

为稳增长调结构增动力

# 上半年技改投资增长 12.8%

上半年增加值同比增长 6.8%

## 纺织行业投资回升

本报北京8月4日讯 记者许红洲报道：国家统计局今天发布的数据显示，1至6月，我国规模以上纺织企业工业增加值同比增长6.8%，比上年同期回落0.7个百分点。1至6月，纺织行业规模以上企业累计实现主营业务收入31881亿元，同比增长5.4%；实现利润总额1577亿元，同比增长9.4%；

总体来说，今年上半年，我国纺织行业经济运行缓中趋稳、稳中有进。主要经济指标稳健，内需稳定增长，出口降幅逐渐收窄，行业投资信心持续恢复，产业结构调整继续推进。

投资有所回升，是上半年纺织行业的一个亮点。据国家统计局数据，1至6月，我国纺织行业500万元以上项目固定资产投资完成额5245亿元，同比增长15.4%。行业新开工项目数呈现增速提升势头，新开工项目8088项，同比增长11.0%，增速比去年同期高10.9个百分点。

日前刚刚发布的2015年二季度中经服装产业景气指数也显示，二季度服装行业固定资产投资同比增长29.2%，增速比一季度加快5.9个百分点，且连续3个季度保持上升态势。

企业加大对“机器换人”等技术升级改造以及信息化、电子商务平台建设的投入，是纺织行业投资增长加快的原因之一。投资回升，表明企业家对行业未来信心有所增强，将会进一步促进行业加快结构调整和转型升级。

由于国际市场需求不振，纺织品服装出口总额持续下降。据国家海关数据，1至6月，纺织品服装出口总额为1319亿美元，同比下降2.9%。其中，对欧洲出口下降13.6%，对日本出口下降12.5%。虽然出口降幅较1至5月有所收窄，但出口规模持续下降还是值得关注。在外需仍存在较大不确定性的情况下，进一步拓展内需消费成为行业发展的关键。

上半年纺织行业整体盈利能力稳定中有提升，但分子行业来看，分化较为明显。化纤行业增长迅猛，家纺、产业用纺织品行业增长较快，纺机行业则呈现负增长。

1至6月，化纤行业工业增加值增长速度为12.0%，比全国规模以上工业增加值增速高5.7个百分点。化纤行业实现利润总额140.7亿元，同比增长50.59%，成为纺织子行业中增速最快的行业。加快纤维新产品和新技术的开发与应用，发布“中国纤维流行趋势”，主动与上下游产业和市场深度对接，化纤行业近年来加快转型升级的一系列积极行动，使得行业发展质量效益大大提升。

### 市场瞭望

## 智能制造成建陶业发展新方向

本报记者 林火灿

近日，中国建陶工业2025智能制造项目在广东东鹏控股股份有限公司落户。这一项目是陶瓷行业“中国制造2025”战略全国首个落地项目，对建陶工业落实智能制造2025具有标志性意义。

东鹏控股董事长何新明表示，东鹏控股将创建行业最高水平的国际研发中心，建立中央数据库，实现智能化生产，促进中国建陶行业的工业化、信息化融合升级，实现中国从陶瓷制造大国向制造强国的转变。

记者了解到，早在今年3月，东鹏控股就开始了“两化”融合工作。今年6月，东鹏控股与国家仿真控制工程技术研究中心、中国建材检验认证中心合作，率先在行业启动中国建陶工业2025智能制造工作，其目的是做大做强佛山陶瓷，提升中国建陶的制造水平，推动行业向绿色制造方向转变，加快行业智能制造的速度，实现“两化”深度融合和升级。

《中国建陶工业2025战略》第一阶段将重点推进5大项目，包括创建行业最高水平的国际研发中心、建设行业第一个绿化工厂、打造行业第一个智能工厂、创建首个行业的中央数据库、制定行业“两化”融合标准。

本次落地东鹏的项目全称为“工业全范围授权在线管控技术系统”。“这一技术系统在国内外均处于领先水平。”国家仿真控制工程技术研究中心主任助理林加说，自动化不是信息化，“互联网+”也不是信息化，“中国制造2025”战略的成败，在于信息化和工业化融合的深度和广度。

中国建材检验认证集团副总经理诸葛蔚金也认为，在实现“中国制造2025”战略规划的过程中，一个很重要的环节就是在信息化的条件下，为我国生产制造业的流程、生产管理、生产质量控制建立和完善相关的产业标准。只有通过标准化的生产、标准化的检验、标准化的营销，才能实现精准的发展。

# 我国为何限制部分无人机出口

本报记者 李予阳

### 透视

实施敏感产品的出口管制是国际社会的通行做法。进出口管制目录的产品大多是高新技术产品。商务部有关负责人认为，对部分无人机等实施出口管制是为维护我国国家安全，更好地履行相关国际义务。同时，加强对敏感物项出口管制，也有利于为企业创造安全的贸易环境，促进产业健康发展。

商务部、海关总署近日发布公告，决定自今年8月15日起，对部分无人驾驶航空飞行器和高性能计算机实施出口管制。商务部新闻发言人沈丹阳8月4日接受《经济日报》记者采访时表示：“实施出口管制是为维护我国国家安全，更好地履行相关国际义务。此外，加强对敏感物项出口管制，也有利于为企业创造安全的贸易环境，促进产业健康发展。”有关专家也表示，实施出口管制是国际惯例。随着中国高新技术产业的发展，此类管制将会常态化。

### 民用无人机不受影响

据介绍，此次出口管制是根据《对外贸易法》和《海关法》的相关授权，参照相关国际出口管制机制规则实施的。这也是今年国内第二次针对无人机进行出口管制。6月30日，商务部、海关总署联合国防科工局、总装备部发布公告，对军民两用无人驾驶航空飞行器实施临时出口管制措施，从7月1日开始实施。

根据此次无人机出口管制公告，被列入出口管制范围是在操作人员自然视距以外，能够可控飞行，并具有下述任一特性的无人驾驶航空飞行器或无人驾驶飞艇：最大续航时间大于等于30分钟小于1小时，以及在大于等于46.3千米/小时的阵风条件下，具有起飞能力和稳定可控飞行能力；最大续航时间大于等于1小时。此外，无人驾驶航空飞行器和无人驾驶飞



在今年6月举办的城市公共安全与应急管理高峰论坛上，观众正在观看一种国内生产的大型无人机设备。

本报记者 赵晶摄

艇相关设备及部件也被列入出口管制范围。

记者了解到，我国九成以上的无人机出口厂家都在深圳。海关数据显示，今年1至5月，深圳无人机出口达到16万台，货值7.5亿元，分别是去年同期的69倍和55倍。有无人机出口厂商表示，这次规定将会主要针对工业级无人机，而目前市场火热的消费级无人机产品大部分采用锂电池动力，续航都在20分钟左右，普遍没有达到管制标准。政策出台并非针对民用型飞机，相关产品也不会受到影响。

### 出口管制是国际惯例

在高性能计算机出口方面，此次管制的是峰值性能大于8.0加权每秒万亿次浮点运算的数字计算机，采用处理器聚合方式能够使聚合后APP大于8.0加权每秒万亿次浮点运算而专门设计或改装的电子组件，为聚合数字计算机性能专门设计、单链路单向通信速率超过2.0GB/s的外部互联设备。

“对敏感物项实施出口管制是国际惯例，不必大惊小怪。”商务部研究院研究员白明告诉《经济日报》记者，“这既是国家主权的体现，是维护国家产业安全的必要措施，也是对国际社会负责责任的体现。”

白明告诉记者，国际上普遍实施敏感产品的出口管制。这些产品大多是高新技术产品。有些国家不仅有出口管制，而且设立了专门针对中国的出口管

制，而我国则没有实施专门针对某些国家和地区的出口管制清单。“出口管制并不意味着封闭，而是遵循国际惯例，积极参与国际分工，维护产业健康发展。”白明说。

### 管制产品并非都具领先技术

近年来，我国高新技术产业有了长足发展，部分新材料、新一代信息技术、生物技术已处于国际先进水平，带动我国出口产品结构发生根本改变，不再是劳动密集型的低附加值出口产品一统天下的局面。同时，我国出口的机电产品比重不断提高。而机电产品中，高新技术产品占比已经超过50%。

“我国已初步形成门类齐全、行业

### 链接

## 无人机 ABC

无人机又被称作无人驾驶航空飞行器，它依靠无线遥控技术与自备的程序操控飞行。按应用分类，无人机有军用无人机、民用无人机与消费级无人机三类。其中，军用无人机占据了无人机市场主要价值，但民用无人机与消费级无人机产量上具备优势。

数据显示，全球无人机市场规模目前保持在312.64亿元至315.17亿元之间，预计未来5年民用与消费级无人机两大领

域年均复合增长率将保持在19%以上。

无人机出口新规影响下，从长远角度考虑，不少创业型无人机制造商将会把工作重心转移到消费级领域来，消费级无人机市场预计将迎来发展高潮。目前，我国凭借产业配套体系和相对较低廉的人工成本在全球消费级无人机市场地位举足轻重，其中大疆无人机一家就占据了50%以上的市场份额。

(本报记者 刘瑾整理)

## 海信接手夏普美洲业务、创维收购德国电视机制造商——

# 彩电业“出海”频打并购牌

本报记者 周雷

市场实现快速增长，增强海信在渠道以及规模上的议价能力。

“未来海信美洲业务将增加20亿美元的收入。”林澜表示，接手后，海信、夏普两个品牌分别独立操作。当务之急是提升效率、重振夏普在美洲特别是北美的市场表现。

为进军欧洲市场，另一家国内彩电巨头创维也展开了海外并购。上半年，创维用自有资金成功收购德国电视机制造商Metz电视业务相关的资产和Metz品牌。

Metz是以高端电视机制造为主的。Metz电视机在全球18个国家和地区实现销售，其零售均价为1300欧元，被业界称为“奢侈品电视机”。创维正式接管Metz公司后，继续保留Metz在德国巴伐利亚齐尔恩多夫的运营中心作为其进军欧洲市场的桥头堡，并尝试将Metz现有的研发与制造体系有效平移至创维。

业内人士普遍认为，在我国彩电市场增速放缓乃至负增长的情况下，彩电企业进行市场的全球布局是大势所趋。而接连在欧美市场展开并购，表明国内彩电业的国际化发展不断加速和提质，正朝着全球彩电巨头的目标迈进。

数据显示，2014年，国内六大彩电企业出口量同比增长27%，其中自主品牌出口同比增长37%。2015年，自主品牌彩电出口有望突破1100万台。

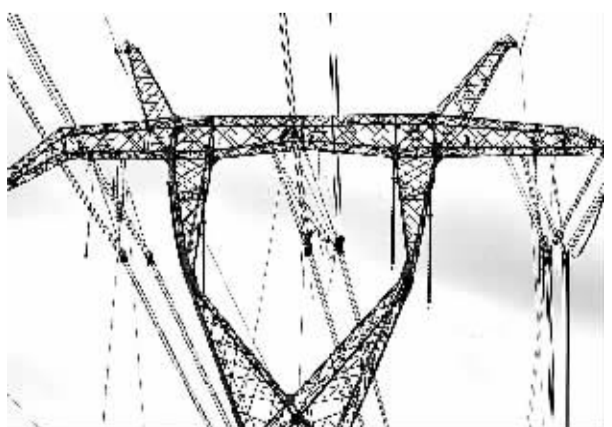
青岛海信国际营销股份有限公司副总经理方雪玉表示，不同于一般企业OEM代工形式，近年来海信坚持在海外推广自主品牌，以高质中价的策略打进主流渠道，努力在主流市场把品牌做上去。数据显示，2014年海信集团出口26亿美元，其中海信牌产品出口占比超过50%。在欧洲，海信销售收入3年增长七倍；在澳大利亚市场海信电视排名第二、

在南非排名第二、在墨西哥排名第三。

创维集团总裁杨东文也表示，创维将在产品全球化的同时谋求品牌国际化，通过建设海外强大供应链，快速实现海外市场的规模化经营。从2010年至2014年，创维在东南亚、澳大利亚、南非等地区成立9家分公司，用来拓展自有品牌业务。“从长期趋势看，彩电出口潜力依然看好。”中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋表示，欧美经济复苏、新兴市场处于CRT替换高峰期、日系彩电市场份额下降释放了大量的市场空间、面板国产化提升了出口竞争力，这都为我国彩电走出国门创造了条件。

显然，不失时机并购国际品牌及业务可视为我国彩电企业在国际市场尽快上规模、上档次的捷径，但是后续的综合重组依然是个不小的考验，仍需要企业攻坚克难。

## 酷暑时节架线忙



盛夏时节，国网河北省电力公司送变电工人在特高压工程60米高的导线上进行间隔棒安装作业。目前，该省首个特高压工程——锡盟—山东特高压工程(河北段)进入架线施工阶段。该工程跨越内蒙古、河北、天津、山东四省份，全长730千米，预计2016年7月建成投运。 赵永辉摄