

补齐对外设计咨询短板 培育创新性增长

■ 本报记者 张伟伦

近日,商务部等19部门发布的关于促进对外设计咨询高质量发展有关工作的通知(以下简称《通知》)明确提出了,到2035年,中国对外设计咨询在国际市场上的竞争力显著增强,在对外承包工程价值链中的地位明显提升等目标。对外设计咨询是指中国的企业或者其他单位为境外投资建设项目提供咨询和管理服务,开展相关规划、咨询、勘察、设计、造价、监理、项目管理和运营维护等活动,是对外承包工程的重要组成部分。

对于该《通知》,业内人士在接受记者采访时认为,中国目前在工程建设、制造和设计等领域具有一定的比较优势,尤其是国内有一定数量的工程师和设计领域的专业人才。国际承包行业与设计紧密相连,然而承包强、设计弱也是中国对外承包行业长期以来的短板。因此,该《通知》有利于激发中国在对外承包、对外设计领域中的人才红利,更能够促进中国企业向产业链上端延伸,培育创新性增长动力。

强化设计突破瓶颈

梳理中国的对外承包历史不难看出,相比较西方发达国家,中国企业在该领域起步较晚,起初规模小,但后期的发展速度较快,很大程度上改变了单一的对外贸易与投资形式,有力地促进了多元化市场格局的形成,取得了明显的经济和社会效益。

然而必须看到,近几年来,全球制造业活动普遍疲弱,国际贸易下行趋势明显,外国直接投资(FDI)增速持续下降,这些因素都不利于国际承包行业发展。根据业内权威杂志美国《工程新闻纪录(ENR)》2020年度的统计数据,全球最大250家国际承包企业2019年的国际新签合同总额为6258亿美元,较2018年上升3.4%;国际营业总额为4730.7亿美元,较2018年下降2.9%。其中49.4%的企业业绩出现下滑。近年来盛行的贸易保护主义和局部地区出现的动荡都给国际承包商带来了打击,叠

加2020年全球爆发的新冠肺炎疫情,国际承包行业更面临巨大增长压力。

“作为国际承包行业的重要组成,对外设计咨询行业高质量发展一方面有利于解决目前中国设计企业走出去动力不足、能力不足和支持力度不足的问题,另一方面,在全球国际承包市场增速放缓甚至出现下降、中国对外承包发展模式面临增长瓶颈的情况下,可以通过设计企业走出去转变增长动力。”中国勘察设计协会经营创新与体制改革工作委员会主任,泛华集团党委书记、董事长杨天举在接受《中国贸易报》记者采访时说。

人才红利初现端倪

杨天举透露,中国的工程设计企业在综合实力、海外市场布局、国际化路径、盈利能力等方面与国际一流企业之间存在较大差距,设计企业出海의龙头作用不明显。

但事实上,中国在设计咨询领域也有一定的比较优势。其中,初现端倪的人才红利是在未来不断弥补上述差距的有利条件。

“中国高校从2000年开始陆续扩招,到目前为止,我们已经培养了一大批在工程、设计领域具有扎实基础知识的人才。”大公坊iMakerbase国际加速器CEO、深圳市创客供应链协会会长,世界绿色设计组织创新供应链委员会秘书长丁春发在接受本报记者采访时说,中国工程师数量早已跃居世界之首,而且中国的工程师素质在国际上也具有竞争力,未来人才的增量也很可观。

“从0到0.5的原始化创新方面也许我们与美国等发达国家相比仍有一不小差距,但是从0.5到1的工程化创新、研发领域,我们有相当大的比较优势,并且发展潜力还很大。”丁春发所在的大公坊,业务主要分为外观设计、电子设计和软件设计三大部分,各业务在国际市场的拓展上均取得了丰硕成果,也越来越受到国外客户的认可。

“一个新的研发产物从实验室走向市场,需要大量工程师支撑。不论从人才数量、成本还是基础素质方面,中国具备的优势是不言而喻的。这也就是为什么无人机在美国的实验室里诞生,但却能在中国的大疆公司发扬光大。这恰恰说明了中国在一定领域的比较优势。”丁春发说。

行业发展仍存短板

如何把中国当前的比较优势转化成发展的动能和助推产业链向上端延伸的牵引力是当下中国在对外承包业务中迫切要考虑的。

然而,中国企业在整体上的短板和发展惯性带来的问题也很明显。《通知》中提及,当前中国对外设计咨询发展总体上还存在业务规模不大、核心竞争力不强、国际化水平不够高、顶尖品牌较少及政策促进体系有待完善等问题。

杨天举表示,在该行业,中国企业普遍存在起步晚、底子弱、国际话语权小、标准认可度低等历史因素造成的短板。当前,中国企业在商业模式、技术创新、数字化转型中也处于起始阶段。这些共同导致了中国在对外承包工程领域,商业模式单一,精细化管理弱,经营管理人才欠缺等问题。

“核心竞争力不强,国际知名品牌企业欠缺,以设计为龙头的带动作用不明显,全生命周期、全过程咨询服务能力不足,标准体系未能与国际接轨等是我们在这一行业需要着重关注的。”杨天举说。

“虽然我们有一定的人才红利,但并非没有国际竞争对手。”丁春发指出,中国工程师业务国际化能力还比较弱,主要体现在国际沟通与交流、国际化服务意识和国际资源的整合能力上。相比较而言,一些欧美发达国家在这些方面的优势明显,在亚洲,中国也面临韩国、印度、新加坡等国家的竞争。

因此,从这个角度上讲,顺应全球当前正在发生的新一轮工业革命,当下提出促进对外设计咨询高质量发展有利于同国际创新、创业环境结合起来,

发挥人才优势,推进中国工程、制造等领域向产业链上游迈进。

“我们已经拥有了相当强的工程制造能力,但今后我们还要打包更多的设计和研发,同时也要精进在管理运营方面的业务,尽快补齐我们的短板。”丁春发说。

示范引领紧跟趋势

“我们在设计咨询业中高端层次主要体现在成本方面,但是与国际顶尖设计相比,主要差距在创新性思维弱,文化修养与底蕴不强,国际合作与交流意识薄弱等,这可能需要一定的时间才能赶上。”丁春发说。

事实上,“一带一路”倡议提出后,中国对外承包EPC、FEPC、BOT和PPP等模式得到快速发展,成为国内承包商参与国际市场的主要模式,并取得了一定成绩。但也出现了过度依赖投资和承包、低利润项目过多的负面情况。尤其是设计咨询业务的国际化进度远远落后于工程承包业务发展。

“当下我们的对外设计咨询是可以尽快赶上的,这点我们应该有自信。只是长期以来,中国企业把精力大都放在了国内,毕竟我们有庞大的国内市场规模。”对于进一步促进对外设计领域高质量发展,丁春发建议,政府应该牵头,开设一些示范点,在政策方面给予一定支持,让更多中国企业看到设计咨询领域在对外业务中的广阔前景,提升设计咨询企业“走出去”的积极性和产业链上的协同性。在此基础上形成政府、企业、研究机构立体化的促进机制和国际交流模式,不断优化对外设计咨询领域的创新创业环境。

“补短板的同时也要紧跟该行业的国际趋势。”杨天举表示,当前保护生态环境、践行绿色发展已逐渐成为各国发展的共识。建设绿色“一带一路”符合沿线国家和国际合作发展的实际需要。因此,当前对外设计咨询行业的创新发展也需要遵循绿色设计这一可持续发展理念。

当前,我国互联网产业展现出巨大的发展活力和韧性,成为我国应对新挑战、建设新经济的重要力量。专家表示,未来在5G、人工智能、大数据等新技术的助推下,随着互联网渗透率进一步提升,互联网连接的重心将从“人”转向“物”。

过去一年,互联网以一种前所未有的姿态展现在我们面前。2020年8月,国家博物馆收入3件特殊藏品:三行抗疫代码。这也是国家博物馆首次将代码作为藏品收入馆中,标志着中国现代互联网产业迈上了新台阶。

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年6月,我国网民规模达9.40亿人,互联网普及率达67.0%。2020年以来,新冠肺炎疫情在全球范围内暴发与蔓延,给全球经济社会带来巨大冲击。互联网在复工复产、经济复苏、社会运转中发挥了重要作用,数字经济成为对冲疫情影响、重塑经济体系和提升治理能力的重要力量。

“2020年,我国全方位推动互联网的创新发展。不断加快网络基础设施建设,5G网络、数据中心等新型基础设施建设发展迅速。”中国网络空间研究院副院长李欲晓表示,2020年我国网络信息技术自主可控能力逐步增强,5G技术、操作系统等技术取得突破。数字经济蓬勃发展,产业数字化和数字产业化规模不断扩大,数字经济的总量规模和增长速度位居世界前列。信息惠民数字化智能化不断提升,网络扶贫成效显著,健康码、通信大数据行程卡等政务服务助力疫情防控取得重大战略性成果。

展望2021年,数字技术将继续在抗击疫情和经济复苏中扮演重要角色。中国网络空间研究院信息化研究所所长邹潇湘表示,在抗疫过程中,从精准高效地开展疫情的监测分析、病毒溯源、社区管理,到加快病毒检测诊断、基因测序、疫苗新药研发,再到防疫物资供需精准对接、高效生产、统筹调配以及回收管理,最后到加快企业复工复产、维持学校正常办公及教学等各大场景,信息技术起到重要的支撑作用。

经过这次疫情,全社会进一步达成数字化共识,养成数字化的习惯,数字技术也日趋成为服务于整个社会的基础设施。业内人士表示,可以预见,未来数字化将扮演更加重要的角色,社会公共政策改变了原来逐级传导下达的方式,可以通过数字化的方式,技术的支撑直达每一个社会要素。

当前,新一轮科技革命和产业变革正加速演进,人工智能、大数据、物联网等新技术新应用新业态方兴未艾,互联网迎来了更加强劲的发展动能和更加广阔的发展空间。

“数字经济在供需对接、资源配置、产业升级等方面的巨大优势,在未来5年里一定会进一步叠现。”红杉资本全球执行合伙人沈南鹏说。

可以预见,在移动互联网、大数据、超级计算、传感网、脑科学等新理论新技术驱动下,人工智能将呈现深度学习、跨界融合、人机协同、群智开放、自主操控等新特征,科技将重构全球各行各业,并将对经济发展、社会进步、全球治理产生重大而深远的影响。

清华大学公共管理学院院长江小涓认为,5G等新技术的应用和新商业模式的创新,将持续创造出多个百亿级、千亿级的新型消费。数字消费生态将跨界成长,一站式提供智能家居、智慧出行、智慧学习、智慧娱乐、智慧健康健身等网络和数字服务。依托产业互联网,消费者、企业和各种生产要素彼此联结,不断挖掘用户需求图谱,同步迭代,实时互动,动态满足用户需求,前景十分广阔。

中国工程院院士贺铨铨表示,互联网不仅给信息技术产业带来了强劲的发展动能,也会推动工业、农业以及政府的治理,智慧城市等方方面面的数字化转型升级,从消费应用深化拓展到面向产业应用,促进数字经济的发展。

“未来,互联网将从面向人的连接,更多转向面向物的连接,互联网形成的新模式、新业态、新应用还会激发更多潜力。”贺铨铨说。

大数据等新技术助推——互联网连接从『人』转向『物』

■ 王铁辰

企业逆市增长 折射产业素质提升

液态奶居行业榜首,冷饮连续28年产销量居行业第一,奶酪整体业绩大幅增长……在不久前举行的伊利2021年全球合作伙伴大会上,乳业龙头企业伊利交出了一份亮眼答卷。作为亚洲最大乳企,伊利成为我国乳业生命力的真实写照。2020年前三季度,伊利实现营业总收入737.7亿元,同比增长7.42%,净利润60.44亿元,同比增长7%。逆市实现业绩的稳健增长,各项核心指标蝉联亚洲乳业第一。

2020年,锚定产业高地,中国乳业企业逆市上扬。面对前所未有的复杂经济形势,乳业成为中国逆市增长的行业之一,显示出强大韧性。疫情防控期间,多位专家提出“免疫力是最好的特效药”,将尽量保证每天300克的奶及奶制品写进了《新型冠状病毒感染的肺炎防治营养膳食指导》,奶制品作为理想的蛋白质来源,正像“柴米油盐酱醋茶”一样,走入更多中国家庭。

国家统计局数据显示,2020年1月至10月,全国液态奶产量2150.95万吨,同比增长3.32%;1月至10月规模以上乳企主营业务收入3473.32亿元,同比增长6.66%。农业农村部数据显示,2020年前三季度我国牛奶产量同比增长8.1%,增速创近5年新高。

这一成绩的背后,是乳企多年来对奶源和品质深耕的结果。农业农村部副部长于康震说,“十三五”时期,我国奶类产量稳中有升,质量稳定上升,产业素质明显提升,消费者对国产乳制品的信心显著增强,奶业振兴打了一场漂亮的翻身仗。在各地各部门的共同努力下,奶业产量和效益持续保持双增长,为保供增收和经济社会发展作出了重要贡献。

业内人士指出,过去的一年里,我国乳品企业创新销售模式,注重消费体验,国产品牌赢得尊重,消费信心极大提升。预计2021年,中国乳品消费升级加快,消费者不仅追求多元化、个性化、品质化产品,更对产品和服务和理念提出更高要求。对优质奶源的把握、打造专业的营养健康方案、线上线下一体化发展,将是乳业未来的三大风口。在高度竞争的乳业格局中,满足消费者更高营养需求和细分需求已成为行业使命。

中国奶业协会有关负责人表示,面对新发展阶段的新机遇、新挑战,中国奶业需要在品质和品牌上持续发力,筑牢奶业高质量发展的基石;需要扩内需、稳运行,不断培育奶业发展新优势;需要促创新、赋动能,构建和谐的产业链关系。

(乔金亮)



近段时期,位于江苏南通通州区开沙岛的恒力(南通)纺织新材料产业园将“智能制造”与“绿色制造”相结合,实现“绿色智造”,在原智能制造基础上,车间应用全自动落筒高速加弹机、自动包装、自动检测等智能设备,与智能立体仓库、自动打包系统无缝衔接,实现了加弹车间设备自动化、智能化再升级。恒力(南通)纺织新材料产业园获评国家级“绿色工厂”,二期项目加弹车间获评“江苏省示范智能车间”称号。图为近日,工人在恒力(南通)纺织新材料产业园二期项目加弹车间工作。

中新社发 许丛军 摄

发力区域经贸合作做好经济外循环

■ 本报记者 陈璐

“从RCEP(区域全面经济伙伴关系协定)到CPTPP(全面与进步跨太平洋伙伴关系协定),CAI(中欧投资协定),展现出我国现阶段高水平开放的路径。”北大博雅特聘教授、国发院党委书记、副院长余森杰在日前中欧投资协定、CPTPP与我国高水平开放论坛上表示。

虽然全球化出现了“回头浪”,余森杰认为,贸易保护主义、贸易霸凌主义一直存在,但是全球化的两个核心特征—生产地区化和贸易全球化并没有改变,因而,全球化的基本方向、基本趋势并未改变,只是具体形态发生变化,从以WTO为代表多边贸易体系转变为地区经贸合作。

RCEP自贸区、欧盟、北美自贸区已成为世界的三大自贸区,形成“三足鼎立”态势。在这一全球经贸格局下,如何做好经济的外循环?余森杰认为,RCEP、CPTPP、“一带一路”倡议、CAI均是实现国际循环的重要发力点。

对于中国加入CPTPP的能力,余森杰谈及四方面优势,一是近年来,中国知识产权保护力度不断加大。二是中国正在加紧推进劳工标准及国企改革,同时也注重培训、维护资方利益并加强劳工合作。党的十八大和十九大都提出要加强国企改革,目前国务院提出推行国企改革三年行动并聚焦八方面重点任务。三是在环境保护方面,“十三五”期间,“绿水青山就是金山银山”写入了党章,生态文明写入了宪法,越来越多地方把生态文明建设 and 加强生态环境保护作为机遇和重要抓手。中国已提出要在2060年前实现“碳中和”,未来中国绿色发展意识及技术水平都将大大提升。四是在数据流动方面,数字经济目前占中国GDP三分之一以上,而且中国海外数据经贸格局下,如何做好经济的外循环?余森杰认为,RCEP、CPTPP、“一带一路”倡议、CAI均是实现国际循环的重要发力点。

时,对跨境数据流动持适度开放态度。

中国加入CPTPP还需要做好哪些工作?余森杰提出四点建议,在商品贸易方面,进一步降低进口关税,并且尽可能在谈判中强调中国实行区域的累计原产地标准,同时做好贸易及投资便利化工作,优化营商环境,减少进口、进关成本等;在服务贸易方面,全面推进负面清单模式,推进中国服务贸易的开放;在投资方面,应当借鉴中国在自贸试验区采用的准入前国民待遇加负面清单模式,并有序在全国范围内推广;此外,还要切实做好知识产权保护工作,鼓励企业创新,缩小与发达国家在核心关键领域的差距。

有人称RCEP是区域化典范,而CPTPP是全球化的未来。对此,余森杰谈到,RCEP涵盖15个国家,RCEP包含商品贸易自由化、服务贸易正负面清单相结合形式、投资便利化、自然人流动便

利和数字贸易五块内容,更加强调遵循以WTO为核心的多边贸易体制规则,侧重发展中国家的利益,注重“灵活性”与“高标准”的权衡。而CPTPP协定是一个全方位严格的贸易协定,其在劳动和环境规则、竞争政策、国有企业、知识产权监管、互联网规则和数字经济方面均设定了高标准,对于发展中国家而言,这样的“高标准”会为其发展带来众多掣肘和隐性壁垒。

“当然,RCEP开放的深度和广度有待加强。”余森杰认为,在协议覆盖的议题广度上,RCEP的谈判领域和议题仍较传统,在规则制定方面十分有限。虽在知识产权章节,RCEP关于数据版权的规则超出了CPTPP的相关内容,但RCEP不包含劳动或环境章节;在争端解决条款方面,RCEP包含一项投资者—国家争端解决条款,但其效力受时间约束;此外,在电子商务章节,RCEP并未包括禁止数据本地化的条款,以减少电子商务

发展的障碍。

从2012年2月,欧盟与中国启动政治协议谈判,到2020年12月30日,中欧领导人共同宣布如期完成中欧投资协定谈判。“一波三折”的中欧投资协定谈判终于接近尾声。据悉,协定首次在中国和欧盟之间建立一套法律框架,涉及的内容也远超传统FTA,涵盖市场准入承诺、公平竞争规则、可持续发展与争端解决。

对于这一协定的后续影响,余森杰指出,未来,欧洲将获得中国更大的自由市场准入权利,欧洲企业获得更多机会与中国市场和企业进行良性竞争,涉及金融、新能源汽车、生物科技、房地产、电信、计算机等领域;中国也可以投资欧洲各产业,获得欧洲先进技术,提升工业制造能力……

“从RCEP、CPTPP到CAI,我们看到中国开放处于新阶段,进入新层次,随着上述协定的顺利实施,中国经济的外循环也会越来越好。”余森杰称。