



“回眸2019 展望2020”特稿·热点篇(上)

凝聚中国经济澎湃伟力



潍柴二号工厂总装车间,机器人正在装配发动机缸盖总成部件。

本报记者 黄鑫摄

潍柴集团：

加快向服务型制造转型升级

本报记者 黄鑫

岁末年初，古都西安寒意渐浓，但在此召开的山东重工·潍柴动力2020年商务大会却宾客盈门，气氛热烈。在新产品展示区，大家围着一台“发动机”看得津津有味，人群中不时传出赞叹声。有趣的是，展示区展出的不是一台实物发动机，而是3D动态发动机模型。

潍柴集团利用AR（增强现实）新技术，给客户带来了360度沉浸式观展体验。“不仅可以扫描图像，还能实现平面和实物识别，通过AR扫描发动机，显示相关性参数等。”潍柴研发工程师朱鑫说，目前潍柴已将AR技术成熟运用在潍柴N+H+M三大高端动力平台，并在商用车市场推广，服务于售前产品展示、售后维修场景演示、展会发布、培训、产品介绍五大场景。以维修为例，对于肉眼无法直观探测的发动机内部结构，客户可以通过“结构拆装”的模拟动画演示，实现机器维修现场互动性指导。

除了利用AR技术让发动机“活起来”，在潍柴新产品展示现场，“AI”的字样随处可见。2019年10月1日，潍柴正式发布潍柴新标识，将“WEICHAI”中的“AI”以红色呈现，意在阐明潍柴勇敢拥抱智能新时代的决心。站在新时代，潍柴将以人工智能持续创新发展之路，通过新思维、新技术、新模式，开启智能未来的新征程。

品牌战略升级的背后，是潍柴十几年来推动企业向产品服务化、数字化、智能化转型升级的有力探索。以信息化培育发展新动能，用新动能推动新发展，潍柴持续深化“两化融合”，将大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术融入企业研发、生产、销售服务等运营全过程，致力于将企业打造成数字化智慧企业。

近年来，潍柴斥巨资建设智能工厂，搭建覆盖全产业链的信息化支撑平台，打通了从客户需求到客户服务的端到端

流程。

在保障大规模生产制造的前提下，充分满足客户个性化需求。

在潍柴智能工厂里，可实现多条生产线多品种混流生产，3000多个订货号、10000多种零部件，每一道工序、每一个细节都有着清晰的信息记录，不仅生产效率大幅提升，还可以精确计算单台发动机成本。2019年，潍柴产销各类发动机突破80万台，市场订单持续增长带来的生产压力，被智能制造一一化解。

潍柴信息化建设不只是生产装备的智能化、自动化、数字化，而是延展至整个企业的运营过程。潍柴利用互联网技术，打通集团内部各个业务端，推动生产要素从“初级物理级连接”向“智能化物联网”升级，通过信息共享、资源高度整合，提高了生产效率、缩短了研发周期，以更低成本、更高效、更高质量满足客户个性化需求。

据介绍，潍柴依托强大的信息化技术，搭建起“智慧云”平台，向产业链下游的整车厂、经销商、终端客户、维修站提供云服务。同时，通过云平台实现研发数据收集、远程锁车、远程诊断、大数据故障预警等功能，构建起全生命周期支持系统，为客户创造价值最大化。

2019年9月份，潍柴智慧云项目组收到北京某公司赠送的一面锦旗。该公司主营工程机械设备销售，是潍柴智慧云的忠实客户，其一辆价值数十万元的装载机不幸被盗。紧急时刻，项目组及时为警方提供准确有效的数据信息，不到72小时就成功找回车辆，挽回了客户重大财产损失。

“过去，我们的产品和服务相对独立，现在借助云平台、人工智能等，能够为客户提供更好的服务，形成更加紧密的联系，让服务贯穿到产品的全生命周期，进一步加快企业向服务型制造转型。”潍柴信息化经理李梦然说。

“两业融合”是价值链由以制造业为中心向以服务业为中心发展的过程。目前，制造业仍处于核心地位，对服务业的带动作用明显。但是，制造业也存在“两头在外”的问题——不能充分享受产业链上游的优势，以及产业链下游的销售、再服务等环节创造的价值。这说明我国目前仍处于先进制造业向现

代服务业深度融合的初级阶段，亟需深度融合。

要推动先进制造业与服务业深度融合，我们应抓住从零到一的机遇，从需求端探索我国消费升级中的真实需求，并以此作为发展“两业融合”的增量，如健康、家居、养老等消费升级方向。

同时，要依托我国在共享经济领域的领先地位，将其理念运用到先进制造业与现代服务业领域。例如，智能工厂、共享平台等。此外，还要转变思路，以现代服务业带动先进制造业发展。当前，我国在电商、共享经济领域具有明显的规模优势，可深挖大数据、渠道等方面的优势，使之与制造业充分融合，共同发展。

（作者系众诚智库研究总监）

编者按 勇立潮头御风行。2019年，以习近平同志为核心的党中央准确把握经济发展大势，推动中国经济发展抵达新高度，尤其是在减税降费、土地制度改革、推进先进制造业和服务业深度融合、消费升级等热点领域，取得了一系列重大进展。

谋大局，抓重点。热点领域的改革成果，昭示着“中国号”巨轮乘风破浪、坚定前行。一个个坚实成就交相辉映，勾勒出今日之中国在中华民族伟大复兴的战略全局和世界百年未有之大变局中的历史经纬。

中国经济的强大动力，来自于扎实推进改革，以创新激活力蕴发展潜力，展望未来，我们要继续以百折不挠的姿态推进改革，朝着夺取全面建成小康社会的伟大胜利进军！



2019年10月10日,浙江省武义县晓辉家庭农场主方晓辉出动3台大型联合收割机收割早季稻。

张建成摄(中经视觉)

河北省清河县葛仙庄镇马屯山楂合作社：

土地延包让农民吃下定心丸

本报记者 乔金亮

“土地承包到期再延长30年，真是给咱老百姓吃了一颗定心丸啊！”近日，在河北省清河县葛仙庄镇马屯山楂合作社，农民李俊英高兴地说。承包地不用重新划分，还能保持长期稳定，他又种了几亩山楂新品种，劲头更足了。

前不久，中共中央、国务院印发《关于保持土地承包关系稳定并长久不变的意见》，提出第二轮土地承包到期后再延长30年。政策一出，引起果农们热议。“我们这一带种的都是山楂、桃、杏等果木，树龄长，需要稳定土地承包关系。这一轮延期，我们可以放心加大土地投入，规划长远的种植布局。”马屯山楂合作社理事长高俊英说。

由于土地地权严谨，上世纪70年代以来，合作社周边十几个村的承包地都陆续种上了山楂树。但是，因为缺乏科学管理，果实体积小、产量低、口感差，土地收益低。2002年，毕业于河北农业大学的高俊英主动请缨，来到山楂基地当起了技术员，手把手教果农科学管理，并于2009年成立马屯山楂合作社。

合作社采取“基地+农户”模式，对社员开展全链条服务，指导社员实施无公害化管理；组建果树修剪服务队，教果农剪枝；统一订购肥料物资；统一销售山楂果。伴随合作社统一科学管理，山楂品质不断提高，每到收获季节，一辆辆来自省内外的货车便来到各村田间地头收购山楂。

为了提高山楂的附加值，2012年合作社建厂房、购设备，上马了山楂深加工项目，将山楂果加工成山楂片、山楂糕、山楂酒、山楂饮料等制品，吸引了山西、山东、天津等地的客商前来购买。“比起只卖山楂果，效益提高了四五倍。”高俊英说。

农民收益一年比一年高，一些未入社的果农纷纷与高俊英

“长久不变”是为了变得更好

□ 乔金亮

土地承包关系是农村生产关系的集中体现，需要适应生产力发展的要求，并不断巩固完善。改革开放初期实行家庭联产承包制，成功解决了亿万农民的温饱问题。随着城镇化发展和农村劳动力大量转移，农业物质装备水平大幅提升，农业经营规模的扩大成为可能，中央及时出台了引导土地流转的政策。据统计，截至2018年底，全国有5.39亿亩耕地在不同主体间流转。

土地是农民最大的财富。我国对农村土地普遍实行承包制，全国有15亿亩承包地，涉及近两亿农户。土地问题贯穿农村改革全过程，平衡好各方土地权益，是国家治理水平的重要体现。实行“长久不变”，进一步明确集体与农户、



四川港通医疗设备集团股份有限公司：

减税降费为企业发展添动力

本报记者 董碧娟

有力、有感！2019年，深化增值税改革、小微企业普惠性减税、实施个税专项附加扣除、降低社保费率……一系列减税降费政策鼓点密集，铿锵落地。

近期公布的《国务院关于减税降费工作情况的报告》显示，2019年全年减税降费数额将超过2万亿元，占GDP的比重超过2%，明显高于世界其他国家。

“史上最大规模”减税降费究竟给企业带来了什么？当经济日报记者向四川港通医疗设备集团股份有限公司副总经理魏健提出这个问题时，他不假思索地打开了话匣子。

“我们是一家股份制民营企业，1998年在成都简阳市市成立。在享受原有税收优惠的同时，国家近年又推出更大规模的减税降费政策，我们每年各项优惠算下来能减税约1400万元。”彭健给记者一笔笔列出了他们的减税“清单”——在企业所得税方面，主要享受子公司小型微利企业、研发费用加计扣除、西部大开发、残疾人加计扣除等多方面税收优惠，年均减税在800万元以上。

在增值税方面，因税率下调，港通的设备制造和建筑安装平均税率下降约3%，同时抵扣范围扩大，增值税整体税负下降超过1%，公司年增增值税减约500万元。

“随着主税种税负下降，各项附加税也在同比下降，而且还能享受一些单项税收优惠，比如重点群体就业减免、残保金减免等。”彭健说，不仅如此，在个税改革方面，改革前公

司缴纳个税员工人数占职工总人数约30%，执行新的“起征点”及专项附加扣除后，缴税员工占比不到10%。

在大力减税降费的同时，税收服务优化升级进一步强化了企业获得感。彭健说：“国地税合并以来，我们能明显感受到纳税服务更加优质，现场办税涉税业务大幅下降，基本实现全程网上办税。同时，服务窗口增加，手续更简化，纳税体验越来越好，获得感增强了。”

据国家税务总局四川简阳市税务局局长周琳介绍，2019年简阳市实施了提升优化纳税服务行动计划，通过全面落实税收优惠政策、进一步压缩了企业办税时间，推进发票便捷使用、优化税务注销服务等多方面举措，进一步减轻了纳税人负担，提高了办税效率。

实际上，港通医疗只是我国享受减税红利的广大企业中的一个。“无论从宏观数据还是企业实际感受看，减税降费政策预期目标都得到了很好实现。”国家税务总局科研研究所所长李万甫说，税务部门调查数据显示，92.2%的纳税人认为减税降费对企业生产经营产生了积极影响，提振了市场主体信心。

2019年年底召开的中央经济工作会议明确提出：“要巩固和拓展减税降费成效。”相信在新的一年里，减税降费红利将继续在多元复杂的经济肌体中传导扩散，进一步转化为实体经济创新力、民营企业的成长力、个人及家庭的消费力、稳定就业的支撑力。

□ 李旭红

税收是国家宏观调控的重要政策工具。2019年，我国普惠性与结构性并举的减税降费持续推进，涉及增值税、企业所得税、个人所得税等12个税种，教育费附加、地方教育附加等19个费种。数据显示，2019年1月份至10月份，全国实现减税降费9688.94亿元，其中减税16473.26亿元，降低社保费3215.68亿元。其规模、有重点、成体系的减税降费政策在减轻微观主体责任、激发市场运行活力、确保经济稳中求进等方面发挥着重要作用，极大促进了经济高质量发展。

基于当前减税降费基本情况，可以从以下角度继续巩固减税降费成效，进一步发挥减税降费促进高质量发展的持续性效应——

一是注重减税降费政策提质增效。在继续贯彻执行普惠性减税降费的基础上，需要注重结构调整，将政策落实到需求更加迫切、效应更加明显的领域，提高政策的质量和效率。

二是通过优化立法保障减税降费成果。落实税收法定原则，是党的十八届三中全会决定提出的一项重要改革任务。基于完善市场经济和法制环境的考量，税收立法能够梳理前期



2019年11月6日,在国家税务总局福州市台江区税务局办税服务厅,工作人员为企业代表介绍减税降费政策。

新华社记者 宋为伟摄

“两业融合”势在必行

□ 江晶晶

先进制造业与现代服务业深度融合势在必行。制造业充分发展是“两业融合”的基础。当前，我国在经历工业化发展、中高端制造业发展后，不仅具备了发达的制造业基础，也为现代服务业发展提供了坚实基础。同时，服务业保持快速发展的趋势未变，信息化水平高、增长速度快，政府高度重视，“两业融合”提供了基本的准备条件。

“两业融合”是价值链由以制造业为中心向以服务业为中心发展的过程。目前，制造业仍处于核心地位，对服务业的带动作用明显。但是，制造业也存在“两头在外”的问题——不能充分享受产业链上游的优势，以及产业链下游的销售、再服务等环节创造的价值。这说明我国目前仍处于先进制造业向现

代服务业深度融合的初级阶段，亟需深度融合。

要推动先进制造业与服务业深度融合，我们应抓住从零到一的机遇，从需求端探索我国消费升级中的真实需求，并以此作为发展“两业融合”的增量，如健康、家居、养老等消费升级方向。

同时，要依托我国在共享经济领域的领先地位，将其理念运用到先进制造业与现代服务业领域。例如，智能工厂、共享平台等。此外，还要转变思路，以现代服务业带动先进制造业发展。当前，我国在电商、共享经济领域具有明显的规模优势，可深挖大数据、渠道等方面的优势，使之与制造业充分融合，共同发展。

（作者系众诚智库研究总监）

吉利汽车：

在消费升级中提升品牌价值

本报记者 杨忠阳

“10年前，我有了人生第一辆汽车——吉利远景，当时我们的小家刚刚建立；如今，我拥有了人生第二辆车——领克。发售那天，我第一时间抢购了‘耀兰’，继续用行动支持国货。”这是一位网名叫“年轻的马”车主在领克APP上的留言。

刚刚过去的2019年，领克又收获了12万多位车主，成为国内以最短时间突破20万辆销量的自主高端品牌汽车。2019年6月6日，国家发展改革委、生态环境部、商务部印发《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案（2019—2020年）》，提出要着力破解消费升级市场壁垒，重点推动汽车、家电、消费电子产品更新升级，促进了市场的活跃和企业的健康发展。

“尽管去年中国汽车市场销量还在下滑，但消费升级特征也很明显。我们主动适应市场新变化，加快产品力提升，强化品质向上，实现了高质量发展。”吉利汽车副总裁、领克汽车销售有限公司总经理林杰说。

吉利汽车最初以“低价低价”切入市场，这种定位使吉利迅速占领细分市场，赢得发展空间，但也造成了不小的负面效果，就是在消费者心目中留下了技术水平、工艺水平、产品质量不高的印象。不过，吉利通过战略转型升级，产品结构调整，实现从“造老百姓买得起的车”到“造每个人的精品车”的进化，不仅满足了消费者日益增长的消费需求，也为提升品牌影响力注入了澎湃动力。

迈向全球价值链中高端

□ 杨忠阳

随着人均可支配收入稳步增长，中高端汽车需求开始加速释放，汽车消费升级趋势愈发明显。有数据显示，2017年中国市场狭义乘用车最低批发均价在12.8万元，2018年增长为13.3万元，2019年达到14.2万元。与此同时，主打中低端市场的中国汽车品牌受车市下滑影响大，市场份额持续走低。

面对消费升级趋势，我国汽车产业如何才能高质量发展？指望外资品牌“助人之乐”，恐怕不现实，关键要看自身实力。但让人担忧的是，多数自主品牌乘用车处于产业链中低端，卖得很便宜，利润很少，有的甚至不挣钱。之所以出现这些问题，原因在于国产汽车品牌在与外资品牌合作过程中，对品牌的重要性认识不够，再加上缺乏技术支持，在与外资品牌博弈中放弃了自主品牌。现在同样配置的汽车，自主品牌价格要比外资品牌低一大截，主要是因为没有品牌溢价能力。

面对消费升级，我国汽车企业应主动通过创新驱动，深化供给侧结构性改革，奋力实现品牌向上突破，从中低端迈向全球价值链中高端。

品牌作为质量、技术、商业模式、企业文化等企业无形



领克01在吉利浙江台州路桥工厂下线。

本报记者 杨忠阳摄

