首批智能制造试点示范项目名单公布

财政部工信部已启动110.8亿元专项支持标准化试验和新模式应用

本报北京9月10日讯 记者黄鑫、实习生陈琪报道：在今天举行的智能制造试点示范经验交流电视电话会议上，工信部宣布了首批46个智能制造试点示范项目名单。工信部部长苗圩表示，推进智能制造要用好试点示范这个重要抓手，智能制造工程实施方案作为《中国制造2025》"1+X"规划体系的重要组成部分，目前已开始编制，将于今年发布实施。

苗圩透露，工信部正在着手编制智能制造"十三五"发展规划，并已形成了智能制造综合标准化体系建设指南初稿。智能制造是落实《中国制造2025》的核心。据介绍，财政部、工信部已启动了智能制造专项，重点支持智能制造综合标准化试验验证和智能制造新模式应用，共安排立项93个重点项目，总投资110.8亿元，其中中央财政资金21.5亿元。

今年年初，工信部发布了《2015年智能制造试点示范专项行动实施方案》，明确了未来三年专项行动实施的目标、行动和任务。同时，分类开展了流程制造、离散制造、智能装备和产品、智能制造新业态新模式、智能化管理、智能服务等6方面试点示范。

工业互联网是实现智能制造的网络技术基础。苗圩介绍说，目前，工信部已提出工业互联网的网架结构初稿，正在全面部署和推动工业互联网的基础设施建设工作。同时，针对智能制造的网络安全需要，积极支持工业控制系统在线监测预警平台、仿真演示环境、安全检测平台、标准验证等平台的建设工作，提升工控系统信息安全技术支撑能力。

苗圩表示，要在现有的技术改造、专项等实施中，加大对试点示范项目的支持，动员有积极性的金融机构、投资基金、地方政府参与。加强政策扶持，推进试点工作不断深入。

智能制造是基于新一代信息通信技术的新型制造模式，最突出的特点就是能够有效缩短产品研制周期，提高生产效率和产品质量，降低运营成本和资源能源消耗。目前，一些试点示范企业已在智能制造方面取得良好成效。比如，九江石化初步打造了一个集绿色、高效和可持续发展于一体的石化智能工厂；潍柴动力形成了以网络协同、柔性敏捷制造、智能服务为特征的智能制造新模式；青岛海尔实现了6个互联工厂的智能制造样板，可实时、同步响应全球用户需求，并快速交付智慧化、个性化的方案。

新闻眼

前8月实际使用外资同比增长9.2%

企业数和资金额"进"远大于"出"

本报北京9月10日讯 记者李予阳报道：商务部外资司今天公布的数据显示，1至8月，全国设立外商投资企业16827家，同比增长10.7%；合同外资金额12511.1亿元人民币，同比增长34.8%；实际使用外资金额5252.8亿元人民币，同比增长9.2%。8月份，全国实际使用外资金额542亿元人民币，同比增长22%。

今年以来，商务部按照"稳定外商投资规模和速度、提高引进外资质量"的目标，外商投资环境进一步优化。外资司负责人分析认为，前8个月全国吸收外资呈现以下特点：

一是外商投资总体稳定。一方面规模稳定增长。1至8月，全国设立外商投资企业16827家，同比增长10.7%。大众、奥迪、戴姆勒、博世等知名跨国企业继续追加对华投资。另一方面外资来源地投资总体保持稳定。前十位国家/地区实际使用外资总额804.6亿美元，占全国实际使用外资金额的94.3%，同比增长9.5%。

二是产业结构进一步优化。高技术服务业和高技术制造业吸收外资继续保持上升势头。1至8月，服务业吸收外资继续同比增长20.1%，其中高技术服务业实际使用外资55.1亿美元，同比增长59.1%。高技术制造业实际使用外资65.7亿美元，同比增长9.9%，占制造业实际使用外资总量的24.1%。

三是外资并购交易活跃。外商投资并购规模和比重均有较大幅度提高。1至8月，以并购方式设立外商投资企业871家，合同外资金额163.5亿美元，实际使用外资金额145.5亿美元，同比分别增长15.4%、144.2%和297.7%。

四是外资终止和减资规模继续保持下降趋势。1至8月，全国共计5187家外商投资企业终止，1684家外商投资企业减资，同比分别下降22.4%和18.2%，涉及合同外资金额分别为224.7亿美元和118.6亿美元，同比分别下降24%和12.9%。从企业数和资金金额规模看，"进"远大于"出"。

家电业：拥抱创新 跃升品牌

本报记者 周 雷

结构调整新成效

今年以来，家电业下行压力依然较大。研究显示，家电市场需求增长来源主要为早期用户和新生代用户。为此，家电企业沿着产品升级、品牌跃升的方向，扎实推进技术创新、制造升级，不断增强核心竞争力，着力拓展中高端市场，取得了不俗的销售业绩——

顾客在北京某家电卖场选购高清电视机。 远 舟摄

2015年二季度，中经家电产业景气指数比上季度下降0.5点；中经家电产业预警指数由正常稳定的"绿灯区"降至偏冷的"浅蓝灯区"运行。2015年1至5月，家电行业产销率94.7%，较2014年同期下降1.1个百分点。

当前，家电市场增长动力不足，按照中国家电协会的估算，前几年消费刺激政策引发的超常规消费高峰，短期内总计3.4亿台、8800亿元的大家电消费已集中释放。预计2015年及今后一个时期，大家电市场将延续需求总量没有变化、零增长甚至有所下降的局面。与此同时，由于我国城乡家庭家电普及阶段结束，各种要素成本不断上升，家电业擅长的大规模、低成本制造模式失灵，产能过剩等问题凸显。在市场环境和支撑条件变化的情况下，家电行业进入了盘整提高阶段。今后，家电业的发展将主要依靠转方式、调结构，通过创新供给激活市场需求。

按照中怡康公司的研究成果，当前家电市场需求增长来源主要为早期用户和新生代用户，家电企业应主动围绕上述两类用户需求开展创新。

一方面，向国际一流对标，全力满足更新换代需求。随着人们生活水平的提升，早期用户对家电产品的需求已从基本功能性满足向高端精品迁移，并具有较强的品牌意识，这就带动了大规模的家电消费升级。

沿着产品升级、品牌跃升的方向，广大家电企业扎实推进技术创新、制造升级，不断增强核心竞争力，拓展中高端市场。

就技术创新而言，当前家电业的研发投入力度达到前所未有的水平。2014年，16家核心企业研发投入达169亿元，较上年增长26%。家电业的技术创新能力大为提高，在一些前沿领域实现重大突破。比如，国家显示技术研发基地——东南大学显示技术研究中心对全球4K电视前3名（三星、LG、海信）的3款画质最高端产品的核心指标对比研究结果表明，海信ULED电视综合指标跃居第一。中国彩电企业依靠自主研发的多分区动态背光控制技术、高画质处理引擎，在动态对比度、色彩、亮度等主要显示技术上实现领先，标志着我国液晶显示技术突破瓶颈，开始实现从技术跟随者到引领者的转变。

就制造升级而言，家电业普遍开展以自动化、智能化为主要特征的"换装"，不仅有效应对了人工成本上升，并且大大增强了"智造"能力。据海尔家电产业集团智能制造战略总监陈伟介绍，海尔已在冰箱、空调、滚筒洗衣机、热水器四大产业建成"工业4.0"示范工厂。其中，沈阳冰箱互联工厂是全球家电业第一个智能互联工厂，可支持9个平台500个型号的柔性大规模定制，人员配置减少57%，单线产能提升80%，单位面积产出提升了100%，订单交付周期由15天降低到7天。

另一方面，紧跟互联网时代发展，主动迎合新生代用户的新需求。互联网正在从理念、方法、市场、技术等多个层面重塑传统行业，随着智慧家庭商机凸显、各路企业跨界进入，家电业的产品形态、业务领域、运作规律都在发生深刻变化。而互联网孕育的新生代用户，代表着未来的消费主力人群，他们喜爱时尚科技炫酷产品，对传统家电品牌忠诚度下降，需求呈现个性化、多样化。

面对新挑战，美的等家电龙头企业开始围绕用户需求，进行全方位创新。在组织上，彻底打破过去的科层体制、部门分割，以用户为中心建立共享、开放的业务和职能平台；在机制上，围绕是否为用户创造价值、增值和体验，重新设计企业的激励体系、薪酬结构和考核机制；在企业文化上，塑造"平等、互信、无边界、合伙人"的氛围，激发员工创造力和主动性；在商业模式上，探索从硬件产品产销转向经营用户、平台化发展。

为赢得新生代用户青睐，部分家电企业竞相探索与用户零距离，开展按需定制，发展粉丝经济。比如，海尔的产品供给紧紧围绕与用户交互展开。据海尔家电产业集团模块化及定制总监刘杰介绍，针对用户需求个性化的特点，海尔搭建了行业内首个定制平台"众创汇"，提供模块定制、众创定制、专属定制等3种模式。一旦用户下单，海尔互联工厂所具有的柔性化制造能力，能够以最快速度响应定制需求，并做到全流程可视化生产，支持用户"自己产品自己做主"的消费体验。从而实现了生产制造环节由内部封闭到对外开放的转变，面向全球消费者打造出可信赖、可监督、能交互的"透明工厂"。再比如，新兴彩电品牌酷开首次将粉丝经济模式运用到互联网电视行业。他们和中国"果粉"最大聚集地威锋网深度合作，招募资深粉丝参与电视产品设计，持续改善产品体验，通过众创在全球首推果粉电视。该电视实现了与苹果iPhone、iPad、MacBook以及Apple Watch的无缝"连接"，为众多"果粉"的家庭娱乐生活提供了新选择，也使得酷开品牌形象更加时尚，增强了对年轻消费群体的吸引力。

传统产业选择了拥抱创新，也就意味着拥有未来。站在新旧转换的关键节点，家电业正重新出发、破茧成蝶。

市场瞭望

国企扎堆邮轮业为哪般

本报记者 齐 慧

刚刚过去的8月，国内邮轮行业屡传重大消息，多家实力雄厚的央企纷纷高调宣布进入邮轮产业，开启了我国邮轮发展的快速航道。

8月11日，知名国有企业青岛港集团、华润置地、招商地产3方宣布，共同出资设立青岛邮轮母港开发建设有限公司，预计总投资超过1000亿元。8月20日，两大中央企业中国船舶工业集团公司与中国投资有限责任公司在京签署全面战略合作框架协议暨豪华邮轮产业合资协议，并将组建邮轮产业投资"国家队"。

8月21日，中国交通建设集团有限公司、中国港中旅集团公司与三亚市政府三方签署邮轮产业合作协议，宣布以三亚凤凰岛邮轮母港为核心，共同打造中国邮轮的民族品牌。相关负责人透露，该项目投资预算可达千亿规模。

为何国企扎推进入邮轮行业？专家表示，邮轮产业具有庞大的产业链条，具有1∶10的带动效应。换句话说，一艘邮轮所承载的，并不仅仅只是几千名乘客，还有与之相伴随的餐饮、休闲、娱乐、住宿、旅游等庞大消费。中国的邮轮市场经过10年培育已进入井喷式发展阶段，近年来，随着中国出境游人数的暴涨，邮轮旅游近年一直保持快速发展，成为中国经济不容忽视的新的增长点。

正是看到了这一点，一些具有实力的国有企业纷纷向邮轮行业抛出了"橄榄枝"。中国交通建设集团有限公司海南区域总部党工委书记刘军利表示，邮轮经济是一个涵盖了上中下游3大产业区块的巨型产业链，上游主要是邮轮制造，中游是港口建设与邮轮服务，下游是邮轮母港向邮轮城的延伸。当前国企改革正进入攻坚阶段，中国交建与中国港中旅合作，目的就是希望探索出新的战略性发展领域。

虽然发展迅速，但我国邮轮行业总体还处于起步阶段。目前，其主要的内容，仍围绕国外邮轮公司服务，即进行一些国外承接与港口服务。而上游的邮轮制造，中游的邮轮公司民族品牌，皆属空白。业内专家表示，国有企业大举进入邮轮行业，不仅是拓展自己的经营领域，也会对我国邮轮事业带来新的活力，比如中国交建与中国港中旅的合作，明确提出要致力于打造中国邮轮产业的民族品牌。

专家分析，未来10至15年，中国邮轮旅客量能达到美国的水平，约1000万人，大约需要200艘邮轮，整体能拉动约5000亿元人民币的经济规模。国有企业的进入将加速这个过程，同时提高中国邮轮产业的话语权。

纵横谈

低油价是把"双刃剑"

黄晓芳

最近国际油价上演了一幕"过山车"。8月下旬纽约商品交易所轻质原油期货跌破40美元关口，创6年多来新低。随后快速反弹收复部分失地，但周一又下跌3%。

因油市震荡和全球经济复苏缓慢同期叠加，有人认为低油价拖累了全球经济，甚至直指低油价是导致经济增长态势疲弱的罪魁祸首。但客观地说，低油价对经济走势影响是利弊均沾，有好有坏。一方面，油价调整牵一发而动全身，价格的持续性下行从侧面说明了经济的疲软态势。另一方面，就我国而言，油价下跌可降低原油进口成本。同时一定程度的低油价也可以促进经济增长，有经济学家曾做过测算，如果年均油价降低10%，我国年均实际GDP增速可因此提高0.2%。

对产业而言，低油价更是一把"双刃剑"。一方面，低油价可能增加对全球通货紧缩的担忧，降低能源等相关行业增长。从已出炉的国内3大上市石油公司半年报来看，净利润同比均大幅下滑。按照国际财务报告准则，上半年中石油实现净利润同比大降62.7%，中石化实现净利润下降22%，中海油实现净利润同比下降56.1%。

其中主要原因，是油价下跌使勘探和生产板块利润锐减。以中石油为例，上半年中石油勘探与生产板块实现经营利润329亿元，同比降低近68%。不过，对于化工业务而言，这却是个利好消息。中石化进口原油近八成、炼化业务占比较大，上半年炼油业务实现经营收益同比增长57%，化工业务由亏转盈。

另一方面，油价接连下跌，降低了社会生产成本，不仅对航空、物流港口、汽车等板块形成利好，对于纺织、化工行业发展也有一定的促进作用。国内4大航空公司半年报显示，4大航空公司在营业收入同比小幅增加甚至减少的情况下，净利润却出现了数倍甚至数百倍的增长。比如国航净利同比劲升7.3倍，至39.38亿元；南方航空净利34.8亿元，同比增长442%；海南航空净利为16.02亿元，同比增长232%；东方航空净利润35.64亿元，同比暴增将近237倍。

对于石油进口大国来说，低油价是增加原油储备的良好时机。根据海关总署公布的数据，我国7月进口原油3071万吨，同比大增29%，创下历史新高，也是今年以来我国月度原油进口量第三次超越美国。在国内炼油厂进入检修季且市场需求并不旺盛的情况下，原油进口逆势大增意味着我国原油储备的扩大，这对于保证我国能源安全，为经济发展提供长期动力有着很好的正向推动作用。

小瓶盖做成大产业

9月9日，河北省成安县望远制盖有限公司工人忙生产。该公司年生产瓶盖2亿多只，是华北地区最大的瓶盖生产基地，产品除销往全国各地外，还出口多个国家和地区。 清 华摄

本版编辑 于 泳