

技术标准输出提升中企国际化水平

■ 隋月红 郑素丽

国际铁路联盟(International Union of Railways, UIC)近日发布实施由我国主持制定的UIC标准《高速铁路设计基础设施》(IRS 60680: 2022),该标准是高速铁路基础设施设计领域的首部国际铁路标准,也是继《高速铁路设计通信信号》(IRS 60681:2021)之后的第2部UIC《高速铁路设计》系列国际标准。根据上海应用技术大学铁道工程专业李培刚副教授的解读:“这个标准里推介的中国CRTSIII型板无砟式轨道和动车组四级修程等优势技术,是我国原创的技术,也是经过严谨的理论和试验研究以及大量经验积累逐步提升到技术标准或规程,这对其他国家会产生参考和示范价值。”

谈起中国高铁,笔者回想起2018年赴中车株洲电力机车的调研。株机坐落在老牌工业城株洲,地貌上,株洲市区有一条东西走向、西高东低的山脉——石峰山—响石岭—田心石子山,株机的厂区与生活区分布在这高高低低、坡上坡下的田心片区,有点瑞士山岭小镇的味道。厂区旁边的米粉铺子里,日常穿梭着蓝领年轻人,他们嘴里的米粉热气腾腾,就如这座城市蒸蒸日上,正雄心勃勃驶向世界制造业产业集群的轨道交通特色小镇。笔

者对我国高铁的技术赶超经验进行了归纳,其对企业国际化竞争力提升的启示如下:

其一,跳跃式的技术追赶。国际间的技术扩散是后发者实现技术赶超的主要渠道。技术扩散可简单定义为技术通过一定渠道向潜在使用者的传播与采用,由于技术不具有排他性,并且可以在成本很低的情况下扩散,有很好的外溢性。因此,技术落后者可通过技术采购、机器设备采购、技术合作开发和学习模仿等途径,以相对较小的成本获得领先者的先进技术。以我国高铁的动力技术追赶来看,采用了跳跃式追赶,直接从蒸汽动力跃至电力动力时代,跳过了内燃动力的开发,节约了技术迭代、耗时和昂贵的前期成本,缩短了追赶路径,随着技术的纯熟,快速跻身世界铁路技术的第一梯队。

其二,立足内循环的自主创新。事实表明,单纯依靠技术引进和模仿方式的技术追赶,只能缩短与技术领先者的差距,而无法获取超越的能力。以访谈获取的经验,在高铁动力控制系统研发过程中,受到日本的技术封闭与管控,这种强行解除技术依赖来源的方式,既带来了眼下的困难,也创造了一个立足国内自主创新的机会。最终,

株机以技术突破,转身为日本的劲敌,同时,也快速占取了应用于广大国内市场的条件。这一结果甚至让日方反思当时决策的失误,应该采取开放的方式,向中国铺设以日本为中心的技术系统,强化他们的主导控制权,而不是逼迫一位潜在竞争对手的诞生,丧失掉中国如此大的市场。因此,我国企业在获得缩减与国际同行的技术差距时,需要有意识地转向提高知识本土化供给能力,注重内循环价值链的构建,抓住有利自主创新的机会,才有可能超越技术领先者。

其三,长期优势与技术标准输出。著名企业进化论学者温特认为,能够长期保持利润最大化的企业未必是最有效率的企业,否则,企业决策或竞争的结果将是随机的,是碰巧在某期取得利润最大化的企业。现实中,居于优势地位更有可能追求利润最大化。这意味着,原本在竞争中处于被选择地位的企业,要尽可能地去占据优势地位,花大力气去建立一种占优的秩序,去消除企业内部与不确定外部环境的界限。现实中,这样的企业往往倾向于将它们的专利标准,转换成市场标准,形成能够保证在持续的竞争中胜出的行为规则。我国主持制定的《高速铁路设计基础设施》标准,将经过严谨的理论分析

和大量经验积累逐步升级为国际标准,对其他国家提供了可参考和示范的价值,对自身而言,以生产和提供国际公共品的形式,换取长期优势的地位。

其四,开放式的标准制定。以技术融合视角推介的中国CRTSIII型板式无砟式轨道和动车组四级修程等优势技术,首次纳入了地理信息系统(GIS)和建筑信息模型(BIM)等信息化手段,这也推进了新的技术生命周期的诞生。开放式的标准制定能够为企业研发活动的展开、内外部多重资源的整合、新产品中的知识传播创造更有利的条件,是实现从基础研究向商业化阶段过渡、探索不足的渠道。特别是以跟随者挑战在位者地位的国际竞争中,企业更是需要以一种开放的方式制定或形成标准,集合多种利益相关者,让技术创新的成功变成一种集体选择或集体成就。

当前,不少企业已开始步入后赶超阶段,与前沿技术愈来愈近,这个时候要解决的不再是如何缩小与领先者之间的技术差距,而是如何走出一条新的技术轨迹、建立新的创新体系,而立足国内、主动输出技术标准是中国企业实现这一目标的阶梯。

(作者单位:中国计量大学)

投资环境

全球半导体市场降温

据《日本经济新闻》网站近日报道,因供应紧缺而持续火爆两年的半导体市场开始发生改变。代表性半导体动态随机存取存储器(DRAM)的库存今年春季以后增加,价格也暴跌30%以上。从整个行业来看,不仅存储类半导体DRAM面临的形势严峻,影响还蔓延到了家电及电脑等使用的老式通用半导体领域。报道称,半导体是经济形势的先行指标。一般来说,从下单到交货,半导体的交付周期大约需要3个月。因此,如果目前半导体市场疲软,那么就可以推测出3个月后会经济将会下行。

哈萨克斯坦将为 外企落户创造有利条件

中新社报道称,哈萨克斯坦总统托卡耶夫日前表示,今年1月至6月,哈国内生产总值较2021年同期增长3.4%。他还指示政府相关部门,为正在离开俄罗斯市场的外国企业落户哈萨克斯坦创造有利条件。托卡耶夫说,全球对投资资本的竞争正在加剧,1400多家大型外国公司中的一半已暂停活动或完全离开俄国国内市场,哈政府应为其来哈创造有利条件。托卡耶夫表示,此前已制定的一系列制造业投资项目最终都会落在各个地区,由地方机构负责实施。因此,在招商引资和实现最终任务方面,对地方政府和中央的要求是一致的。

欧洲股市将成 中国企业“新华尔街”

据西班牙《经济学家报》网站近日报道,在华尔街将矛头对准中国企业之际,欧洲已成为中国投资的“灯塔”。来自安永会计师事务所的数据显示,仅在今年第一季度,中国企业在欧洲的股权交易额就达到约21.3亿欧元。报道称,中国企业已经宣布了约43宗并购交易,从金额来看,这些并购主要集中在德国,随后是意大利和荷兰。中国企业投资的主要是与健康和金融服务相关的领域。不过,中国的投资不仅限于并购。根据荣鼎咨询公司的数据,2021年,中国风险资本投资者对欧洲的直接投资几乎比上年翻了一番。专家预计说,欧洲股市可能会成为新的华尔街。

(本报编辑部综合整理)



中国农大自2011年起就开始与坦桑尼亚莫罗戈罗省合作,开展以玉米增产增收为核心的“小技术、大丰收”项目,将玉米密植增产的“中国经验”传授给非洲农户。从2011年只有一村一户加入,到如今推广至十余个村庄、超过千户,参与者的玉米收成平均翻了一番以上,当地农户们增加了收入,家庭生活和子女教育情况都有所改善。

(新华社发 中国农业大学国际发展与全球农业学院供图)

SWIFT 中国区总裁杨文:

数字孤岛已经成为全球贸易面临的重要挑战

■ 本报记者 张凡

近年来,数字技术的快速发展正在加速全球贸易的数字化转型,而且这一转型也将直接影响到全球价值链体系的重构。这其中,数字跨境支付作为底层基础设施,将为数字贸易发展提供良好的保障。环球银行金融电信协会(SWIFT)中国区总裁杨文近日在接受本报记者采访时表示,全球贸易虽然已经发展成非常复杂的一个生态系统,但却仍然尚未完全实现数字化,而且数字孤岛已经成为全球贸易面临的重要挑战,需要各方共同应对。

杨文表示,全球贸易体系的现状主要有两个表现:一是全球贸易已经发展成非常复杂的生态系统,包含了进口商、出口商等实物及金融供应链上一系列的参与者,而且

整个供应链覆盖多个国家,这些国家通常在标准、规则、监管以及法律体系等方面都存在着诸多不同。二是尽管人们的很多现代生活都已经转移到线上,但全球贸易却仍然尚未完全实现数字化,有些环节仍然依靠大量的人工及纸张密集的工作流程。

“虽然数字化在全球贸易中还没形成常态,但我们看到在众多领域,信息技术已经完全可以使商业

活动实现无纸化办公,从而提升工作效率且降低成本。”杨文说,数字化不仅可以提高效率及透明度,也可以提供更丰富的数据。丰富的数据可以帮助人们更深入地了解供应链各个环节的情况,提升金融普惠度,帮助企业尤其是中小企业更好地使用贸易金融工具。

杨文说,疫情期间,不仅全球供应链承受了巨大的压力,而且支撑交易正常进行的物理文件流转也承受

连日来的晴好天气让苏州热出了新高度,苏州自留片区企业维益食品(苏州)有限公司出品的网红甜点冰面包、冰乳酪让很多老饕感受到酷暑下的丝丝凉意,收获一大批拥趸。

维益苏州隶属于全球奶油创始者、全球冷冻食品业先驱之一的维益集团。上世纪90年代,维益集团进入中国市场,以优质的产品、卓越的服务,致力推动中国烘焙和餐饮市场发展。1997年底,维益集团落子苏州,在苏州工业园区注册成立公司。次年,维益苏州工厂建立,技术应用中心同期成立。之后二十余年间,维益又在园区打造了亚太区研发中心、甜点工厂、客户体验中心,持续丰富和完善功能,公司发展蒸蒸日上。

“得益于片区良好的政策服务和营商环境,维益苏州的发展日益蓬勃和壮大。从产品加工到技术研发,再到客户服务,公司持续拓展深化发展内涵,希望以更好的产品和服务回馈市场,同时也为中国本土烘焙和食品行业发展做出贡献。”维益苏州相关负责人说。

自落成以来,研发中心专注于产品性能和客户需求,首创打造了中国烘焙市场的多款“明星”产品,其中就包括混合脂奶油、牛奶奶油、冷冻布丁系列等。同时,维益苏州还在国内率先规模化生产冷冻蛋糕,并通过技术攻关开发了零反式脂肪酸,推出以食用植物油为油脂原料的非氢化奶油系列产品。

在苏州自留片区,像维益苏州这般从产品加工起步,逐渐向技术研发升级,实现公司发展跨越提升的外资企业不胜枚举。

维益刚落户园区时,中国烘焙市场尚处于发展初级阶段,客户对奶油产品的需求还停留在口感好、操作性好的阶段,当时,维益的发展目标是提供性能稳定的产品。随着中国烘焙市场快速发展,客户需求也发生了很大变化。为了更好地满足市场预期,并助力行业发展提升,维益在新技术研发、供应链升级、超级产品打造等方面,开始铆足劲儿向前跑。

在维益苏州亚太区研发中心,一些小试及中试设备可以帮助企业将研发产品快速投入生产;而一些高端分析检测设备则可以从微观分析物质的颗粒及组成,从而更好地检测产品的应用性能。

“创新的氛围弥漫于苏州自留片区,推动着各行各业的企业突破自我,跨越发展。一直以来,维益苏州以打造中国前沿烘焙产品为目标,生产出口味、营养、应用性能等各方面均具有领先优势的产品。”该负责人说。

除了打好技术关,客户体验在维益集团发展布局中占据着越来越重的份额。去年年底,维益苏州将原有的技术应用中心更名为“客户体验中心”,进一步明确了未来发展的重心。

“技术应用中心早期侧重于客户端产品应用研发,致力打造中国前沿烘焙产品,以产品创意带动销量。更名后,我们把客户放在首位,除了提供产品的解决方案,同时让客户感受更多方面的体验与提升。”相关负责人说。

如今,维益苏州“客户体验中心”每个月举办的各种内部技术和销售培训让这里成为创新与服务的“能量场”。从先进的烘焙技术到引导市场的营销方案,从产品“萌芽”到最终“上市”……维益苏州会为客户定制全套的产品方案,同时组建了专门的技术团队、顾问团队、设计推广团队和销售团队,给予从产品调制、前期预热,到最后落地执行的全流程支持。

“得益于创新的产品以及专业的技术和销售服务,客户可以从维益苏州拥有产品的创意以及前沿的行业信息和资源,这也是维益受到市场青睐的原因。”相关负责人透露,客户体验中心落成后,迄今已研发出白川空气蛋糕、冰乳酪、冰面包等众多引领行业潮流的网红超级产品,各单品在行业的销售均已过亿。“给客户带来更多生意的提升,是维益苏州最终的目标。而经过一系列的技术培训和现场指导,事实上,客户得到的不仅是产品销量的增长,更有技术人员和销售人员能力的提升。”

乘着苏州自留片区的各项制度红利和改革创新的“东风”,维益苏州对未来的发展充满信心。

“维益在中国的业务布局覆盖全国。苏州工厂作为维益中国区生产主力军,主要服务南方市场。今年,我们还计划加码投资甜点工厂,扩建厂房,并增加新产线,进一步满足市场需求。”相关负责人表示,随着公司产能的持续扩大,苏州工厂对于空间的需求不断增加,而正得益于苏州自留片区相关部门主动靠前的服务与支持,维益苏州的发展版图顺利扩大,相信未来更将擘画出更加灿烂的发展蓝图。

(作者单位:苏州工业园)

法规的协调,获取更丰富的数据及标准,提高各参与者的交互性。

在杨文看来,数字孤岛已经成为全球贸易面临的重要挑战。如果企业、政府等各方在数字化过程中造成越来越多的数字孤岛,则会导致更多的安全、隐私、身份标准等方面的问题,从而造成业务的碎片化,抬高业务成本。他认为,加强全球社群协作可有助于各方应对这些挑战。

杨文介绍说,SWIFT已经认识到整个金融服务行业的数字化潜力,也在竭力改革其平台以反映当前世界的数字化现实。SWIFT将把贸易行业至关重要的数字化解决方案标准化,并将其在行业层面扩展,促进各方拥抱数字化未来。

在美中企现状:业绩回升与信心动摇

■ 本报记者 张凡

报告可以反映在美中企的总体情况及其对美国市场环境的评估与分析。

报告说,中国公司的业绩表现已逐步稳定,并从疫情带来的挑战中缓慢恢复。2021年的估计业绩结果显示,收入、盈利能力和息税前利润(EBIT)利润率较过去两年有所回升。54%的受访企业表示,2021年收入增加,而2020年这一比例仅为20%。这是由于中国企业将盈利能力提升和业务增长作为首要目标,因此其息税前利润反弹至2018年水平。

报告显示,中国公司对美国投资和营商环境的满意度有所回升,但对未来美国市场的信心有所动摇,谨慎乐观态度。

据了解,这份报告是美国中国总商会对111家企业进行了较长期跟踪调研统计的结果,报告调研了中国对美直接投资绝大部分的细分行业的企业。美国中国总商会认为这份

番。总体来看,能源、材料、金融和IT公司的满意度和扩张水平最高。

报告显示,尽管中国企业对其在美国的商业前景尚且乐观,但由于持续的贸易摩擦、日益复杂的监管环境、难以吸引和留住人才以及中美关系发展陷入停滞,这种乐观情绪正在逐步减退。已有更多中国企业表示对于未来中美双边和经贸关系的预期有所降低。49%的企业预测未来两年收入将增加,27%的企业(2021年这一数据为12%)预计2022年将进行更多业务投资。

然而,中国公司的美国业务面临着越来越大的压力,他们需要维持美国业务对其全球收入的贡献和母公司对美国业务的支持。中国企业的美国业务在全球收入份额出现了自2018年以来的首次下降。此外母公司对在美中企的承诺也有所下降,只有52%的受访企业将其利

润再投资于其美国业务。

报告显示,随着中美关系变得复杂,对中国的普遍不友好迫使中国公司在这种僵局中受到多方面的挑战。只有10%的企业认为未来一年双边关系会有所改善,这是2018年以来的最低水平。另有19%的受访企业(2021年数据为39%)预计中美经贸关系将在2022年适度或大幅改善。

报告还对法律与合规、品牌与信任等领域进行了专题分析。在法律与合规方面,调查显示,尽管大多数中国公司都有综合的合规政策,但大多数公司尚缺乏有针对性的具体合规计划,美国法律法规的复杂性以及中美之间潜在的规则冲突是中国企业面临的最大挑战。

过去几年,中国企业进入美国市场的阻力有所增加,尤其是包括贸易摩擦和疫情在内的事件加剧了

美国反亚洲/中国的情绪,这形成了一个复杂的局面,这不仅影响到了中国企业,而且影响了更多的美国亚洲社区。在这样的背景下,中企在品牌与信任方面也采取了一些措施。作为美国市场策略的一部分,中资企业在提升其品牌形象方面持续投资,大部分受访企业正以自己的方式参与社会议题并设法发挥积极作用,以提高大众对其品牌的接受度并赢得市场信任。

美国中国总商会传播与分析总监李莹在报告发布会上表示,对在美国的许多中资企业来说,本就复杂的商业环境不断带来新的挑战。本次调查的大多数受访企业都在近期受到了动荡局势的影响。美国中国总商会将继续密切关注中美商界市场情绪,并与决策者分享见解,以促进企业从疫情导致的健康和经济危机中快速复苏。

一块甜点见证外企在华创新发展

■ 孙诗帆