

逐渐回暖 盈利提升

LED 行业这个冬天不太冷

经济日报·中国经济网记者 杨阳腾 通讯员 柯云驹 何斯琦

透视

“经过多年发展，我国LED产业链已经趋于完善。但随着竞争加剧，行业进入微利时代。业内人士认为，一方面企业要守法、诚信经营，另一方面需要靠行业自律，不搞恶性竞争，不断研发新技术，提高企业的核心竞争力，这样才能保证行业长期稳健发展——”



在深圳市九洲光电科技有限公司，工程师们在研究高速列车高频振动和复杂电气环境中提高LED灯的电磁兼容性和高度安全可靠性问题。本报记者 杨阳腾摄

随着LED技术日益进步，新产品层出不穷，应用领域也在不断扩展。如今，LED已广泛应用于照明光源、显示屏、交通信号灯、医疗、手机电脑电视背光源、植物生长等领域。当前，世界各国节能环保风潮迭起，科学技术日新月异，为LED产业催生出许多新的经济增长点，LED市场发展空间广阔。

我国LED行业兴起于2000年，经过多年发展，LED产业链已经趋于完善，企业遍布LED衬底、外延、芯片、封装和照明应用各个环节。2017年，国内LED行业总产值规模已达到6386亿元，以照明、显示、背光为代表的下游应用规模达到5310亿元，占比达83%。纵观整体产业链条，与市场联系最为紧密的中下游产业因技术不完善、价格偏高、投资门槛相对较低，企业间竞争激烈，导致我国LED生产企业在2014年至2015年出现洗牌局面。今年，美国将我国出口的LED产品列入加征关税清单，行业压力陡增。

深圳市半导体照明产业发展促进会秘书长鲍恩忠告诉记者，随着我国经济步

入增速换挡、产业结构调整、发展方式转变的“新常态”，LED产业规模虽仍持续增长，但增幅收窄，利润率从前两年的10%至15%下降到8%至10%区间，行业整体进入微利时代。

深圳是我国LED产业创新前沿地带，依靠物联网等新兴技术，LED产业逐步回暖。今年前三季度产值达到1550亿元，稳居全国首位。据不完全统计，深圳目前有半导体照明相关企业近3200家，占据了广东省“半壁江山”、全国的三分之一，主要集中在宝安、龙华、光明和龙岗4个行政区域。

“LED行业正在回暖，企业盈利能力正在复苏。”鲍恩忠介绍说，今年深圳景观照明投资有望超过30亿元，从11月1日起，我国结构性调高化工产品、玻璃制品等1172类出口商品退税率，将退税率由7档简并为5档。这是继今年9月份机电、文化等产品调高出口退税率之后的又一次调整。税务部门同时要求在全国范围内推行无纸化申报，切实提高退税扶持力度。在电子行业相关产品中，影响变动最大的是LED灯泡(管)，出口退税率从

13%升至16%。鲍恩忠表示，多重利好消息将帮助深圳LED行业延续2017年的良好增长态势，可使企业实现营业收入与净利润较大幅度增长。

深圳市灿明科技有限公司是一家生产LED灯具的国家级高新技术企业，产品主要出口德国、俄罗斯等国家和地区。“这次出口退税率调整使得公司主要产品LED灯的退税率提高了3个百分点，对企业发展的促进作用显而易见。”公司财务经理李华湘表示，2018年前三季度，公司LED灯出口额6200万元，已收到出口退税款300多万元，四季度预计出口额将达到1800万元左右，按目前16%的退税率，预计明年全年可以增加免抵退税额250多万元。这一政策不仅减轻了企业的资金压力，同时在当前贸易摩擦情况下也让企业更有底气面对形势变化。

深圳市九洲光电科技有限公司成立于2010年，是目前国内较大的LED产品应用系统解决方案服务商之一，生产格瑞普品牌的LED显示屏、列车灯、面板灯、控制盒等产品，同时也是首批认证的国家

级高新技术企业，建有省级企业技术中心——LED研究中心和博士后科研工作站，承担多个“中国高技术研究发展计划”(国家863)项目。2018年，该公司销售额从最初的700万元增长到3亿元，退税额从40万元增长到400万元。公司总经理谢拥军告诉记者，减税增效，给了企业实实在在的真金白银，减下来的红利正好可以投入公司新技术和新产品的研制开发，大大提升了企业产品竞争力，激发了企业品牌建设的主动性和创造性。

深圳市电将照明有限公司是一家十余年专注太阳能路灯生产、研发的企业，开发的高效率、智能化太阳能照明产品系列已申获多项国家专利。公司总经理甘容益表示，近期获悉国家提高出口退税率，为出口减压，公司马上加大出口业务工作力度，目前效果比较理想。预计今年营收可增长30%左右，明年预计可实现销售额1亿元。

深圳市光明区税务局副局长张立告诉记者，连续两次上调出口退税率，不仅是近年我国最大幅度的出口退税率调整，更是诸多促进外贸发展利好政策中最为实在的一项，直接减轻了企业资金压力，助力企业“轻装上阵”。张立表示，光明区税务局将根据新政策筛选逐户通知出口企业，通过开展座谈会、走访中小企业等措施，努力对接民营出口企业需求，为企业量身定做个性化服务手册，辅导企业掌握最新出口退税优惠政策和办税流程，让民营企业财务人员能够快速上手，应享尽享政策红利，确保政策落实到每一户企业。据了解，深圳市光明区约有50户企业出口LED灯具，2017年出口额约3亿元。以此测算，本轮退税率调整全年能为辖区内的LED出口产业增加退税额900多万元。

多位业内人士在接受经济日报记者时表示，LED行业要取得良好发展，除了国家产业政策的大力支持，还需要提高LED产品的质量，降低生产成本。一方面企业要守法、诚信经营，另一方面需要靠行业自律，不搞恶性竞争，不断研发新技术，提高企业的核心竞争力，这样才能保证行业长期稳健发展。

产品体系日趋完善 供给能力显著提升

旅游业处新一轮发展机遇期

本报北京12月27日讯 记者常理报道：旅游日益成为新时期人民群众美好生活和精神文化需求的重要组成部分，中国旅游业正处于新一轮发展黄金机遇期。

12月26日文化和旅游部资源开发司副司长单钢新在例行新闻发布会上如是说。

据介绍，当前我国旅游产品体系日趋完善，供给能力显著提升。全国共有景区景点3万多个，红色旅游经典景区300个，国家级旅游度假区26个，旅游休闲示范城市10个，国家生态旅游示范区110个，在建自驾车房车营地900多个，全国通用航空旅游示范基地16个，还有一大批文化旅游、科技旅游、研学旅游、健康旅游、工业旅游、体育旅游等“旅游+”融合发展的新产品，初步形成了观光旅游与休闲度假旅游并重、旅游传统业态和新业态齐升的新格局。

单钢新表示，文化和旅游部深入挖掘长江流域历史文化、生态文化、乡土文化、民俗文化底蕴，加强长江流域区域合作、协同发展，通过串连整合，重点推出了一批文化旅游、生态旅游、红色旅游、乡村旅游、民俗旅游等旅游精品线路。比如，长江旅游联盟推出了“长江三峡+黄山、长江三峡+九寨沟、长江三峡+华东都市之旅”等精品线路；武汉、长沙、南昌和合肥四城市合作推出了长江中游四城旅游一卡通，一卡游遍四座城市的40多家优质景区，推动了长江旅游的整合营销与协同发展。

记者了解到，文化和旅游部坚持以创建国家全域旅游示范区为抓手，通过实施“旅游+”战略，引导全域旅游向纵深发展。今年11月30日，文化和旅游部在浙江湖州召开全国发展乡村旅游推进全域旅游现场会，把乡村民宿建设作为推进乡村旅游转型升级、丰富旅游住宿供给的重要领域。例如，天津市推出了红色革命遗址、博物馆、名人故居主题旅游线路。上海深度挖掘建筑和街区文化，打造一批“建筑可阅读，街区可漫步”的都市微旅行精品。

随着大众旅游时代的到来，乡村旅游市场需求旺盛、富民效果突出、发展潜力巨大。根据监测中心数据测算，2018年上半年全国乡村旅游收入7700亿元，占国内旅游总收入的31.4%；乡村旅游接待人次13.7亿人次，占国内旅游总人次的48.6%。

据单钢新介绍，今年11月份，文化和旅游部会同16部门联合印发了《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》，从总体要求、规划引导、公共服务、文化内涵等方面指导乡村旅游发展。会同国家发展改革委等部门印发了《促进乡村旅游提质升级行动方案(2018—2020年)》，着力解决乡村旅游发展的瓶颈制约问题。同时，加大专业培训力度，下半年举办了四期全国乡村旅游扶贫重点村旅游带头人及村干部培训班，五期以乡村旅游和乡村民宿为主题的培训班，培训总人数达2000多人。

进口油接卸第一大港扩能增产

青岛董家口30万吨原油码头二期工程开建

本报讯 记者刘成报道：12月26日，青岛董家口30万吨原油码头二期工程举行奠基仪式。此举对青岛港在全国进口油接卸第一大港的基础上继续加快扩能增产步伐，提高我国原油商业储备能力具有重大意义。

据悉，该项工程位于青岛港董家口港区，新建1个30万吨级油品泊位，水工结构按靠泊45万吨油船设计；1个10万吨级油品泊位，水工结构按靠泊12万吨级油船设计，并配

套相应设施。泊位设计通过能力2500万吨，预计2019年底建成投产。

青岛港是中国进口油接卸第一大港，中国进口原油的六分之一从青岛港上岸。旗下青岛实华原油码头公司2017年油品吞吐量超过1亿吨，成为全海区首个亿吨油品公司。2018年，其吞吐量、进口油接卸量继续保持两位数增长，在山东炼化市场占有率达到51%。

当前，董家口港区已建成一座世界一流30万吨兼顾45万吨原油码头和一座10万吨转水码头，年设计通过能力达到2500万吨。二期工程投产后，董家口港区原油码头通过能力将达到5000万吨，实现倍增。

同时，管道+仓储配套发力。目前已建成投产董潍输油管道一期、二期工程，打通从黄海到渤海的黄金通道指日可待，全线投产后将全面释放3000万吨/年管输能力；配套罐容量达546万立方米，为山东炼化企业打造了一条低成本、高效率、安全节能环保的绿色物流通道。据统计，管道一期工程自2017年8月份投产运营以来，已累计输送原油900万吨，相当于节省了30万车次油罐车，为货主节约物流成本1.85亿元。

邮储银行北京分行 全力服务民营经济

改革开放40年，我国民营经济从小到大、从弱到强，在稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生等方面发挥了重要作用，成为推动经济社会发展的重要力量。

邮储银行北京分行成立11年来，始终把握金融服务实体经济的根本宗旨，把防范化解金融风险和服务实体经济结合起来，充分发挥资金、网络优势，结合各类民营企业特点，优化服务流程，不断提升民营企业服务水平。

服务民营和小微企业发展事关全局，既是落实党和国家决策部署的政治任务，也是邮储银行不忘初心、坚定战略定位的内在需要，更是当前必须做好的重点工作。

扎根基层 精准对接小微企业需求

北京炫亿时代科技有限公司是一家集IT产品分销商、系统集成、应用软件开发与IT服务为一体的高科技中小企业。2018年7月，公司在扩大生产经营时，由于思科交换机、电子元器件供不应求，急需进货，面临200万元的资金缺口，邮储银行了解情况后，为该公司量身定制办理了“税贷通”业务。在没有任何抵押物的情况下，仅凭着纳税信用，半个月时间，该公司就从邮储银行拿到了200万元的资金支持。

融资难、融资贵是中小微企业一直面临的资金难题，邮储银行北京分行深入调研基层企业，除了向抵押物不足而资金周转困难的中小微企业提供“税贷通”业务，还精准定位不同类型企业的资金需求，并有针对性地推出不同的金融产品，提供特色金融服务，满足不同行业、不同规模、不同资质客户的多种融资需求。同时，通过减费让利，最大限度降低客户的融资成本。

创新产品 服务首都经济转型升级

邮储银行北京分行紧跟首都经济转型升级大局，根据首都产业结构调整，重点服务战略新兴产业，针对高新技术企业，坚持创新金融产品和金融服务，将小微企业金融业务的发展与北京市

的产业结构升级有效结合，助力首都经济增长、吸纳社会就业、激发创新创业。根据科技企业的特点，推出了高新技术企业信用贷款，重点向中关村高新技术企业发放，最高授信金额可达500万元，且只需要企业实际控制人及其配偶(如有)提供连带责任保证担保，无须其他担保措施。

邮储银行北京分行依托渠道优势，针对科技型产品不断开展探索创新。一方面，加强与政策性担保公司合作，丰富担保方式。目前，邮储银行北京分行已与多家政策性担保公司开展业务合作，有助于为科技创新企业提供更全面的金融产品支持。

另一方面，邮储银行针对拟上市或已上市的企业，开发出新三板中小企业授信产品，包括挂牌贷、股权质押贷款和投贷联，积极为新三板的科技型小微企业提供金融服务。

探索“融资+融智”新模式

北京科净源科技股份有限公司此前处于上升期，规模亟待扩大，装备急需扩充。邮储银行北京分行主动上门走访，为其申请了2900万元小企业流动资金贷款，并在邮储银行北京分行的推荐下，2018年8月，该公司带着“污水处理、城市河道污水处理”项目参加了邮储银行与中央电视台联合举办的《创业英雄汇》项目选拔活动。邮储银行为其搭建了实现梦想的舞台。

为了不断提升小微企业服务质量，探索大型银行持续支持小微企业的有效模式，邮储银行自2010年以来，连续9年举办创富大赛活动，将“融资”和“融智”结合，为大量创业者和小微企业搭建了集资金支持、品牌传播、技术指导以及商业模式交流为一体的综合金融服务平台。2017年8月至今，邮储银行冠名央视《创业英雄汇》栏目，并与央视联合举办5场项目选拔赛，助推48位创业者获得了在央视舞台宣传展示、获得专家指导以及争取直接融资的机会，积极营造全社会关心、关注和支持小微企业发展的良好氛围。

·广告

市场瞭望

12月26日，由人民日报社主办的“2018中国品牌论坛”在北京举行。围绕“改革创新动力，品牌新未来”这一主题，有关部委、研究机构和近百家知名企负责人齐聚一堂，展望发展趋势，聚焦突出问题，共商发展良策，为“品牌大国”向“品牌强国”跨聚合力、增动力、添活力。

品牌是企业的灵魂，是国家竞争力的综合体现，也是参与全球竞争的重要资源。全国政协副主席辜胜阻在致辞时表示，品牌建设不仅关系到微观企业的发展层次，更关系到宏观经济的质量和效益。必须加快品牌建设，助力中国制造业实现从“中国产品”到“中国品牌”再到“世界品牌”的转变。

目前，在品牌建设和发展上，我国与发达国家同行相比处在劣势地位，与经济提增效的要求相比还有差距。那么，品牌短板究竟让我们吃了多大的苦头？中国国际经济交流中心副理事长郑新立在论坛上算了这样一笔账，我国现在的GDP按照市场汇率来计算，大致是13万

亿美元；按照PPP(购买力平价方式)计算大致是20万亿美元，中间差着7万亿美元，很大程度上就是品牌价值。

郑新立表示，由于没有名牌，我们的商品在国际市场上按照低于实际价值的价格来销售。如果我们创造出中国名牌，在国际上有知名度，按照现在的商品使用价值、商品总量，我们提升的空间就是7万亿美元。

争取把7万亿美元的品牌价值拿到中国人手里，装到口袋里。此言一出，引发了与会者的共鸣。

在消费升级的大趋势下，在日益激烈的市场竞争中，如何实现“中国制造向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，中国产品向中国品牌转变”，是无法回避的时代课题，是一道必须迈过的坎。”人民日报社社长李宝善说。

企业是品牌建设的主体。经过不懈努力，我国一批企业挺进高端，擦亮了金字招牌。“通过创新，中车成功打造出高铁动车这张国家名片，实现了从跟跑到并跑、领跑的转变。”中国中车董事长刘化龙表示，持续的创新能力是品牌不断提升的原动力。近5年，中车科技投入达694.4亿元，科技

投入比例达5.36%。主持和参与起草并发布现行有效国际标准89项、国家标准239项、行业标准703项。

“未来竞争的关键在海外、在高端市场，只有赢得了国际高端市场竞争，才真正称得上是世界一流品牌。”徐工机械总裁陆川表示，企业推进营销、研发、制造、企业文化等方面的国际化取得了显著成效。如今，徐工品牌获得欧美和亚非拉等国家及地区的青睐，覆盖“一带一路”相关97%的国家，海外收入连续26年稳居行业第1位，重塑了世界工程机械市场格局。

推进品牌强国建设，是一项系统工程，有赖于方方面面的努力。记者从论坛上获悉，国务院国资委将加强统筹协调，切实指导中央企业把握新时代、新要求，逐步建立健全品牌创造、创建、保护和发展的体制机制，推动品牌建设工作向加速提升和全面引领阶段迈进，加快打造世界一流品牌，培育具有全球竞争力的世界一流企业。国家市场监督管理总局将进一步推进商事制度改革，创新监管方式，打击假冒伪劣和侵犯知识产权行为，厚植品牌培育生长的土壤，营造良好环境。