

在近日举办的中博会上,共有34个国家和地区的2200多家中小企业参展——

中小企业提升创新能力势在必行

本报记者

李佳霖

国和马来西亚联合主办,共有包括日本、德国、巴西在内的34个国家和地区的2200多家中小企业参展。《经济日报》记者在博览会现场发现,工业和信息化部今年新增设的“创客中国”展柜“围绕产业链,打造创新链”的标语异常醒目,而今年的中博会也呈现出两大亮点,一是鼓励“创客空间”服务小微企业,二是积极探寻新形势下提升中小企业创新能力和智能制造水平之路。

穿上背心便能24小时监测心电,不论老人、婴儿都可穿戴,还能健身……这是记者在中博会“创客中国”大赛上看到的由南京创客空间选送的可穿戴心电监护系统及其应用平台,该系统夺得

了2015年创客中国大赛中博会赛事创客组一等奖。

中博会重视创新,在“创客中国”大赛上,还有不少项目像可穿戴心电监护系统一样,实现了将技术转化为可推向市场的批量化产品,涵盖3D打印、智能机器人、智能硬件等。

当下,我国创客正逐步成为我国“大众创业、万众创新”的活跃力量,目前全国有创客空间近百家,仅南京创客空间在南京一地便拥有超千名创客会员,目前已形成以创客空间为载体的创客生态圈。

值得一提的是,今年5月份上线的国家创新创业公共服务平台也旨在为大

企业、中小微企业和创客提供“众创智造、任务众包、项目众筹、成果交易、创客大学、开源社区、创客大赛、企业云、服务监管”九大类服务,实现网络众创和实体众创的线上线下结合。

中博会采访期间,记者来到广州萝岗区科学城创新大厦,这里的凯得创梦空间主打为中小企业创新创业提供服务。“凯得创梦空间是以‘咖啡馆+办公室’为场地形式的创新型孵化器,以会员联盟的形式成为政府服务之外的有效补充。”凯得创梦空间王晰锐表示,该孵化器为中小微企业打造全方位、全过程、开放共享的“双创”服务与交流平台,目前已入驻21个签约项目团队。

京东腾讯共推产品创新平台——

“品商”平台发力“社交+电商”

本报讯 记者黄鑫报道:就在阿里宣布收购优酷土豆的第二天,10月17日,京东集团与腾讯集团共同宣布推出全新战略合作项目京腾计划,双方将拿出各自的优质资源和产品打造“品商”创新平台。京东集团副总裁熊青云表示,“品商”平台将为品牌商家提供一套有效建立品牌、提升营销效果和顾客体验的完整解决方案,助力商家向“互联网+”转型。

目前,移动社交电商已成为电商行业新的风口,也正是基于此,早在2014年3月,京东和腾讯便达成合作,京东向腾讯出让15%的股份,腾讯把旗下易迅、拍拍等电商业务并入京东,京东获得微信和手机QQ客户端入口位置,以进一步提升京东的移动端市场占比。

合作一年多来,双方在各自的优势领域依然保持领先地位。艾瑞咨询发布的数据显示,今年第二季度,京东在中国自营B2C市场份额达到58%,截至2015年6月的年度活跃用户数达到1.18亿,在“电商品质保障”“物流快递服务”“售后服务”等指标上的用户满意度远远领先于行业平均水平。而腾讯的社交产品中,微信和wechat合并月活跃账户数达6亿,同比增长37%;QQ空间智能终端月活跃账户数达5.74亿,同比增长15%;QQ月活跃账户数达8.43亿。

“今年二季度数据显示,京东新增用户中超过20%来自微信和手机QQ渠道。”京东集团CEO刘强东表示,微信和手机QQ给京东带来了大量新用户,未来在移动端购物的用户将继续保持快速增长,京腾计划会帮助商家,让对的商品出现在对的场景和消费者面前。

“从这些数据可以看出,腾讯对各个年龄段用户都有覆盖,能为品牌商提供更为精准且覆盖中国全年龄段用户的品牌曝光机会。”腾讯公司CEO马化腾说,全球范围内也没有“社交+电商”的先例,这是中国两大类平台的首次尝试。他表示,腾讯还将通过大量传统商家的专业数据分析,来精准满足客户需求。

据熊青云介绍,京腾计划中的“品商”创新模式生意平台将为品牌商家提供包括“精准画像”“多维场景”和“品质体验”等在内的完整营销解决方案。京东和腾讯专门组建联合团队,提供定制化专属服务。基于腾讯庞大的社交行为数据和京东庞大的购物行为数据,将能实现更加有效的精准营销;基于腾讯社交平台丰富的场景和京东庞大的电商销售平台,将在社交传播中有效沉淀粉丝用户,激发在多维场景下的购买行为。

此外,京东将对战略合作商家推出仓配补贴政策,还将在站内流量导入、专项卡券资源以及个性化营销方案的定制等方面全面支持品牌商家。

国家电网推广供电新流程

本报讯 记者曹红艳报道:近日,国家电网内蒙古东部林西供电公司逐步改进供电服务方式,不断推广业扩报装新流程的应用,提升客户装表接电速度。

业扩报装是指受理客户用电申请,依据客户用电的需求并结合供电网络的状况制定安全、经济、合理的供电方案。林西供电公司业扩报装新流程将报装用申电申请资料由原来的8种简化到现在的5种,当申请资料不全时,依然继续受理,客户只需在现场勘查时将用电资料补全,其余资料在送电之前予以补齐。客户递交用电申请时,工作人员履行一次性告知义务,客户对报装资料进行一次性签字盖章,在之后的流程中,工作人员则会以电话、短信等形式与客户交流,大大减少了客户装表接电时间。

评估汽车产业竞争力——

第三届轩辕奖评选启动

本报讯 记者杨国民报道:第三届轩辕奖评选启动仪式日前在北京举行,该奖是“中国汽车产业年度贡献奖”,以推动中国汽车产业高质量、可持续和有竞争力方式发展为宗旨。

评审团主席雷霆生表示,“奖项诞生以来,汽车企业的竞争力一直是评估核心,我们会根据车辆某一些特别关键的指标来确定厂商的生产和制造能力”。雷霆生介绍,相比以往,第三届轩辕奖的不同之处在于将大幅度增加动态评测比重。

本报编辑 李景

中科恒源 便携式太阳能智能路灯

大大亮 幸福灯

火爆 招商

投入低 风险小 市场大 创富快
建设美丽中国 缩小城乡差距

广交会积极优化展区结构,为客商提供对接平台——

外贸企业加速培育新优势

本报记者 麦彩霞 郑杨



第118届中国进出口商品交易会共分为三期展出,第一期时间为10月15日至19日,第二期时间为10月23日至27日,第三期时间为10月31日至11月4日。图为10月15日,客商在广交会展馆参观选购商品。

新华社记者 卢汉欣摄

面对当前严峻的外贸形势,第118届广交会主办方和参展企业及时转型创新培育新优势。一方面,进一步优化展区结构、提供专业化分区;另一方面,参展商的创新产品和跨境电商业务受到了采购商的欢迎。通过本届广交会,更多企业认识到,加快培育以技术、品牌、质量、服务为核心的外贸竞争新优势是今后生存发展的必然选择。

第118届中国进出口商品交易会(下称“广交会”)近日在广州开幕,118万平方米展览面积、24700家境内外参展企业的庞大规模,凸显了其作为我国最大贸易促进平台的影响力。

然而当前的外贸形势并不乐观。“受外需萎缩、内需放缓、价格下跌等多重因素影响,今年外贸工作出现多年少有的困难,目前下行压力依然很大,预计第118届广交会出口成交将有小幅下降。”广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵表示。面对挑战,本届广交会主办方和参展企业需要适时转型创新、培育外贸竞争新优势。

展区结构加速专业化

《经济日报》记者来到广交会从去年起开辟的新能源展区,几个展位的负责人都对广交会专业化办展的成效表示赞赏。多次参加广交会的五星太阳能展位负责人赵惠英告诉记者,该企业过去被分在电子电器展区,目标客户很不集中,但从去年有了新能源展区起,前来咨询的客户更专业了。“同时附近建材、电器等相关展区的采购商也会过来逛逛,还能发展一些边缘行业客户。所以广交会对我们来说仍然是最重要的展会,客流和影响力都有保证。”赵惠英说。

事实上,经过近些年探索,“专业化”已成广交会的新标签。本届广交会就对

展区结构进行了优化。整个展区在专业化上深耕细作,一方面,进一步拓展、优化了展品专业分区,在25个展区共设立展品专区114个,其中园林用品、照明产品展区都是首次设置,让采购商在领略品类之盛的同时,可以更快速准确地找到目标产品;另一方面,加强了新能源、宠物用品和户外水疗等新题材的培育。

记者发现,与外贸结构的优化调整相对应,本届广交会已形成了明显的优劣势展区。如建材、卫浴、五金展区有近3000家企业,携海量优质产品亮相,其中不少产品拥有独特设计。新能源展区也不乏行业内赫赫有名的龙头企业,包括全球排名前列的光伏巨头天合光能、英利,以及光热行业龙头皇明、力诺瑞特等。“我们将在保持广交会传统优势的基础上,不断提升广交会的专业化水平,做大做强做优部分优势展区,打造国际领先的展中展,淘汰落后展区,培育新展区。”徐兵说。

品牌企业注重创新

虽然外贸整体形势不佳,但在本届广交会上,记者还是看到有不少品牌展区以令人惊艳的创新产品,引来客流如潮。如在电子及家电类展区,海尔、美的等家电业巨头展出的品类繁多的智能家居产品,赚足了各种肤色的采购商

的眼球。记者在海尔展区看到,海尔U+智慧生态圈下的系列产品悉数亮相:干湿分储冰箱能自动控制湿度,不仅能保湿还能保干;新水晶洗衣机实现行业同体积下最大筒径,可边洗衣边清洗内桶,防止衣物二次污染;“空气魔方”通过加湿、净化、香薰、除湿4个模块8种组合方式,满足用户个性化空气需求……

“受全球需求放缓因素影响,目前家电行业面临着进出口贸易低增速的新常态,如何‘出海’是家电行业必须破解的课题。”海尔中东非大区营销总监张庆福告诉记者,海尔近年来打出“本土化战略”和“高端化战略”两张牌,一方面迅速捕捉各地用户需求,转化为创新产品和解决方案;另一方面推出高端、优质的智慧家庭产品,在全球市场站稳了脚跟。目前,海尔智慧产品已远销海外近20个国家,其中发达国家占七成。

徐兵透露,从上届广交会成交情况来看,拥有自主品牌、设计先进、技术领先、智能环保的产品深受欢迎,成交踊跃。本届广交会,已经有更多企业认识到,加快培育以技术、品牌、质量、服务为核心的外贸竞争新优势是今后企业生存发展的必然选择。

企业“触电”激发活力

本届广交会上,参展企业的另一大趋

势是纷纷选择“触电”,通过跨境电商电子商务平台主动出击,抢占海外市场。

“跨境电商平台为我们提供了广阔的国际市场空间,在帮我们了解国外客户需求方面扮演着重要角色。”郑州企鹅粮油机械有限公司外贸经理史慧峰表示,企鹅粮油主要是通过第三方平台推广,借助跨境电商平台接触到了很多国际客户。目前,俄罗斯、印度尼西亚、泰国、埃及等国家都有该公司的产品设备,去年对外销售额达1亿多元人民币。

记者还从广交会江苏交易团了解到,“互联网+”正在成为江苏外贸企业创新转型的突破口。近两年,江苏相继出台推进跨境电商零售出口和加快电子商务发展的意见,打造“互联网+外贸”新模式。

不少江苏外贸企业借力电子商务开拓国内外市场,成效显著。如参加本届广交会的科沃斯机器人,线上销售额已经占其销售总额的八成多。而莱克电气,从网络品牌、网络产品和网络营销3个方面实施“互联网+”战略,年产吸尘器超千万台,产品远销120多个国家和地区,成就了“清洁王”的美誉。

据广交会有关负责人介绍,2011年到2014年中国跨境电商交易额年均增长30%以上,远远高于同期外贸增速,正处在风口的跨境电商已成为颠覆传统国际贸易的有生力量。当广交会遇见跨境电商,势必激发中国外贸的极大活力。

在京津冀协同发展中有有效承接、吸纳产业转移——

“产业市镇”模式助力新型城镇化

本报记者 王铁辰

对于河北、天津等地而言,承接北京产业转移的根本难点还是软环境的不够完善,无论资源、资金、人才还是生活环境都相对不足。因此,一种合理的产业园区开发模式显得尤为重要。

记者了解到,目前国内主流的产业园区大致有两种类型:一是经济技术开发区,通常由政府主导,较少关注产业聚集,私营企业和民营资本较少参与,政府委托土地开发商或承包商进行土地整理和基础设施建设,其盈利为建设成本的一定比例;二是工业园区,主要通过招拍挂购买土地使用权,并根据特定的产业主题进行园区的整体规划及物业销售或出租,商业模式类似于传统二级开发商。

而以产城一体为目标的“产业市镇”则是近年来推动我国新型城镇化进程的先行模式之一。这种产业市镇模式被中国宏泰发展董事副总裁杨允称为第五代园区开发

模型,即开发区、工业园区、产业聚集区、产业新城之后的新的园区开发模式。

对于产业市镇模式,宏泰高级副总裁潘峰解释说,这是显著区别于传统经济技术开发区或工业园区的独特的商业模式。这种模式通过实现产业聚集,引入民间资本,以市场化和专业化的手段,建立产城一体化的工作及生活社区,能够实现地方政府与民营服务提供商“双赢”的合作,并能探索PPP模式,进一步推动城镇化建设。

具体建设过程中,“产业市镇”一般会形成特定的产业主题,并在建设初期建成工厂、城市基础设施及物业组合。随着产业市镇的持续发展逐步演变成更为成熟的城市,拥有更多的人口,更完善的商业和居住环境,最终实现产城一体。

《京津冀协同发展规划纲要》中,疏解北京非首都功能,成为首要和核心的任

务。非首都功能疏解方案包括一般性制造业、区域性物流基地和区域性批发市场、部分教育医疗等公共服务功能以及部分行政性、事业性服务功能等4个领域。对此,宏泰董事长王建军表示,宏泰在环首都布局产业市镇园区,就是为了积极对接,充分吸纳央企、国企、京企的外迁、扩建和转移。产业市镇将产业整合和新城建设有机地结合在一起,以产业园区发展为基础,构建一整条或多条完整的产业链,以大体量的园区投资与开发建设为支撑,构建一套标准的可复制的模式,在平台之上整合多种资源。“产业市镇具备良好的可持续发展性,能够有效承接产业转移,推动区域经济发展。”王建军说。

目前,宏泰集团在河北廊坊、张家口和安徽滁州运营5个产业市镇项目,其中龙河高新区已进入效益稳定利润贡献阶段,成为京津冀板块上产业市镇模式的典范。

投入低 风险小 市场大 创富快
建设美丽中国 缩小城乡差距

中科恒源 科技股份有限公司
财富热线:400-117-9559

