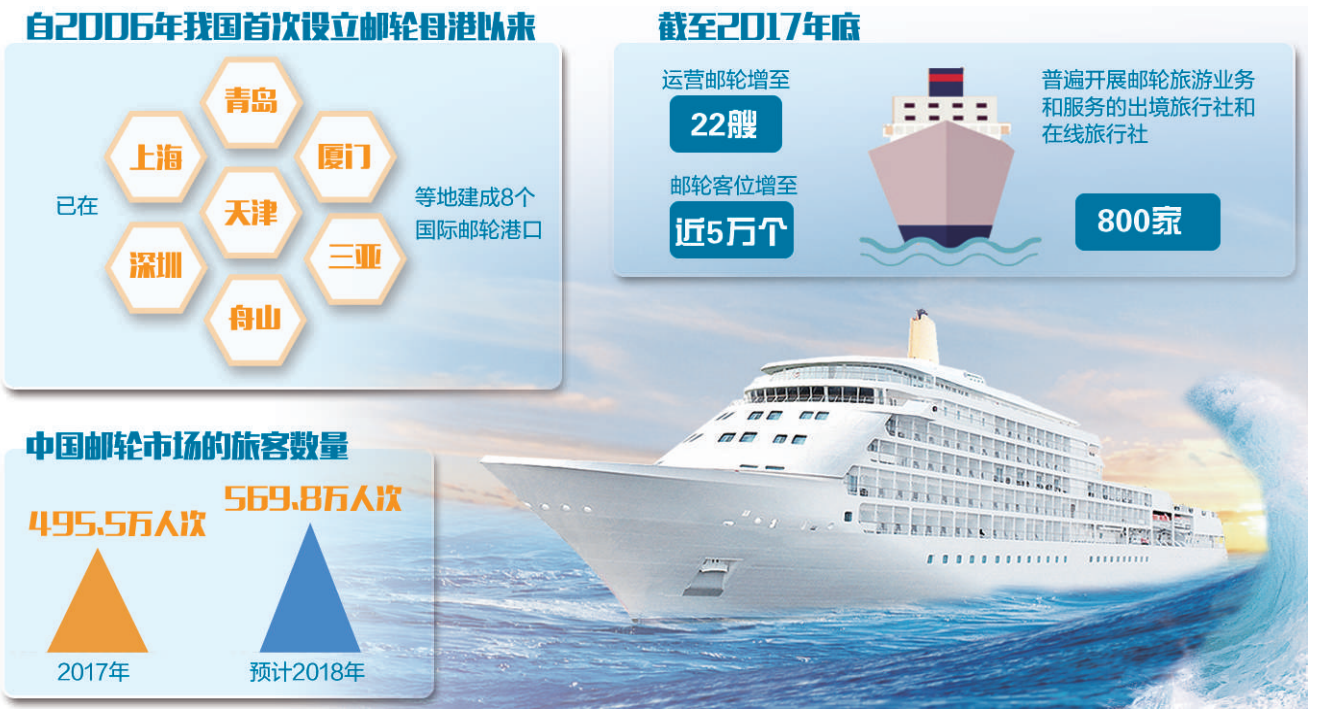
激活2万亿元市场空间——

本土邮轮产业正启航

经济日报·中国经济网记者 熊 丽

透视

近年来，邮轮旅游作为新兴休闲度假方式越来越受到消费者的喜爱。然而，在广阔的邮轮市场中，中国本土邮轮却寥寥无几。业内专家认为，邮轮产业附加值高、对经济拉动作用强，应该从设计制造到港口建设全方位发力，促进中式邮轮产业顺利启航——



邮轮旅游作为新兴休闲度假方式，发展前景广阔。自2006年我国首次设立邮轮母港以来，已在上海、天津、厦门、三亚、青岛、舟山、深圳等地建成8个国际邮轮港口，邮轮旅游城市群初步形成。2017年运营邮轮增至22艘，邮轮客位增至近5万个，全国800家出境旅行社和在线旅行社普遍开展邮轮旅游业务和服务。

但鸣笛远航的邮轮中，中国本土邮轮尤其是高品质中式邮轮却身影寥寥。日前，中国企业评价协会与上海兆祥邮轮科技集团在北京钓鱼台国宾馆联合召开“匠心臻品·企业评价指标发布会”，进一步明确细化中式邮轮产业供应商的评价标准，现场多位专家学者为中式邮轮发展建言献策。

邮轮市场需求激增

国务院发展研究中心原副主任、中国企业评价协会会长侯云春表示，近年来国际邮轮市场“东移”特征凸显，亚洲及大洋洲邮轮市场规模增速远超欧美地区。世界邮轮巨头纷纷把目光瞄向亚洲市场，尤其是中国市场。

据中国交通运输协会邮轮游艇分会统计快报数据显示，2017年中国邮轮市场旅客数量达495.5万人次，预计2018年可达到569.8万人次。“以我国为代表的亚太地区邮轮市场需求激增，正在推动以大型豪华邮轮为代表的邮轮产业进入黄金时期。”侯云春说。

侯云春表示，预计2030年中国邮轮建造需求为80艘至100艘，中国的邮轮旅客将突破2000万人次，带动邮轮产业2万亿元左右的市场。“中国邮轮产业是一个方兴未艾的朝阳产业。”

上海兆祥邮轮科技集团董事长庄兆祥认为，过去衣食住行无论做什么都能赚钱，接下来游养娱教可能将会成为新的赚钱产业。“其中有一个产品，仅仅一个产品就覆盖了这四个行业，那就是邮轮。”庄兆祥表示，邮轮是小康生活的风向标，一个国家和地区人均GDP超过6000美元就会产生邮轮需求，中国也不例外。

“2006年母港邮轮第一次在上海开启，2007年在天津开启，到现在已经有10年时间，号称‘黄金十年’。”在天津国际邮轮母港有限公司总经理张振东看来，邮轮是一个“漂浮在黄金水道上的黄金产业”，产业链长、附加值高、拉动性强。作为一种崭新的旅游休闲方式，邮轮进入国内以后越来越受到广大消费者青睐。“邮轮的满意度在所有旅游方式当中排在第一位，我们在天津做过这种调研，大概10万游客中，非常满意和比较满意的达到了99%，这个比例是非常高的。”

本土邮轮发展滞后

侯云春认为，新一轮消费升级的标志是多元化的，是人们对健康、旅游、文化、环境等多方面的需求，此外还有顶级消费的需求。随着我国经济的不断发展，我国人民对邮轮服务需求与邮轮行业发展不充分的矛盾将会愈来愈突出。

“目前，这个具有巨大市场潜力的产业主要由外国企业垄断，本土邮轮发展仍面临多重难题。”侯云春说，邮轮设计建造与运营在西方已经持续100多年，中国企业虽从上世纪90年代初就开始研究设计豪华邮轮，但中国至今仍没有自主建造的邮轮。豪华邮轮是船舶建造皇冠上的明珠，我国在豪华邮轮建造更是一片空白。

2015年，我国发布了《全国沿海邮轮港口布局规划方案》，计划2030年前，全国沿海形成以2个至3个邮轮母港为引领、始发港为主体、访问港为补充的港口布局。《中国制造2025》明确提出，要“突破豪华邮轮设计建造技术”。《关于促进旅游装备制造业发展的实施意见》中，也将“加快实现邮轮自主设计和建造”列为重点任务之一。

侯云春表示，目前在中国市场上，“中华泰山”号、“天海新世纪”号、“钻石辉煌”号邮轮仅为中资邮轮，并非本土邮轮。在他看来，中式邮轮应该是我国自主研发、自主设计和自主建造的，且带有华夏文化独特印记的邮轮；是基于中华文化理念、在休闲娱乐的同时带给客人心灵高雅享受的邮轮；是体验经济的载体，是美好生活的引航者。

国务院发展研究中心党组成员、办公厅主任余斌表示，过去这些年，土地、能源、原材料、劳动力等资金成本大幅度上涨，我们原有的低成本低价格优势明显不足，在这样的情况之下，需要在高附加值、高科技含量产品的生产上形成新的优势。“新的优势从何而来？我认为新的竞争优势应当是以技术，比如说我们的‘中式豪华邮轮’，以品牌、质量、服务为核心竞争的优势。”余斌认为，中式豪华邮轮集文化、旅游、养生、教育等多个产业于一体，符合高质量发展也符合居民消费结构升级的需要。

张振东认为，目前邮轮产业链还没有充分发挥作用。“我们还停留在国外的邮轮公司靠码头载着中国的老百姓到国外买买买的阶段，真正的邮轮带动效应、乘数效应都没有发挥出来。”张振东认为，母港的发展是比较快的，但访问港发展得比较慢，希望访问港越来越多，让更多的外国人到中国旅游消费。

张振东表示，按照天津的统计，船东极少在本地采购。一个航次大概是30万美元，饮品多为全球采购。这么大的一块蛋糕如果能够留在国内，对经济的拉动作用非常明显。

“现在邮轮都是过路经济，怎么才能做到不是过路经济？”庄兆祥认为，只有本地邮轮才能带来本地的经济，否则都是过路经济。

打造邮轮新生态

侯云春表示，中式邮轮产业的建设与发展，符合我国主要矛盾转化、消费升级、人民追求美好生活的新期待，符合我国供给侧结构性改革的迫切需要，符合中国“一带一路”中“海上丝绸之路”经济带的构想，更是传播中国文化的海上平台。

“西餐是美味，中餐也是佳肴，一花独放不是春，万紫千红才是春。” 庄兆祥认为，邮轮是一种生活方式，也是一种文化，所以它的设计首先要从文化开始。在他看来，第一代邮轮是交通工具，兼具娱乐功能；第二代邮轮是休闲娱乐场所，兼具交通工具功能；中式邮轮是第三代邮轮，是体验经济载体，兼具休闲娱乐功能，这也是我们能够弯道超车的绝佳机会。

庄兆祥认为，邮轮就是一个IP，要打造“中式邮轮+”的商业模式。以文促实，以实兴文，没有文化的实业是苦力活，没有实业的文化是空中楼阁。

为更好地促进中式邮轮发展，当天发布的《匠心臻品·企业评价指标体系》，将供应商分为食材、工艺品、服务等若干大类。首批评价企业为食材类企业，参评企业包括已具备较高社会认可度的有机食品供应商、特色原产地食品供应商、绿色食品供应商和有机转化期内食品供应商。每类供应商按食品类型划分，又细分了粮食、蔬菜、菌类、水果、茶叶、畜禽、水产、奶制品、水、调料和营养品等类别。中国企业评价协会针对以上每个食品类型，制定了个性化的评价指标体系。每个指标体系包括3个一级指标、10个二级指标、40多个三级指标。

中国优质农产品开发服务协会会长黄竞仪建议，加快推进一批适合超五星级中式豪华邮轮高端定位的特色农业发展，大力培育“名优特稀新”经济作物，打造一批特色农业产业带和示范基地。把地方土特产和小品种做成带动农民增收、对接万亿元级中式邮轮产业的样板产品。充分借助超五星级中式豪华邮轮的高端平台，帮助优质农产品提升品牌层级，扩大品牌影响力。

一周点睛

石墨烯新团体标准发布

新闻回放：6月27日，中国石墨烯产业技术创新战略联盟在北京发布新制订的团体标准《含有石墨烯材料的产品命名指南》，对石墨烯产品的分类、命名原则及方法等作出了详细规定。例如，规定产品名称描述应以特征、用途相结合的命名方式，便于消费者辨识。同时，规定产品命名不应有夸大、虚假内容，不应使用“衍生特性或衍生用途”命名，如“石墨烯减肥腰带”“石墨烯理疗护具”等。

点评：近年来，随着我国对石墨烯材料的开发和应用探索，以石墨烯材料改性或制造的新产品陆续上市。但是，部分新产品命名不科学、不准确，有的甚至以石墨烯为卖点夸大石墨烯应用效能，使公众和下游应用企业对石墨烯相关产品真实性产生怀疑，影响产业健康有序发展。标准的制定和实施，将为我国石墨烯行业建立共同认知的交流语言提供依据，为促进新产品被下游客户和公众正确认知、行业自律提供技术支撑。

水泥行业利润创单月历史新高

新闻回放：据悉，5月份水泥行业单月利润为177.43亿元，同比增长75.92%，较4月份利润提高30.35亿元，再创单月利润新高点；1月份至5月份，水泥行业累计利润为514.91亿元，同比增长163.86%，处于历史同期最高水平，比次好年份2011年高出162.34亿元。

点评：由于我国环保政策日趋严格，并将中长期化，进一步约束了行业供给释放，促使行业产能收缩。水泥行业受错峰生产、环保停产、协同停产等因素影响，今年边际供给继续保持收缩态势，叠加需求平稳，所以上半年行业库容比始终处于历史低位，水泥价格高位持续震荡。预计这一态势将持续到年底，存量格局将进一步优化，水泥行业有望淡季不淡。

户外用品市场规模超500亿元

新闻回放：中国户外品牌联盟近日在南京发布《中国户外用品市场2017年度调查报告》。报告显示，2017年中国户外整体市场规模达504.2亿元，其中核心户外市场规模达190.3亿元，较上年增长3.2%，增速继续放缓，但已接近谷底，预示着行业即将渡过调整期，进入下一个上升期。

点评：随着生活水平日益提高，人们日益渴望亲近大自然，通过户外运动增强体质。相比欧美等发达国家，我国户外运动刚刚兴起，还有很大发展潜力。目前，中老年人、儿童这两个位于年龄层次“两头”的“老少”户外群体快速崛起，成为拉动户外消费市场的重要力量；同时，网售渠道也持续“挤压”街边店、商场渠道的市场份额。这些新变化无疑给企业带来新的启示。

在“2018中日知识产权高峰论坛”上，专家和企业代表认为

大数据行业亟需加强知识产权保护

本报记者 杨阳腾

行业观察

随着大数据行业不断发展，与之相应的知识产权保护问题日益凸显。业内专家认为，知识产权保护是促进创新非常重要的手段，应从法律层面全新考量——

日前，20余名知识产权专家和企业代表参加了“2018中日知识产权（深圳）高峰论坛”，瞄准行业前沿，探讨科技创新和加强大数据知识产权保护等议题。

“随着大数据技术在社会生活各方面的日益普及，司法创新也将成为大数据技术产业落地的重要试验田。”深圳市南山区委副书记、政法委书记黄湘岳表示，南山区作为我国改革开放的先行地，也是创新发展的示范区，一贯重视包括大数据在内的科技创新和知识产权的重要作用。其中，南山区PCT国际专利申请量占全国的四分之一。

黄湘岳称，目前南山区正奋力推进国际科技、产业创新中心核心区建设，势必将进一步释放知识产权对于科技创新的支撑作用，致力于打造“最严格知识产权保护先锋区”，全面提升法治化营商环境，加强司法体制创新完善，进一步促进南山区作为粤港澳大湾区前沿重地和核心区域的全面发展。

日本一般财团法人知识产权研究教育财团知识产权研究所（IIP）常务理事三平圭祐表示，创新不光是技术本身的事，知识产权保护是促进创新非常重要的手段，相信今后日中双方会就此展开更多的研究和讨论。

中南财经政法大学学术委员会主席、国新南方知识产权研究院首席专家吴汉东表示，在互联网、大数据和人工智能叠加的时代，个人信息的充分保护面临挑战，用户数据在大数据时代属于宝贵的社会资源，也是产业主体开展信息生产、开放的重要保障，具有很高的财产价值，需要结合知识产权的保护开展重点探讨。

吴汉东认为，目前欧洲国家正在探讨采取独立权利的数据库作者保护，世界各国也均十分重视数据财产权利的保护。“对数据财产权利的法律保护必须与规制数据垄断行为并行，美国脸书（Facebook）并购案，滴滴、携程在数据平台歧视性价格行为，均有数据垄断之嫌。”吴汉东说。

论坛上，与会专家还深入探讨了当今环境下知识产权保护的机遇和挑战。日本知识产权著名专家、北海道大学教授田村善之着重分享了日本对于大数据知识产权保护的最新动向，包括反不正当竞争小组委员会的设立、不正当竞争防止法的修订等。他表示，第四次产业革命集中体现在人工智能和大数据等技术进步方面，在此情势下加强大数据保护立法，探索多种保护途径的可能性，将成为未来法制创新的方向所在。

腾讯研究院秘书长张钦坤分享了对当前中国互联网竞争态势的思考。他认为，目前移动互联网用户增长红利期已经结束，当前用户正从“小白”向“资深”跨越，以“90后”“00后”为主导的用户付费意愿显著提升。中国互联网竞争态势体现出用户越来越被珍惜、数据（包括内容）越来越珍贵、技术竞争的话语权越来越大等三大变化，从而也将在法律层面给内容、数据、技术和隐私等要素方面带来了全新考量。

中国社会科学院教授管育鹰围绕商业模式创新的专利保护发表看法认为，商业模式创新成果应获得现行知识产权法的保护，但研究中发现实际保护力度仍存在不足，基于世界各国和我国目前的实践经验，一方面需要在宏观层面结合产业需求适当把握尺度，另一方面在微观层面应进一步明确法律适用标准。

产业一线

成为节能技术重要组成部分

混合动力汽车技术不断成熟

本报记者 庞彩霞

6月27日，“2018佛山混合动力汽车产业发展峰会”在广东佛山举行，探讨混合动力在节能和新能源汽车领域的作用与贡献，研究如何构建中国自主知识产权的混合动力产业链，加速推进中国自主品牌混合动力产业、提升国际竞争力。

“传统动力技术向新能源逐步过渡是大趋势。在这个过程中，混合动力可以为新能源技术发展提供良好的过渡，并成为节能技术的重要部分。”中国汽车工业协会副秘书长师建华在发言中说。

作为新能源汽车产业的重要组成部分，混合动力汽车技术不断成熟、行业竞争力不断增强。在一系列宏观政策的指引下，中国汽车产业正在发生深刻变化。中国汽车工程学会名誉理事长付于武和与会者分享了在新形势下如何看待汽车产业的发展，“混合动力技术这条技术路线对于乘用车、天然气技术对于商用车都是非常重要的技术路线。就电动汽车发展而言，混合动力技术、纯电驱动、燃料电池这3条技术路线是必须坚持的。”付于武说。

就在6月27日上午，科力远公司CHS项目投产下线启动仪式在佛山基地举行，标志着一个集聚汽车零部件供应商、整车企业及汽车服务行业的产业集群将正式起航。总投资约100亿元的佛山工厂总规划100万台/套产能，此次投产产能为10万台/套，这一项目的投产下线，预计将带动国内自主混动汽车产业链从原材料、电池、动力系统到整车的飞速发展，起到相当程度的引领作用。

数据显示，2017年国内汽车市场全年产销分别完成了2902万辆和2888万辆，增速分别为3.2%和3%，创下历年最低。但是，新能源汽车去年生产79万辆，销售了78万辆，同比增长了53%。在这些车型里面，纯电动汽车的销量占比达到84%。据了解，新能源汽车的统计并不包括普通的混合动力车。混合动力汽车去年出口迅猛增长，达到89.1万辆，同比增长25.8%，逐渐在回升。

“从这些数据中可以看出，中国的汽车市场已经进入了低速平稳增长阶段，竞争在不断加剧，这是一种新的常态。作为第一产车大国，我们必须转型升级，实现由大到强。”师建华说。

长安新能源汽车公司常务总经理苏岭认为，站在市场和用户的角度，下一轮汽车发展方向是满足用户的情感体验。按照规划，长安到2020年完成新能源三大专用平台的打造，到2025年要停售传统燃油车，向混合动力、纯电动和燃料电池发展。