

在2022特色产业带高质量发展论坛上,与会嘉宾共话——

# 新质造 新工厂 新集群

本报记者 李芃达 纪文慧



10月26日,经济日报社主办的2022特色产业带高质量发展论坛在北京举行。图为论坛现场。

引导中小企业特色产业带高质量发展,不仅能成为中小企业营造良好发展环境、加大对中小企业支持力度,更是维护产业链供应链韧性和稳定的重要基础。面对国内外复杂多变新形势,如何更好推动大中小企业融通、助力国内特色产业带高质量发展?

10月26日,由经济日报社主办的2022特色产业带高质量发展论坛在北京举行。与会嘉宾建言献策,共话“新质造、新工厂、新集群”。

## 促进大中小企业融通

经济日报社社长赵子忠在致辞中表示,做强中小企业特色产业带有利于推进产业基础高级化,形成一批核心配套产品,提升产业链关键环节的配套能力,为先进制造业建设提供重要支撑,助力构建现代化产业体系。但也要看到,目前一部分集群主导产业定位不够清晰,优势特色不足。由于协同创新平台尚不健全、发挥作用不够等问题,不少集群表现为“集而不群”。此外,数字化基础设施和服务资源的欠缺,也限制了中小企业数字化转型水平的提升。为此,要畅通集群协作网络,增强专业化配套能力,发挥龙头企业带动作用,促进大中小企业协同发展。同时,集成和开放创新基础设施及服务资源,推动集群与大型企业、高等院校和科研院所建立稳定的创新合作机制,开展主导产业大中小企业融通创新、共性技术产学研协同创新。

在谈及产业集群融通模式优势时,中国中小企业协会专职副会长朱玉认为,大企业通过牵引产业链上下游中小企业集聚发展,推动产业就近配套、区域品牌联动、公共服务平台共用、信息资源互通、资金人才共享。企业集聚有助于降低交易、运输和信息沟通成本,深化企业协同,集群内企业均可享受到区域品牌效应,从而降低市场开拓和营销成本。专业技术水平人才和多元资本汇聚将促进供需双方有效对接,降低“搜寻”成本,通过人才流动促进区域知识共享和技术扩散,基于多维真实信用信息提升中小企业融资能力。而共性技术研发平台、大数据服务平台等区域公共服务平台建设,则能够有力支撑集群内中小企业快速提升技术能力和数据应用水平。

“我们在调研中了解到,人才、资金等短板以及缺乏底层基础设施等因素,导致中小企业数字化转型有所放缓。如果大企业可以将自

己的产品、平台、方案以较低成本甚至零成本共享给中小企业,这为其转型升级乃至实体经济高质量发展带来较大价值。”京东消费及产业发展研究院院长刘晖说,京东通过基础设施和数字化技术打造智能供应链、智能物流,在提升运营和物流效率的同时有效降低成本。“这让中小企业切身感受到了数字技术创造出的实实在在的效益,更加坚定了加入数字化升级行列的信心。”

## 培育特色产业带

“培育特色产业带是推动制造业高质量发展的重要抓手。”中国电子信息产业发展研究院规划研究所所长程楠表示,特色产业带能在保障产业链供应链安全基础上,更好地推动协同创新。整体来看,国内大部分产业集群还处于竞争优势阶段,即充分发挥规模效应优势,企业间通过共享信息及上下游配套资源等,形成快速响应的组织模式。在推动制造业高质量发展过程中,产业集群应加速从竞争优势阶段向更高层的创新优势阶段、动态优势阶段升级,从而实现中国制造向中国创造转变。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微认为,一方面,全球经济不确定性增强,特别是随着全球经济贸易重心的调整,新的产业链供应链体系正在形成;另一方面,以消费为主导的内需快速增长,未来会成为引领经济社会发展最重要的内生动力。这些反映在产业结构上,就是不仅要推动制造业发展,更要实现制造业和服务业的高效协调与互动发展。

京东集团高级副总裁、京东自有品牌业务负责人王笑松将消费品零售价值链分为创意、设计、研发、制造、定价、营销、交易、仓储、配送、售后等10个环节。他认为,产业带中的工厂处于研发和制造的位置,懂生产、懂技术、有产能。推动产业带高质量发展,关键在于让优秀制造企业专心做好生产,市场和服务交给供应链服务商。

与会嘉宾高度评价了工业和信息化部近日印发的《促进中小企业特色产业带发展暂行办法》。多位专家表示,“十四五”期间在全国范围内认定200个左右集群,引导和支持地方培育一批省级集群的目标,对于推进新型工业化,把发展经济的着力点放在实体经济上意义重大。期待中小企业特色产业带能够成为加快建设现代化产业体系的另一抓手,为中国经济高质量发展贡献力量。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微:

## 多点发力推动产业集群高质量发展

本报记者 袁勇

“产业集群高质量发展有利于打造具有明显竞争优势和强韧性的产业链供应链体系,有利于产业持续稳定发展,有利于增强发展的内生动力,是国内国际双循环相互促进的重要枢纽。”在经济日报社10月26日主办的2022特色产业带高质量发展论坛上,国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微认为,可以从多点发力,推动产业集群高质量发展。

首先,要适应新需求,精准聚焦高质量发展新方向。内需将在中国经济发展过程中扮演更重要的角色,背后需要高质量发展的产业集群给予支撑。所以,产业集群发展必须紧跟中国经济发展的新趋势、新需求。

其次,要紧扣新技术,以数字化转型为导向形成供求高效匹配的新机制和培育产业发展新动能。数字经济发展正在从消费

端快速向生产端、供给端推进。一些电商平台正在主动对接产业集群或产业带,通过数字技术分析发现新的消费需求,再推送给制造端,带动产业集群形成高品质国货供给。再次,要着力新开放,以国际化为方向塑造竞争新优势和“以内促外”“以外强内”实现产业链供应链水平新提升。未来,内需的提升将通过推动产业集群发展带动“外循环”,“外循环”的创新资源也将促进“内循环”发展。因此,着力新开放是产业集群高质量发展的重要着力点。

最后,要夯实新基础,强化现代化产业集群发展(制度、要素、环境、设施)新支撑。从全球产业集群发展历程来看,各国政府支持力度都很大。未来要进一步加强在教育、研发等方面的投入,为提升产业集群创新能力提供更大支持。

中国电子信息产业发展研究院规划研究所所长程楠:

## 培育先进制造业集群“点线网”

本报记者 纪文慧

“培育先进制造业集群应从‘点、线、网’三方面入手。”在10月26日由经济日报社主办的2022特色产业带高质量发展论坛上,中国电子信息产业发展研究院规划研究所所长程楠表示,第一,要注重集群主体数量和多样性,推动集聚效应发生;第二,要增加各类主体之间的联系渠道,包括大中小企业之间的协同配套关系、企业和科研机构的互动、政府与企业间的信息共享等;第三,要建立集群网络协调机制,形成高度自治、网络化、开放性的组织体系。

“集群发展具有明显的阶段性特征。”程楠认为,集群发展由比较优势阶段、竞争优势阶段、创新优势阶段和动态优势阶段四个阶段构成。在比较优势阶段,出于节约成本的考虑,很多企业往往会选择离资源较近的地方或者交通便捷的港口等,形成

“扎堆”现象;发展到一定阶段后,会逐步形成强有力的产业配套,能够用最快的时间响应市场的需求;到创新优势阶段后,企业不仅要创造更多利润,还要向创造价值转变;创新优势阶段发展到一定程度后,由于集群互动网络中的各种显性和隐性知识的传播,会形成一种路径依赖,为打破集群僵化,需要进入到集群发展的第四阶段,即动态优势阶段。程楠表示,“这一阶段尤其需要通过集群和全球知识创新网络建立联系,保持知识更新,实现制造业的持续繁荣和发展。”

程楠建议,在集群培育过程中,要更加注重发挥龙头企业的作用,关注企业间的联系互动;要注重推进协同创新,同时兼顾组织变革;要注重形成成长板优势,避免大而全的发展模式;要注重开放包容发展,规避路径锁定带来的风险。“我们不仅要鼓励集群内部的互动与合作,也要鼓励集群和集群之间的协作。”程楠说。

中国中小企业协会专职副会长朱玉:

## 构建梯度培育优质中小企业体系

本报记者 李芃达

“中小企业是数量最大、最具活力的企业群体,是我国经济社会发展主力军。”在经济日报社10月26日主办的2022特色产业带高质量发展论坛上,中国中小企业协会专职副会长朱玉介绍,目前99.8%的市场主体为中小企业,吸纳就业占比为79.4%,营业收入占比为68.2%,在增强产业链供应链稳定性、韧性方面发挥了重要作用。

自2018年工业和信息化部启动专精特新“小巨人”企业培育工作以来,已经涌现出8997家专精特新“小巨人”企业。他们聚焦主业、苦练内功,强化创新,正努力成为掌握独门绝技的“单打冠军”或者“配套专家”。据统计,8997家专精特新“小巨人”企业平均拥有发明专利15.7项,研发人员占比超28%。“这得益于政策‘组合拳’的持续发力。”朱玉表示,从中央到地方均已形成促进中小

企业发展工作领导小组,《促进中小企业特色产业带发展暂行办法》《关于开展财政支持中小企业数字化转型试点工作的通知》等一系列政策文件出台落地,梯度培育优质中小企业体系初步形成。2021年至今,中央财政安排46亿元支持专精特新“小巨人”企业发展,并带动地方安排财政资金超40亿元,服务体系不断完善,融通发展模式初步建立。截至目前,已搭建国家级中小企业公共服务示范平台703家,国家小型微型企业创新创业示范基地392所。

“各地应围绕促进高端智能绿色发展,扩大有效融资供给、提升精准服务水平、推动协同创新等方面不断构建梯度培育体系,切实解决中小企业发展过程中面临的资金紧张、需求不足等棘手难题,推动企业加快向‘专精特新’行列迈进。”朱玉说。

京东集团高级副总裁、京东自有品牌业务负责人王笑松:

## 打造优质产能和消费升级正循环

本报记者 黄鑫

在10月26日由经济日报社主办的2022特色产业带高质量发展论坛上,京东集团高级副总裁、京东自有品牌业务负责人王笑松表示,如何助力产业端由“制造”向“质造”迈进,一直是京东思考的命题。目前,京东自有品牌已成为京东链接上游生产和下游消费的重要桥梁,以优质产品为导向,致力于推动优质产能和消费升级正向循环。

王笑松认为,由于缺乏高效完整的市场触达链路,上游工厂与下游市场容易出现“脱节”现象,懂生产不懂销售、懂技术不懂需求、懂产能不懂品控。进一步说,单独的生产能力、研发能力、设计能力、产能规模,都不能代表制造实力。只有供应链有韧性、产业链有张力,制造升级为“质”造,中国工厂才能真正转型升级。

“作为京东集团的独立业务单元,京东自有品牌不仅是‘消费者的代言人’,更是‘工厂的合伙人’。”王笑松介绍,京东自有品牌的愿

景是“成为全球领先的供应链服务商”,即通过产品定义数字化、生产制造智能化、库存管理线上化以及渠道销售精准化,推动制造业供应链的全流程现代化,帮助产业端在降本增效提质的同时,为消费者带来更好的产品和服务,把供应链真正打造成价值链。

“在与工厂的合作中,我们有清晰的分工,就是‘你做工厂,我做市场’。让优秀制造企业专心做好生产,其他部分由京东自有品牌为他们补足和服务。”王笑松说。

首先,京东自有品牌通过C2M反向定制模式深度参与产品研发与设计,帮助工厂大幅缩短新品研发周期,提高新品的存活率。其次,京东自有品牌以直连产销的极短链路,助力工厂效率不断提升。再次,坚持“三不原则”,即不退货、不延迟付款,不让供应商亏钱,把与工厂的合作从交易模式变成共生模式,携手把供应链真正做成价值链。

在10月26日由经济日报社主办的2022特色产业带高质量发展论坛上,清华大学全球产业研究院与京东消费及产业发展研究院联合发布了《特色产业带质造升级趋势报告》。《报告》对中国产业带发展的机遇和挑战,以及京东自有品牌在产业带高质量发展方面的重要实践、发展路径进行了总结,为中国特色产业带如何质造升级提供了参考。

清华大学全球产业研究院副院长李东红表示:“从全球发展态势来看,当前制造业正面临新一轮转型升级,‘中国制造’正在向‘中国质造’大步迈进,传统的生产和供应链体系面临重塑,需要协同各方力量实现价值共创、共享、共生。”

以京东自有品牌为例,李东红认为,该模式依托京东数智化社会供应链,从产业两端发力,赋能生产供应链和消费价值链,通过创新、效率、品质等路径全面助力产业带“质”造升级,推动制造业高质量发展,具有最短路径、最实助力、最懂产业等鲜明的特点和独特价值。

首先,链路短。该模式直接与优质供应商建立深度合作关系,去中间化,减少中间加价环节,加快市场信息的传递。同时,强化专业化分工,合作伙伴只需做好产品的研发和制造,其他交给京东即可。京东自有品牌通过C2M反向定制模式深度参与产品研发与设计,帮助工厂大幅缩短新品研发周期,提高新品的存活率。

其次,助力实。京东与合作工厂建立了新型的共生型零供关系,形成了利益锁定、权责共担的零供联盟。京东自有品牌承诺了合作工厂提供严格的“刚兑”保证,遵循不退货、不延迟付款、不让供应商亏钱的“三不原则”。

最后,懂产业。京东自有品牌采用差异化策略,京造和惠寻双品牌分别覆盖内外贸、不同制造水平的各类产业带。这不仅是对某个特色产业带的助力,整体来看更是对整个制造产业的助力。

论坛上,京东自有品牌宣布围绕产业带启动“百大质造工厂计划”。京东自有品牌将整合京东集团的资源,为其提供涵盖数据洞察、新品开发、品质管控、数字化转型等定制化支持方案。未来3年内,京东自有品牌将着力打造超过500个产业带品质示范工厂,助推制造业品质升级,加速国内优质产能释放;带动工厂销售额增长超600%,产业带经济效益大幅提升;工厂外省销售额占比超85%,产业带优质产品辐射范围更广泛;工厂新品孵化SKU(库存量单位)数量增长超800%,产业带创新能力加速提升;工厂生产成本降低15%、商品库存周转天数下降30%,推动产业带供应链进一步降本增效。