



一带一路国际合作高峰论坛首办企业家大会

汇集工商力量 推动务实合作

□ 本报记者 李高超

第二届“一带一路”国际合作高峰论坛4月25日举办“一带一路”企业家大会。这是“一带一路”国际合作高峰论坛首次举办企业家大会。

中国国际贸易促进委员会会长高燕表示,首次举办企业家大会是本届高峰论坛的一个新亮点。企业家大会的举办顺应“一带一路”高质量发展新要求,既契合各国企业深化务实合作的愿望,又展示各国企业开展务实合作的成果。

据了解,共有来自有关国际组织和各国政府部门、贸易投资促进机构、商协会、企业的近900名代表参会。其中,中方代表500余人,外方代表300余人。

搭建对接合作平台

高燕表示,企业家大会备受关注,各方参会热情极高,充分彰显了“一带一路”的国际影响力、道义感召力、合作吸引力。

据主办方介绍,本次大会上,外方企

业来自88个国家和地区,实现了出席第二届高峰论坛外国领导人国别的全覆盖。与会企业包括世界500强企业90家、中国500强企业78家、央企100多家、民企200多家。从企业所属行业看,既有能源、金融、农业、基础设施等传统产业的领军企业,也有跨境电商等新经济业态的代表企业。

高燕说,工商界是“一带一路”的参与者、贡献者和主力军。各国企业间务实合作是“一带一路”美好愿景变为现实的关键所在。希望此次大会能够汇集工商界的力量,促进中外企业特别是广大中小企业参与共建“一带一路”,使各国政策沟通更有力、设施联通更高效、贸易更畅通、资金更融通、民心更相通。

高燕建议工商界在“一带一路”走深走实中结出新成果,在“一带一路”提质升级中拓展新空间,在“一带一路”行稳致远中展现新作为。

记者了解到,本次企业家大会特别安排了对接洽谈环节,根据中外企业事先提交的有关合作意向和预先撮合情况,组织

近千场次“一对一”对接洽谈活动。同时,一批涉及领域宽、覆盖国别广、基础作用大、示范效应强、民生工程多的中外企业合作项目也进行了现场签约。

传递踊跃参与信号

本次大会的举办向世界传递出各国工商界踊跃参与“一带一路”建设的积极信号。

霍尼韦尔中国总裁余锋在接受国际商报记者采访时表示,通过独特的发展战略以及在能源和基础设施建设方面的技术优势,霍尼韦尔携手中国合作伙伴积极参与“一带一路”建设,将为中国市场开发的更节能、更环保、性价比更高的产品和解决方案惠及“一带一路”沿线客户,为当地项目带去更多价值,促进区域经济发展。

网信集团首席执行官盛佳在接受国际商报记者采访时表示,中国企业在推动“一带一路”国际合作、实现高质量发展的同时,也从“一带一路”建设中受益。共建“一带一路”为中国企业提供了众多“走出

去”的机遇,也为东道国注入了发展新动力。“比如,伴随着中国企业海外投资的增加,相关金融服务业也在推进。网信集团旗下机构积极参与‘一带一路’建设,在与其他国家企业合作中实现了共赢。”

在国际贸易中心执行主任冈萨雷斯看来,私营部门的参与对推动“一带一路”建设长期发展非常重要。“政府不能解决所有的问题,需要私营部门的参与。同时各国企业也会因此受益。”她表示,未来国际贸易中心将继续成为“一带一路”建设的合作伙伴,支持各国中小企业对华出口,同时支持中国投资者与国际商机相连接。

企业对共建“一带一路”表现出的热情也得到了政府部门的支持。国务院国资委主任肖亚庆就表示,国资委将推动中央企业将最好的技术装备和最高水平的服务投入到“一带一路”建设项目中。

全国工商联相关人士也表示,将聚焦重点地区、重点国家和重点项目,搭建服务平台,为民营企业参与“一带一路”建设做好引导服务工作。

一带一路高峰论坛特写

在新闻中心 感受一带一路魅力

□ 本报记者 李高超

汉语、英语、俄语、阿拉伯语,还有记者分辨不出的其他外国语言……一走进第二届“一带一路”国际合作高峰论坛的新闻中心,耳际闪过的各种语言让记者感觉仿佛置身联合国会场。

第二届“一带一路”国际合作高峰论坛注册记者4100余人,其中境外记者有1600余人。能吸引如此多的境外记者来到现场报道,“一带一路”魅力之大可见一斑。

“我是第一次来中国,感觉很不错。”一位来自哈萨克斯坦的记者用不大流利的英语对国际商报记者表示,哈萨克斯坦是“一带一路”倡议提出的地方,同时,哈萨克斯坦非常重视参与“一带一路”建设。他这次来北京,就是要来第二届“一带一路”国际合作高峰论坛报道好。

来自俄罗斯的安娜曾在中国学习中文,她用普通话对国际商报记者表示,“一带一路”建设不仅能够让中国受益,也能让所有参与国家都受益。目前已经有不少俄罗斯企业参与到“一带一路”建设项目中,并取得了不错的效果。

在高峰论坛新闻中心,组织方特意设置了一组资料台,介绍“一带一路”倡议的资料被翻译成多种语言摆满了好几张桌子,这也吸引了许多境外记者的注意。

来自尼泊尔国家通讯社的马哈德拉手上已经拿了好几本资料,但仍然意犹未尽,在资料区徘徊不愿离去。他告诉国际商报记者,自己知道“一带一路”倡议,但了解得不够深入。这次来北京报道第二届“一带一路”国际合作高峰论坛,就是希望对“一带一路”倡议有更深的了解,所以他特意拿了很多有关“一带一路”倡议的资料。

媒体公共工作区的两侧设有多个饮水区,茶和咖啡——中西方的代表饮品和谐地相邻而放,仿若“一带一路”将参与国紧紧联系在一起。

在媒体公共工作区正中央的电子屏上,一幅巨大的彩绘迎面展开。彩绘描绘了绵亘万里、延续千年的古丝绸之路,向世界传播和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的丝路精神。

据介绍,这一彩绘是以现藏于北京故宫博物院的《丝路山水地图》为蓝本,在静态画卷上叠加动态元素,以多媒体动画形式充分展示画卷风貌,通过高科技动态重现丝绸之路上的风土人情和繁华兴盛。

不过,大多数媒体记者却无心观赏这幅画作,他们有更重要的工作要做。

4月25日上午的多场论坛一结束,2200余平方米的新闻中心媒体公共工作区,546个记者工位就被来自各国的记者迅速“占领”了。

文字记者打开电脑,敲击键盘开始写稿;摄影记者则抓紧时间修片、传片;最忙碌的还要数电视媒体,出境记者抓紧时间熟悉口播稿,摄像记者则在固定机位和调光。各种方式的报道将从这里发往世界各地,把有关“一带一路”建设的最新成果传向世界,让更多人感受到“一带一路”倡议的巨大魅力。

境外经贸合作区：“明珠”闪耀一带一路

(上接1版)

中国埃及泰达苏伊士经贸合作区代表张秉军进一步介绍称,“一带一路”倡议引领下的中埃泰达苏伊士经贸合作区能取得阶段性成果,离不开共商共建共享原则,其作为建设境外经贸合作区的有力抓手,集聚带动效应得到了各方认可。“在中埃两国政府全方位的系统支持与指引下,园区解决了能源供应、增值税等问题,再加上园区的属地化人才培养,园区各方面都获得了良好发展。”

在巴基斯坦投资委员会主席哈龙·谢里夫看来,产业合作在推动境外经贸合作区发展方面发挥了重要作用,尤其是巴中双方企业通过发挥各自的优势加强合作,不仅使园区建设得到繁荣发展,也使园区吸引了互联互通设施领域的投资。这既促进了巴基斯坦经济的发展,又将巴基斯坦与中亚其他市场连接起来。

泰国投资促进委员会秘书长端斋表示,该部门作为投资促进机构,出台了支持特定行业的极具吸引力的投资政策,如对入驻当地创新园区、数字港以及数字化检测中心等的企业免征5年企业所得税,对一些经上述园区认定的高科技、高附加值企业减免至少8年的企业所得税,未来还将对一些特定行业提供住房保障等。

柬埔寨西哈努克港园区代表陈坚刚还谈到,该园区的成功首先离不开“与员工共赢”的理念,即逐步推进生产生活的配套设施建设,引入了一站式服务窗口,为企业营造了良好的环境;其次,离不开与优秀供应方和合作方的长期合作;最后,该园区与中国江苏省政府建立了良好的合作关系并一直坚持绿色发展理念。这些都推动着园区不断朝高质量方向发展。



中国礼品如何赢得国际市场

□ 本报记者 毕若林

第125届广交会二期主要展出日用消费品、礼品、家居装饰品类产品。记者走访发现,设计独特、创意新颖,特别是融入了中国元素的礼品,受到许多国外采购商青睐,企业不愁出口订单。

一些出口企业表示,面对当前复杂多变的国际经济形势,传统的劳动密集型企业想要继续生存下去,创新必不可少,同时要结合企业自身的实际情况进行转型升级,如此才能脱颖而出。

创新的同时注重文化底蕴

对于礼品行业来说,创造力往往就是一个企业的生命力。厦门市雅美工艺实业有限公司总经理高晓琳对记者表示,产品的研发设计投入占公司营业额的20%左右,“我们研发的产品包括高端陶瓷礼品、金属摆件等,属于艺术类的家居装饰品,产品附加值相对较高”。

高晓琳介绍称,产品研发需要很多方

面的投入,如开展市场调研、材料选取等工作。“我们会尽量迎合市场潮流和客户需求,比如我们发现金色、黑金色,以及光滑材质、仿大理石材质在今年很流行,就把这些元素加入到我们的产品中,研发设计出不同系列的产品。”

1997年成立的大连达伦特工艺品有限公司主要生产蜡烛、工艺品、家居产品等,产品主要出口到一些有蜡烛和香氛消费文化的欧美国家、中东国家等。该公司市场总监蔡薇拿起一款新产品向记者展示说:“今年我们的产品更多地融入了中国元素,比如在蜡烛器皿的选料上采用了特色鲜明的辽宁手工玻璃、广东陶瓷等材料,同时进行了国际化的时尚设计,将中国特色资源和公司设计创新的优势结合到一起。”

找准定位进行转型升级

在世界经济不景气的当下,如何实现自身发展是不少企业都在思考的问题,尤其是对于礼品、手工艺品这类劳动密集型产品而言,各种成本的上升使企业必须想

方设法突出重围。

蔡薇告诉记者,起初达伦特生产基础款蜡烛,但在欧盟反倾销的重压下,公司不得不寻求新的出路。公司分别于2007年和2009年在泰国和波兰建立了自己的工厂,并且经历了工业化、国际化以及管理升级的过程,如今公司已是一家具有22年历史的全球化公司。

“我们想了多种办法,最终找到一条合适自己的升级之路,就是在基础款蜡烛中加入香薰元素。经过近5年的探索,我们成功转型升级为以香氛产品为主的制造型企业。”蔡薇称,过去10年里,公司出口额年均增幅基本保持在10%,预计未来还会继续增长。

近年来市场发生了很大变化,企业从低价竞争进入到比拼设计创新、工艺创新的新阶段,开始做高附加值、品质化的产品。“我们希望通过时尚设计的引领、精细化的生产,加上全球化布局和资源整合能力的提高不断丰富自己的产品,在主流市场与中高端产品进行竞争。”蔡薇说,只有正确认知自己的优势,在市场中找准定

位,才能真正培养起核心竞争力。

在礼品展区的主通道,一组宗教类雕塑引起了记者的注意。走进展厅,比阳(泉州)轻工有限公司副总经理兼开发部经理范艾青正在同老客户聊天。她告诉国际商报记者,公司专门做宗教类工艺品,产品主要销往欧美国家。“公司自1996年成立起就一直在参加广交会,我们是很具有代表性的企业,客户也不少。因为信仰具有持续性,市场需求始终存在,所以企业的生命力比较强。”

不过,范艾青话锋一转:“现在人工、原材料、管理成本都在提高,公司的产品基本都是手工制作,售价自然水涨船高。为此,客商的下单量有所减少。”

当记者问到公司如何考虑未来的发展时,范艾青直言要顺应时代和顺应形势,尽量压缩生产成本和管理成本,在此基础上加强对质量的把控。“我们是做文化产业的,也有多年的生产历史,万一哪天我们的产品卖不动了,可能会考虑把工厂搬到越南、菲律宾等目前人工成本较低的国家来寻求新的发展。”

广交会保护知识产权无死角全覆盖

□ 本报记者 毕若林

“这届广交会到目前为止的情况怎么样?来投诉的人多吗?”商务部部长助理李成钢每次来广交会,都会专门到广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站询问相关情况。广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站主任梅录表示,第一期受理的知识产权案件数量比上届同期略有减少。许多企业亦表示,近年来广交会对知识产权保护力度越来越大,企业投诉和维权也更加方便快捷。

在第125届广交会开幕新闻发布会上,广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵表示,本届广交会进一步加强对知识产权保护,促进创新发展。据介绍,本届广交会健全预防机制,加强展前审核,组织企业自律,展中涉案函告,实现各展区各环节无死角、全覆盖;同时,提升专业服务水平,邀请广东省、广州市知识产权执法部门和贸易纠纷仲裁、调解专家驻会,保证案件处理严格规范、公平公正。

知识产权保护力度不断加大

自1992年起探索展会知识产权保护机制至今,广交会已建立起一套完整的、符合展会实际的保护制度,从展前、展中、展后筑牢知识产权保护链,有效打击广交

会期间的侵权行为,为企业自主创新保驾护航。

李成钢说,这些年广交会在展会知识产权保护方面一直走在前面,且成了典范。商务部党组在研究进博会方案时就提出可以借鉴广交会保护知识产权的做法。

在广交会二期的各大展馆里转上一圈,记者感受到,参加本届广交会的企业质量有了明显提升,不仅品牌展位有所增加,拥有自主知识产权、自主品牌的参展企业也越来越多。因此,加强知识产权保护依然是本届广交会的重点工作之一。

“前些年,我们是投诉接待站的常客,但近年来,广交会上的仿制、假冒产品越来越少。”谈及知识产权保护,山东山海玻璃制品有限公司董事长尚劲松深有感触地说,“以前在广交会上能发现至少十几家企业仿冒我们的产品,维权非常困难。随着广交会对知识产权保护力度不断加大,现在情况比以前好了很多,在广交会上发起投诉很快能够得到解决。此外,知识产权保护的相关法律法规越来越健全,给企业提供了保障。”

知识产权保护对企业而言为何如此重要?北京润泽恒知识产权代理有限公司总经理李东亚在接受国际商报记者采访时表示,知识产权是企业的重要智力资产,是促进企业科技创新、提升核心竞

力的源泉。如果创新产生的知识产权没有得到有效保护,企业将会遭受巨大损失,甚至无法保障企业研发投入的安全和经营安全。广交会在知识产权保护方面所做的工作在给予企业安全感的同时,还能增强企业进一步创新发展的信心。

企业自我保护意识增强

在李东亚看来,品牌是企业最具价值的无形资产,努力打造自主品牌、进行产业升级、抢占价值链高端是中国企业的一条必经之路。在这个过程中,最核心的问题就是研发保护与品牌打造。“对企业研发成果进行必要的知识产权保护,可以提高产品的附加值。同时,企业通过生产、销售自主知识产权产品能够提升企业形象、增强市场竞争能力、获得市场定价话语权。因此,企业一定要增强知识产权保护意识。”

尚劲松向记者举了最近发生的一个例子:山海公司有一款产品已销售多年,近来突然有一家企业说他们申请了专利,并要求山海公司将相关产品下架。“我们经过仔细核查发现问题出在对方身上,于是到专利局去反诉,对方的专利被判定无效。”尚劲松进一步解释称,这家企业仿制了山海公司未申请专利、但已在市面上销售的产品,然后抢先一步去申请了专利。

山海公司依据销售凭证证明了这款产品在对方面申请专利前已经销售过,所以对企业的专利自动无效。“在以前,这种问题很难解决,大家对知识产权保护的意识较弱,很容易让不法分子钻空子,如今真正拥有知识产权的企业得到了更好的保护。”尚劲松说。

更重要的是,由于原版产品技术含量不断提升,仿冒品的成本也在增加,许多仿制别人产品的企业逐渐没有了出路。尚劲松说:“以前我们设计的产品比较简单,花几万块钱就能开模,现在开一个新模具至少要50万元,仅这一项开销就使不少仿制企业望而却步。我们的产品附加值越来越高,产品工艺越来越复杂,他们在技术上追不上了,慢慢就会放弃,这也是企业自我保护的一种方式。”

在广交会上,记者走访多家企业发现,重视知识产权保护的企业越来越多,尤其是一些企业在很多年前就有了这方面的意识。华鸿控股集团副总裁王爱香告诉国际商报记者,集团对创新研发工作非常重视,2001年就成立了自己的版权公司。“中美贸易摩擦因素对出口有一些影响,但是我们坚持产品的创新研发,努力提升产品品质,吸引了更多的客户,国外采购商也是看中了我们对版权的重视。拥有自主品牌和知识产权是对出口最重要的助力。”