

德国智慧企业走出四步舞曲

工业4.0只是德国数字化第一阶段

■ 本报记者 刘国民

“与英美相比,中德两国在第二次和第三次工业革命中均属于后发国家;中德两国都制订发展战略,推出相应的扶持政策,常年保持贸易顺差,强调制造业的重要性,并将高端制造业作为战略性产业。”在日前由香港大学中国商学院主办的“智慧企业:来自德国创新的启示”讲座中,香港大学ICB客座讲师彭俊松如是说。

在彭俊松看来,德国有诸多值得学习之处:对教育的重视、二元制教育体系、工匠精神、产学研机制、充满活力的中小企业、隐形冠军和长寿企业。德国形成了以经济界为龙头,政府协调推动,教育与科研界积极参与的科技创新体系,其中德国的信息与通信(ICT)产业发达,并且形成了ICT中小企业服务其他中小企业的良性循环。德国ICT市场以中小企业作为技术增长的基础。德国中小企业越来越多地采用IT解决方案,越来越多地采用基于云的服务,推动了市场的发展。

彭俊松介绍说,德国在过去十年

经历了四个阶段的数字化发展历程。

第一阶段是工业4.0。在这一阶段,IT/OT融合,自组网连接,重新思考生产流程和工作场地。工业4.0是九大工业数字技术的融合应用:高级机器人、增量制造、增强现实、仿真、水平/垂直集成、工业互联网、云、网络安全、大数据与分析。

德国工业4.0已成为德国最成功的科技战略,得到了广泛认可。德国制定了一批相应的技术标准,并逐步实现产品化,与中国、美国、日本开展密切合作。“不同行业在智能工厂领域取得了不同的进展。德国工业4.0标杆工厂通过垂直集成提高柔性生产能力,例如Elster公司主要产品是智能计量系统,目标客户是用电客户、电网公司和售电商,智能工厂是该公司实现智能计量的助推器。”彭俊松分析说,目前更加先进的工业4.0智能工厂在德国开始出现,在个性化定制方面德国企业也在不断挑战极限,例如饮料行业正在尝试“按需装瓶”,在一套灌装设备上实现从小批量生产到单件

生产,并在成本上达到经济标准。

第二阶段是智能服务世界。其关键词是数字经济商业模式、数据驱动、基于平台,重新思考商业模式和生态系统。它将数字服务与物理服务结合在一起,用智能互联产品、新数字平台、跨行业的数字生态系统、动态配置的数字智能服务,为每一位用户提供个性化服务,推动价值链和商业模式的创新。智能服务大大推动了德国工业企业的商业模式数字化进程,越来越多的中小企业实施智能服务。

第三阶段是自治系统。其关键词是泛在、家庭、工作、路上、人工智能。自治系统表现为独立运行的软件和机器人,其在工业中的应用首先来自于对多样性的需求。自治系统必须与人密切合作,并主动适应人,使人感到愉快,并确保人身安全,提供不同的自动化级别。机器学习是自治系统必不可少的部分,通过学习不断提高对未来情况的反应能力。人依然处于整个系统的中心位置,机器可随时将控制权转移

给人。但必须制定相应的法律框架,并为损害赔偿追责提供可追溯性。“凭借在AI、传感器和机器人领域的优势,德国企业成为全球领先的自治系统提供商。同时,德国与日本展开联合研究,对人机多元调节展开研究。”彭俊松说。

第四阶段是联邦数字基础。旨在构建分散、安全、信任、透明、开放的数据基础设施。由于数据所有权和安全性依旧是阻碍工业数字化的桎梏,这个阶段力图解决这一问题。

“数字化转型的目标是打造智慧企业/认知型企业,智慧企业使用最新的技术,如人工智能、物联网、大数据、高级分析等,将洞察力实时转化为企业的行动,由此加快了数据驱动的创新和流程自动化,推出新的商业模式,提供卓越的体验。”彭俊松总结道,人工智能、区块链、自动化、物联网、5G日益普及,势必会重塑企业标准业务架构,从过去风行的“由外而内”的数字化转型,趋向于利用呈指数级发展的技术,“由内而外”地发挥数据的潜力。

广州沙湾珠宝产业园: 外资企业过半 正扩大内销

■ 孙秋霞

作为中国珠宝产业发展的重要聚集区之一,广州番禺区占据了全球珠宝首饰产品生产加工的三成市场份额,港澳地区七成市场份额,“世界珠宝,番禺制造”名扬海内外。

在番禺,被誉为“中国珠宝玉石首饰特色产业基地”的沙湾珠宝产业园,吸引了100家企业进驻,外资企业过半,从业者上万人。近年来,随着中国消费不断升级,该园区不少企业开始加强设计研发,打开内销市场。

日前,记者来到沙湾珠宝产业园,发现工厂里几乎没有大型机器,大多数工序依靠手工完成。在镶嵌打磨车间,工人透过放大镜小心翼翼地镶嵌钻石,一旁的抽风机不停运转,将工人打磨出来的金银碎屑收集起来。

在沙湾珠宝产业园内的瑰宝特色小镇展厅,《珠宝天坛祈年殿》格外引人注目。它由超过128千克的白银,20多万粒钻石、宝石,以及大量黄金、铂金为原材料制作,采用了中国传统金银细金工艺与现代首饰制作工艺相结合的技术,是当今世界上罕见的稀世珍品。

“番禺珠宝产业有着四十多年的发展历史,早期是承接香港珠宝制造加工的前店后厂。2008年金融危机后,沙湾珠宝产业园协助珠宝行业企业转型升级,开拓国内市场,目前很多企业都设立两家公司,一家做来料加工业务,一家专门做内销业务。”广州威乐珠宝产业园有限公司副总经理梁帆说。

广州晋业珠宝有限公司(以下简称“晋业珠宝”)是园区内的一家合资企业,公司成立于2008年,专门从事珠宝首饰镶嵌业务。

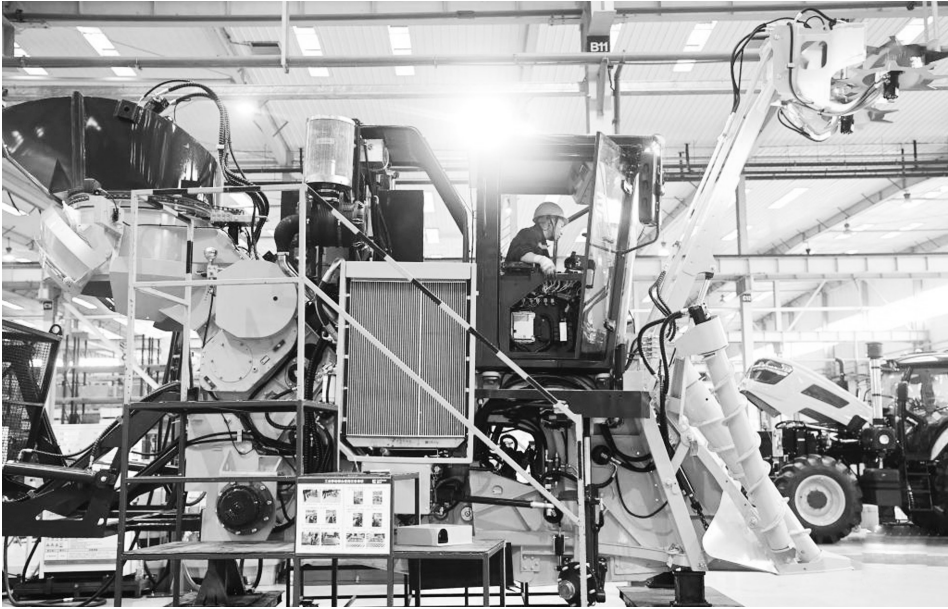
“我们公司是原始设计制造商,专门做内销。随着大家的收入水平逐渐提高,国内钻石市场的潜力还是挺大的。十多年来,公司销售额年复合增长率达到15%以上。”晋业珠宝财务总监龚务林说。

随着珠宝行业定制化需求越来越大,珠宝企业在研发设计上下了功夫。龚务林告诉记者,晋业珠宝比较重视设计,研发团队从最初的20人增加到70人。“以前园区企业就是做简单的加工,但要想在国内获得更大的市场份额,最重要的是产品研发能力。”

成立于2005年的广州市玉指环首饰有限公司(以下简称“玉指环首饰”)是一家外资企业,主要生产加工银首饰及钻石首饰。

玉指环首饰相关负责人告诉记者,他的家族从1963年开始在德国做珠宝生意,目前在全球有8个珠宝品牌和两家工厂,其中一家工厂在德国,另一家工厂在广州番禺区。德国的工厂主要针对欧洲用户,番禺工厂主要针对中国客户。

记者了解到,2010年以前,玉指环首饰几乎全部出口,看到中国有较大的市场潜力后,该公司开始专注于内销市场。



随着2021/2022年蔗糖榨季临近,广西柳州农机企业的甘蔗收获机订单量增多,工人们忙着生产产品、测试设备,车间里一派繁忙。图为在广西柳州一家农机企业,工人在甘蔗收获机生产车间忙碌。新华社发 黎寒池 摄

新一季柬埔寨芒果干开始出口中国

■ 毛鹏飞

柬埔寨四号国道沿线的磅士卑省是芒果主要产区,高棉大地雨水和阳光滋养下的芒果,果肉细腻、香气醇厚,摘下后直接运往加工厂,经过清洗、削皮、切片、糖渍、烘干等工序,变成一片片香甜柔韧的芒果干,等待送到中国消费者手中。

近日,中国检验认证集团柬埔寨公司签发了柬埔寨芒果新收获季芒果干输华的第一张证书。这批由中宝(柬埔寨)食品科技有限公司生产的130吨芒果干于11月12日离开西哈努克港码头。

中国检验认证集团柬埔寨公司总经理陈其生对记者说:“柬埔寨芒果收获季节从10月持续至次年5月。我曾两次参观和检查生产流程,对产品进行全过程质量监督,相信这批产品会为这一季柬埔寨芒果干对华出口开一个好头。”

中宝(柬埔寨)的芒果干加工厂坐落在磅士卑省尖山县上万公顷芒果园中。记者走进加工车间前,要先消毒,佩戴口罩、帽子和卫生面

罩,确保食品安全卫生。厂房内,原料堆放、清洗消毒、削皮切片、糖渍烘干等功能区有序分布。一颗颗芒果在熟练工人手里,只见削皮刀上下翻飞,芒果皮一片片飞出,只需数秒就完成了削皮工序。

农业是柬埔寨支柱产业之一,也是新冠肺炎疫情下难得实现快速发展的行业。中国已成为柬埔寨多项农产品的最大出口市场。以芒果干为例,柬埔寨是东南亚芒果主要产区,全国种植芒果面积达到13万公顷,年产量170万吨。2021年前10个月,柬埔寨出口芒果干1.5万吨,同比增长195.4%,其中1.2万吨出口中国。

中宝(柬埔寨)总经理欧阳建斌说:“柬埔寨农业资源丰富,水果和加工产品非常受中国消费者欢迎。经过加工制作的芒果干保留了果肉纤维,酸甜度与柔韧度恰到好处,让消费者在任何季节都能享受浓浓的芒果原香。”

据了解,中宝(柬埔寨)引进了

中国先进的生产设备和技术工艺,自2021年1月10日开始生产芒果干以来,已解决当地700人就业和2万吨新鲜芒果的销售问题,上半年芒果干总产能为2000吨左右。

陈其生说,近年来,许多中资企业响应“一带一路”倡议和农业“走出去”战略,到柬埔寨投资设厂,向柬方传授农产品加工技术,提高当地农产品附加值,帮助提升了柬埔寨农产品在国际市场的形象和地位,也增加了许多就业机会,助力当地农民增收。

11月15日,柬农林渔业部表示,柬政府2022年将拨出2.5亿美元,向农业领域发放优惠贷款,促进农业发展。得知这一消息,欧阳建斌更有信心。他说:“随着区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)和中柬自贸协定未来生效,在柬投资农业将有更广阔市场前景。我们将充分利用原产地优势,加大对东南亚农产品深加工的研究与开发,为消费者提供高品质健康休闲食品。”



中国入世二十周年农业大事记之四

入世以来我国自贸区建设中农业部门发挥了什么作用?

■ 徐偲日

多边贸易体制和区域贸易安排是推动经济全球化发展的两个轮子。加入WTO后,为顺应区域经济一体化的新形势,中国正式开启了自贸区建设进程。2002年11月,中国与东盟正式签署全面经济合作框架协议,拉开了中国区域经济合作发展序幕。截至2020年底,中国已签署自贸协定19个,涉及26个国家和地区。农业是自贸区建设的重要组成部分,也是特殊的组成部分。农业关系国家粮食安全和农民生计,从全球范围看,在自贸区建设中农业都是各国高度关注的领域。如果在农业问题上达不成一致,谈判就很难顺利推进,农业通常被称为自贸区谈判的“门槛议题”。在我国实施自贸区战略

过程中,农业部门发挥了重要作用。根据自贸伙伴的特点,农业发挥的作用总体可归为以下几类。

先行先试,为扩大合作提供示范。中国—东盟自贸区是我国对外商谈的第一个自贸区,也是东盟作为整体对外商谈的第一个自贸区。2002年《中国—东盟全面经济合作框架协议》签署时,为增强人们对自贸区建设的信心,双方制订了“早期收获计划”,对一些共同感兴趣、互补性强的产品,用较快的速度和较大的幅度提前进行降税,先行开放市场。双方纳入“早期收获计划”的几乎全部为农产品。对此类产品实行降税后,我国与东盟国家之间的贸易规模显著增长,其中增长较快的主要是蔬菜、水果、

水产品等纳入“早期收获计划”的产品。该计划的成功为此后中国—东盟自贸区各项协议的谈判和实施奠定了良好的基础。农业在其中承担了“快速轨道”和“试验田”的角色,为中国—东盟自贸区建设提供了宝贵经验。

有保有放,维护农业核心利益。对于澳大利亚等农业强国来说,我国庞大的农产品市场是其志在必得的目标。农业谈判一直是中澳自贸区整体谈判的难点和焦点。在谈判中,我方始终强调互利共赢目标,坚持时间服从质量的根本原则,最终历经10年20多轮谈判和几十次技术磋商才达成协议。从谈判结果看,我国最终争取到了对粮棉油糖等大宗农产品的例外

处理,不纳入降税范围,羊毛、牛羊肉和乳制品等重要畜产品争取到了尽可能长的降税过渡期和有效的保护措施。对于水产品、水果等我国敏感性不强的产品,我国充分照顾澳方关切,在短期内快速取消关税。总体来看,农业谈判促进了中澳两国经济优势互补和互利双赢。

策应工业,助力整体利益平衡。韩国是我重要农产品出口市场。中韩自贸区谈判中,韩国在汽车、石化、电子及钢铁等工业领域有较强竞争力,从自贸区整体经济利益平衡角度来看,农业几乎是韩国在自贸区市场开放中唯一可以做出实质性贡献的领域。我方始终从实现谈判整体利益和农业根本利益的大局出发,坚持整体利益平衡原则,

最终既为我国扩大农产品对韩出口争取了较好的条件,也使韩方降低了对我中国工业品全面要价,较好策应了我中国工业防守利益。

“实施自由贸易区提升战略,构建面向全球的高标准自由贸易区网络”已写入国家“十四五”规划纲要。在未来的自贸区建设中,我们要进一步深刻理解和全面贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念,围绕“保供固安全、振兴畅循环”的三农工作定位,在确保农业核心利益得到保护前提下,与拟建立自贸区的贸易伙伴寻求利益契合点和合作公约数,促进自贸区建设的高质量发展。

(来源:农业农村部农业贸易促进中心)

服務四海 誠信天下



中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahklt.com



“世界工厂”东莞崛起潮玩自主品牌,折射的不仅是人均GDP过1万美元的强大消费力,更是中国品牌主导消费市场的强大信心。

潮玩风头正好,隐忧亦不小。有业内人士从日本玩具发展史中预测这场风潮最终的“宿命”。潮玩早年从美国传到日本又传到中国,但在今天的日本玩具市场,潮玩几乎不流行了——当一浪又一浪过去,消费者什么都看过了,设计师感到江郎才尽,最火的时候也就过去了。今天中国成为潮玩最大的市场,某种程度上在于潮玩对国内消费者而言还是新鲜事物。当家里的陈列柜摆满了、消费升级了,潮玩又将走向何方?这已是一路高歌猛进的新品牌们热议并思考的议题。

消费潮流是不确定的,但满足于代工、模仿,命运是确定的。去年疫情来袭,东莞一家有28年历史、服务于迪士尼等国际大牌的玩具厂轰然倒闭,带给业内很大震动,更多玩具企业意识到:投身潮流,走自己的路,才是最好的出路。

东莞潮玩新品牌的崛起,看似在一夜之间,背后却是魄力、能力和成本付出的重重考验。它们为有志于投身潮玩赛道的传统玩具企业带来如下经验启示:

要立足瞬息万变的潮玩圈,捕捉消费需求并快速响应是最重要的能力。不去研究“为什么要往膝盖上抹腮红”的工厂,永远不可能做成品牌。而随潮流趋势快速响应,应成为全产业链的自觉:设计端捕捉消费者情绪、生产端快速切换产品、销售端玩转各种“种草”渠道……尤其在销售端,相关调查显示,2020年中国“Z世代”购买潮玩的主要渠道有线下门店、电商、无人贩售机、微商……购买渠道的多元化,要求过去渠道单一的代工厂必须掌握触达人群的“十八般武艺”。

想避开红海市场取胜,开创新品类、新赛道是不二法门。开拓一个新的细分赛道很难,却值得尝试。潮惑的“街角酒吧”系列一炮打响,仅前期末体开发就历经了一年多反复尝试,服装排版师更是换了四五拨。有梦想、不惧失败,正是这样的果敢和魄力,成就了这家代工厂今天在潮流人偶市场的引领地位。

想让品牌走得长远,文化的助力必不可少。东莞品牌APEX-TOYS正是借为《原神》等国内文化IP设计手办玩具的契机,不仅打开了国内市场,更送品牌出海,入驻日本潮玩胜地秋叶原并远销欧美。《原神》的成功,让潮玩圈看到了“原创力+文化力”的力量。

今天,东莞新品牌们都在致力于丰富原创IP所承载的文化内涵,如ToyCity不仅为东莞、佛山等珠三角城市打造城市文化IP,落地全国首个潮玩文化主题商业中心,更着眼文化出海,推出百家姓等国潮元素的“国喜福福”新IP。有文化助力的中国原创IP,必将拥有更为强大和持久的生命力。

贸易金融

数字化增强商业银行竞争力

本报讯(记者 刘国民)2021年度中国银行业高质量发展论坛云端峰会近日在线举办。出席此次论坛的恒丰银行党委书记、董事长陈颖认为,数字化是商业银行高质量发展的第一驱动力。

在她看来,数字化正推动商业银行加快实现新治理。商业银行运行方式、业务流程和服务模式的数字化,可以有效推动流程再造,形成有层次、有链接、有效率的服务体系。可以将“管理建在制度上,制度建在流程上,流程建在系统上,系统建在数据上,数据反馈在管理上”,优化工作机制,精简流程环节,压缩审批时间,强化风险控制,提高决策效能。数字化还为商业银行内部的高效协同提供新技术手段。通过建立企业级数据体系和信息系统,以业务驱动为载体,以服务客户为中心,通过数据打通、系统打通、管理打通,打破既有篱笆墙,实现跨层级、跨部门、跨条线、跨区域、跨系统协作,加速商业银行向流程银行转变。

陈颖分析说,数字技术与传统商业银行融合,催生出新产品、新模式、新业态。一是坚持问题导向,增强“数据+赋能”。以数据为抓手,对每个环节每个场景

做到心中有数,建立数据全景,赋能业绩提升,可以获得竞争优势。二是坚持需求导向,守正“数据+创新”。需求牵引服务供给。借助大数据、人工智能及数据挖掘等技术,打造超越客户预期的服务能力、组合能力,精准满足客户多元化服务需求,让客户经理第一时间知道“客户在哪”“客户要什么”“我们有什么”。三是坚持目标导向,融合“数据+金融”。数字化围绕“信息可共享、信用可穿透、信任可传递”三大目标,有效解决金融供给洼地,尤其是小微企业信息获取难、风险控制难、融资定价难三大融资难题。比如,恒丰银行推出的“好牛快贷”,通过引入物联网、区块链等技术,破解困扰三农领域活体质押权难、抵押难、监管难等行业难题。四是坚持效果导向,构建“数据+生态”。围绕数据要素,打造产品生态,实现内在价值;打造场景生态,实现业务价值;打造交易生态,实现市场价值;打造安全生态,实现社会价值。

据了解,不久前恒丰银行还发布了“建设一流数字化敏捷银行”新战略,数字化转型和敏捷组织建设正在扎实推进。