要的是人口素质整体大幅度提高。从高校、高等职业教育、中专技校以及技能培训、岗位培训等环境中走出来的人口越来越多。劳动者受教育程度高，勤劳爱岗，这是所有投资者的最爱。尽管人工成本有所上升，但这是发展中的必选项，谁投资谁懂。作为全世界人口最多的发展中国家，中国员工的分量，投资者心知肚明。

最后看基础设施和社会环境。中国基础设施的完备与高品质，无论水电路航，还是信息金融服务等软硬件水平，全世界有目共睹，也令投资者向往。对于投资者来说，中国长期稳定和谐的社会环境，更加优良的营商环境形成了巨大魅力。毕竟，没有谁愿意在摇摆不定的环境中发“动荡财”。

所有这些都是投资者一眼就能看到和感受到的巨大优势。而且，这样的优势不是一朝一夕能形成的，是一个国家长期政治稳定、经济发展、社会和谐、目标一致的努力结果。对投资者来说，这才是最为核心的内容。尤为重要的是，无论当前国际形势如何复杂严峻，中国改革开放的政策方针不仅没有改变，而是朝着更高质量、更深层次、更加规范的方向发展，“中国开放的大门只会越开越大”，这是投资者的福音，也是我们稳外资的信心和底气所在。

不畏浮云遮望眼，需要站得高才能做到。越是有难题，前进有困难，越要保持定力，保持勇气，不为一时的起伏和困难挡住视线。资本是逐利的，也是理性的，只要我们梧桐成林、绿意盎然，就没有引不来的凤凰。

所以，我们应该做的是如何进一步做好自己。当前，最重要的是在夯实营造公平竞争的市场环境、完善的法治环境和开放的政策环境上下功夫，不要变来变去，要给投资者稳定的政策预期，尤其是把相关法律和政策落实好，不能口惠而实不至，不搞“玻璃门”那一套。做好了这些，市场在那儿，生意在那儿，环境在那儿，为什么不来呢！

面对消费升级 零售企业如何应对？

■ 本报记者 周东洋

《2018新消费崛起趋势白皮书》显示，消费者对于产品的需求，从以前性价比为王，逐步变为产品的品质感、品牌和口碑能否满足个性化需求。

“消费升级使其对供给结构形成了多元诉求。”星陀资本管理创始合伙人刘泽辉日前在第13届中国投资年会有限合伙人峰会上表示，在这种情况下，零售企业要面对的是用户的迭代和变化。能否深刻地理解这些用户的变化和迭代，成为企业发展的关键。

科技部中国风投委秘书长林宁介绍说，“90后”和“95后”已然成为新生代消费大军，消费人群结构的改变导致单一线上或者是线下消费的商业模式已经不能满足更多用户的需求，零售企业必须调整销售模式。

蓝哥智洋国际行銷顾问机构创始人于斐表示，如果零售企业企图依靠人口红利、政策红利和资本红利，而不是通过赋予产品和服务更多的生活形态、内容生产和人文关怀内容来实质获取竞争优势，必定会因粗放式发展而被商业丛林法则所淘汰。凯度KWP中国区总经理虞坚提到，从中国消费者购买行为可见，近几年消费者对于健康的追求越来越高，消费者不仅需要基本的品质保证，也开始关注产品成分、材质和制造过程等。

“消费升级是对商品品质的更高要求，比如包装、消费环境、服务、售后以及创意等。可能有一部分商品因为成本上涨而导致价格上升，但不应该是绝对的。”在艾毅咨询CEO张毅

看来，不管是在一个或者多个层面给消费者提供更好的服务，都属于消费升级的范畴，并不意味着售价必须提升。效率提升了，服务提升了，产品成本也有可能下降。

业内人士表示，零售企业应该一方面对现有产品结构进行重新梳理，淘汰过时的产品，同时也要改造和升级产品，提升产品品质，迎合消费群体的需要；另一方面，在开发新产品的时候要强化品质意识，加强新技术在产品上的使用，采用优质原料以及开发有利于健康的产品等，满足消费升级时代消费者对生活品质、健康等高端的需要。

“在渠道方面，零售企业可进行全渠道营销，例如线上线下融合、发挥线下体验优势、营销创新，进而提高效率，以低成本、

高效率 and 智能化经营企业。”云南健之佳健康连锁店股份有限公司董事长兼总裁蓝波说。

天图投资管理合伙人潘攀表示，中国市场太大，每个区域的经济的发展、消费水平不一样，消费升级也不同。部分零售企业在面对激烈竞争的一、二线市场需做好渠道的下沉和市场重心的转移，把渠道建设、管理的重点迁移至三、四线市场，并进行跨界合作、和新兴网络平台开展定制、品牌授权、品牌联盟等多种方式合作。

刘泽辉表示，科学技术也深刻影响了零售企业运营模式。过去开店依靠顾客流量，今天，如果企业没有建立、挖掘、整理和应用数据，未来很难在竞争中继续保持竞争力或者存活下来。“在产品层面，技术帮助品

牌方理解消费者的真正需求，同时帮助消费者向品牌方传达诉求，最后生产出符合消费者需求的产品。”Data Story创始人兼首席执行官徐亚波认为，在营销方面，品牌方和消费者需连接和沟通，双方建立可信赖的合作关系。以前的沟通都是单向、一对多的形式，如今，通过技术手段可使这种沟通更细致、更深入。

此外，消费升级对中小零售企业来说也是机遇。潘攀表示，目前，消费者跟品牌方的接触媒介发生了变化，10多年前，消费者获知品牌通常是集中通过几个媒体，但是随着接触媒介的碎片化，将会产生更多有影响力的品牌，而且中国是一个制造大国，在供应链上组织能力、效率、创新的不断提升，也会促使国内诞生很多新的知名品牌。

建立粮食市场监测体系 掌控进出口节奏

■ 本报记者 陈璐

“在国际形势深刻复杂变化，全球经济增长放缓，不稳定、不确定因素增多的情况下，确保国家粮食安全和保障重要农产品有效供给具有特殊重要的意义。”国务院发展研究中心党组书记马建堂在2019（第六届）中国粮食与食品安全战略峰会上表示。

马建堂认为，随着中国经济体量的扩大，国际国内市场的双向影响日益加深，更需要加强粮食和重要农产品生产、储备、进出口综合的调控，保障供需动态平衡，完善粮食主产区利益的补偿机制和农业的支持保护政策，提高稳产提质的引导力，健全粮食储备体系和应急供应网络，提高市场稳定的调控力，建立全球粮食市场信息监测与预警体系，提高进出口节奏掌控力。

“扩大农业开放是中国基于

资源禀赋的理性自主选择，是构建开放型经济新体制的必然要求。”马建堂指出，新形势下，要加快建立多元稳定的农产品国际贸易体系，扩大适应国内需求的农产品进口；要以“一带一路”沿线国家和欠发达国家为重点，加强农业对外投资，创新南南合作模式，提升全球粮食生产能力；要积极参与全球粮农治理，分享中国在保障粮食安全、减贫等方面的经验，为落实联合国2030可持续发展议程贡献更多的中国智慧。

英国经济学人智库发布的《2018粮食安全指数报告》显示，在全球113个国家中，中国排名第46位，高于中国人均GDP的排名。但不可忽视的是，我国粮食安全仍面临两方面挑战：一是脆弱群体日常食物供给不足；二是弱农产品价格在短期内快速上涨，影响到城乡居民的食物消费。

经济学家王一鸣指出，中国不可能离开国际社会来保障自身粮食安全，全球粮食安全保障离不开中国，要坚持国别多元化战略，加强与主要农业贸易伙伴国的战略合作，增强农产品贸易关系的稳定性，同时要加快农业走出去，加强农业领域的国际产能合作，建立全球主要农产品产业链、供应链和服务链，形成稳定的国际供给渠道，还要提高东道国自身的农业生产水平，实现互利共赢发展。

“无论是进口还是出口，中国已经成为新西兰最大的贸易伙伴，新西兰从中国进口电子产品，出口优质的农产品到中国，双边合作涉及食品安全、贸易便利化、乳制品科学研究等领域。”新西兰初级产业部副部长高天称，新西兰初级产业部在新西兰驻华使馆设立了5个岗位，专门负责推动

相关的合作向前发展，期待双边贸易在未来进一步扩大。

保障粮食和食品有效供给，理想的状态应该是数量足、质量好、价格稳，这对食品安全监管提出更高要求。

“目前，我国已发布强制性的食品安全标准1260项，涉及的食品安全限量指标达到2万多项，基本与国际食品法典（CAC）相衔接。”国家市场监督管理总局副局长孙梅君指出，当然各国饮食结构不一，具体标准还需要进一步拓展和细化，但标准仅仅是一个底线，质量无上限，我们鼓励企业采用高于、严于国家强制的食品安全标准的企业标准，创造品牌、扩大市场，满足多样化的需要。同时，大力推进标准化生产，支持企业开展质量管理、体系认证，推广良好生产规范（GMP）、危害分析和关键点控制体系

（HACCP），建立食品安全全程控制和追溯体系。

自12月1日起，新修订的《中华人民共和国食品安全法实施条例》将施行。我国《食品安全法》于2009年6月1日起施行，此后分别于2015年和2018年作出修订修正。这部有着“史上最严”之称《食品安全法》加强了对保健食品、婴幼儿配方食品、网购食品的监管要求，而此次《条例》对此进行了细化和补充。

“这强化了食品安全监管，完善了食品安全风险监测、食品安全标准等基础性制度，强化了食品安全风险监测结果的运用，规范了食品安全地方标准的制定，进一步明晰了企业的主体责任，加大了对责任人惩罚的力度，为维护食品安全、促进食品产业高质量发展提供制度保障。”孙梅君说。