

陕西大力推进地理信息服务出口基地建设

□ 王嘉楠 李倩

地理信息产业是一项关乎国计民生的朝阳产业。今年3月,商务部发布《关于公示专业类特色服务出口基地名单的通知》,陕西航天经济技术开发区(西安航天基地)成功入选地理信息领域特色服务出口基地。

政企合力 打造地理信息服务产业高地

近年来,西安航天基地抢抓国家数字经济、新型测绘、新基建等重大战略机遇,大力发展地理信息产业,形成了火箭卫星制造发射、航天器测控、地理信息数据采集、大数据应用、行业智慧化服务等较为完整的产业链条。为了加快推进地理信息服务出口基地建设,近日陕西省商务厅、陕西省测绘地理信息局赴西安航天基地走访调研并座谈。据西安航天基地党工委委员、管委会副主任蒋阳介绍,西安航天基地拥有航天六院、五院西安分院、西安卫星测控中心等一批科研院所,人力资源、技术储备丰富,目前已有31家地理信息单位在西安航天基地集聚。在产业园区建设方面,国家西部3S空间信息产业化基地、西安北航科技园已经初具规模,“规划建设中的地理信息产业园将构建‘研究

院+产业联盟’的创新体制机制,进一步充实地理信息服务产业链,为‘走出去’创造条件。”蒋阳说。

座谈会上,中煤航测遥感集团有限公司、西安大地测绘股份有限公司、中国空间技术研究院西安分院等园区代表企业负责人就地理信息服务出口基地建设,从国际形势、产业政策、空间载体、金融支持、人才培养等方面提出建议。

中煤航测遥感集团有限公司依托多年来积累的空间数据资源,建立了煤航时空大数据中心,横向涉及国防、农业、煤炭、公路、水利等数十个行业。中煤航测遥感集团有限公司党委书记、董事长赖百炼表示,作为国家地理信息出口服务基地的牵头单位之一,公司将加快进行国际市场布局,培养国际化经营人才,加快推进一带一路卫星数据中心建设,为企业走出去提供硬支撑。

记者了解到,目前西安航天基地已正式启动《地理信息服务出口基地发展规划》的编制工作,并成立地理信息服务出口工作小组,建立政企协作长效沟通机制。

产数融合 锚定数字航天发展新图景

近年来,京东云、华为云、腾讯云等龙头

加速集聚,西安航天基地已经成为我国数字经济密集聚集区域之一,先后获批建设“陕西省数字经济示范区”“陕西省云计算产业示范基地”等,数字经济规模达到30亿元。

借助北斗、卫星遥感等技术优势,以“秦创原”创新驱动平台建设为契机,西安航天基地正在加速打造“智慧互联数字航天”,目前已率先试点西安首个新型智慧城市项目,建成地理信息智慧化服务全景协同系统,打造了中西部首个开放道路的无人配送场景。

“全国第10家、西北唯一的国家超算西安中心将于5月挂牌,总峰值算力达180P,排全国前三,中西部‘最强大脑’将为陕西地理信息服务出口提供重要支撑,进一步促进区内地理信息产业与云计算、大数据等的融合发展,催生新产品、新业态、新模式。”蒋阳说。

与此同时,作为中国航天动力之城、北斗创新发源地,西安航天基地依托中国空间技术研究院西安分院、中科星图股份有限公司等单位,北斗导航应用步入市场化、产业化、国际化发展阶段。

“碳达峰”“碳中和”给数字地球行业带来发展新契机。中科星图股份有限公司将地理信息技术、新一代信息技术与航空航天产业深度融合,自主研发形成了GEOVIS数字地球产品,覆盖空天大数据获取、处理、承载、可视化和应用等产业链环节,赋能“双

碳”目标的科学化、精细化实现,是西安航天基地以数字化发展带动地理信息产业升级的典型。

“一带一路”倡议和“走出去”战略,为我国测绘地理信息企业开拓国际市场提供了良好机遇。入选地理信息领域特色服务出口基地不仅给西安航天基地增加了新的开放平台,也为加快推动陕西省地理信息企业“走出去”,扩大地理信息服务出口,加快形成国际竞争新优势提供了有利的条件和机遇。

陕西省商务厅一级巡视员唐宇刚在座谈会上表示,希望西安航天基地尽快会同有关部门研究建设发展中的重大事项,推动地理信息产业结构调整和优化升级,促进制度创新、加强政策设计、培育市场主体、加强公共服务平台建设,充分发挥基地集聚、示范和带动作用,加快形成地理信息服务出口集聚区。

近日,全国首列陆路启运港退税试点政策陕西海铁联运班列抵达广西北部湾港。

此次班列发出后,宝鸡企业陕西西洲纺织科技有限公司便享受“即发即退”的退税政策,不再需要等货物离境后才出口退税,退税时间明显缩短。

陕西西洲纺织科技有限公司财务负责人胡玉萍介绍,受疫情影响,国

宝鸡企业为陆路启运港退税点赞

□ 王嘉楠 李倩

内外货物运输不同程度受阻,陆路启运港退税可以缩短退税周期5~20天,有效提高企业资金周转效率,促进外贸产业供应链畅通运转。

近年来,宝鸡市通过抓通道畅通降成本、抓主体培育促增量、抓业态拓展扩领域、抓产业承接育载体、抓展会培训拓市场、抓部门联动优服务“六抓”举措,实现政策、市场、服务优化效应的聚合,推动外贸新增量的勃发。

2021年,宝鸡外贸进出口总值88.1亿元,同比增长10.9%,规模创历史新高。今年一季度,宝鸡市与“一带一路”沿线国家进出口总值5.5亿元,同比增长70.7%。

疫情之下,这家吉林老国企实现开门红

□ 马晓成 邵美琦

小到口罩、衣物、毛巾,大到高速列车、汽车使用的构件,它们所用的材料可能都与位于吉林省吉林市的吉林化纤集团有限责任公司有关。这家东北老国企,不仅能生产腈纶等传统化纤产品,还发力被称为材料领域的“黑色黄金”的碳纤维。

发生本土疫情后,吉林化纤采取多种措施,做好防疫工作的同时稳生产,源源不断地将人造丝、腈纶纤维、竹纤维、碳纤维发往各地,为保障相关产业链稳定贡献了东北国企的力量。

抓防疫保生产 取得“开门红”

受疫情影响,吉林省吉林市一度“静”了下来,但是在吉林化纤的生产车间内,始终是一片忙碌的景象。

吉林市疫情发生后,吉林化纤恪守坚决不发生聚集性、群体性疫情的底线,启动应急响应机制,采取封闭运行、网格化管理,全力克服因疫情带来的人员紧缺、物流不畅等困难。疫情期间,用三分之一员工,保证了主营业务板块安全稳定运行。

随着吉林市疫情防控实现社会面清零,企业分批次组织员工有序返岗,采取“驻厂+住宿+点对点通勤”的方式增加返岗人员,满足生产负荷增加对人员的需求。目前,各丝生产线各工序逐步提高生产负荷,达到满产目标。

“在抓好疫情防控的同时,吉林化纤一直保持着碳纤维板块满负荷运行,其中包括12条原丝线、12条碳化线以及下游拉挤板、碳布生产线。在封闭管理期间,我们先后调整碳化工艺40余次,使碳纤维强度得到提升,复材拉挤板的质量也得到下游客户的充分肯定。”吉林化纤集团国兴碳纤维公司总经理孙小君说。

实现产值40.4亿元,同比增长23%;实现销售收入51.3亿元,同比增长31%;纤维销量16.2万吨,同比增长14%……一季度,吉林化纤取得了“开门红”。

发力创新 跨入国际第一方阵

在吉林化纤的碳纤维原丝生产线上,工人们有条不紊地检查生产线的工作状况,不时通过计算机控制平台调整生产线参数,一缕缕雪白的原丝,缠绕在滚筒型装置上“翩翩起舞”……

碳纤维原丝被生产出来后,还要在生产线上再经过1个多小时、历经300多米生产线的奇妙旅程,才能变身为黑色的碳纤维。

由于通常呈黑色,碳纤维被称为“黑色黄金”。吉林化纤技术人员姜彦波告诉记者,100克的T700级碳纤维,就可吊起一台小轿车。从2006年开始,吉林化纤科研团队下定决心研发碳纤维产品,经历了70余项技术改进、设备改造和上百次反复试验,逐渐摸索出技术工艺流程短、质量稳定、产量高的一系列“黑科技”。

和许多东北国企一样,始建于1959年的吉林化纤也曾面临低谷。要站稳市场,就要有过硬的产品。化纤行业市场竞争激烈,普通化纤产品虽然用量大,但利润低、收益小,很容易陷入价格战。高端的化纤材料,利润高,但技术门槛也很高。“唯有改革创新才能使企业永续发展。”吉林化纤集团有限责任公司董事长宋德武说。

“化工原料需要经过约100道工序才能变成原丝,我们生产的原丝可以细过头发丝,说起来简单,但是这个技术许多企业多年攻关都未成功。”姜彦波说。

“举个不恰当的例子,这个过程就像做烘焙,极其考验火候,小细节做得不好,就做不出好的碳纤维产品。”吉林化纤国兴碳纤维技术人员鲁明说。

近年来,吉林化纤已累计投入数十亿元进行技术革新,研发团队先后攻克了多道难关,突破了一系列技术屏障,实现大丝束碳纤维原丝市场化,国内市场占有率名列前茅。

“吉林化纤将在促进碳纤维国产化、加速碳纤维成本降低等方面发挥积极作用。无论产量还是规格,企业都将跨入国际碳纤维生产企业的第一方阵。”宋德武说。

瞄准大市场 带动产业链

在吉林化纤的产品展厅内,记者拿起一件由碳纤维制成的管材样品,轻如塑料,但用力敲打下去却比钢材还坚硬。大到制造风电叶片用的拉挤板、碳纤维编织布,汽车和轨道交通车辆用的轻量化配件、碳纤维抽油杆,小到用来制造滑雪板等体育休闲用品的原材料,吉林化纤的产品已得到广泛应用,不仅覆盖一汽集团、中车长客等企业,还走向了海外市场。

近年来,吉林化纤坚持产学研用和产业链一体化开发,用小丝线带动大产业链。吉林化纤成立国兴复合材料有限公司,将产业链延伸至碳纤维复合材料领域。

“吉林在石油化工产业方面拥有传统优势,汽车、轨道客车产业高度聚集,目前还在大力发展风电、光电产业……这都将对吉林碳纤维产业发展起到良好的促进作用。”宋德武说。

□ 唐弢 李平

走进位于浙江省丽水市缙云县的浙江嘉宏运动器材有限公司,装配车间里机器轰鸣、轴轮飞驰,从车架成型、零件组装到成品检验,一辆辆电动助力自行车源源不断地通过装配流水线。车间外,1000多辆电单车陆续装箱发车,几个小时后会到达宁波舟山港,再销往美国。

“去年我们的电单车出口销售额达到9010万美元,今年的订单也已经排到10月份,预计今年我们的出口额会突破1亿美元,在北美市场的占有率将从12%提升至15%左右。”谈到电单车事业的发展,嘉宏公司董事长章加洪信心满满。

很难想象,几年前,章加洪还是电单车领域的“门外汉”。在正式进军该领域前,他和高管团队开了一天一夜的会。“那是一个艰难的决定,一次产品赛道的大变化,就有可能是企业的一次‘生死劫’。”章加洪说。

今年54岁的章加洪做了30年电动工具,是五金行业里不折不扣的“老行家”。“一间小房子,买一些零配件,自己招募工人组装,就是这样开始的。”章加洪

□ 余贤红 崔璐

黎裔张是江西九江市武宁县一位汽车经销商,2014年以来开始销售新能源汽车。在他看来,今年的销售形势比以往好,到4月底已经售出新能源汽车150台,比去年同期多出约30台。“店里的样车都卖掉了。”黎裔张说。

今年一季度,江西新能源汽车产量同比增长40.5%,新能源汽车零售额同比增长81.1%。尽管有基数相对较低的客观情况,但在疫情之下,江西新能源汽车产业能够走出快速上扬的曲线,仍然不易。

“回顾整个项目历程,我们一直在与时间赛跑!”一个多月前,江铃集团新能源汽车公司生产的45台新款新能源汽车交付欧洲市场,负责出口的项目经理袁小勇感慨良多。受疫情影响,部分项目组成员无法到岗,在时间紧迫、人

员紧缺的情况下,团队人员连续作战,多工种“连轴转”,向交付节点冲刺。

企业加班加点,政府疏通堵点。为确保企业产业链供应链正常运转,江西省专门成立江铃保供专班,推动重点供应商加入上海第一批复工“白名单”。江铃集团新能源汽车公司所在的南昌经开区还针对零部件物流提供“一车一证”的精细化服务,通过无接触物料转运、自提方式,保障了10家供应商、100个品种物料正常供应,帮助企业顺利完成生产计划。

今年前4个月,江铃集团共销售新能源汽车3435台,同比增长超300%;EV3车型还创造出单月生产超1000台的纪录。在“五一”假期,公司不停工、不停产,马力全开赶订单。

不只是江铃。得益于政企齐心协力,今年以来江西多家新能源汽车生产企业逆势增长。

4月30日,江西凯马百路佳客车有限公司20台豪华客车出口中东市场。公司负责人表示,就在出口一天前还在为错过办理牌照而犯愁。特殊时期,交管部门为企业开通绿色通道,加急办理相关临时牌照,保障客车如期顺利出口。今年一季度,凯马百路佳公司销售额达675.02万美元,同比增长96%。

从电动工具到电单车:五金企业“转身”拿下北美亿元市场

说。在浙南山区,当时流行的一句话是:“你要创业,那就去开个五金厂。”

如今,去往嘉宏公司的街道两侧,依然有数不清的五金、机械等配件门市,与大大小小的工厂相邻。在这些看似其貌不扬的门市、厂房里,仍保留着传统制造业的底色。

“电动工具出口最风光的时候,行业平均利润率有20%以上。”章加洪介绍,现在浙江永康、缙云、武义三地云集的电动工具制造企业有上千家,竞争赛道越来越挤,产品利润越压越薄。疫情又打破了很多五金机电厂的“舒适圈”,货物积压、人手不足、订单缺乏……很多问题一下子都出现了。转型,成为企业生存的需要。

受在海外留学的儿子启发,章加洪瞄上了户外运动市场,他和团队开始思考如何将电动工具领域的锂电技术与自行车“嫁接”起来,谋划时尚运动型电动助力自行车的新赛道。

“方向确定之后,我将之前企业产出的利润全部投入到电单车的研发中去。”章加洪说,依托当地电动工具产销研的基础,嘉宏公司逐渐将电单车推向市场。

如今,从车架制作到焊接打磨,再到热处理喷涂等,嘉宏已基本实现电单车的智能化生产。在车架的成型车间,一块块覆盖车身的碳纤维布被精准地放置于模具中进行定型,每个模具都由数控机床控制,预先定型好的部件半成品在电热炉台上充气加压,加温固化以使碳架成型。

“好的模具是制造一辆好车的基础。我们做的电单车模具,公差已经精确到几个‘丝’(‘丝’是机械制造行业俗称的长度单位),相当于一根头发丝直径的五分之一。这就使我们能为各类客户定制专属产品和服务,满足不同消费需求。”章加洪说。

快速发展中仍有痛点。在章加洪的办公桌上放着一张零部件供应商名录,机加工件、轴承等常规配件供应商,多数是来自缙云、永康、武义等地的配套企业,但关键零部件如变速器、芯片等仍需进口。“关键零部件价格上涨和运输费用居高不下,挤压了公司20%以上的利润。”章加洪说。

为了避免“缺一个零部件停一条生产线”的情况出现,当地政府发挥“链长制”的作用,统筹对接产业发展所需的各类要素资源,为嘉宏等企业积极补链、稳链。

看到国内的广阔市场和消费潜力,嘉宏也开始思考发展的新路径,积极做好开拓国内市场的准备。

当下的国内消费者不再仅仅把电单车看作是骑行工具,而是休闲互动的载体。为此,公司开始探索在传统电单车的基础上加入车机互联,用户可通过App进行智能化交互,控制车辆,同时也可以查看骑行记录和排名等,并在社区论坛与其他用户交流互动。自有社群为嘉宏绑定了一批核心用户,并向更广阔的群体辐射。

“不管外部环境有多困难,都要有承受力、学会坚持,凭借‘专’和‘新’,持续锻造企业的‘续航力’。”章加洪说。