

加大中以科创和人才交流互动力度

■ 本报记者 王煜

服务四海 诚信天下



中国专利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkitd.com



广告

被誉为“创新的国度”“第二硅谷”的以色列，其高科技产业取得的成就和发展速度令人瞩目。以色列创新理念独树一帜，这与其长期坚持围绕创新驱动发展，努力构建人才、理念、技术、资金“四位一体”的创新生态模式有密切关系。近日，由郑州大学亚洲研究院、河南大学以色列研究中心及社会科学文献出版社共同发布的《以色列蓝皮书：以色列发展报告(2022)》(以下简称《报告》)认为，从创新人才的角度看，中以两国在人才培养方面的表现各异。如两国均具备较为健全的人才培养与管理体系，特别体现在对教育的重视度以及对人才发掘的投入力度。然而在吸引和留住人才方面，中国与以色列相比差距较大，尤其在人才吸引力方面还有提升空间，成为目前人才指数排名上升的主要阻力，也是今后加快建设世界重要人才中心和创新高地过程中，应更加重视和努力的方向。

中以创新人才交流合作既是全球化背景下中国与以色列两国创新合作的重要趋势，也是两国创新全面伙伴关系的重要内容。伴随两国签订《中以创新合作行动计划(2022~2024)》，中以创新人才交流合作迎来了新机遇。《报告》显示，中以两国建立外交关系以来，双方政治互信不断增强，经贸合作迅速发展，创新合作机制不断完善，双边关

系日益加深。与此同时，由于两国文化存在差异，对彼此的了解仍不够深入，且受国际政治、经济、疫情等各方面因素影响，目前双方留学生规模均偏小，人员流动和交往仍不够频繁，深入开展创新人才交流合作仍面临较多挑战，在加强科技创新和人才交流，以及持续改善创新体系和优化创新氛围等方面仍需开展大量合作。

第一，在中以创新合作联席会机制下，双方积极实施更加开放的科技创新合作政策。在科技发展战



连日来，在位于天津港保税区的联合利华天津食品工厂黑灯车间内，自动货架、AGV运输车、协同机器人等自动化设备有序高效运转，一批批调味料产品从生产线下线后，被码垛机器人码放整齐，准备出厂。图为在联合利华天津食品工厂黑灯车间，调味料产品在智能生产线上传输。

新华社记者 赵子硕 摄

面加强联系与合作。积极破除人才流动壁垒，在促进双方经济、社会高质量发展的同时，持续加强两国创新人才交流合作。切实发挥政府的“牵线搭桥”作用，为双方创新合作及人才交流提供信息渠道、优质平台和创新政策，营造更加开放的人才交流与合作环境。

第二，在科研合作中实现两国互利共赢。扩大中以科研合作的规模和领域，通过联合实验室、联合资助机制，促进中以创新人才的交流、培养。选择两国共同感兴趣的重点领域如现代农业、生物医药、公共卫生等领域拓展合作。进一步加强双方人才交流与培养，实现双方互利共赢，深度构建利益共同体。

第三，加大企业和人才创新创业合作。鼓励我国企业“走出去”，在以色列设立研发中心、创新创业中心等，促进我国青年人才赴以色列学习、工作；继续吸引以色列专业技术人才来华工作、交流。积极为

两国企业创新合作营造良好环境，搭建各类创新人才与项目对接交流平台，推动两国企业、技术团队开展沟通交流。通过持续优化创新创业环境，积极吸引两国各领域人才创新创业。探索围绕创新创业的人才交流合作新模式，加强在人才培养、人才互访等方面的沟通、交流与反馈，不断提升合作质量和水平。

第四，积极促进创新人才和文化交流。设计更多务实的中以创新人才交流合作项目，促进各层次、各领域人才的广泛交往。开展更多中以青少年科技人文交流活动，为以色列青年人才、知名学者等来华研修、培训、参会、访问创造更多机会，以互联互通的伙伴关系为立足点，开展形式多样的文化交流，推进两国文明互学互鉴，深化两国在文化、民生、社会等领域的合作，从而进一步夯实民间交往基础，大力促进传播中以两国的语言与文化，实现文化互动。

全球集装箱航运市场仍低迷

本报讯 全球集装箱航运巨头马士基近日发布一季度财报显示，其一季度营业利润暴跌，息税折旧及摊销前利润从91亿美元下降至40亿美元，息税前利润从73亿美元下降至23亿美元；营收从193亿美元下降至142亿美元。因市场需求疲软导致运价、货量下降，一季度马士基的核心航运业务量下降了9.4%，运费也下降了37%，该部门收入下降了三分之一以上，至99亿美元。

当前，随着商业活动放缓，企业正寻求减少仓库库存，这与新冠肺炎疫情期间相比是一个巨大的转变。疫情期间，由于各国对消费品的需求激增，加之供应链问题限制了船舶供应，导致集装箱航运业的利润一度达到历史高位。经过疫情期间的繁荣期后，全球集装箱市场目前运价已回归行业常态。随着新一轮周期顶部新船和新箱的订单大量释放，“一箱难求”的现象已不复存在。(刘畅)

广州海关展示智慧海关成果 便利企业进出口

本报讯(记者 林畅)广州海关日前召开2023年智慧海关创新大会，集中展示关区智慧海关场景应用项目早期收获初步成果，包括智慧单证审核等。

在此次集中展示的成果中，“智慧单证审核”利用光学字符识别技术和人工智能计算，实现证书扫描件与电子证书信息进行智能比对，单份证书审核时间压缩至2分钟以内。“特殊区域跨境电商出口集拼作业新模式”、针对企业实际需求，创新叠加政策应用，通过允许国货入区理货、统一电子账册管理、智能卡口自动验放等做法，支持企业降低运营成本，推动中国制造商品“卖全球”。

为便利企业进口，广州海关还展示了“进口预包装食品标签整改移动远程监管”，采用远程接入方式实现关企视频互动，从传统的预约、等待排期、海关外派人员作业，转变为企业在线预约、海关在线评估作业，在线结果即时告知，新模式可大幅减少企业等待时间，显著提升通关效率。

全球5G标准必要专利排名：华为第一，小米首入前十

《全球5G标准必要专利及标准提案研究报告(2023年)》日前发布。中国信通院知识产权与创新发展中心司法鉴定与专利标准研究部副主任、司法鉴定所副主任闫坤表示，过去几年的快速发展，5G已实现大规模商用并覆盖全球，成为推动人类社会数字化转型的关键支撑。

据悉，该报告基于截至2022年12月31日ETSI专利数据库中的全部5G声明专利及其同族扩展专利

进行了统计分析，在ETSI进行5G标准必要专利声明的产业主体中，排名前十位企业的有效全球专利族数量占比超过全部专利族数量的75%，基本体现了全球5G标准必要专利活动的主要趋势。

今年共有5家中国品牌入选TOP10榜单，较去年再添1家，目前已占据半壁江山。其中华为为5G标准必要专利全球排名第一，小米以高成长速度首次进入前十。具体来看，前十名榜单分别为华为、

高通、三星、中兴、LG、诺基亚、爱立信、大唐、OPPO和小米，苹果则无缘前十。

报告显示，随着5G大规模商用，5G对经济社会发展的放大、叠加、倍增作用逐步显现。预计到2023年底，全球5G投资运营商将达到550个，全球5G基站将突破480万个，国内5G基站数量也将超过290万个。与此同时，智能手机设备出货量也将突破7.5亿部。

闫坤表示，一方面，5G-A新技

术将从网络、终端、云等端到端的关键方面进一步演进，构建数字、智慧、绿色低碳社会的基础设施。对沉浸式、智能上行、工业互联、通感一体、千亿物联和天地一体的主要应用场景进行升级，这也将促进实时沉浸交互业务引领移动互联网业务增长，驱动无线网络管道能力的提升。为各个行业的数字化转型背后的驱动无线网络提供新的连接能力。另一方面，终端创新产品大量出现在

市场，包括无人机、头显、车载路由器/调制解调器/热点、机器人、卡扣式加密狗/适配器、电视机、USB端子/加密狗/调制解调器、相机、小型基站车载OBU、交换机、自动售货机和编码器等。同时，传统汽车行业愈加向智能网联化发展，5G标准必要专利的许可/诉讼活动将进一步向智能网联汽车行业蔓延，相关企业可以把握这一新趋势，对5G知识产权进行布局。(穆青凤)

农业贸易百问

预制菜国际贸易面临哪些问题?

■ 李楠

随着2023年中央一号文件首提“培育发展预制菜产业”，全国各地正在积极推动预制菜产业发展。同时，不少预制菜企业已在开展对外贸易，一些地方政府部门也开始着力为地方预制菜“走出去”创造条件。预制菜贸易是“小农户”对接“大市场”的桥梁纽带，是实现农产品价值增值的新渠道，更是助力乡村振兴和农业农村现代化的新引擎。预制菜贸易中可能面临的问题需要高度关注和积极解决。

预制菜贸易为什么有必然性?

推动预制菜贸易是用好“两个市场，两种资源”的题中之义，预制菜贸易具有必然性且潜力巨大，是农业贸易新趋势。

首先，预制菜贸易是国际市场资源要素优化配置的要求。从贸易理论上讲，我国在预制菜产品的研发生产上具有显著的国际优势，开展中式预制菜贸易符合国际资源配置优化的导向，具有经济上的可行性。同时，预制菜将有效降低烹饪服务贸易的成本，提高国外消费者和我国预制菜生产企业双方的福利水平。

其次，预制菜贸易是农业贸易高质量发展的要求。发展预制菜出口贸易将有助于提高加工农

产品出口比重，丰富我国农产品出口品类，改善农产品出口结构；预制菜集加工价值、文化价值、品牌价值于一体，有效提升农产品出口价值；推动同质化农产品向差异化加工品转化，挖掘农产品出口细分市场潜力，培育国际竞争新优势，一定程度减轻农业出口产业内竞争。

最后，预制菜贸易是构建“双循环”格局的要求。受餐饮市场平稳增长、传统饮食观念、国内容易吃到现做食品等因素影响，国内预制菜需求市场短期增长有限。而随着我国国际影响力不断提升，中餐和中华饮食文化也在全球广泛传播，为中式预制菜开拓海外市场奠定需求基础。海外预制菜产业起步较早，市场较成熟，消费者对预制菜的接受程度较高，中式预制菜凭借其独特的国际竞争优势，有望挖掘出海外市场的巨大潜力。

预制菜贸易可能面临什么问题?

现阶段我国预制菜贸易还不够成熟，预制菜贸易进一步发展还面临一系列问题。从生产环节看，预制菜产业集中度较低，行业标准体系建设滞后，预制菜产品综合品质

不高等问题，直接削弱预制菜贸易的产业基础。

从贸易环节看，由于预制菜产品多元化且包含多种原料，可能在贸易中引发关联问题，导致进口国对预制菜贸易进行干预，贸易风险相对提高。此外，预制菜保鲜技术也限制着预制菜贸易的广度和深度，提升预制菜保鲜技术既有助于降低全程冷链的高成本，还可以延长预制菜最佳赏味期，保障预制菜的长期运输和货架期，更可以丰富可供出口的预制菜品种，对预制菜贸易影响较大。

从消费环节看，一是开拓预制菜海外市场难度不小。一方面是开拓海外市场的常见问题，例如品牌的海外认知度较低、与海外商超合作难度大等；另一方面是中式预制菜作为新产品需要培育海外消费市场，虽然海外美食爱好者、华人华侨等可能是中式预制菜的主要消费群体，但如何进一步拓展消费群体，将尝鲜式消费发展为日常式消费，形成稳定的需求市场，需要持续探索推进。二是预制菜消费模式带来的挑战。海外预制菜市场C端比重远高于国内，开拓海外市场过程中将面临系列适应性调整。预制菜C端需求更多元、销售位置更分散、单笔订单金额小、购买频次高，盈利模式与B端显著不同，对产品研发、上新

周期、分销渠道、包装设计、冷链仓储、客户服务等环节提出新要求，对企业的成本把控和吸引消费能力提出新挑战。

如何推动预制菜贸易高质量发展?

预制菜贸易意义重大，应从服务国家农业对外贸易大局的高度，从推进乡村产业兴旺、农民增收致富的深度，从促进预制菜全产业链发展的广度，推动预制菜贸易高质量发展。

一是出台预制菜产业发展支持政策。各地政府部门高度重视预制菜产业，积极引导产业健康发展，夯实预制菜产业基础，为贸易创造条件。

二是加大科研创新力度及成果转化应用。中餐工业转换水平直接决定预制菜产业发展水平，高还原度的预制菜是高质量预制菜贸易的基础。引导科研院所和企业加大预制菜科研投入，集中开展技术攻关和产品研发。搭建预制菜相关科研成果交流展示平台，助力产研精准对接。

三是加快制定预制菜产业标准。中餐菜式多样性和预制菜产业链环节众多要求预制菜产业标准多元化、体系化，健全的标准体系才能

规范预制菜贸易高质量发展。指导地方政府、行业协会或企业牵头制定预制菜地方标准、团体标准，推动上升为国家标准、行业标准，完善预制菜产业标准体系。

四是加快构建预制菜数据统计体系。当前预制菜相关数据主要来自研究咨询机构、销售平台等，缺乏官方统计数据，缺乏对预制菜生产、流通、贸易等全产业链的统计。推动有关部门开展预制菜相关数据统计工作，准确掌握预制菜产业态势，有效推动预制菜产业健康有序发展。

五是推动建设预制菜出口产业园区。鼓励支持有条件的地方建设预制菜出口产业园区，发挥园区集聚资源优势，打通预制菜产业链形成合力，培育一批预制菜出口龙头企业。

六是助力预制菜产业开拓海外市场。指导预制菜企业开展海外营销，加大官方宣传推广力度，合力打造预制菜国际知名品牌。帮助预制菜企业用好RCEP等多双边自贸协定的政策红利，更好地进行生产贸易全球布局。加强预制菜贸易研究，科学研判全球预制菜市场态势，帮助企业发掘市场机遇，应对市场风险。(来源：中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心))

「跨境电商+直播」模式崛起 东海水晶销全球

■ 蒋波

“各位亲，今天的水晶饰品全部工厂价，点击右下角小黄车，看中哪款，直接下单。”4月26日晚，在江苏连云港中国东海水晶城2号馆，锦透珠宝有限公司总经理李春琪刚登录直播间推荐产品，来自福建莆田的顾客吴小慧便一口气买下十几串水晶手链。

“早点发货，这是‘五一’长假送亲戚朋友的礼物。”吴小慧在直播互动时掩饰不住对水晶的喜爱，她说：“东海水晶是大自然的鬼斧神工之作，经匠人加工，更凸显出刚毅与柔美并存的艺术价值，我每隔一段时间就会来直播间买几串。”

直播间里，李春琪拿起一串造型精致的水晶手链、项链等饰品，一边介绍特性，一边普及水晶常识。“我们在国内头部直播平台已积累了近30万粉丝，水晶饰品年销售额也突破了400万元，特别是跨境电商开通半年来，实现了月均18%的增长幅度。”2015年开始从事水晶产品销售的李春琪告诉记者，借着电商直播的东风，这两年水晶产业迸发出澎湃活力，公司境内外水晶年销售额均实现高速增长。

江苏省连云港市东海县境内1500平方公里的地域存储有丰富水晶，存储量约30万吨，占全国70%以上，硅含量高达99.99%，存储量和质量均居全国之首。在矿石资源保护性开发的生态红线约束下，近年来，越来越多的东海人走出国门，常年在世界各地购买水晶原石，运回东海集中加工和创意研发，在当地形成了涵盖原石采购、加工研发、市场销售、文化展示等多功能于一体的现代化水晶产业链。

“过去，大部分水晶工艺品销往海外的方式都是通过经销商或者展会线下销售。如今，互联网时代让东海打开了通往世界的那扇窗。”江苏东海水晶产业发展集团有限公司总经理宋正强说，从2019年开始，东海县抢抓“互联网+”机遇，大力发展跨境电商电子商务，让一件件璀璨的水晶产品分享到世界各地。

走进东海水晶跨境电商交易中心，这个2000多平方米的水晶超市已经成为跨境电商主播们的共享直播间。夜幕降临，这里依然灯火通明，10多位主播用英语滔滔不绝地介绍着各色水晶产品的材质、形态、大小、重量和价格，并耐心解答网络直播评论区里海内外网友们提出的各种问题。

“中国水晶产品在国外非常受欢迎，公司开始运营水晶跨境电商直播不到一年时间，销售额就已突破200万元，今年有望突破500万元。”东海乐之语珠宝有限公司董事长孟凡浩说，隔着小小的手机屏幕，东海水晶销往海外。

东海“跨境电商+直播”模式的快速崛起和热度持续攀升，也吸引着越来越多的年轻人加入创业热潮，其中不乏国外青年。2021年，来自孟加拉国的杜斯抱着好奇的心态来到东海了解水晶产业发展状况，没想到令人叫绝的雕刻工艺和琳琅满目的水晶产品让他为之痴迷，他果断留了下来，开始从事水晶工艺品跨境电商直播销售工作。

“在中国做销售感觉真是太棒了，因为水晶产品制作得非常完美，很多国外顾客已经成为我的稳定客源，每个月销售额接近4万美元。”杜昕说，他会一直留在中国从事水晶工艺品跨境电商直播工作，为喜爱水晶的消费者带来更多好产品，助力东海水晶产业做得更好。

“目前，东海从事水晶销售的企业有7000多家，吸引了7万多名主播从事水晶销售直播工作。”宋正强表示，东海年产3000万件水晶首饰、500万件水晶工艺品，从事水晶加工、营销及配套服务的产业大军有30余万人，成为全球最大的水晶集散地。

宋正强介绍，2022年，东海县水晶产业交易额突破340亿元，电商网络零售额达到225亿元。今年一季度，水晶产业交易额突破90亿元，仅跨境电商交易额就已超过15亿元，成为东海对外贸易的新业态。下一步，东海将重点打造水晶产业直播电商园和水晶产业集中加工园区，出台水晶电商产业发展扶持政策，大力培育规上企业，推动东海水晶产业高质量发展。