

新苏商

厚德 崇文 实业 创新

NEW SUSHANG

2020年 第8期 总第28期 国内刊号:CN32-1883/F 国内邮发代号:28-436

新苏商 非常道

走进常州和无锡，
聚焦苏南民营经济热土



工商要闻 P10

11月1日，
成为“无锡企业家日”

江苏视点 P48

江苏两市入选
数字人民币试点

专家观点 P33

中国经济
如何打持久战

企业动态 P57

创业板首批
18家新股一览

本期关注 P44

双循环时代
城市排位面临洗牌

ISSN 2096-577X



9 772096 577209

0.82

SUNDOY 宋都
臻享品生活

宋都柏悦府

河西 | 向南 |
中央生活圈
DELIGHTFUL MANSION

河西向南 天幕入境

大匠宋都 建筑面积约 92-127m²精智改善人居

即将盛开

DELIGHTFUL
MANSION

柏韵

建筑面积约 92m²

三房二厅一卫
DELIGHTFUL MANSION



本宣传资料所涉及的户型为项目标准户型(工程编号13栋1203房),仅供示意参考,其装修、家具、陈设等非交付标准,不属于交付范围。不同户型的面积尺寸、功能布局、空间分割、门窗/管井形态位置等均有不同。相同户型因楼栋、楼层、单元等差别,局部结构、面积等也可能不同,具体以政府部门最终审定的图纸和销售合同为准。

柏境

建筑面积约 127m²

四房二卫二厅
DELIGHTFUL MANSION



本宣传资料所涉及的户型为项目标准户型(工程编号14栋1201房),仅供示意参考,其装修、家具、陈设等非交付标准,不属于交付范围。不同户型的面积尺寸、功能布局、空间分割、门窗/管井形态位置等均有不同。相同户型因楼栋、楼层、单元等差别,局部结构、面积等也可能不同,具体以政府部门最终审定的图纸和销售合同为准。

与柏悦相约 领见面好礼

拍下项目宣传画面,前往柏悦ART-LINE美学中心即可兑换一份精美礼品!(一人限领一次)

VIPLINE
025 / 8640 6999

南京市雨花台区板桥新城新湖大道与华兴大街交汇处

开发公司为:“南京恒都房地产开发有限公司”。本资料为要约邀请,不作为要约或承诺。相关宣传内容不排除因政府相关规划、规定及出卖人分期规划、未能控制等原因而发生变化。出卖人可能会不定期对宣传材料进行修改。买卖双方的权利义务以双方签订的《商品房买卖合同》及其补充协议、附件等书面文件为准。本资料所发布的内容为2020年8月31日前的信息。



14亿中国人的一道必答题

文/仲跻嵩

“

8月，国内最火热的一道话题是，如何厉行餐饮节约，遏制粮食浪费行为？这期间，蹭热点抢答的奇葩招数层出不穷，让人目不暇接。

8月11日，武汉餐饮行业协会发出倡议书，其中倡导的“N-1点餐模式”引发关注。同日，广东广州、河南信阳、湖北咸宁等地的餐饮行业协会也发出倡议：推行“N-1点餐模式”，即10位进餐客人只点9个人的菜，不够再加。

8月14日，辽宁省餐饮烹饪行业协会、辽宁省饭店餐饮协会联合发出倡议，针对大型聚会，餐厅可实行“N-2”点餐模式，即10位进餐客人只能点8个人的菜，不足时适当增加菜品。

紧接着，湖南长沙的一家餐厅推出“称体重点餐”模式，食客入店前可先称体重，然后根据自己的体重选择套餐，搭配食物热量配比。

8月19日，河南漯河市盛唐国宾馆酒店巡检员在巡检中发现一个重大漏洞：饭店里面做鸡的食品时，鸡屁股切得太大了。有关方面立即作出决定，禁止酒店把鸡屁股切得太大。

……

这样的操作引起了很多的话题。

从倡导点餐“N-1”，到“N-2”，不排除还可能有“N-3”，其实都是同一个理——要节约、别浪费，可是如此作数字攀比却让人感觉有点“娱乐化”；

同样的体重年龄不一、运动量不一、胃口不一，“恰当”点餐的标准自然有所不同。所以，单纯称体重对“恰当”点餐并没有多大指导作用，还涉嫌歧视肥胖者。

到底该如何厉行餐饮节约，反对粮食浪费？

首先，餐饮企业不能把节约粮食、防止浪费理解为只是响应中央的号召，甚至去蹭热点搞形式主义，而要认识到：引导顾客适量点餐，推广分餐制，主动提供小份菜、半份菜，引导顾客主动打包并提供打包盒、打包袋，倡导“光盘行动”等，不仅利国利民，也有利于企业的发展。事实上，此前有企业在顾客点餐时提醒“差不多了”、“先吃着看，不够再点”，顾客多能从中感受到企业的善意和实诚，留下美好印象并成为回头客。

再者，全社会应加强粮食安全方面的宣传教育，倡导厉行节约、反对浪费之风。政府部门则应建立健全有利于促进节约粮食的法律法规机制。当然，诺奖经济学家弗里德曼曾说：“花自己的钱办自己的事，最为经济；花自己的钱给别人办事，最有效率；花自己的钱为自己办事，最为浪费；花别人的钱为别人办事，最不负责任。”有利于促进节约粮食的法律法规机制应该主要是针对公款消费，个人消费更适合使用柔性的倡导，而不是刚性的行政命令，甚至是立法。此外，除了消费环节，在食品生产、收购、储存、运输、加工等环节也要强化管理，有效减少损失浪费。

除了用道德和劝诫来约束消费者的消费行为，减少食品浪费还可采用市场化的方式。比如，厨余经济一个典型的应用就是临期食品市场。国外有专门销售即将到期食品的超市，既改善了收入拮据的穷人的生活，避免了浪费，也实现了企业的经济效益。国内近年出现的专做临期食品生意的线上电商平台“好食期”，思路也是可取的。

今年世事艰难，前有疫情，后有天灾，要度过这段艰难，唤醒民众的节俭精神，用每个人的一小步来凝聚改变的力量至关重要。

中国社会科学院农村发展研究所发布中国农村发展报告称，1981年，中国粮食3.7亿吨，2019年粮食总产6.6亿吨。近40年，中国粮食产量增长70%，而人口增长70%，人均粮食并没有增长。报告指出，到“十四五”（2021-2025年）期末，中国有可能出现1.3亿吨左右的粮食缺口，其中谷物（三大主粮）缺口约为2500万吨。每人缺口粮食近200斤。

厉行餐饮节约，遏制粮食浪费，防患于未然，于国家，是规范与倡导；于企业，是开源与节流；于个人，是自律与自觉。从这个意义上来说，14亿国人的答题这才刚刚开始，“走过场”要不得，“表面文章”做不得！



指导单位 江苏省工商业联合会(总商会)

主管/主办 新华报业传媒集团

出版单位 《新苏商》杂志编辑部

顾问委员会 (以下排名不分先后)

学术顾问 樊 纲 李稻葵 李 杨 刘 伟 姚景源

卢中原 于学军 刘元春 洪银兴 赵曙明

范从来 让·梯若尔(诺奖得主)

托马斯·萨金特(诺奖得主)

企业顾问 柳传志 张近东 董明珠 王 民 周海江 崔根良

袁亚非 沈 彬 董才平 朱共山 张雨柏 宋郑还

编辑部

主编 仲跻嵩

执行主编 周宏标

记者 徐宛芝 顾媛媛(实习) 李璐莹(实习)

编辑 韩文婧(实习)

美术编辑 居 振

发行总监 龚 平

法律顾问: 国浩律师事务所

地址: 南京市建邺区江东中路369号新华报业传媒广场

邮编: 210092

本刊网址: <http://xinsushang.xhby.net>

投稿邮箱: xinsushang@xhby.net

国内刊号: CN32-1883/F

印刷: 江苏新华日报印务有限公司

定价: 36.00元



所有刊发内容的版权均为杂志所有,未经书面许可,均不得以任何形式翻印或转载。

本刊所有广告,其内容真实性、正确性完全由广告提供者负责,有部分稿件与图片来自网络,望作者及时与本刊编辑部联系。

目录



刊首语 LEADING ARTICLE

P01 14亿中国人的一道必答题

工商要闻 INDUSTRIAL AND COMMERCIAL HEADLINE

P04 高云龙在江苏调研时指出：“两新一重”是民企转型升级的机遇

P06 江苏1665家民营企业联建1616个村

P08 江苏省第四次“金环”对话会成功举办 省工商联积极服务绿色发展

P10 11月1日,成为“无锡企业家日”

P12 苏浙联办青年企业家跨国经营培训班

新苏商·非常道 NEW SUSHANG TALK

P16 徐世中:让新型碳材料进入科技住宅新赛道

P19 沈敏:为净水设备上“中国芯”

P21 尹家豪:让传统服装加工不再“传统”

P24 邵丹薇:走出一条我国充电设施建设的新路子

P27 严奇:方向对了,外销下滑还有机会

P29 蒋东良:没有传统行业,只有传统思维

专家观点 EXPERT VIEWS

P33 长江产经智库圆桌会:中国经济如何打持久战

P37 任正非:企业与高校的合作不能强耦合

P41 消费金融还有多少增长空间

本期关注 FOCUS

P44 双循环时代,城市排位面临洗牌

P50 会员制“洋超市”国内交锋,能否迎来“柳暗花明”

江苏视点 JIANGSU PERSPECTIVE

P48 江苏两市入选数字人民币试点

P61 江苏发布12条新政 助推“出口转内销”

P64 连淮扬镇高铁将于10月20日试通车

企业动态 COMPANY NEWS

P53 创业板首批18家新股一览

P57 江苏恒瑞首入十强 最新医药工业百强榜揭晓

P59 京东全资控股五星电器成立新公司

权威发布 AUTHORITY ISSUED

P65 这些企业获2019年江苏省省长质量奖

P66 江苏两部门联合发出公开信:做好三件事,减少VOCs排放

P67 2020德国和瑞士最有价值品牌榜单发布

一带一路 THE BELT AND ROAD

P70 日韩新闻资讯

艺术百家 ART MASTER

P74 周剑峰

P76 金悠清

读书 READING

P78 8月人文社科书单



全国政协副主席、全国工商联主席高云龙 在江苏调研时指出： **“两新一重”是民企转型升级的机遇**

文/省联宣

8月18日至22日，全国政协副主席、全国工商联主席高云龙在江苏调研民营企业参与“两新一重”投资状况。高云龙对江苏民营企业积极参与“两新一重”投资建设给予充分肯定。他强调，民营企业要把握机遇，发挥优势，在参与“两新一重”建设中扩大有效投资，拓展发展空间，为国家和区域经济社会发展提供新动力。调研期间，江苏省委书记娄勤俭、省政协主席黄莉新会见调研组一行。

围绕“两新一重”投资状况，调研组在南京、淮安召开三场座谈会，全国工商联党组成员、副主席李兆前主持会议。江苏省委常委、省委统战部部长杨岳参加民营企业座谈会并发言，江苏省人大常委会副主任、省工商联主席许仲梓汇报了民营企业参与“两新一重”建设情况，江苏省副省长马秋林参加政府部门座谈会并介绍了江苏省优化民营经济发展环境，支持民营企业参与“两新一重”投资建设方面的工作举措。江苏省发展改革委、财政厅、自然资源厅等12个部门负责人，以及来自全省各地的民营企业家分别参加政府部门和民营企业座谈会，并围绕调研内容作了发言。座谈会上，高云龙非常关注政府部门负责同志和企业家反映的问题，不时与大家交流，共同探讨破解问题的意见建议。

调研期间，高云龙到淮河入海水道工程、淮安大数据中心、淮安市政务服务中心、淮商服务中心、连云港30万吨原油码头、斯邦石化、连云港港集装箱码头、紫光云数科技(连云港)有限公司、康缘药业集团、慧智光学新材料科技公司实地调研，详细询问项目进展情况，了解问题，听取建议。

高云龙指出，要深刻理解“两新一重”建设的重大意义。“两新一重”建设，对国家来说，有利于发挥我国市场优势，扩大新供给，创造新需求，加速新经济新业态发展；有利于重大技术的突破和应用，为解决长期困扰我们的关键领域“卡脖子”问题提供支持。对企业来说，有利于企业加大技术、装备、人才等创新要素投入，提高数字化、智能化水平，补齐发展短板，助力转型升级，探索新的商业模式，实现高质量发展。

高云龙要求，各级工商联要创新工作方式，注重资源统筹融合使用，加快建立现代化的企业服务体系。越是关键时期、困难时刻，工商联越要主动创新为企业提供服务 and 帮助。当前，国外疫情尚未得到有效控制，企业转型发展面临着不少的困难和问题。无论是落实中央“六稳”“六保”决策部署，还是引导帮助民营企业更好参与“两新一重”建设，都迫切需要工商联提升服务能力，创新方式方法，增强企业政策获得感。尤其要抓好商会建设，让商会真正发挥服务企业的作用。要学会统筹融合各类资源，发挥自身优势及时协调有关部门解决企业的合理诉求。要善于发挥建言献策的独特优势，最大程度惠及广大民营企业，真正为民营企业积极参与“两新一重”建设营造良好环境。

高云龙希望，政府相关职能部门要把中央制定的一系



列纾困惠企政策落实到位，大力支持民营企业参与“两新一重”建设，认真对待企业家反映的突出问题和困难，进一步保护和激发市场主体活力，进一步优化营商环境，强化要素保障，让人才、资金流动起来，继续减税降费、减租降息，降低物流、土地、能源等基础性成本，助力中央下达的财政资金和各项政策直达基层、直接惠及市场主体。要推动大型企业发展，扶持一批专精特新初创型和中小企业，不断强化产业链、供应链优势，促进全产业链提质增效。

高云龙强调，广大民营企业要认真领会习近平总书记重要讲话精神，坚定发展信心，努力办好企业。要结合实际，深入思考、科学制定企业未来重点发展方向；要加大科技创新投入，提升核心竞争力，为企业长远发展打下基础；要做守法诚信的表率，带动全社会道德素质和文明程度提升。

在苏期间，高云龙还瞻仰了周恩来纪念馆，并向周恩来总理汉白玉雕像敬献了花篮。他动情地说：“这是我第一次来到周总理的家乡。周总理‘为中华之崛起而读书’，‘面壁十年图破壁，难酬蹈海亦英雄’的情怀，为了国家和人民鞠躬尽瘁的光辉形象，激励了我们这代人的成长。工商联干部、广大民营企业要学习周总理的崇高风范和高尚品德，不忘初心、牢记使命，努力为国家经济社会发展再立新功。”

全国工商联副主席、苏宁控股集团董事长张近东参加部分调研活动，省委统战部常务副部长李国华，省委统战部副部长、省工商联党组书记顾万峰，淮安市委书记蔡丽新，连云港市委书记项雪龙参加有关活动，中央统战部非公有制经济工作局，国家发展改革委体改司、财政部经济建设司，全国工商联研究室、经济部有关负责同志，省委统战部、省工商联有关处室负责同志参加调研。



江苏 1665 家民营企业联建 1616 个村 分别占全省联建企业和村数的 71.4% 和 62.9%

文/省联宣

8月26日至27日,江苏省工商联“万企联万村 共走振兴路”行动推进部署会在无锡召开。

江苏省委统战部副部长、省工商联党组书记顾万峰出席会议并讲话,无锡市委常委、统战部部长陈德荣致辞。各设区市、县(市、区)工商联,江苏省农业农村厅,江苏银保监局,无锡市农业农村局,江苏省工商联直属商会,以及相关民营企业代表,共200余人参加会议。会议由江苏省工商联副主席周洁主持。

自“万企联万村 共走振兴路”行动开展以来,江苏省工商联积极贯彻落实江苏省委、省政府相关指示精神,向江苏省民营企业发出了《村企联手谋发展,共走双赢振兴路》的倡议,号召广大民营企业全面参与村企合作。各设区市和县(市、区)工商联迅即响应、主动作为,协同推动村企联建取得了初步成果。截至7月底,已有1665家民营企业参与联建1616个村,分别占江苏省联建企业和村数的71.4%和62.9%。

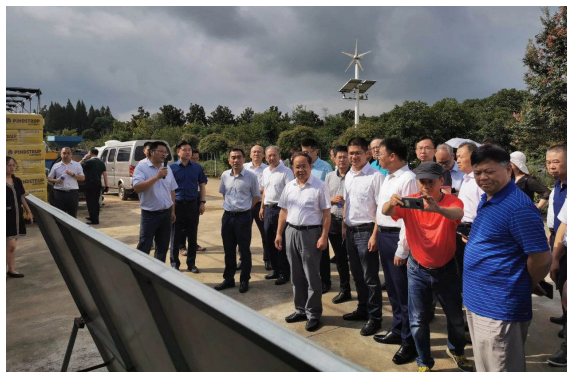
会议旨在贯彻落实江苏省“万企联万村 共走振兴路”行动现场推进会精神,进一步明确引导民营企业参与村企联建的重大意义、目标任务、关键举措,动员江苏省民营企业、商会积极响应党委政府号召,推动村企联建全面展开,在全面开启基本实现农业农村现代化新征程上作出工商联和民营企业的贡献。

顾万峰在讲话中指出,开展“万企联万村 共走振兴路”行动,是江苏省委省政府立足江苏省时代方位和现实基础,着眼于推动乡村全面振兴、全面开启基本实现农业农村现代化新征程作出的重大路径选择。江苏省工商联要认清重大意义,提高思想站位抓动员,积极引导民营企业参与联建。

顾万峰表示,“万企联万村 共走振兴路”行动,是推动城乡生产生活生态关系变革发展的系统工程,要坚持实践导向,聚焦矛盾问题抓深化。江苏省工商联要发挥企业主体作用,持续拓展参与企业范围;围绕联建主要内容,持续丰富联建项目层次;着眼南北共建要求,持续提升异地联建水平。

顾万峰强调,“万企联万村 共走振兴路”行动,是推动集体经济步入市场的创新举措,要扭住关键环节,着眼企业特点抓探索。江苏省工商联要将产业振兴作为核心重点来引导,将创新发展作为突出举措来推动,将光彩公益作为基本理念来贯彻。

顾万峰要求,实施“万企联万村 共走振兴路”行动事关全局、事关长远,要加强组织领导,凝聚工作合力抓落实。江苏省工商联要压实责任,加强与相关部门工作联系,发挥工商联“1+N”机制作用;加强调研,积极建言献策;做好统计,精确台账管理;积极宣传,营造良好氛围,使“万企联



万村 共走振兴路”行动成为深化民营企业理想信念教育实践的重要平台。

会上,周洁传达了江苏省“万企联万村 共走振兴路”行动现场推进会议精神;江苏银保监局相关处室负责同志解读了“万企联万村 共走振兴路”行动金融扶持政策;无锡、南通、连云港市、睢宁县、相城区工商联就村企联建情况、组织成效及下一步打算进行了交流;江苏乾宝牧业有限公司、江苏包天下食品有限公司、江苏益客食品集团有限公司、汇通达网络股份有限公司4家民营企业,围绕联建项目特点、成效及后续工作进行了发言。

会议期间,参会人员现场考察了锡山区羊尖镇南村村和东港镇山联村,就先锋家庭农场和红豆集团联建项目进行现场交流和观摩学习。



江苏省第四次金环对话会成功举办 省工商联积极服务绿色发展

文/省联宣

8月28日,江苏省第四次“金环”对话会在镇江召开。会议由省生态环境厅、省工商联、省财政厅、省地方金融监管局联合主办。副省长赵世勇出席会议并讲话,省政府副秘书长诸纪录,镇江市委书记、市人大常委会主任马明龙,省生态环境厅党组书记、厅长王天琦,省委统战部副部长、省工商联党组书记顾万峰,省财政厅一级巡视员李载林,省金融监管局副局长邱志强参加会议。省相关单位及企业和金融机构代表作了交流发言。

会上,赵世勇为协鑫智慧能源、江苏天奈科技、南通海星电子、无锡德林海环保等6家获得绿色金融奖补企业颁发奖牌,镇江市生态环境局和江苏银行镇江分行签订绿色金融战略性框架合作协议,以“纾困惠企、激发活力”为目标的江苏省排污权抵押贷款正式启动。

赵世勇说,今年年份特殊,新冠肺炎疫情仍在全球扩散蔓延,国内外经济格局正在发生深刻变化。在特殊形势下,召开第四次“金环”对话会,以实际行动为企业纾困解难、为治污攻坚聚力,非常及时和必要。

近年来,省委、省政府牢固树立“绿水青山就是金山银山”的理念,在经济持续发展的同时,推动全省生态环境质量不断改善。

2019年大气和水环境质量达到近5年来最好、改善幅度长三角地区最大。2018年10月,我省建立“金环”合作对话机制以来,结出了一批硕果。多家银行推出“环保贷”“固废贷”等绿色金融产品,截至2019年末,省内主要银行金融机构绿色信贷余额1.16万亿元,同比增长26.2%。共有234个项目获“环保贷”,累计金额达128.4亿元,其中民营企业授信占比超60%、环保产业类企业授信占比近50%。

赵世勇指出,“金环”合作对话,是政府、金融机构、企业之间的桥梁和纽带。下一步,要进一步完善“金环”合作对话机制,着力打造政策集成平台、银企对接平台、创新孵化平台和信息共享平台等“四大平台”,提升和拓展功能,以绿色金融促进绿色发展,为打好打赢污染防治攻坚战、扎实推进美丽江苏建设作出新的更大贡献。

江苏省工商联副主席周洁表示,江苏民营经济已经占据全省经济总量的“半壁江山”。疫情暴发以来,全省民营经济发展受到了前所未有的冲击和考验,但随着中央“六稳”“六保”等决策部署在江苏落地见效,民营经济凭借强

大发展韧性和坚实经济基础,继续保持稳定发展,总体呈现“企稳回暖、稳韧有劲、持续向好”运行态势,全省工商联系统和广大民营企业、民营企业先后捐款捐物21.67亿元,助力抗击疫情,彰显民企责任担当。

省工商联自2018年底与省生态环境厅建立“1+1”会商协调机制、明确七个方面合作内容以来,密切合作促进民营企业绿色发展,共同制定了《支持服务民营企业绿色发展合作协议》及《合作方案》,从建立支持民营企业绿色发展工作机制、帮助民营企业解决绿色发展难题、推进重点行业环境整治提升、宣传引导民营企业绿色发展四个方面协同发力,有序推进。

今年3月份,省工商联与省生态环境厅组织近200家民营企业负责人开展网络问卷调查,为研究切实可行帮扶举措发挥了积极作用。

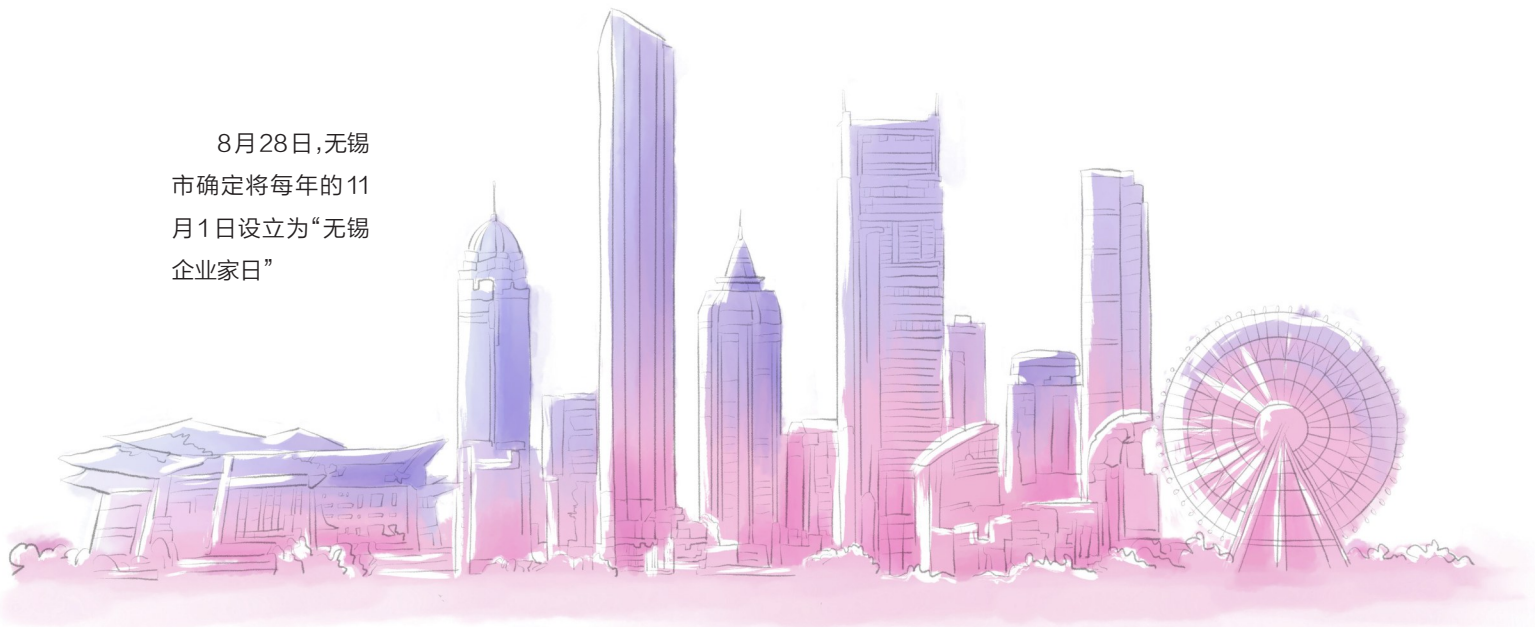
6月份,与省生态环境厅连续组织召开支持中小企业污染治理与绿色发展专家座谈会、企业座谈会,重点听取中小企业生态环境治理方面存在的困难,环境治理政策、技术和资金需求。向全省重点排污企业发放30万份《服务企业生态环境政策口袋书》,涉及14个方面,既有力宣传了生态环保政策,又为企业绿色发展提供了政策指导。

自2018年“环保贷”投放以来,民营企业授信占比近三分之二,较好解决了企业融资难、融资贵问题。目前,省工商联正积极推动成立江苏生态环保科技产业商会,聚焦生态环保产业发展,并与省生态环境厅联合开展以“美丽中国,我是行动者”为主题的第二届江苏省企业绿色发展案例推选活动,引导民营企业积极参与生态治理和环境保护。

与会代表还实地参观了绿岛试点项目——镇江市京口区东风步行街餐饮疏导点、华科电镀园废水处理工程、江苏普金再生资源股份有限公司10万吨皂液综合利用项目。

11月1日,成为“无锡企业家日”

8月28日,无锡市确定将每年的11月1日设立为“无锡企业家日”



作为百年工商名城,中国民族工商业发源地之一,从民族工商业发源到乡镇工业异军突起,再到经济总量迈上万亿元新台阶……无锡的每个发展时期,实体经济始终是城市经济发展最鲜亮的底色,而实体经济的发展离不开企业家这个群体。以何种形式来进一步弘扬新时代“四千四万”精神和新时期锡商精神,彰显无锡企业家群体的责任担当和作为,巩固拓展党委政府与企业联系沟通的“亲清”机制,无锡市工商联主席周海江等一批民营企业家长积极呼吁和提议设立“无锡企业家日”,2019年10月,无锡市工商联向市委市政府提交了设立企业家日的请示报告。在2020年初的无锡市政协十四届四次会议上,无锡市工商联又以集体提案的形式提出《关于设立“无锡企业家日”》的建议,得到了无锡市领导及相关部门的高度重视和积极推进。

无锡企业家日的设立,将有助于进一步弘扬企业家精神。2018年11月1日,习近平总书记召开了民营企业座谈会并发表重要讲话。习总书记充分肯定了我国民营经济的重要地位和作用,指出“支持民营企业发展,是党中央的一贯方针,这一点丝毫不会动摇。”无锡作为经济大市,实体经济占经济总量的比重达42.5%,民营经济更是作为活跃度较高的群体,在全市经济发展中发挥着重要的作用,去年

民营经济增加值占全市GDP的比重高达65.9%。无锡企业家日的设立,既是与中央精神的高度契合,也是对企业家们为无锡市经济社会发展作出巨大贡献的充分肯定。

无锡企业家日的设立,将有利于进一步推动无锡市经济高质量发展。改革开放以来,全市广大企业家认真贯彻落实党的路线方针政策,传承工商基因,弘扬工匠精神,积极投身产业强市主战场,务实创新、克难奋进,为全市经济实现稳中有进、稳中向好作出了重要贡献。在当今经济发展面临各种挑战、竞争更趋激烈的形势下,无锡要当好全省高质量发展领跑者,更加需要广大企业家继续大力发扬锐意进取、拼搏奉献的创新发展精神。无锡企业家日的设立,可以增强广大企业家的荣誉感、责任感,有利于充分激发企业家精神、发挥企业家才能,为引领推动高质量发展发挥全市企业家的重要作用。

无锡企业家日的设立,将有助于进一步优化政企沟通交流平台。习总书记所倡导的亲清政商关系,是正确处理政府与企业关系,建立廉洁政治,支持企业发展,激励广大企业家干事创业的思想遵循和行动指南。无锡企业家日的设立,不仅有利于全社会形成尊重企业家、理解企业家、支持企业家发展成长的良好社会环境,同时也为政企畅通了联系沟通的渠道。

■链接:

企业家热议“无锡企业家日”

周海江(中国民间商会副会长、江苏省工商联副主席、无锡市工商联主席、红豆集团董事局主席兼CEO):“无锡企业家日的设立,将进一步激发和保护企业家精神,进一步营造全社会尊重、理解和支持民营企业家的浓厚氛围,提振企业家发展信心,引导民营企业家听党话、跟党走,做爱国敬业、守法经营、创业创新、回报社会的典范,为建设‘强富美高’新无锡作出新的贡献。”

周江(江苏省工商联副主席、江阴市工商联主席、法尔胜泓昇集团董事长、党委书记、总裁):“无锡设立企业家日体现了尊重、保护、支持广大企业家的鲜明导向,必将激发起企业家群体干事创业、开拓创新的动力与活力!”

严奇(江苏省总商会副会长、无锡市工商联副主席、航亚科技股份有限公司董事长):“无锡企业家日的成立,是无锡企业家们的一件大喜事,为无锡产业强市战略增添核心动力!”

张君君(江苏无锡朝阳集团股份有限公司董事长):“一批批成功的企业家是所有企业家的楷模,设立无锡企业家日是对企业家们的一种尊重,是凝聚锡商智慧力量的一个平台,是传承弘扬新时代‘四千四万’精神的一个载体。我们一定更加努力,不忘初心,不辱使命!”

吴惠明(无锡市纺织工业协会会长、天圣达集团有限公司董事长):“为无锡工商业发展作出不可磨灭贡献的历代企业家终于迎来了自己的节日!相信无锡永远是创新、创业者的热土。”

钱伟斌(无锡市总商会副会长、市金银珠宝玉石协会会长、无锡银楼董事长):“无锡企业家有了自己的节日,是

对‘百年工商城’的最好诠释。”

沈治波(无锡市工商联常委、无锡丝绸协会会长、银光制丝有限公司董事长):“无锡企业家日的设立,令人鼓舞和振奋。缅怀过去,立足当前,展望未来,我们将努力奋斗,为无锡的工业经济发展添砖加瓦!”

迟敏(无锡市工商联常委、无锡市山东商会会长、无锡和德英菲尼迪汽车销售服务有限公司董事长):“无锡企业家日具有仪式感,让我们感受到了无锡市委市政府对企业家的关怀和重视,也极大地提振了我们民营企业家的信心,更让全市企业家们增强了荣誉感和归属感,激励着我们不忘初心、牢记使命,发挥企业家精神,主动承担社会责任。我们无锡市山东商会一定会团结带领广大会员坚定信心,砥砺前行,创新创造,多做贡献。”

窦正满(无锡市工商联常委、无锡市淮安商会会长、江阴澄港拖轮船务有限公司董事长):“作为企业家,我感觉到非常振奋,无锡企业家日的设立,充分体现了对企业家群体、对企业家为社会所作出巨大贡献的一种认可和尊重,通过这种方式来进一步传递社会对企业家的尊重和关怀。”

徐雪宏(无锡市工商联常委、无锡市泰州商会会长、江苏统一集团安装有限公司董事长):“无锡市将11月1日设立为企业家的专属日子,这不仅是一种仪式、一种荣誉感,更是一份使命、一份责任。时代发展需要企业家,国家富强需要企业家,社会进步更加需要企业家!相信在所有无锡市优秀企业家的共同努力下,无锡社会经济的发展将不断开创新篇章!”

来源:全球锡商联盟

贯彻总书记长三角一体化发展重要讲话精神 苏浙联办青年企业家跨国经营培训班

文/省联宣

8月26日-28日,首期苏浙青年企业家跨国经营培训班(江苏分场)在苏州、无锡召开,24名苏浙优秀青年企业家参加培训。



培训由江苏省工商联和浙江省工商联联合举办,旨在学习贯彻习近平总书记关于长三角一体化的重要讲话精神,紧扣一体化和高质量发展,在跨国经营和科技创新上加大融合力度,不断拓宽苏浙企业家视野,有力推动长三角一体化发展。

培训采用大咖授课、现场教学、座谈交流、分组研讨等多种形式。中国民间商会副会长、江苏省工商联副主席、红豆集团董事局主席周海江分享了创业历程及感受,并提出三种素质、三种能力、八个机遇与青年企业家共勉。江苏省工商联副主席、同程网络科技股份有限公司董事长吴志祥就国内国际双循环新发展战略思考。同程集团积极应对疫情的情况以及疫情防控常态下的十大机会进行专题演讲。红豆集团有限公司副总裁、柬埔寨西哈努克港经济特区有限公司董事长陈坚刚以红豆集团国际化发展及柬埔寨西港特区情况为主题,进行了精彩授课。

江苏省工商联党组成员、副主席丁荣余,浙江省工商联二级巡视员吴永平出席培训并讲话。丁荣余对青年企业家们提出三点希望:

一、加强合作,勇于开拓。这次培训班两省24位企业家汇聚一堂,是一次非常难得的相互学习、相互融合、相互合作的机会。苏浙联手,如虎添翼。希望各位企业家利用此次机会充分交流,展现自身优势,相互学习借鉴,实现强

强合作。

二、拓展视野,勇于担当。有多大视野,就有多大胸怀。改革开放以来,中国企业家利用国际国内两个市场、两种资源不断发展。当前经济全球化遭遇逆流,经贸摩擦加剧,更要求企业家要放眼世界,提高把握国际市场需求和国际规则的能力,提高防范风险的能力,促进国内国际双循环。

三、科技创新,勇于突破。创新是引领发展的第一动力。企业科技创新是推动企业长期健康发展的关键。习近平总书记在扎实推进长三角一体化发展座谈会上指出,要加大科技攻关力度。创新主动权、发展主动权必须牢牢掌握在自己手中。长三角要集合科技力量,聚焦集成电路、生物医药、人工智能等重点领域和关键环节,尽早取得突破。

吴永平提出,一要准备把握国际形势和机遇,全面、辩证地看待当前形势,充分利用国内、国际两个市场双循环,妥善处理全球化与多板块的关系问题;二要做到稳中求进、稳中求好,进一步抓住国际化发展机遇,提高把握国际市场动向和需求特点的能力,实现人流、物流、资金流在国内外两个市场更好进出;三要避免经营风险,主要是规避贸易摩擦风险、金融波动风险及诚信缺失等问题。

培训期间,学员还参观学习了太仓德国中心、两家德资企业及红豆集团。



珍惜
倡导
厉行
节约
反对铺张
浪费
拒绝
舌尖上的

FOOD
粮食
光盘行动
费浪

CHERISH FOOD
费浪

弘扬节俭美德 拒绝餐饮浪费



人生在世,或在家庭厨房、或在单位食堂、或在学校餐厅、或在酒店菜馆、或在路边小店,一日三餐是“必修课”和“必答题”。看似平凡的一日三餐,其“舌尖上的浪费”,不仅是个人消费习惯的小问题,更是事关国家粮食安全的大问题。

古往今来,敬天惜粮、勤俭节约是中华民族的传统美德。谁知盘中餐,粒粒皆辛苦。一粒米千滴汗,粒粒粮食汗珠换。民以食为天,食以粮为先。节约粮食、杜绝浪费,表面看是社会文明风尚的养成,实质上是对粮食安全危机意识的培塑。

有人认为,一顿两顿的浪费算不了什么,但对于14亿人口的国家而言,“细雨落成河,粒米凑成箩”,不经意间的小小浪费加起来,数字却大得惊人。有数据显示,我国每年被损耗和浪费的粮食约3500万吨,接近于全国粮食总产量的6%,仅餐桌上浪费的粮食一年就高达2000亿元。餐饮浪费现象触目惊心、令人痛心!

粮食问题一直是困扰世界的一大难题,而在今年面对新冠肺炎疫情的冲击,粮食安全的重要性更加凸显。习近平总书记强调:要高度重视节约粮食。尽管我国粮食生产年年丰收,对粮食安全还是始终要有危机意识。即使生活一天天好了,也没有任何权利浪费,浪费粮食的不良风气必须坚决刹住!习近平总书记的重要指示精神,体现了勤俭节约、反对浪费的鲜明态度和精神传承,饱含为国为民的宗旨情怀和忧患意识。

“一粥一饭,当思来之不易;半丝半缕,恒念物力维艰。”厉行节约、拒绝浪费,我们必须积极行动,从现在做起,从每个人做起,从每一餐做起。

要营造良好氛围。碗净福至,惜粮就是惜福。各级各部门应持续加强粮食安全教育,积极培育新的生活观、消费观,把勤俭节约培养成全民意识和生活习性;各类媒体要主动搞好宣传,唤起民众爱惜粮食、反对浪费的责任,并强化对浪费现象的舆论监督;各种餐饮场所要自觉张贴宣传海报、摆放宣传标识、播放提示语音,时刻提醒消费者节约、文明用餐。通过一系列行之有效的措施,上下联动、内外推动、左右传动,把勤俭节约理念践之于行,努力在全社会营造“浪费可耻、节约为荣”的浓厚氛围。

要转变消费方式。餐饮企业要根据市场需求,转变经营方式,推进节俭消费。比如,大力发展社区快餐、单位团

餐等大众餐饮,积极推行网络订餐、外卖送餐等服务模式,精心开展自助餐服务和分餐制服务;因时因地制宜,主动提供小份菜、半份菜,通过半份半价、小份适价的合理调节,引导消费者健康生活、合理饮食;针对特定人群定期变换菜单,开发制作适应其营养需要和口味特点的菜品,以满足求新求变的餐饮需求;以匠心提升烹饪技艺,用公筷保证卫生健康,用品质杜绝舌尖浪费。消费者要摒弃“爱面子”“讲排场”的陋习,按需点餐、适量取餐、自主择餐,简单质朴不张扬,适可而止不浪费。

要推进光盘行动。餐饮企业及外卖平台要准确清晰标示菜肴的口味、分量、主辅配料等,并对消费者予以适度点餐提醒,防止因点餐误解与信息误导造成餐品浪费;要主动为消费者提供环保餐盒,贴心做好未吃完食物的打包服务,并向消费者提供二次加工的技术指导。消费者要自觉控制用餐量,吃尽盘中餐,不剩饭和菜,做到人走桌清、餐毕盘清,切实让光盘成为习惯、节俭成为风尚。

要做到领导带头。餐饮浪费现象的背后在一定程度上折射出的是作风问题。各级党员干部特别是领导干部,在一餐一饭上应身体力行、率先垂范、杜绝浪费,要树牢以人民为中心的发展理念,增强“过紧日子”的行动自觉,带头绿色消费,远离骄奢铺张。同时,要通过组织、群众、媒体的立体监督,加强对领导干部“舌尖上的浪费”行为的监管,凡涉及违规违法的,严肃问责,确保在“关键少数”的示范带动下,真正让“厉行节约、反对浪费”成为全社会的公共流行色。

要加强立法约束。制止餐饮浪费行为,事关保障粮食安全,事关社会文明进步。厉行节约、反对餐饮浪费,必须加强立法,把具体的制度规范起来,建立长效机制,强化刚性约束。只有这样,才能重塑大众的思想观念和消费行为,才能推动全社会有效化解餐饮浪费问题,从而加快形成全民勤俭节约、珍惜粮食的永久习惯和良好社会风气。

作者:江苏省工商联 熊杰 卢俊



新苏商 非常道

本期“新苏商·非常道”，我们走进常州和无锡，聚焦苏南民营经济热土，探索传统企业如何转型升级，新兴产业如何引领潮流。

本次，我们专访了四位常州企业家，包括碳元科技股份有限公司董事长徐世中、江苏美淼环保科技创始人沈敏、晨风集团股份有限公司CEO尹家豪、万帮新能源投资集团有限公司董事长邵丹薇；两位无锡企业家，航亚科技公司董事长严奇和宜安控股有限公司董事长蒋东良。

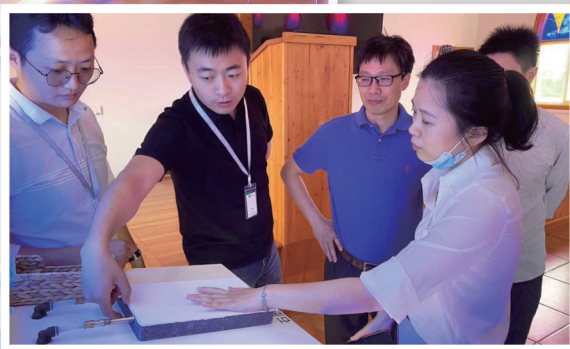
在这些优秀的江苏民营企业身上，我们看到了白手起家的坚持与奋斗，也看到了子承父业的传承与发展。在他们的创业故事中，既有年轻人抓住时代机遇一往无前，也有经历沉淀之后跳出舒适圈勇敢追梦的故事。为国为民为更美好的生活，这是苏商共同的目标。

徐世中： 让新型碳材料进入科技住宅新赛道

文/仲跻嵩

7月21日,上市公司碳元科技股份有限公司(603133.SH)被美国商务部列入实清单。随即,后在第一时间,这家以自主研发生产高导热石墨膜著称的高新技术企业作出公开澄清:“截至目前,公司具有自主研发能力,核心技术均为自有,没有从美国公司引进核心技术、采购关键设备、采购重要原材料等。公司生产经营情况一切正常,本次被列入实体清单不会对公司的日常经营产生实质性影响。”

8月5日,在碳元科技的总部常州“石墨烯小镇”,碳元科技董事长徐世中接受了《新苏商》记者的采访。我们的好奇从石墨材料的“过去”开始,“现状”切题,“未来”展开,徐世中珍藏已久的“包袱”——抖出,以石墨应用技术为导向,经过5年的研发,从手机到住宅,石墨材料的应用场景越来越丰富,特别是在建筑“五恒”系统中的应用潜力,将一个千亿级的市场徐徐展开。



第六次创业,灵感源于一句饭局“闲话”

现在手机里最常用的散热材料是以石墨为基础的导热石墨膜,在2010年以前,全球有且仅有日本松下公司掌握这项技术。2011年碳元科技在国内拔得了头筹。

工科男徐世中在采访中娓娓道来,故事的开头是2010年初的一次聚会。一位给苹果手机做配套的工程师吃饭的时候提到,苹果公司打算用石墨做手机的散热产品。在座的近20人,大家听听就过去了,但已经是第五次创业的徐世中对市场超级敏感,一句话让他预见到手机散热技术会是未来一个超级市场,从手机散热膜开始了他人人生中的第六次创业。

徐世中先尝试了天然石墨,易碎易断,导热能力也不够;而后转向石墨烯,攻关了近两个月,东西做出来了,但性能还是不行。和徐世中一起干的同学都很灰心,但徐世中不死心,他查阅了很多文献,发现有论文提出可以用聚酰亚胺进行碳化、石墨化做出人工合成的石墨膜。徐世中几乎找遍了国内外生产聚酰亚胺的企业,又经过一年多的反复试验,总算柳暗花明,在钱快花完的紧要关头,终于实现了聚酰亚胺石墨化的目的,成功做出了第一片人工合成的石墨膜。

欣喜若狂的劲儿还没过,开拓市场的难题又摆在面前。恰好看到雷军在微博上讲小米要做手机,徐世中就跟团队说能不能找找他们的联系方式。团队里一个叫黄佳的小姑娘,真的在微博上找到了当时小米的副总裁、总设计师周光平,并私信给他说,碳元科技有一款石墨产品用来手机散热非常好,没想到当天晚上周光平就回复了,希望看一下产品。第二天一早,徐世中带着黄佳坐高铁去了北京。增加了石墨散热膜的手机,温度下降了7℃,小米对产品的效果很满意,很快就签下了第一批1700片的订货协议。小米手机的成功也给碳元做了一个免费宣传,市场一下子就打开了。

碳元科技2010年8月成立,2011年6月实现产品产业化,2012年当年销售1.2亿元,实现利润6000万元,2017年3月上海证券交易所上市。碳元科技2019年报显示,公司生产的导热石墨膜已广泛应用于三星、华为、VIVO、OPPO等大型手机商,全球市场占有率稳定在30%以上。

但其实,从2015年开始,徐世中在琢磨另一件大事……

“五恒”系统+,会是一条更大的“鱼”?

以前,手机工作温度能高到50℃以上,用一套导热石墨膜就可以把手机温度降到37℃,低于人们发烫感知的39℃。随着知名度的上升,碳元科技的产品已广泛运用于智能手机、平板电脑、笔记本电脑等电子产品。但徐世中看到的是危机。

徐世中的苦恼在于,原来2美元一套的石墨膜,随着市场竞争加剧,价格不断降低,利润不断变薄。如何从一个B端的供应者变成C端的应用者,从2015年开始,爱琢磨且不停跨界的老徐盯上了房地产市场,更准确地说,是建筑市场里的恒温系统应用。

以“恒温、恒湿、恒氧”为突破口的科技住宅不断获得国人青睐,“三恒”概念日渐深入人心。首先,做“三恒”的开发商越来越多,几乎每个大城市都有,上海的中鹰黑森林、扬州的新能源与恒通地产、央企的中铁建和葛洲坝等等;其次,产品研究不断深入,以主打科技住宅的朗诗地产为例,从南京朗诗国际街区开始,“告别黄梅天”,零能耗住宅、“被动房”产品再到最新能室内送换风、温湿度分户控制的“自由方舟”,朗诗不断迭代自己的产品,科技住宅的内涵一直在丰富中,“三恒”之后,“恒静”“恒洁”概念也在被大大普及;另外,通过地源热泵、空气热泵、电力热泵、污水源热泵等手段,进行办公楼、住宅和园区“三恒”改造的服务企业也越来越多,慧科技企业、银麓科技、金茂绿建等都在输出“三恒”的改造技术。

作为“当家人”,老徐深知,科技含量与研发能力是碳元科技的优势。碳元科技具备生产高导热石墨膜、超薄热管、超薄均热板、玻璃面板背板、陶瓷背板以及“五恒”系统等产品的专利技术、专有工艺及设备,并拥有自主知识产权。与市场琳琅满目的恒温概念相比,徐世中认为,碳元科技导热散热性能极佳的石墨辐射技术不仅是人无我有,而且在使用中有其明显的节能优势。

通常开发商会在墙体内埋毛细管,把地源或电源的热能以点热源的方式散开,形成整幢建筑的保温效果。用上石墨材料,则可以面热源的方式传温,比毛细管节能30%。毛细管从开始到温度平衡需要4个小时左右,导热效果极佳的石墨辐射板只需要40分钟。据徐世中介绍,石墨辐射板具有更强的传热能力,使用时铺设到室内顶棚,制冷时较重的冷空气自然下降,制热时热量通过辐射传递到每一个角落



落。全屋无风感、无噪音，从石墨级EPS保温层的专利申请到AI智能监控再到手机APP远程操控，围绕“五恒”系统，碳元科技一共申请了26项发明专利。

从2018年10月，武进的一户居民率先用上石墨材料的“五恒”系统，到现在包括北京的一些酒店改造上也都用上了碳元科技的产品。以常州每年800万平方米商品住宅为例，每平方米1000多元的“五恒”系统，这就是近百亿元的市场。放到全省乃至全国的背景，石墨材料的房地产市场应用能算得上“水大鱼大”吧！

尽管困难重重，碳元科技矢志担纲“领跑者”

许多场合，生于1974年但已是一头白发的徐世中用他的“科技范儿”隐藏了他的营销实力。徐世中的野心不仅是做科技住宅的材料设备技术供应商，更是生产商。常州的企业家圈中都知道，老徐为了进军住宅市场，碳元“舒适加”近来表现跃跃欲试。

作为科技住宅市场的新加入者，碳元科技最近动作不断。首先，公司业务专辟出了碳元绿建板块，办公大楼里创建了碳元科技的演示中心，离公司不远的地方兴建了碳元绿建的别墅体验中心，7月底公司注资2000万元人民币成立碳元科技的孙公司——碳元宜居……徐世中坦言，公司正以高导热石墨辐射板为核心，以高效节能设备为载体，以智能控制为亮点，打造碳元“五恒”系统，为学校、住

宅、酒店、医院等各种场所提供高效节能、舒适健康的环境系统解决方案。这是碳元科技第一次完整表达进军房地产市场的宏伟想法。

科技企业进军房地产市场，碳元科技的决心不小，但是困难也不少。碳元科技想把他们的体验中心搬到市内、搬进广场，有关方面说，好是好，但没有先例。碳元科技的团队想和一些地产企业接洽，却发现“圈子不同，不能强融”，一些企业觉得被动了蛋糕……走B端不易，碳元科技眼下的应对是“C端倒逼B端”，如此曲线迂回，听得我们也有些发愣。用国家认证专利产品的石墨辐射吊顶板替代原来的吊顶板，动心的开发企业也有，只是在商品房限价的大背景下，开发企业有些无可奈何，将来居民使用成本能下来，但是现在开发商的建房成本会上去，多一事不如少一事。

不畏艰险，洞见未来，徐世中的想法很坚定，一个好的产品一定会被消费者接受，人们对舒适生活的追求是没有止境的。他相信在未来的5到10年时间内，“五恒”系统会像当初的空调一样走进千家万户。用高端项目带低端项目，把石墨辐射板的产品先在高端项目中争取突破，这是第一步；把产品的研发放在常州，将产品的应用首先在沪宁一线铺开，争取长三角遍地开花，这是市场目标；和行业内领先的企业达成共识，形成合作，争取多赢，这是基本策略。

“一个人跑得快，一群人走得远。”踏上新赛道，喜欢跑步、喜欢越野的徐世中这样看待他的逐梦之旅。



沈敏： 为净水设备 装上“中国芯”

文/周宏标

“为全人类提供充足的洁净的水。”

这是位于常州武进区的江苏美淼环保科技有限公司的企业愿景，说这个“大话”的人是叫沈敏，该企业的创始人。

作为做饮用水的企业，美淼环保并不是很知名，无论是规模，还是年销售额，和国内甚至苏南地区很多企业都不能比。但是江苏省和常州市的工商联力荐这家号称“水中华为”的企业，原因就是八个字：核心技术，造福社会。

与水结缘,解决分散供水痛点

在美森环保的大楼里,一个由三节箱体组成的类似火车一样的设备引起了参观者的注意,这便是 Muse Robot 智能水站,它是目前国内唯一能够提供智能分布式供水解决方案的设备。在1月份疫情期间,该公司向火神山、雷神山两所医院捐赠20台智能饮水装备,保障奋战在抗击新冠肺炎疫情一线项目建设者、医护人员和患者的饮水安全。

“地处人口聚集的城市,包括供水在内的各种管网设施齐备,可以持续为居民提供生活用水,一些家庭还装上了净水设备,大多数人都觉得这一切是稀松平常的,也确实如此。那么,一些地广人稀的农村地区、边远地区,或者是一些远离集中居住区的部队营房等,如何为他们提供干净的水源?这是我2008年回国、接受王院士提出的挑战,瞄准分散式、分布式供水保障,创办美森科技的缘起。”提及做企业的初衷,沈敏如是说。他口中的王院士,是中国工程院院士、中国水资源及水环境领域首席科学家、国家五部委水问题委员会主任委员、国家水问题专家王浩。

和王院士交流之后,当时年轻气盛的沈敏从日本富士通株式会社回国埋头苦干;10年之后,理工男沈敏拿出了这套国内自主研发的分散式供水产品,目前广泛应用于西部扶贫、部队营房和“一带一路”周边等地区。

耐住寂寞,抵挡住诱惑

“我此前在日本富士通工作,很佩服日本人的一点就是:有的人在一个点上做研发工作,可以从20多岁做起,一直做到60多岁退休甚至都没有出成果,你能想象吗?你能说他失败了吗?我觉得不是。正是因为一个个这样的人通力协作,铸就日本技术强国的神话。我从接受院士的挑战创办公司到做出产品,只有8年左右,我觉得我的运气还是不错的。”沈敏介绍。

在运气好的背后,是沈敏和他的团队一次又一次的失败,一次又一次的坚持。据介绍,分散式供水系统,简而言之就是根据居住地的人口参数,做一个相应的水处理装置,将不干净的水源变成干净的水源,这其中的核心就是水处理技术。目前,水处理主要有热法、膜法、电法三大方式,绿色节能低碳的电法领域,代表了最高水平。此前在

这方面领先的有美国、日本、德国等老牌工业强国,以及新加坡、以色列等岛国,2017年之后,中国也跻身水处理强国行列。

沈敏告诉记者,在日本7年的工作经历,对他帮助很大,也是他能够耐得住寂寞做技术研发的一大原因。水处理系统的核心问题是材料,为了寻找合适的材料,他们就花了7年时间,试验了无数次,一次次从失败中从头再来。2008年创业初始,启动资金是沈敏从日本带回来的工作收入以及家里人七拼八凑的一些费用。为了解决资金问题,他还创办了一个家用净水器厂,目前除了生产美森自己的净水器外,还为3M等净水厂家代工生产,利润可观。

“在我特别困难的时候,曾经有人准备花600万美元投资我们,前提是我放弃手头研究的项目,专门做家用净水器,企业未来市场前景将十分广阔。我想了想还是放弃了,这不是我的风格。”沈敏说。

“水中华为”,挑战新的不可能

美森的美森 Robot,是以石墨烯基膜电容电吸附技术、中空平板陶瓷膜分离技术等为核心的一体化智能水站,已经实现王浩院士当时提出的战略,即工程设备化(用设备产品来替代小型工程)、设备模块化(用不同标准化模块组合适应不同水质)、模块自主化(拥有核心技术、信息物联化,信息化手段管理千万个分布式水站),业内人士也因此把美森环保比作“水中华为”。而在一阶段目标实现之后,沈敏也有新的挑战——公司发展层面和技术层面。

在公司发展层面,作为关乎国计民生、掌握自主核心技术的美森,需要一个跨越式的发展,以造福更多需要分散式供水的地区。沈敏介绍,公司在2018年进入市场到现在,经营稳定,订单充足,接下来要进一步市场化,目标是2022年在科创板上市。

技术层面,他将目光投向了占地球70%的海水。现在中国的海水淡化成本历史纪录是每吨5元多,发达国家是3.6元,都比市政水的成本贵得多。“如果哪一天,我可以把海水淡化做到每吨只要2元钱、1元钱,低于市政水的成本,那对全人类都有帮助。”沈敏野心勃勃。

而这又回到了他的初衷——为全人类提供充足的洁净的水。



尹家豪： 让传统服装加工 不再“传统”

文/李璐莹

从COO一夜间变成CEO,从突然接手公司到突然遇到疫情,这是一个创二代所遇到的,而他今年才26岁……

晨风集团股份有限公司创建于1967年,是国际可持续服装联盟(SAC)成员。从生产加工丝绸服装起步。经过53年对服装行业的倾心专注与不懈努力,现已拥有金坛、昆山、宿迁、泗洪、泗阳五大服装生产基地,常熟、宿迁两大麻、棉类纺织生产工厂,西文、社头两大辅料生产工厂,实现了除正装西服以外的服装产品品类全覆盖。产品主要出口日本、美国、英国、法国、德国、意大利等国家,公司目前年产量已经达到7000万件。而这片位于常州市金坛区的晨风集团研发生产基地,占地1000多亩,紧邻一湾小河,人杰地灵,风光无限好。

正是在这里,记者见到了这位年轻的二代接班人——晨风集团CEO尹家豪。3个多小时的采访中,26岁的他显得还有些腼腆,脸上一直挂着笑容,总说自己“严肃不起来”。谈笑间,尹家豪向我们讲述了他与晨风的故事,也展现了他作为年轻一代企业家的创新之道。

“回国之后,发生的一切都很突然”

2010年初中毕业后,尹家豪独自远赴英国求学,其间赴日本进修日文课程,他迈出的每一步似乎都在为未来接手“晨风”铺路。然而,谈起这一段,尹家豪却开玩笑说自己这几年过得一直很“突然”：“之前突然接手公司,今年又突然遇到了疫情。”

2017年6月,在外留学6年的尹家豪回到了常州。据他回忆,回家第二天,父亲就直接安排他担任COO(运营总监),负责整个集团公司的运营,当时的他对未来要面对的事情还是一片茫然。回想起做COO的前半年,尹家豪却说那段时间自己几乎没在办公室待过：“想要快速熟悉工厂运行情况,最好的方法还是要深入生产一线,事情都在工厂里。”因此,那段时间他每天都“泡”在工厂车间,一边学习业务,一边处理工作。

突如其来的身份转变让尹家豪很不适应,他也很难理解父亲一辈对晨风倾注的情感和担负的责任。因此,他直言自己最初只是按部就班地在完成工作,有时遇到问题找管理层沟通,却也因为和年龄较长的管理人员的理念存在分歧,常常让交流走入死胡同。然而,在工作期间发生的一件事却让他从此改观,逐渐理解了父亲一辈对工作的热忱。

曾有一名50多岁的工厂管理人员因胆结石在医院进行手术,本该在医院休养的病人却被发现术后的第二天,偷偷跑回工厂监管发货,问其原因,管理人员回答说“我不在现场,不放心”。简短的几个字让尹家豪感觉到“震撼”,他说:“员工为了一单货尚且能做到如此程度,作为公司的最高管理人更要花心思做好工作。”从那时开始,他产生了想要把公司做得更好、让员工生活得更好的念头,与各管理层的沟通也日渐顺畅起来。

当尹家豪还在COO的道路上摸索前进时,2018年8月的一天,一封面向全公司的通知函赫然写着任命他为CEO,一年的时间,尹家豪经历了由学生到COO再到CEO的角色转变。

随后父亲生病的消息,让尹家豪明白了自己为何被突然任命。“压力很大,父亲的检查结果没有确定,公司的事情也还没有完全熟悉,唯一清楚的就是作为CEO必须扛起所有的责任,但是怎么扛是个让人头疼的问题”。尹家豪在正式接手晨风后的两个多月内,厘清了CEO和COO的工作区别,即使初出茅庐,这个24岁的年轻人也做好了迎接一切挑战的准备。

当被询问到是否常常去请教父亲时,尹家豪的回答却让人很意外:“其实我一直处于被家里‘放养’的状态,父亲也经常说按你自己的方式来处理问题就可以。并且当时家里人不让我去医院,让我安心留在公司处理工作上的事情。”也许正是这样的“放养”,才让尹家豪有了更多自由发挥的空间,也得以将自

己的创新管理模式逐步在晨风践行。

“老模式也能行,但总要跟着市场变”

在父辈的经营管理下,晨风集团被打造成了一个专业化、规范化的生产平台,不仅获得了业界及国内外客户的认可,更先后斩获了“中国质量诚信企业”“全国外经贸质量效益型‘先进企业’”“AAA级信用企业”“模范职工之家”“江苏省文明单位”等多项荣誉。晨风在这套管理和生产模式下平稳运行至今,并取得了不俗的成绩,现在为什么要改革呢?尹家豪说:“这种模式不是不能行,毕竟这么多年也走下去了。但市场在改变,晨风也需要变。”

作为家族企业,晨风走的一直是偏粗放型的家族化发展模式加上“英雄化”的管理模式。在这种模式下公司没有出现大问题,但尹家豪对此的感受却是“有点混乱”。他打趣说:“之前管理层做得最多的事情就是‘头疼医头,脚疼医脚’,哪个线上出现问题,就赶紧再加几个人去这条线上盯着。”久而久之,他发现,不仅自己忙不过来,工厂责任划分也没有清晰界限。因此,尹家豪选择将薪资架构、人事架构等进行重新规划,并将权力逐级下放,带动晨风向“偏集团化”方向发展。

原先,晨风的薪资是根据管理层的判断来发放。而作为劳动密集型产业,人多自然容易讲情分,尹家豪认为这种主观的薪资判断难免存在“不公”,而作为企业的最高管理者,无论遇到什么事,都应秉承公平公正的原则,事事都讲“情分”是无法管理好企业的。晨风一直贯彻“员工是企业最宝贵的财富”,为此,尹家豪提出将工厂内的职位、职责全部重新梳理,设立全新工资标准,将所有员工薪资按原有水平线向上调整;同时,为了细化追责制度,避免出现问题时员工间互相推诿,他让一线管理人员将生产线上出现的每一个问题都及时发在工作群内,最终由谁负责就一目了然。

“我们是做生产,生产就是靠工厂。”尽管尹家豪是晨风集团的晚辈,但他却是一个名副其实的老“实干派”。除了自己常常跑去工厂车间,他还要求所有部门人员必须亲自下工厂,出现问题不能只是理论化地“想”,现场出现的问题,应该到现场去找解决方案。尹家豪觉得,公司很多人对部门和工厂的关系还存在一定的认知偏差,他们认为,部门应该是工厂的管理者,而在尹家豪看来,部门更应该是工厂的服务者。原先,晨风集团部门和工厂间的协调沟通都经由其父亲一人处理,他坦率地表示自己很难做到两头兼顾,因此他把更多权力下放给了部门。“各部门在处理问题时不能再单纯地从自身便捷的角度去考虑事情”。他说。做企业不能靠单枪匹马,群策群力才能走得更远,尹家豪也用自己的实际行动诠释了这一点。

尹家豪介绍,除了管理模式的创新,晨风的生产设备也一直在升级换代。2017年开始,晨风在生产车间陆续引进吊挂流水系统,在传统手工行业中寻求生产制造的智能化突破。新设备启用之初,尹家豪时不时会听到来自员工的反对声音。而他判断:“近几年市场变化加速,客户对供应商的快速反应能力要求不断提高,产品的品质、品位更被品牌商所重视,工厂不升级,管理标准不统一,很难跟上瞬息万变的市场节奏,而挂装设备能更好地解决这些问题。”因此,他多次和大家一起讨论吊挂流程,积极推进智能设备的应用。如今,晨风工厂内车间自动化、智能化生产、试验、检测等设备已经超过千余台(套),设备创新和模式改革“双管齐下”,工厂衬衫板块的生产效率直接提升了近15%。

尹家豪在继承传统手工业的同时,更加注重企业转型升级、智能制造的发展,用创新推动传统,用智能改变手工。晨风在其带领下,被国家工信部授予“晨风服装创意设计平台”“绿色工厂”“中国服装行业科技进步奖”“江苏省认定工业设计中心”等多项荣誉称号。

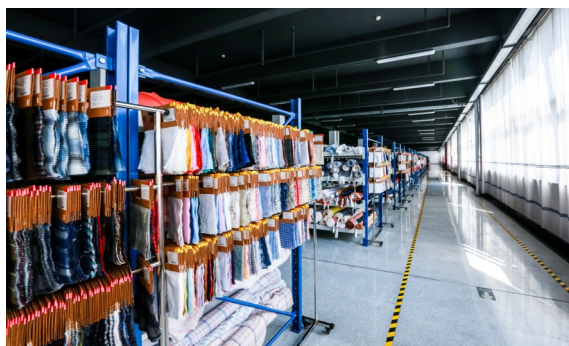
“品质才是服装行业未来的竞争点”

作为传统制造业,国内做服装加工、服装出口的企业有很多,晨风是如何在众多企业中脱颖而出的呢?尹家豪用三个词语进行了概括——“品质”“效率”和“品类”。

“品质才是服装行业未来的竞争点。”尹家豪说,最初晨风接的单子很杂,品牌来了就去试一试,订单来了就去做一做。而目前,晨风选择专注服务于优衣库这类优质客户。这一转变的主要原因是:每个品牌对成品的要求不一,员工缝制的标准也不一样,如果员工中途做了较低标准的衣服,再去做高品质的衣服就会很难达标。与优质客户合作,不仅能培养和提升员工技术水平,更是晨风一直追求的“高品质”目标的体现。

也是出于这一点,提到在东南亚等劳动力较为低廉的地方开设代工厂,尹家豪认为,尽管劳动力成本低廉,但是国内工厂仍然拥有“品质品位、快速反应和设计研发”这三大无法取代的优势,加之管理人员与当地员工因语言不通造成的沟通问题,标准和要求无法准确地向员工传达,造成生产效率和产品品质都很难达标。因此,尹家豪说虽然是做外贸,但晨风仍将继续扎根国内土壤。

关于品类,尹家豪也非常自豪地表示:晨风现已实现除男式正装西服和皮草以外的服装产品品类全覆盖。初步形成从面料、辅料到各类服装的全产业链布局,并不断强化面辅料研发生产能力、智能化车间、产业平台的建设。此外,公司聚焦产业链,推进企业并购,今明两年还将完成对毛类面料工厂、丝绸



面料工厂、衬布工厂的收购建设,逐步形成棉、麻、毛、丝的新品研发和快速对应能力。

谈及未来的发展,尹家豪直言自己还是很“保守”,目前他还是想把更多的精力花在做好生产上,除此之外,晨风也在打造独立设计师平台,不断强化自身设计研发能力,为品牌商提供更多优质服务。

短短4年,身份的转变让尹家豪承担了无数压力。接手一家“老牌”企业,能有担当、有想法地创新改革,他一路走来也并不轻松。在英国留学时,和很多90后一样,尹家豪的爱好是打打篮球、唱唱K,有时找朋友们聚一聚。而回国接管晨风的这几年,他几乎没有休闲时间,每天都在忙着处理公司的事情,工厂、办公室、宿舍三点一线。被问到空闲的时候还有没有去打打篮球,尹家豪却笑着说:“最近想去学一下打高尔夫,以后就能和客户一起打打高尔夫,向前辈们取取经,学习学习经营之道。”



邵丹薇： 走出一条 我国充电设施 建设的新路子

文/顾媛媛

所谓“人逢喜事精神爽”。8月9日,全国青联第十二届八次主席会议审议通过中华全国青年联合会第十三届委员会委员名单,80后的邵丹薇成为全国青联委员。而在此前公布的2020年《政府工作报告》中,明确将“建设充电桩”扩展为“增加充电桩、换电站等设施”。

新基建的浪潮将智能充电桩推上了“风口”,从汽车销售跨入新能源汽车充电设备领域,邵丹薇和她的“星星充电”也在转型之后站上了风口。

不安于现状，点燃二次创业一把火

万帮数字能源有限公司成立于2014年，星星充电是其发展的核心品牌。早在2004年，万帮还只是一家汽车经销商，20岁刚出头的邵丹薇担任总裁后，万帮的汽车年销售额从两千万元提高到两百零七亿元，一跃成为苏皖地区奔驰最大的通用汽车经销商，在全国汽车百强经销商中销售额排名第十，而净利润和综合收益排名第三。但邵丹薇并不满足于眼前的成果，她觉得，汽车经销始终是为他人作“嫁衣”，核心技术、商业模式，包括定价权都掌握在他人手里。在做汽车销售的几年里，邵丹薇思考着如何创造价值、投入到一份创造性的事业中。

直到2014年，一次偶然的让她有了方向。邵丹薇去德国拜访戴姆勒、大众等汽车制造商，发现这些企业都在关注电动汽车，她敏锐地抓住这个苗头，想着如何进入这个领域。当时，摆在新能源汽车生产面前的有两个重要的难题，一是电池；二是充电。前者需要较高的技术积累，邵丹薇认为这不符合万帮的“基因”，后者全世界的发展脚步一致，并且需要一定“运营”的能力，万帮有多年与C端消费者打交道的经验，了解消费者的心理和需求，邵丹薇认为在运营方面，万帮还是具有一定优势的。她说：“我想所有人都要去过河淘金，总要有一人做渡船的船夫。”于是，她果断尝试做新能源汽车充电设备。

时至今日，邵丹薇用十二个字总结当时选择新能源汽车充电运营领域的原因——“长长的坡、厚厚的雪、宽宽的河”。所谓“长长的坡”，邵丹薇认为新能源汽车方兴未艾，未来发展潜力无穷，值得终身为之奋斗。用她的话说，在一片广阔的大海中，哪怕小鱼小虾也比河里的大。“厚厚的雪”指的是新能源汽车充电领域天花板够高，市场容量够大，充电连接了能源与交通。她说：“如果我们在这一领域深耕下去，可以做到‘一夫当关，万夫莫开’。”只有发展市场的长度和广度还不够，还要有“深度”，这就是第三点“宽宽的河”。充电领域天然的技术门槛、资本密集形成了

较高的竞争壁垒，决定了它不会落入竞争者众多的长尾效应中。

做先行者，“以战养战”摸索前行

邵丹薇瞄准新能源汽车充电领域发力，但真正做这个“淘金者”的“船夫”并不容易，摆在她面前的又是另外一堆现实问题。当她第一次用“充电桩”这一关键词搜索简历时，她只看到了一份简历，并且应聘者只是熟悉相关业务而非技术。相关技术人才的稀缺成为首要难题，为此她的团队走了七个多月的弯路，与高校合作、与教授合作，找人拆解、破译国外产品，甚至跑到日本住友电工寻求合资。最终，邵丹薇提出自己的解决办法，先拆解技术工种，再寻找相关领域的领头人，将他们吸收为合伙人。除了产品设备的研发，星星充电“云、管、端”协调一体，云业务最初来不及招募团队只能外包出去，长期合作之后吸引这个外包团队加入了他们。

人才问题解决了，接下来是如何实施落地的问题。最初，团队用传统的思维办事，像建一个加油站一样建充电桩，报土地立项、做规划……但邵丹薇认为，充电场景只有家、工作地和目的地三个场景，应该利用现有的电力负荷和场地，尽快推广充电业务，充电使用率不高，如果新买一块地闲置，对资源的消耗浪费较大。邵丹薇决定用众筹建桩的形式招募合作伙伴，最终仅用了3个月时间建成了国内过去七年充电桩的总和1400个充电桩。这次成功的经验给予了邵丹薇极大的信心，于是她决定将这一成功经验推向全国。2015年，星星充电邀请了北上广深五百多个嘉宾，包括政府人员、媒体，举办全国第一个以电动汽车充电设施为主题的论坛。邵丹薇说：“文人文以载道，医生医以载道，我们希望商人以商载道……我们还没有将这一业务向全国推广出去，是以公益的心态将我们的经验分享出去，希望大家可以关注我们这个方法，更好地解决新能源汽车的充电问题。”这次活动反响热烈，吸引各地政府带队学习交流。随后，

邵丹薇又开展“桩点中国”活动，马不停蹄地在北上广等地开展建桩的项目。

2015年时任国务院副总理的马凯一直关心产业发展，一直寻求充电基础设施建设的突破之道，听闻星星充电的创新成就，要求把全国新能源汽车推广的部级协调会议放在常州召开，特别邀请邵丹薇在会议中分享自己的经验。当时马凯在听完她的汇报后，评价：“以战略的眼光、创新的思维、实干的精神，加上有现代化的技术手段，特别是互联网技术的支撑。确实是走出了一条解决我们国家充电设施建设的新路子、一个新模式，从实践证明是成功的！”



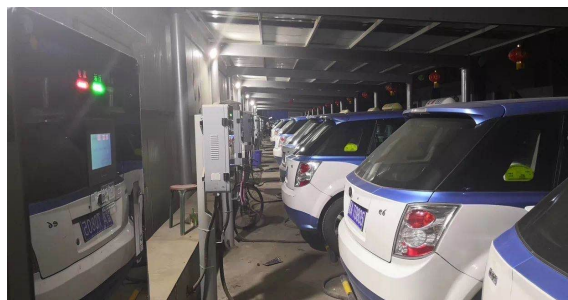
（2015年，时任国务院副总理马凯携十部委领导一行前往星星充电考察）

从一个新的入局者到行业的领头人，邵丹薇用“以战养战”的方式带着团队摸索前进。但邵丹薇的初心并不止于此，她还瞄准未来三个万亿级市场……

打通上下游，形成移动能源新生态

要想前进，需要全面的认知和明确的方向。邵丹薇说，星星充电不只是充电设备商，未来要做的是打通上下游形成移动能源的互联网生态。2014年，星星充电是第一个实现无卡无屏、将人机对话搬到手机上的充电设备商，实现了更低的运维成本和更好的用户体验。2016年，星星充电全国充电网络基本形成，转型成为运营服务商。2017年，星星充电成为一个解决方案的提供者，在以往基

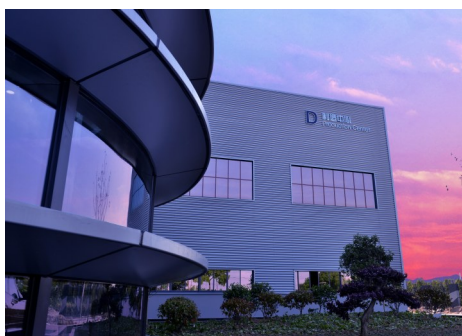
础上不断提高研发能力，扩大品质优势，更加注重用户需求，致力于为用户提供“场景级”产品方案。以太原8192台出租车电动化的充电桩建设任务为例，在建设过程中，星星充电不是本土企业，没有当地资源，而当地企业不懂充电，于是邵丹薇采取“资产与运营分离”的模式推进建设。其间，负责运营和培训出租车司机的星星充电接到了两万多个来自出租车司机的咨询电话，工作人员不得不24小时待命，付出了巨大的教育培训成本。最终，在多方共同努力下，星星充电3个月完成了3100个快充桩的建设。这次经历让邵丹薇领悟到了创新的含义：“创新不是要做新产品标新立异，创新的本质是为了更好地解决问题。当用老办法、老工具、老组织、老资本不能解决问题的时候，我们要用新办法、新工具、新组织、新资本、新技术去解决问题。星星充电不只有创新的‘基因’，更具有与困难死磕到底的‘钉子’精神。”



（星星充电在太原的项目）

谈及对未来发展的看法时，邵丹薇认为，未来是产业互联网的时代，当下商业互联网是需求推动，而未来产业互联网是供给驱动，优秀的工业制造带动新的需求。过去邵丹薇做汽车销售，合作对象是众多汽车品牌，如今她不再是线性地寻求单一类型合作对象，更多地希望中小企业加入进来，在新基建的推动下共同打造移动能源互联网生态。

当记者问她给十年前的自己什么定义时，邵丹薇认真思考片刻，坚定地说：“我认为我每一年过得很充实，我对10年前的自己很满意。”在她的眼里，能源、交通、充电……每一个万亿的市场都在徐徐打开中。



严奇： 方向对了， 外销下滑 也还有机会

文/徐宛芝

“当初我从体制内出来，创办航亚科技的时候已近知天命之年，很多人都不理解。”无锡航亚科技公司董事长严奇用一句话概括了自己的创业初衷，“我这个人可能有些理想主义，就是想打造一个真正具有专业水准可长期发展的高端制造企业”。

选好赛道 航向从未偏离

飞机的最关键部件是发动机,发动机中最关键的,就是叶片、转动件及结构件等精密零部件。一架普通民航客机的发动机上,装配有2000多件压气机叶片。再小的叶片,哪怕出现一点细微缺陷,都有可能造成难以预料的灾难。国际上自第三代发动机开始,压气机叶片已全部使用精锻技术生产。但在2013年的时候,叶片精锻技术在国内还属于起步阶段。

已经在叶片制造领域磨砺了近30年的严奇,决心在这一细分领域深耕细作,采用精锻技术开发发动机压气机叶片。“航亚的诞生并非个人创业,而是群体创业,整合各类资源、技术、市场、资本和人才等,挑战航空工业体系中难度最高的发动机叶片制造技术。”严奇说,“这就像是下围棋,我们先在一个角上做活了,才能帮助整盘棋赢得最终的胜利。”

2014年成立初期,航亚就对标国际一流供应商,“我认为我就是个纯粹的工程师”,严奇在公司主要负责的就是技术团队,前期公司的大量投入也都在技术研发上,“产品的制造过程叫工艺,而叶片的制造过程是高精度的,比如它的厚度可能只有0.1~0.2mm,要从1000多摄氏度的温度冷却到室温。”严奇表示,这就要求整个制造过程要逆向设计,然后用软件模拟,并在实验中一遍遍修正,“整个过程有七八道关键工艺的过程,不能错过一个风险点”。

历经挫折 创新攻克难关

由于技术难度大,航亚开业一年多时间里,几乎没有任何业务收入,大量时间精力都在做工艺试验、产品特性验证、特种工艺审批、供应商资质认证、员工培训。顶着巨大的资金压力,严奇也不放松对产品质量的要求。2015年8月,航亚发往法国的一批叶片订单,由于测量工具的不准确,导致锻造出的叶片也有问题,最终只能全部报废。

越是大的压力,越需要创业者的坚持。通过股权融资,航亚缓解了一部分资金压力。但最重要的还是研发,为此,严奇对整个技术团队作了系统性的调整。2016年8月,航亚再次向法国交付一批叶片订单,经过对方一个多月的审核,航亚在10月份得到了合格的通知。此后,法国赛峰成为了航亚的主要客户之一,而航亚生产的低

压气叶片,主要用于国际新一代Leap发动机。除了叶片,航亚也做转动件及结构件。2017年,航亚在做航空发动机整体叶盘时,在叶型喷丸技术上遇到了一个容易变形的难题。这个技术以前都是交给别人做,为了彻底解决这个难题,航亚决定与第三方技术团队联合,尝试一下国际上先进的而国内暂时还没有的叶型双面喷丸工艺。“没想到不到一个月,就试验成功了。”严奇说,这个技术后来成为了航亚的特种技术,“创新只要想做,就没有那么难”。

行稳致远 助力国产大飞机

经历了6年的奋斗,严奇不仅完成了从国企CEO到民企董事长的身份转换,而且将航亚科技打造成为了中国航空发动机零部件领域的新生力量。目前,航亚科技已经成为中国航发集团、美国GE航空、法国赛峰集团、英国罗尔斯-罗伊斯等国内、外主流发动机公司的叶片、机匣、涡轮盘等产品类别的供应商。2018年9月,航亚在GE和赛峰联合供应商大会上荣获“亚太地区卓越供应商”称号。2019年底,航亚向赛峰和GE航空累计交付了超过100万片的压气机叶片。

更令人骄傲的是,航亚参与了C919/CRJ929大飞机国产发动机CJ-1000/CJ2000的高压、低压压气机叶片的研制任务。历经十年研制,2017年5月5日,C919中型客机在上海浦东机场圆满首飞。但首飞时,C919飞机国产化率仅有约60%。2018年9月19日,C919飞机起落架实现了国产化。预计不久的将来,C919核心部件CJ-1000/2000发动机也将自产,航亚就是其中的联合研发企业之一。

随着国产商用发动机的研发逐渐成熟,国内千亿级商用大飞机配套市场有望进一步打开,这也让航亚能减少一些新冠肺炎疫情带来的冲击。受到疫情的影响,今年上半年,航亚科技的海外主要大客户相继宣布裁员,这也会导致航亚今年的外销收入下滑。但有专家估计,国产商用大飞机,将为发动机行业带来115.5亿元至276亿元的市场空间。因此,这对参与研制发动机的航亚来说,将会是未来的发展机会。

“只要方向对了,路程就不再遥远。”严奇说,他和所有航亚人,都挥舞着梦想的翅膀,朝着更高的目标飞跃!



蒋东良： 没有传统行业， 只有传统思维

文/徐宛芝

12次获得中国建筑工程最高奖——鲁班奖,16次获国家优质工程奖,50多次获上海市“白玉兰”奖、江苏省“扬子杯”奖……这是宜安控股有限公司闪亮的成绩单。北京央视大楼、上海世博会指挥中心、苏州中心广场……近百项国家、省市重点项目工程的建设,都离不开宜安控股的身影。董事长蒋东良,当年那个宜兴杨巷镇的农村小伙,历经四十多年的奋斗,成为了一名优秀的企业家。

如何才能成功?要坚持学习。如何保持成功?要不断创新。那成功之后呢?不能忘本!这是在对蒋东良进行专访时,最让人印象深刻的三点经验。

“一毛五分钱的鸭血粉丝汤，舍不得吃”

1966年，蒋东良出生在宜兴杨巷一户普通的农民家庭。当时农村的经济条件并不好，初中毕业之后，蒋东良萌生了出去打工的想法。16岁的小伙子，决定去上海，见一见大城市，希望以后天天都能吃上红烧肉。

怀抱着对未来的美好憧憬，蒋东良从家乡出发了。“早上6点，坐我们镇上的轮船，十几个小时到无锡，然后从无锡站买火车票到上海，到上海是凌晨两三点。”具体的时间记不清了，但那种激动又有些害怕的心情，蒋东良至今都记得。因为上海的公交车要6点钟才会有，所以蒋东良就在火车站等天亮。为了消磨时光，他会上海火车站和对面的名品商城来来回回地走，“大概要走到靠近300个来回”。而在这过程中，蒋东良看着卖早点的小推车开始营业了。“那个鸭血粉丝汤啊，特别诱人”，蒋东良记得很清楚，一毛五分钱一份，“但舍不得吃，只能看着”。

最初，蒋东良在工地上做瓦工，一个月30块钱，每个月的伙食费是9块钱。“夏天都是虫子，晚上就睡地上，还有蚂蚁”，蒋东良不怕吃苦，但觉得这样下去，是没有什么出息的。他得知，技术员一个月的工资能拿五六十元，工作还轻松，意识到只有知识才能改变命运。为此他白天在工地上工作，晚上抓紧时间看书学习，最终考上了无锡建筑职工中等专业学校民建专业，之后又参加全国高等教育自学考试，拿到民建专业大专文凭。

从此，蒋东良就有了新的起点。1987年，他承接了自己的第一个工程——常州铁合金厂的土建安装；1996年，他接手经营不善的宜安公司，凭借自己的努力，让公司扭亏为盈，并逐步发展成为全国安装业的知名企业。

“高科技是工具，要大胆去用”

同样是做工程，如何做得比别人好？蒋东良表示，要多学习新技术，充分利用各种高科技。

上海世博会指挥中心的工程，是蒋东良印象很深刻的一次。工期短，技术难度大，质量要求高，蒋东良不敢放松。他介绍，这个工程的管道比较多，而管道接口采用丝扣连接，施工难度大，质量不稳定；采用世界上先进的法兰连接和焊接连接的，焊接部位容易锈蚀。怎么办？蒋东良专门成立了技术攻关队，最终决定采用先进的管道卡箍连接施工技术，这样就解决了焊接接头腐蚀的问题。

对技术的大胆使用，也让宜安在行业竞争中占据优势。在

上海规模最大的中外合资医院——上海嘉会国际医院工程的竞标中，宜安采用了BIM(建筑信息模型)技术，提前做了一套可视化的建筑模型，赢得了专家的认可。用BIM技术优化管线排列，包含排水、采暖工程、建筑电气工程、智能建筑工程等环节，能减少实际制作安装的差错。蒋东良介绍，工程完成后，还能生成全套数据档案，进行数据化管理，实现“全生命周期”管理。

以BIM技术为核心，宜安引领了建筑安装行业从“制造”到“智造”的升级。蒋东良说，传统建筑安装行业存在管理粗放、效率低下、能耗过高等问题，需要借助先进的技术手段，实现产业转型升级的跨越式发展。建筑安装行业看似是个传统行业，但“没有传统行业，只有传统思维”，蒋东良说，无论行业发展还是企业发展，都应瞄准科技创新的“时代靶点”，坚持“智慧建造”发展方向。

“输血做得太多，造血做得太少”

从杨巷镇走出来的蒋东良，时刻不忘家乡的父老乡亲。他每年除夕，都会带着孩子去敬老院慰问老人；每年大年初一，宜安公司也都会为镇上的环卫工人发红包。

不仅如此，宜安公司先后设立全国首个农民彻底脱贫小额贷款担保基金、宜安农村青年创业基金、云帆教育基金、江苏安装行业发展基金等16只基金，累计投入超过6000万元。2016年宜安公司创立40周年时，蒋东良提出不搞庆典，他出资1280万元设立了“宜安梦”公益基金会，打造“百年宜安”。蒋东良表示，自己的目标是做到30只公益基金。

授人以鱼不如授人以渔。蒋东良认为，现在“输血做得太多，造血做得太少”。为此，他积极扶持一些创业创新项目，比如远望蔬果专业合作社。农大毕业的杨杰回乡创业，在杨巷镇革新村种植樱桃番茄、荷兰黄瓜、迷你南瓜等。“他们班上56个人，55个人去当公务员，只有他一个人创业。”蒋东良被杨杰的创业热情所打动，把他作为发展现代高效农业的典型，不仅在资金上给予支持，而且还帮杨杰出谋划策。蒋东良希望杨杰自己做大做强之后，也能带动群众致富，把成熟的技术教给在农村想创业的人，尤其是贫困户、残疾人，提供从种植到销售的“一条龙服务”。

“民营企业的责任担当在于不是只逐一己之利，而是通过企业的发展为社会带来更多的福利。”蒋东良表示，企业家的责任感，更多地是体现在“输血式”的支持、“造血式”的资助上。

南京紫郡府 一生之选 不负久候 上秦淮5G科技高层应市启新在即

南京发布重磅楼市新政,限制离婚炒房,夫妻任何一方自离婚之日起2年内买房的,其拥有住房套数按离婚前家庭总套数计算;楼盘30%的房子有限卖给南京市户口无房家庭,在重磅加码、调控收紧的当下,手中的购房资格显得愈发珍贵,买房是一生之选,人生的幸福,值得暂时的等待。

葛洲坝融创·紫郡府墅质精工高层
不负久候 即将首开

上秦淮湿地板块作为南京主城区内天赋山水资源极佳,城市配套资源齐全的区域,一直以来深受高端改善客的喜爱,而葛洲坝融创紫郡府项目占据上秦淮湿地板块核心位置,以其国匠精工、5G科技、低密社区等优势受到市场改善主流客户的一致称赞。

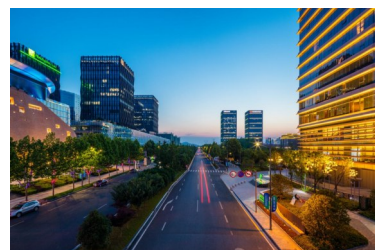


(图片为效果图)

继叠墅产品热销后,终于在8月迎来建筑面积约96-140㎡高标准墅质精工高层,实景呈现,至美空间即买即住,在葛洲坝融创·紫郡府邂逅高阶人居的美好。更好的家为更好的你,好房子总是值得一等再等。

正席上秦淮
醇熟生活界面享受

坚持“产城融合文旅结合”的发掘理念,重磅配套、优势元素叠加整合,生活气息释放城市蓬勃生命力,历经5年快速发展,使上秦淮湿地突破成为城市高端宜居的理想选择。葛洲坝融创·紫郡府以榜样的姿态坐踞其中,成就主城区人生活标杆。



(图片为实景拍摄)

三横四纵立体交通 纵横心之所及

以绕城高速、秣周东路、云台山河路为横轴,双龙大道、苏源大道、机场高速、将军大道为纵轴,邻近地铁3号线(秣周东路站),快速通达全城,世界,从脚下开始。

5km里繁华盛境 承启都荟人居向往

在日新月异的都会前行浪潮中,5公



里半径内将繁华盛景尽揽于心,人居境界自成高格。

4大繁华商圈:砂之船商圈、百家湖商圈、九龙湖商圈、东山商圈

3-22岁全龄教育圈:小天使幼儿园、九龙湖幼儿园、南京未来科技城小学(游府西街小学江宁分校)、南京师范大学附属中学(江宁分校)、东南大学(九龙湖校区)等(非学区承诺)

三甲医院坐镇:南京同仁医院



(图片为实景拍摄)

推窗瞰山河 生态宜居高地

约13.7平方公里上秦淮湿地公园生态巨幕,诗意绽放,如画山水,推窗即赏。远眺方山苍翠绿意,近揽云台山河清浅涟漪,天赋自然带来无与伦比的身心体验,以恢弘大气的高远境界,写意生态人居样板。



(图片为实景拍摄)

以云台山河为界,以北的所有宅地均已出让,形成了以低密改善墅区的高尚宜居生活区,期待等待还未成型的上秦淮南区,不如把握即将售罄的上秦淮北区。尤

其对刚需、刚改客户相较友好的高层产品,机会稍纵即逝。

高配科技精装&迭代户型 超越同品级的墅质高层

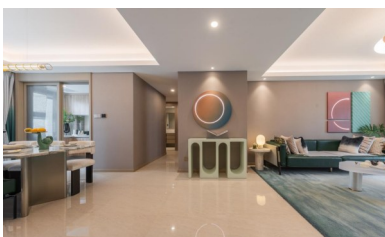
葛洲坝融创·紫郡府作为区域内唯一带科技+精装的纯低密住宅住区,在众多楼盘中脱颖而出,成为其中的佼佼者,匠筑高标准科技精装准现房,将生活的期许——兑现。

科技智领 绿色筑品



(图片为实景拍摄)

从科学户型到科技住宅,葛洲坝融创·紫郡府提前洞悉对家的健康需求,以5G科技构建家的“免疫盔甲”,引入地源热泵系统、毛细管网系统、同层排水系统、LOW-E中空玻璃等为业主家人打造恒温恒湿恒氧恒静的绿色健康大宅,保持居住舒适的同时,更营造极致安全的生活环境。



(图片为实景拍摄)

科学户型 精筑生活

项目以独具匠心的规划和人性化设计打造建筑面积96—140㎡轻雅奢宅,整体以全明设计方正格局呈现,确保室内空间更好的利用率,约6.2米精装入户大堂,融仪式感于生活肌理,定制高端入户宅门,四合一(密码、指纹、刷卡、钥匙)的门锁,在细节中融入人性化的考量,室内约3.1米层高,奢制生活的高度;阔尺宽厅,会客宴请从容有余;主卧套房、舒雅双卫、南北阳台、N+1灵活的空间模块……为业主生活诉求提供更多解决方案,以精研的东方美学让奢适人居理想在此落地。



(图片为实景拍摄)



(图片为实景拍摄)

精于工,匠于心。葛洲坝融创·紫郡府容纳生活的想象,本月即将把美好时光尽数崭新,绿色健康的生活片刻开启。

5G科技 绿色筑品

建筑面积96—140㎡墅境高层

全城限量臻藏

Vipline:025-8653 7777



长江产经智库圆桌会： 中国经济如何打持久战

■ 中央政治局7月底会议指出,当前经济形势仍然复杂严峻,不稳定性不确定性较大,我们遇到的很多问题是中长期的,必须从持久战的角度加以认识。那么,如何打好持久战?

战岐林 山东工商学院

中长期问题是培育市场主体活力,关键是使中小企业拥有良好的竞争环境。(1)大企业不仅在政务申请审批类事项上具有规模经济,而且经常能够获得政治支持,在行业竞争中压制中小企业。(2)地方政府官员的任期较短,在经济绩效考核压力下,扶持大企业更容易获得短期绩效。但是,塑造良好的营商环境使企业持续地新旧更替,才能使市场机制发挥其筛选作用。这一矛盾需要逐渐解决。

郭进 上海社会科学院

经济持久战必须正视国内区域市场分割问题。区域市场分割是财政分权模式下,中国经济增长过程中长期存在的现象,也是构建国内统一大市场必须着力解决的中长期问题。区域市场分割阻碍了国内统一大市场的形成,导致国内贸易的成本甚至高于国际贸易的成本,同时也加剧了区域产业同构和恶性价格竞争问题。解决区域市场分割问题,构建以内需为主的外向型经济体系,需要围绕市场化改革的方向,进一步理顺经济运行的体制和机制,从梳理政府、企业与市场的关系入手,稳定市场预期、稳定企业家队伍、降低企业运营的制度性成本、提升企业家作为创新主体的政治地位,以企业家的活力促进国内统一大市场的提质增效。

于晓华 哥廷根大学

(1)对内实现经济转型,加大社保支出,实现住房、医疗、养老和教育全面福利化;这样才能促进内需,老百姓敢花钱。(2)继续加大对外开放,以超大规模经济体吸引全球的投资。(3)加大科研和教育投入,实现科教兴国,全面提升创新水平。

沈凯玲 澳大利亚国立大学

我觉得年轻人的婚姻大事是中国经济的一个长期问题。所谓老龄化,一方面是医疗健康水平提高,人均寿命增加;另一方面是生育率下降,是性别比失衡,是传统观念与年轻人的现实冲突,造成婚姻不稳定,家庭生育成本高。未来劳动力的数量、素质直接关系到中国经济发展的中长期基础。把大量劳动力从接送孩子、从困在家中带孩子中解放出来,为经济发展充实劳动力供给、使多子女家庭(从房地产政策上鼓励三居室、四居室供给)成为可能,看似一个个家庭小事,却是长久发展之计。

谢杰 浙江工商大学

形成国内大循环有很多工作可做:如打破地区市场壁垒,促进国内要素市场化改革,形成创新的激励机制,金融市场化 and 资本市场改革等,最终形成国内市场的内生增长动力机制,持久战的最终胜利主要依赖于国内市场活力和企业家精神的释放。改革和发展是解决一切问题的关键所在。

叶茂升 武汉纺织大学

中国经济中长期问题还是一个如何继续更好发展生产力的问题。要不断进行改革,使得我们的生产关系能够适应生产力的发展。当前世界正在进入新一轮科技革命,中国必须迎头赶上,紧跟世界科技发展趋势和潮流,这就要求我们必须不断加大科技创新投入,提高科技创新效率,不断培育更多的创新市场主体。当前需要消除阻碍企业创新的体制机制障碍,尤其是鼓励资源向具有创新能力的企业倾斜,而不能为了保护特定群体利益,阻碍创新,或者通过非市场化的行政干预手段,扭曲要素配置从而导致创新效率损失。

郑登元 南京审计大学

最重要的应是社会安定与就业问题。只要社会安定,中国的经济在各方面长久仍会有发展的,只是速度的快慢,所以政府设法创造就业机会。从经济学的角度来看,第一,消费。可以降低一些消费税,降税,减少交易成本与民众的负担,刺激消费。第二,企业投资。一个是刺激需求,另一个是降低成本。减少不必要的行政审批,降低企业税费的负担(含金融市场融资成本)。第三,政府投资。政府也可以增加一些短期性的工作,以工代赈。如社区巡逻、交通指挥、城市清洁、扶贫工作、社会工作、赈灾等。第四,进出口。

吕枫 美国诺尔公司董事长

我们注意到一个现象:需要找工作的人很多,而不少求贤若渴的企业,在不少专业岗位上却又长期找不到合适的人才,尤其加工制造业,企业通常都需要对新入职人员投入大量人力物力,进行较长期的培训。整体而言,无形中使中国企业增加了成本,降低了国际竞争力。设法使学校教育和生产实践充分接轨,是一个长久课题,对提高经济效率有深远影响。

吴跃农 中国民营经济研究会

我国经济将面临来自美国的外部封杀局势，并将是长期化的，而美国必欲脱钩中国、打压和隔离中国与全球的经贸关系。怎么办？这可能是一个中长期问题，我们可以承受一定的发展速度降低，但我们不会放弃发展，而是调整策略后坚持在外部环境严峻、美国制造对立的情况下久久为功，做好自己的事：一是持久创新使产业链不被斩断，芯片断供之后，中国必须团结联合一切可以争取的内外力量，在关键技术领域求突破，杀出一条条活路；二是通过长三角一体化、长江经济带、珠三角、粤港澳大湾区、京津冀、西安—新疆等区域超大城市群和产业集群建设，增强生产和消费能力的不断提升；三是继续持久扩大“一带一路”朋友圈，这既是中国制造及商贸新辽阔空间，也是中国工业资源、粮食生产的可靠腹地；四是坚持国内市场的开放，用超大规模的国内市场融合全球市场，促进中国企业坚定地办世界工厂，办世界市场；五是弘扬企业家精神，坚持发挥好企业市场主体创造性和国家企业化的整体性推进特色，建立破解美国严峻打压的全球经济紧密关系，通过本币结算、重建换资源等形式，建立中国与特定国家、特定区域的结对深耕共建关系，形成板块形、区域性经济规模，进一步实现中国超强产能的转移和创新能力的覆盖，为中国主导的新全球化夯实基础。

陈东 安徽工业大学商学院

减少制度性交易成本在中长期仍是最重要的。疫情过后，经济逐渐回归常态，在出台和更新具体政策的同时，要探索将短期政策的作用和形成长效激励机制有效结合起来的问题，注重预期管理，以恢复企业家信心为首要任务。

孙映祥 东部机场集团

增强产业竞争力需要持久战。在严峻国际环境的外在压力以及推进高质量发展内在动力的双重作用下，加速产业升级换代，增强产业竞争力，已经时不我待。这场持久战需要从两个方面推进：一是扩大国内市场有效需求。我国人口众多，但市场有效需求仍有较大拓展空间，消费层次也有待提升，这就需要通过适当的财税政策调整收入分配和再分配格局，培育和壮大中产阶层，逐步提高低收入阶层的收入水平，并引导转化为有效需求。二是进一步推进供给侧改革。无论机遇还是压力，我国产业升级都已经进入关键期。从增强自主研发能力、掌握核心技术，到补短锻长产

业链，最终形成核心产品、龙头企业、增强产业竞争力，都不可能一蹴而就，需要韬光养晦、苦练内功，方能浴火重生、凤凰涅槃。

林学军 暨南大学

后疫情时代中美贸易摩擦要有打经济持久战的思想准备。首先我们要高度重视国内市场，利用我国庞大的内需市场，提振我国经济，要充分利用好国内市场，必须一要建立统一的全国大市场，减少行政干预，让市场机制发挥决定性的作用，以竞争激活经济的活力。其二要发挥国有骨干企业的带动作用，促进整个行业的发展。其三是要加强扶贫助困，缩小城乡、行业、地区之间的差距。第二，在重视国内市场的同时要加大开放的力度，改善营商环境，努力吸引外资，学习国外的先进技术、先进经验，提高自主创新能力，加速建设，完善我国的工业体系，提高我国的国际竞争力。

崔卫东 蓝鲸咨询

产业链脆弱是中国经济的中长期问题之一。培育壮大产业链既是一场持久战，也是一场攻坚战。以290个设区市为单元构建产业链主链的重点地区，围绕产业链主链建设产业集群。举全市之力，充分发挥集中力量办大事的制度优势，集中力量强链。对产业链主链需要的创新资源，发挥新型举国体制优势，加强科技创新和技术攻关，强化关键环节、关键领域、关键产品保障能力。重点地区培育的产业链主链，要坚持对内开放，发挥我国超大规模市场优势，融入国内大循环主体。产业链主链更要坚持对外开放，利用国际技术、人才、资本等先进生产要素，融入国际大循环。一条链一条链地的部署和建设，坚持不懈，久久为功。

吕恒君 德国柏林洪堡大学

保持市场经济灵活性、促进民众创造力与市场经济自由活力。同时加快产业升级与技术创新，与欧美国家的技术转型与升级要求保持一致，以继续进行市场、技术方面的合作竞争。

刘伟丽 深圳大学

中国经济目前比较迫切的问题是产品品牌和质量信誉的问题，中国制造产品的全球品牌认同度提升和全球质量

信誉提高需要一场持久战,一方面,中国制造的产品应该去贴牌化,鼓励企业创建自有品牌,持久经营好国产品牌,并做优做强,发挥品牌溢价的重要作用。另一方面,提高中国制造产品的质量信誉度,持续提升产品质量,持续提高和规范产品相关的标准,注重产品生产全过程的质量管理体系建设,持续提升和改变中国制造在全球的质量信誉。

冯长辉 工信部

从需求看,国内经济增量少,出口拉动难维持。建议要按照现在的发展阶段,选取适合的发力点,以带动各产业渡过难关,然后在未来较长的时间内待变而动。其中,可考虑新农村建设,既可以拉动增长,又能接纳失业返乡农民,还弥补农民相对缺少的获得感,利于社会稳定。这需要总量测算,据我观察,北方的村镇这方面潜力很大!当然必须要有政策杠杆撬动,这一点对老百姓很管用,看看消费券的撬动比例是10~30倍,如果广大的新农村建设搞起来了,维持一定的增长是可期的。

周文成 南京邮电大学

国有企业从竞争性领域退出,退出的大量资源用于社会保障与发展。社会保障与发展,提升全社会福利水准,不仅国民获得感强,也为经济改革与发展托底。

姜丕军 北京中天嘉华金融集团

在中美摩擦愈演愈烈的大背景下,高层从战略的角度提出持久战。提及持久战,不得不让人想起过去百年里发生的两件大事,一是上个世纪30年代,抗日战争中相持不下的情形下,我国提出持久战,最终我国取得了胜利;二是上个世纪50年代之后,美苏“冷战”,同样是相持不下,最终苏联解体,美国取得了胜利。从上述两大事件中可以总结出,打赢持久战的关键因素,根本上是要办好自己的事情,那么对于当前的中国来讲,如何进一步深化改革,保护企业家精神,稳定就业,强化国内经济的韧性等,这些都是办好自己事情的主要构成部分。反之,如果下一步的改革措施偏离法治化、市场化的方向,企业家没有“定心丸”,国内人心不稳,那么,外围环境的动荡就会与国内“焦灼”形成共振。

王修志 广西师范大学

就“市场配置资源的决定性地位和更好发挥政府作用”改革方略而论,加强市场环境建设是应对不确定性并促进双循环发展新格局的基础性工作。市场环境建设既包括营商环境建设,也包括消费环境建设,要致力于实现营商环境与消费环境两翼齐飞。其一,营商环境与消费环境没有最好只有更好,需要久久为功、持续发力。其二,营商环境与消费环境建设的要义,是为生产者和消费者赋权,要以法治化为前提,从根本上确立生产者主权和消费者主权。其三,市场环境建设的对应面,是政府职能转型,即真正成为市场秩序的维护者而不是干扰者。最后,在市场环境及与之匹配的行政效能评价方面,必须确立企业、消费者的主体地位,以形成对行政主体的有效监督和激励约束。

徐天舒 苏州科技大学

中国外贸依存度一般在30%-50%,因此如何持久地开放,通过外循环来促进内循环的不断增强,将是一个需要长期关注的问题。中国的外贸同时也要实现引进来和走出去的双向流动。这就需要我国改变原有的招商模式和低端产品出口格局,依靠国内大市场和机制创新,来实现产业结构优化和产业升级。

黄金秋 马鞍山网信办

我国高技术产业正面临日益加剧的“高端封锁”。打赢高新技术产业持久战,一是用足窗口期。利用我国超大经济规模优势和巨大的内需市场,尽量延缓外资企业向国外转移的步伐,引导成本敏感型的外资企业向中西部地区转移。二是抓紧时间、把握战略期。立足国家价值链,利用全球资源和市场,积极打造我国高技术产业以我为主的全球价值链,实现与国家价值链的有序互动和对接,不断带动我国高技术产业迈向全球价值链中高端。

汤秀平 上海钧智律师事务所

必须从持久战的角度加以认识,反映出要增加经济发展的韧性。我国经济发展过程中,存在一些不利于经济长期稳定发展的制约因素。比如社会保障问题,我国社会保障支出占财政开支的10%左右,发达国家一般在40%。社会保障的不足,不利于创造一个公平、稳定的和谐社会。更不利于内需的扩大,缺少消费的拉动,国内市场显得疲软。

来源:南京大学长江产业经济研究院



任正非： 企业与高校的合作不能强耦合

任正非在复旦大学、上海交大、东南大学、南京大学
座谈时的发言纪要

时间:2020年7月29日-31日

我们公司为什么要搞基础研究？因为信息技术的发展速度太快了，传统的产学研模式，赶不上市场需求的发展速度。因此我们也进行了一些基础理论的研究，大多数是在应用理论的范畴，只有少量的走在世界前面去了。大学老师的研究是为理想而奋斗，目标长远，他们研究是纯理论，要素研究。有如土耳其Arikan教授一篇数学论文，十年后变成5G的熊熊大火；也如上世纪60年代初苏联科学家彼得·乌菲姆采夫发表的一篇钻石切面可以散射无线电波的论文，20年后美国造出了隐身的F22；上世纪50年代中国科学院吴仲华教授的三元流动理论对喷气式发动机的等熵切面算法，奠基了今天的航空发动机产业；又例如现代化学的分子科学进步，人类合成材料可能由计算机进行分子编辑来完成，这也是一个天翻地覆的技术变化……高校的明灯照耀着产业，大学老师的纯研究，看得远、钻得深；我们的研究实用度强，我们之间的合作，你们给我们带来方向，照亮了我们。我们的基础研究是围绕商业目的的，比较贴近近期的实用化，我们给你们带来客户需求，以及行业所面临的世界级难题，知道这个方程的价值与应用。相互都是有益的。合作使我们早一些知晓世界的发展动向，就缩短了商品化的时间，我们能超前世界，就会获得更好的机会。

我们与大学的合作是无私的，我们在全世界遵循美国的拜杜法案的精神，基础研究的合作成果归学校。你们的成果可以像灯塔，既照亮我们，也可以照亮别人，是有益于我们，有益于学校，有益于社会的。

企业与高校的合作要松耦合，不能强耦合。高校的目的是为理想而奋斗，为好奇而奋斗；企业是现实主义的，有商业“铜臭”的，强耦合是不会成功的。强耦合互相制约，影响各自的进步。强耦合你拖着，我拽着你，你走不到那一步，我也走不到另一步。因此，必须解耦，以松散的合作方式。

灯塔的作用是明显的，人类在自然科学上任何一点发现和技术发明都会逐步传播到世界，引起那儿的变化的。希腊文明、中国的春秋时代，都曾出现过灿烂的思想文明，点燃了人类哲学、文化、创造之火，推动了思想解放。但中间又熄灭了一段时间。一千年前，欧洲还是中世纪的黑暗，最近几百年文艺复兴重新燃起欧洲文明之火，也不仅仅是火车、轮船、蒸汽机……也不仅仅是欧拉公式、拉格朗日方程、傅里叶变换……也不仅仅是莎士比亚、黑格尔、马克思……它们像灯塔一样照亮了整个世界。叶卡捷琳娜引进了欧洲的音乐、绘画、哲学……松软俄罗斯农奴社会的土壤，彼得大帝又引进了工程、建造……俄罗斯崛起了，也不仅仅是无线电、门捷列夫元素周期表、托尔斯泰、普希金……文明之火传到美国，美国两百年前还是蛮荒之地，灯塔照亮了他们的创新，特斯拉的交流电、飞机、汽车……创新之火在美国大地上熊熊燃烧，“硅谷八叛徒”在餐厅的一张纸巾上创立了仙童公司，仙童公司的分裂，点燃整个世界半导体产业的烈火……在灯塔的照耀下，整个世界都加快了脚步，今天技术与经济的繁荣与英美日俄当年的技术灯塔作用是分不开的。我们要尊重这些国家，尊重作出贡献的先辈。孔子都过去两千多年了，我们还不是在尊孔吗？不管这些专利保护是否已经过期，先贤

是值得尊重的。我们公司也曾想在突进无人区后作些贡献,以回报社会对我们的引导,也想点燃5G这个灯塔,但刚刚擦燃火柴,美国就一个大棒打下来,把我们打昏了,开始还以为我们合规系统出了什么问题,在反思;结果第二棒、第三棒、第四棒……打下来,我们才明白美国的一些政治家希望我们死。求生的欲望使我们振奋起来,寻找自救的道路。无论怎样,我们永远不会忌恨美国,那只是一部分政治家的冲动,不代表美国企业、美国的学校、美国社会。我们仍然要坚持自强、开放的道路不变。你要真正强大起来,就要向一切人学习,包括自己的敌人。

人类社会的下一个文明是什么?还会不会产生一个类似汽车、信息产业这样的产业?我说的“汽车”是泛指,包括飞机、轮船、火车、拖拉机、自行车……“信息产业”也不仅仅指电子工业、电信互联网、人工智能……未来技术世界的不可知,就如一片黑暗中,需要灯塔。点燃未来灯塔的责任无疑是要落在高校上,教育要引领社会前进。对未来的不确定性,认识它的艰难,应对这种不确定性,除了给科研更多一些自由、对失败更多一些宽容外,应对不确定性的确定可以从孩子们的教育抓起,中国的未来与振兴要靠孩子,靠孩子唯有靠教育。多办一些学校,实行差别教育,启发他们的创新精神,就会一年比一年有信心,一年一年地逼近未来世界的大门。二三十年后,他们正好为崛起而冲锋陷阵,他们不是拿着机关枪,而是拿着博士的笔。我今天看见你们在这个社会中,这么多人坐着冷板凳,研究出这么多理论与技术成果,出了这么多优秀的人才,我很兴奋,相信我们国家在二、三十年以后或者五六十年之后,一定会大有作为的,为人类作出更大的贡献,希望寄托在你们身上。

我们需要创新,找到一个一个的机会点。若果我们把英国工业革命的指数定为100的话,美国今天是150,我国是70,中国缺的30%是原创,原创需要更严格的知识产权保护。没有原创就会陷入中等收入陷阱,房屋、汽车……都会饱和的,饱和以后如何发展?不发展,一切社会问题都会产生。

我们公司过去是依托全球化平台,集中精力十几年攻击同一个“城墙口”,取得了一点成功。我们过去的理论基地选在美国,十几年前加大了对英国和欧洲的投入,后来又增加了日本、俄罗斯的投入。美国将我们纳入实体清单后,我们把对美国的投资转移到俄罗斯,加大了俄罗斯的投入,扩大了俄罗斯的科学队伍,提升了俄罗斯科学家的工资。我们希望十年、二十年后,我国的大学担负起追赶世界理论中心的担子。我们国家有几千年儒家文化的耕读精神,现在年轻妈妈最大的期望是教育孩子,想学习,想刻苦学习,这都是我们这个民族的优良基础,我们是有希望的。中国是可以有更大作为的。

来源:东大科研

南京首创： 雅居乐“白手套交付”

从“宅”到“豪”，近十年来，雅居乐始终以缔造高端人居为己任，与南京一起走出了豪宅发展史的第一篇章；从“豪”到“宅”，回归人文主义的至高情怀温度，则是南京品质居所迭代的下一篇章期待。有幸的是，这一全新里程，再度由雅居乐率先发起。

雅居乐作品的每一次呈现，都堪称一次城市人居品质大事记。以雅居乐南京标杆代表作品——雅居乐滨江国际交付为契机，率先发起“白手套交付”的人居二次革命，为南京带来全新的精铸垂范。

雅居乐对于“白手套交付”的规范标准制定，可谓极为严苛。在交付前1个月，工程团队移交服务人员，物业对交付区域至少经过两轮的保洁，与全屋精保洁验收。而白手套验房，是全屋净度的大胆承诺，即交付现场准备白手套，验房时业主可戴上白手套，随意摸擦屋内家具、台面甚至地板的保洁程度，从雅居乐的用心到业主客户的放心，城市等待十年之久。

雅居乐践行了“十二大精控+十大验房通关+前期后期管控”。“十二大精控”指对于施工阶段，通过统筹管理、维修职责、考核机制、工程组织等，制定工作计划；而“十大验房通关”则是落实交付阶段，通过检测、沟通、搜集、派单、反馈、上报等多重方案，实现最高满意度验收。于此同时，实行反馈执行时间极致，以极速服务，进一步提升业主满意度。在等待“房”变成“家”的美好时刻里，让家人感知到了产品的精良，以及蕴含其中的满满诚意。

有口皆碑，雅居乐用实际行动赢得业主的认可，以精工品质、精心服务不断刷新市场标准，即使再华丽的词藻都抵不上他们一句发自内心的称赞，“现场环境和房屋品质总体还是很不错

的”“服务周到细心”“这个可乐罐子保留着，做纪念”……

每一个时代，唯一不变的是“创新”带来的改变；再次认识雅居乐，仍然是被业界赋予“豪宅专家”荣誉的卓越匠工。在南京乃至整个华东的人居迭代发展中，每一次总能看到雅居乐的身影。

2008年，雅居乐花园首入南京，以约15亿的总价问鼎当年“地王”。2008年—2010年连续三年蝉联南京单盘销冠，一场颠覆性的雅居乐大幕在金陵拉开，南京从此雅居乐。

2012年，九龙湖畔，雅居乐藏龙御景以超大“悦墅”产品重新定义区域人居标准，其产品设计敢为人先，带来前所未有的新潮生活。其7个月劲销15亿的傲人成绩，再次奠定雅居乐的领航者地位。

2013年，雅居乐长乐渡，是雅居乐地产27周年里程碑传世文化豪宅巨作，担当南京乃至南中国藏品级文化地产项目，在传承文化的同时，成为城市的孤本。同年长乐渡成为了主城别墅销冠。

2013年至今，雅居乐滨江国际于江北核心区打造豪宅第一排，引入“全球同纬度最美园林”，成为南京唯一自带空中私家泳池的大平层，彻底颠覆了南京人的豪宅认知。与江北版图之心的雅居乐雅尊府，共同形成江北高阶人居的双封面。

2020年，雅居乐“新一代”全龄轻奢系新品雅郡兰庭盛大面市，同脉匠工，创新始终。



消费金融还有多少增长空间

文/黄大智

“内循环”是近期热词,虽然目前还没有明确的定义,但有一个共识,即扩大需求,提升国内消费。既然是促消费,那就离不开消费金融的支持。不管是理论研究,还是在实际生活中,我们都能够感受到消费金融对于消费的提升作用。因此,做大消费金融业务是拉动内循环经济的应有之义。

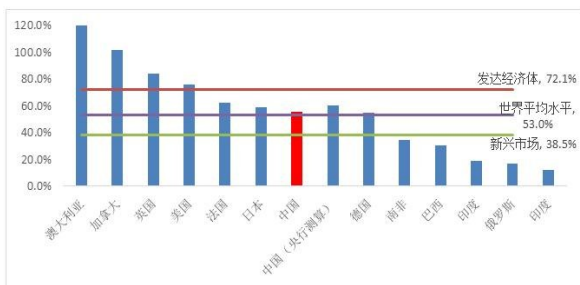
但是,我们也能看到,消费金融是一把双刃剑,在促进消费活力拉动经济的同时,过度的消费金融也带来了消费主义盛行。过低不利于经济的增长,过度又会导致消费主义扩张,所以,消费金融发展需要“适度”。这个“度”是多少,尚且没有人能给出一个具体的答案,但是通过全球及历史的发展对比,可以推测当下我国的消费金融发展还有多少空间。

1

居民杠杆率为居民整体债务占GDP比重,可以用于反映一国居民整体的债务水平,消费金融作为居民消费的一部分,会直接受到居民整体杠杆率水平的影响。

以国际清算银行公布的2019年末各国居民杠杆率来看,欧美等发达经济体平均居民杠杆率为72.1%,报告内的40多个国家平均为53%,包括中国、韩国、俄罗斯、南非等新兴市场国家的平均居民杠杆率则为38.5%。

图1 2019年末部分经济体住户部门杠杆率



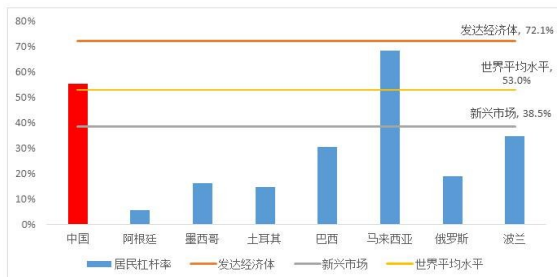
数据来源: 国际清算银行, 苏宁金融研究院

国际清算银行公布的我国2019年居民杠杆率为55.6%,但据人民银行测算,其数值已经超过60%,为了下文便于比较,我们仍然采用国际清算银行数据。

图1反映了世界主要经济体的居民杠杆水平,其中由于多数发达经济体的经济主要靠消费拉动,所以其居民杠杆率也会较高。2019年我国居民杠杆率为55.6%,已经超过世界平均水平,更是远超所处的新兴市场平均杠杆率。所以,在奔向高收入发达国家的发展中,我国的居民杠杆率虽然仍有一定提升空间,但考虑到与当前的发展水平相适应,居民杠杆率已经临近天花板。

除此之外,如果以人均GDP水平来看,2019年我国人均GDP为1.03万美元,全球排名第66,与我国人均GDP相似水平的巴西、俄罗斯、土耳其、墨西哥等国,其居民杠杆率低于新兴市场平均杠杆率水平,更是远远低于我国的居民杠杆率。

图2 2019年末与中国同等人均GDP水平经济体住户部门杠杆率



数据来源: 国际清算银行, 苏宁金融研究院

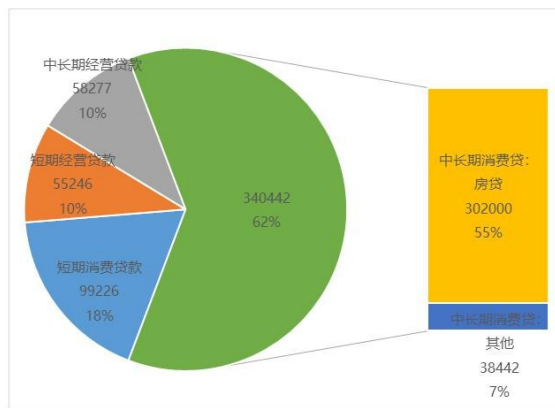
因此,不管从哪个方面来看,与经济发展水平相适应,我国的居民杠杆率都很难有快速及大幅度的提升。

但须指出的是,居民杠杆率仅能反映一国整体债务的一部分情况。如阿根廷,其债务多为政府债务,也正因为此,阿根廷当前面临着严重的政府破产危机。

2

虽然从整体看,我国的居民杠杆率很高,但结构却极其分化。从住户贷款的构成看,包含了消费贷款和经营性贷款两部分,消费贷款占比为80%,其中又以中长期的住房贷款为主,在住户贷款中占比超过50%,而一般认知中的短期消费贷款仅为9.9万亿,占住户贷款的18%(见图3)。

图3 2019年末我国住户贷款结构(亿)



数据来源: Wind, 苏宁金融研究院

图4 2017-2019年消费贷款与社会消费品零售总额增速



数据来源: Wind, 苏宁金融研究院

但如果从近几年数据看,消费金融的增速在加快。2017年间,短期消费贷款同比增速从19.9%骤增至40.9%,与同期中长期消费贷款呈现“一升一降”,且增速上升趋势明显偏离同期社会消费品零售总额增长趋势。到了2018年,短期消费贷款同比增速虽然有所回落,但总体仍维持在28.1%-40.1%的较高区间,而近五年平均增速为27%,同期中长期消费贷款增速也仅为18%-25%。2019年,住户部门短期消费贷款同比增速有所回落,但仍处于较高增长区间(见图4)。

整体来看,消费金融仍在以高于社会消费品零售总额、高于GDP增长的速度发展。但是,过高的房贷占比极大地挤

压了消费贷款的扩张。因此,随着房贷占比增速的进一步下降,消费贷款存在两部分增长空间。一是在住户贷款中的结构占比,二是随着整体住户杠杆率的提升而带来的消费金融的提升。

3

一定会有人疑惑,为什么要对比分析这些“看起来无用”的消费金融数据。在众多消费主义文化的影响下,使很多人对于消费金融的印象是负面的。

然而,如果我们去研究美国消费金融的发展历史可以发现,在其160余年的消费信贷发展过程中,消费信贷渗透到社会生活的各个方面,对美国经济和社会的发展产生重要作用。

事实上,消费信贷制度是美国梦实现的关键。如美国学者大卫·卡普罗维茨所言:“社会学家对殷实的消费社会的一个方面几乎完全忽视了,这就是它在多大程度上安身立命于消费信贷制度之上。”

因此,在整个20世纪,消费信贷始终是美国经济学家的一个重要研究主题。从20世纪20年代以来,实现美国梦至关重要手段是获得消费信贷。消费信贷为美国梦融资:货币被借给买车者和购房者,借给旅游者和度假者,借给就餐者和购物者,借给就医的人——几乎借给任何人,用于任何目的。

消费信贷的持续增长,是美国经济增长的主要动力。在美国,投资、消费和净出口三大需求中,消费需求对经济增长的贡献率一直在80%以上,而美国居民各种形式的信用消费占美国国内产品总消费的2/3以上。

美国经济学学家瓦尔特·克奇曼(Walter Kichenman)将美国的消费信贷制度描述为“美国经济活力的秘密武器”。1972年全国消费金融委员会(National Commission on Consumer Finance)的一份官方报告强调,消费信贷“不仅是我国庞大的工业机器运转的润滑剂,也是我国实现和保持世界上最高生活水准的主要工具”。

还有更重要的一点,消费信贷在社会学上一定程度上重构社会结构。在现代美国崛起的过程中,消费信贷缓解了人们因为生活方式或者社会关系的变化而面临的艰辛,成为缓解流动性约束的有力工具。有了消费信贷,大批美国新移民和农村人口,才得以在物质意义上实现移民梦。

消费金融扩大了处在社会中低阶层的社会成员的生存与发展空间。信用已经成为一种财富和准货币,只要信用好,无论当期收入如何,都可以获得消费信贷,甚至是身无分文的人,也可以凭借自己的信用维持生存,获得发展的机会。

平等授信下的消费金融,为20%的美国学生提供了接受高等教育的机会,使66%的美国家庭通过住房贷款拥有了自

己的住房,1/3家庭靠汽车贷款购买了汽车。消费金融甚至成为一种社会救济方式,根据美联储的调查,在过去30年里,美国最低收入家庭获得的消费信贷的比例飙升到接近70%。消费金融给那些不太富裕的人群、年轻人和新移民的生活带来了实质性变化。

当然,2008年爆发的金融危机显示出过度负债会给经济和社会发展带来很大伤害,但是这仍然无法抹杀消费信贷发挥的积极社会功能。

不过也正因为如此,我们需要在消费金融发展的不足和过度中,寻找一个合适的“度”,以谋求避免过度消费金融带来的坏处。

4

既然无论从其社会功能还是经济功能来看,消费金融都是美国实现增长的动力源泉。那么在强调“内循环”、强调促消费的大前提下,消费金融的适度性就有了更多存在的意义。

在合适的利率水平下,消费信贷是一种普惠金融,旨在帮助最广大的消费者实现资金的跨时间配置,通过增加教育文化消费获得独立成长和良性发展的空间;而且负债形成的刚性还款预算还可以减少支出的随意性,引导和规范日常生活支出。

可以这么说,消费金融是消费者享有的金融权利,能够满足“人民对美好生活的向往”。当然,虽然消费信贷在融合社会各个阶层,在建立社会共识和共同文化方面可以起到重要的作用,但2008年国际金融危机告诉我们,针对社会困难群体推出的消费信贷产品,不能一味强调金融机构的经济目标(追逐利润最大化),否则会带来严重的社会问题。

正如金融有“好的”和“坏的”,消费金融也有“好的”和“坏的”。判断消费金融是“好的”还是“坏的”的根本标准是——是否有助于减少贫富差距。

在《断层线》一书中,拉詹指出,贫富差距过大是一切不幸的根源,是导致2008年国际金融危机的根本原因。作者进一步警告说,如果这种差距不能得到修补,未来还会发生更具毁灭性的危机。

《21世纪资本论》的作者斯蒂格利茨说过:“虽然我们永远不能创造出一种完全机会平等的制度,但我们至少能够创造出更多的机会平等。”

消费金融正是通过为最广大消费者群体提供金融服务,来为他们创造机会平等。消费金融不仅仅是提供低成本的贷款用于消费,更重要的是培养客户的信用意识、财务计划能力和提供基础的理财服务,过上体面且自由的生活。

来源:苏宁金融研究院



双循环时代,城市排位面临洗牌

文/老船长

疫情造成的影响,已经渗透进世界的每一个角落。在国内,湖北和武汉遭受有史以来的最大冲击,但坚强意志正支撑他们复苏;在国外,当Tik Tok和微信被摆在靶子中心的时候,新冷战的铁幕似将落下。

后疫情时代,国内国际格局早已改头换面。尤其在高层提出“内循环为主”之后,国内城市格局也将迎来大洗牌时刻。

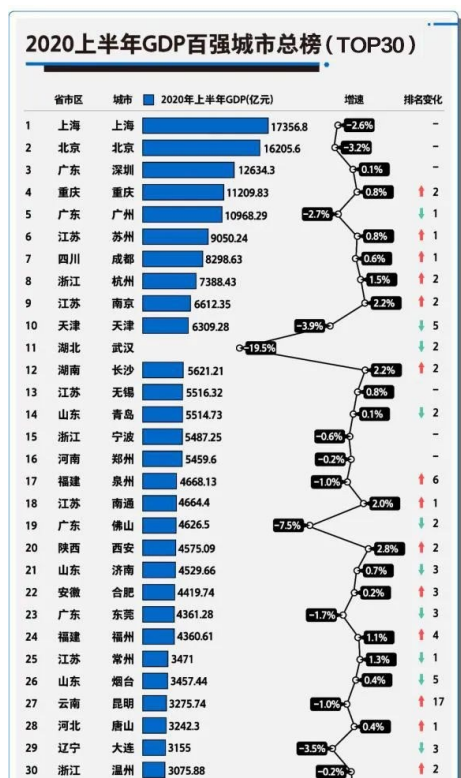
沿海外贸型城市不再吃香了? 内陆城市将迎来爆发? 哪些产业能成功拥抱这轮红利? 哪些城市的优势将被内循环放大? 哪些城市的弱点将成为发展障碍?

.....

这些都是亟待回答的宏大命题,也是时代给各个城市出的严肃考题,只待优等生突围而出。

上半年城市格局已变

其实,最简单也最直观的答案,就出现在上半年的成绩单中。



图片来源:时代数据

在上半年GDP30强城市中,14个城市的排名较2019年上升,10个城市的排名出现下降,6个城市排名不变,变化还是蛮大的。最值得关注的几组较量:重庆反超广州、南京反超天津、长沙反超青岛、昆明大幅上升。

上半年,重庆GDP达到11209亿从而反超广州,让北上深广的多年格局,出现破局。当然,这与疫情环境下的增速密切相关。重庆上半年经济增速0.8%,是难得的正增速,而广州则下降2.7%,跌幅不小。但暂时的反超,并不意味着广州就输给了重庆。从城市面貌、产业布局、城市影响力各个方面,广州还是远在重庆之上。

另外两组值得关注的城市,天津还在大幅下滑,-3.9%的增速让天津下降了5个位次,直接掉到了第10名,若得不到及时调整,下半年的天津极有可能掉到10名以外。同时,低调的长沙以2.2%的增速稳步前进,和青岛互换了位次。而昆明则大幅上升了17个位次,从44位直接升至27位,挤进30强。

特殊的是,上半年城市格局的变动,影响因素只有一个——疫情。疫情愈严重,对城市经济的影响就愈大,武汉就是

最明显的例子。这就给了那些疫情较轻的城市弯道超车的机会。但这只是上半年暂时的变动。下半年对内大循环和对外持久战,将带来更大的格局变化,或许远超你预期。

外贸城市失宠?

以内循环为主的时代,外贸型城市就失去生存空间了吗?并非如此。

全球化的市场经济,各种因素错综复杂,一个政策并不能做到完全切割。内循环为主,并非舍弃外循环,三驾马车之一的出口不是说没就没了,外贸型城市也并非就此舍弃。但当下全球疫情形势尚不明朗,各种脱钩不稳定因素依旧存在,对外贸型城市确实存在一定影响。

那在这些城市中,对谁影响最大?换言之,谁对外贸的依赖度最高?

城市	上半年外贸进出口(亿元)	上半年外贸依存度↓	上半年出口额(亿元)	上半年出口依存度	上半年GDP(亿元)	上半年经济增速(%)
东莞	5633.4	129.2%	3414.67	78.3%	4361.28	-1.7
苏州	10101.4	111.6%	5769.32	63.7%	9050.24	0.8
深圳	13356.75	105.7%	7150.37	56.6%	12634.3	0.1
厦门	3081.83	104.5%	1556.51	52.8%	2948.19	0.6
金华	2152.4	102.4%	2058.73	98.0%	2101	-1
舟山	1371.1	100.0%	292.1	21.3%	1371.6	11.9
上海	15813.91	91.1%	6422.72	37.0%	17356.8	-2.6
宁波	4307.5	78.5%	2789.24	50.8%	5487.2	-0.6
珠海	1178.06	74.1%	671.35	42.2%	1590.59	-2.5
中山	973.43	70.1%	782.54	56.3%	1389.32	-6.5
北京	11287	69.6%	2481.52	15.3%	16205.6	-3.2
大连	2047.7	64.9%	812.06	25.7%	3155	-3.5
天津	3456.32	54.8%	1383	21.9%	6309.28	-3.9
惠州	1011.8	53.7%	669.55	35.6%	1882.84	-4.3
青岛	2864.4	51.9%	1673.54	30.3%	5514.73	0.1
无锡	2859.9	51.8%	1666.55	30.2%	5516.32	0.8
嘉兴	1282.23	51.3%	949.17	38.0%	2497.81	0.6
佛山	2016.6	43.6%	1612.84	34.9%	4626.5	-7.5
成都	3230.9	38.9%	1759.85	21.2%	8298.63	0.6
广州	4253.6	38.8%	2329.22	21.2%	10968.29	-2.7
烟台	1276.8	36.9%	780.39	22.6%	3457.44	0.4
西安	1661.12	36.3%	806.8	17.6%	4575.09	2.8
杭州	2635.48	35.7%	1649.88	22.3%	7388	1.5
南京	2298.93	34.8%	1393.66	21.1%	6612.35	2.2
常州	1094.9	31.5%	812.71	23.4%	3471	1.3
郑州	1583.5	29.0%	1011.53	19.6%	5159.6	-0.2
温州	877.5	28.5%	754.88	24.5%	3075.9	-0.2
福州	1188.42	27.3%	824.01	18.9%	4360.61	1.1
合肥	1187.9	26.9%	690.91	15.6%	4419.74	0.2
南通	1185.5	25.4%	789.24	16.9%	4664.4	2
重庆	2759.2	24.6%	1699.56	15.2%	11209.83	0.8
长沙	1045.6	18.6%	619.94	11.0%	5621.21	2.2
泉州	804.44	17.2%	578.66	12.4%	4668.13	-1
长春	497.4	16.3%	69.5	2.3%	3058.2	1.2
济南	684.6	15.1%	354.2	7.8%	4529.66	0.7

数据来源:各市统计局/制表:米筐投资(ID:mikuangtouzi)

*外贸依存度=外贸进出口总额/GDP

在统计的35个大中城市中,外贸依存度超过50%的有17个,对进出口的依赖较强。

其中,东莞以129%的外贸依存度排在第一位,作为制造加工重镇,全球订单成为东莞的经济支柱。同样的道理也适用于苏州,其111%的外贸依存度排在第二位。此外,还有深圳、

厦门、金华、舟山四个城市的外贸依存度超过100%，都是严重依赖进出口支撑的城市。尤其是深圳，出口总额已连续27年居内地大中城市首位。外贸依存度超过50%的城市还有上海、宁波、珠海、中山、北京、大连、天津、惠州、青岛、无锡和嘉兴。从区域分布来看，这17座城市全部位于东部沿海地区，集中在环渤海、长三角和珠三角，这也与他们的经济特征、产业结构相吻合。而疫情对经济的影响，在这17座城市身上也更加明显。17个城市中有10个城市的经济增速为负值，比如东莞为-1%、上海为-2.6%、中山为-6.5%。只有7个城市增速为正值，除了舟山大幅增长11%之外，其他6个城市的增速都不超过1%，并不算亮眼。

而从出口依存度看，不起眼的金华太过突出。上半年金华的进出口总额2152.4亿元，其中出口高达2058.7亿元，出口依存度高达98%。其中最大的贡献者，非义乌莫属。作为全球最大的小商品集散中心，义乌的出口额占了金华市的60%以上。

另外一个特点是，这些外贸型城市的第二产业占比较高。比如佛山的二产占比高达56%、惠州二产占比52%、苏州二产占比47%、金华的二产占比也超过了40%。以外来订单兴起的加工制造模式，曾让一众沿海城市成为“世界工厂”，但也给这些城市留下了外部风险的不可控属性。当核心技术还在别人手中、订单大幅下滑发生时，外贸型城市就被捏住了喉咙。

内循环为主的经济环境下，这些城市面临的产业转型压力，更加严峻。

谁是新的王者？

而面对新一轮历史机遇的内陆城市，如何激活消费市场、如何引领创新热潮，是内循环赋予他们的新使命。哪些城市又能担此重任，拥抱这波红利？可以从三个维度来衡量：消费能量、枢纽能量、创新能量。

消费是内循环时代城市崛起的底牌。产能过剩、外需下降的大环境，迫使拉动内需成为经济最大的发动机。因此，消费市场容量将会成为城市竞争的底牌。

2019年，上海、北京两座超级城市的消费额依旧领跑，也是仅有的两个超过1万亿的城市。广州则以9978亿的消费实力，排在第三。2020年，广州将会成为第三座消费破万亿的城市，实力再进一步。排在第四的是重庆，消费额超过8000亿，毕竟体量接近一个省份。而排在第五到第十位的分别是成都、



武汉、深圳、杭州、南京、苏州，六个城市都超过了6000亿，实力强劲。重庆和成都两座西南中心城市，力压深圳、苏州等东部强市，消费能量惊人。

而这10个城市，将成为内循环时代消费型城市的引领者。交通便利性是城市崛起不可或缺的因素。2018年底，国家曾在《国家物流枢纽布局和建设规划》中公布过127个物流枢纽城市。

专栏1 国家物流枢纽布局承载城市	
1. 陆港型国家物流枢纽承载城市。	包括石家庄、保定、太原、大同、临汾、呼和浩特、乌兰察布、沈阳、长春、哈尔滨、佳木斯、南京、徐州、杭州、合肥、南昌、鹰潭、济南、潍坊、郑州、安阳、武汉、长沙、衡阳、南宁、柳州、重庆、成都、遂宁、贵阳、遵义、昆明、拉萨、西安、延安、兰州、酒泉、格尔木、乌鲁木齐、哈密、库尔勒。
2. 港口型国家物流枢纽承载城市。	包括天津、唐山、秦皇岛、沧州、大连、营口、上海、南京、苏州、南通、连云港、宁波-舟山、芜湖、安庆、福州、厦门、九江、青岛、日照、烟台、武汉、宜昌、岳阳、广州、深圳、湛江、钦州-北海-防城港、洋浦、重庆、泸州。
3. 空港型国家物流枢纽承载城市。	包括北京、天津、哈尔滨、上海、南京、杭州、宁波、厦门、青岛、郑州、长沙、武汉-鄂州、广州、深圳、三亚、重庆、成都、贵阳、昆明、拉萨、西安、银川、乌鲁木齐。
4. 生产服务型国家物流枢纽承载城市。	包括天津、石家庄、唐山、邯郸、太原、鄂尔多斯、包头、沈阳、大连、长春、哈尔滨、大庆、上海、南京、无锡、苏州、杭州、宁波、嘉兴、金华、合肥、蚌埠、福州、三明、南昌、青岛、郑州、洛阳、武汉、十堰、襄阳、长沙、郴州、广州、深圳、珠海、佛山、东莞、南宁、柳州、重庆、成都、攀枝花、贵阳、西安、宝鸡、石河子。
5. 商贸服务型国家物流枢纽承载城市。	包括天津、石家庄、保定、太原、呼和浩特、赤峰、沈阳、大连、长春、吉林、哈尔滨、牡丹江、上海、南京、南通、杭州、温州、金华(义乌)、合肥、阜阳、福州、平潭、厦门、泉州、南昌、赣州、济南、青岛、临沂、郑州、洛阳、商丘、南阳、信阳、武汉、长沙、怀化、广州、深圳、汕头、南宁、桂林、海口、重庆、成都、达州、贵阳、昆明、大理、西安、兰州、西宁、银川、乌鲁木齐、喀什。

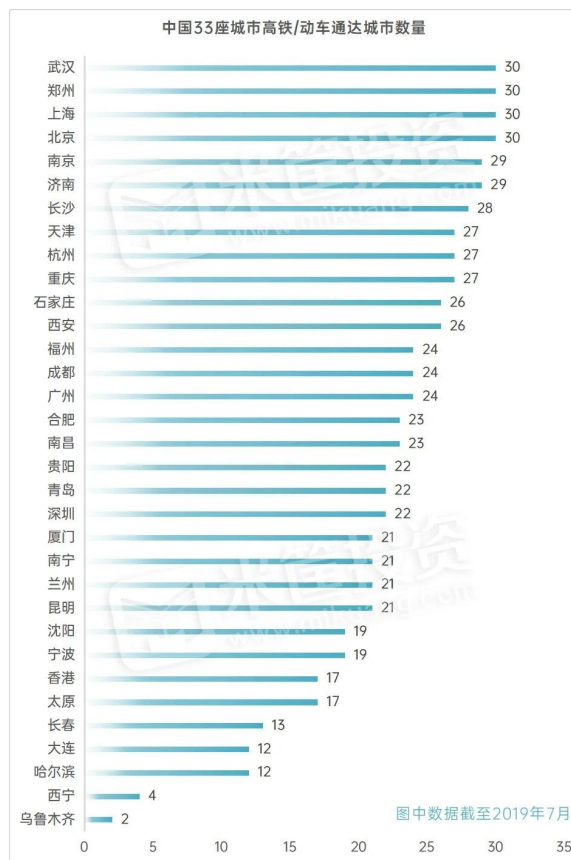
其中,南京、武汉、重庆3个城市,集陆港型、港口型、空港型、生产服务型、商贸服务型五大枢纽为一体,成为功能最多的城市。其次是上海、天津、广州、深圳、杭州、青岛、西安、郑州、贵阳、成都、长沙、哈尔滨共12个城市,它们占据了四大枢纽的定位。而在2019年公布的首批国家物流枢纽省区市中,只有23个入围。

所在地	国家物流枢纽名称
天津市	天津港口型国家物流枢纽
山西省	太原陆港型(生产服务型)国家物流枢纽
内蒙古自治区	乌兰察布—二连浩特陆港型(陆上边境口岸型)国家物流枢纽
辽宁省	营口港口型国家物流枢纽
上海市	上海商贸服务型国家物流枢纽
江苏省	南京港口型(生产服务型)国家物流枢纽
浙江省	金华(义乌)商贸服务型国家物流枢纽
江西省	赣州商贸服务型国家物流枢纽
山东省	临沂商贸服务型国家物流枢纽
河南省	郑州空港型国家物流枢纽
湖北省	宜昌港口型国家物流枢纽
湖南省	长沙陆港型国家物流枢纽
广东省	广州港口型国家物流枢纽
广西壮族自治区	南宁陆港型国家物流枢纽
重庆市	重庆港口型国家物流枢纽
四川省	成都陆港型国家物流枢纽
陕西省	西安陆港型国家物流枢纽
甘肃省	兰州陆港型国家物流枢纽
新疆维吾尔自治区	乌鲁木齐陆港型国家物流枢纽
宁波市、舟山市	宁波—舟山港口型国家物流枢纽
厦门市	厦门港口型国家物流枢纽
青岛市	青岛生产服务型(港口型)国家物流枢纽
深圳市	深圳商贸服务型国家物流枢纽

而另一个不能忽视的指标——高铁通达度,则更能体现出城市交通枢纽的地位。

在高铁动车通达城市数量上,北京、上海、武汉、郑州四个城市通达数量均为30个,在交通枢纽地位上,四个城市也是当之无愧的第一梯队。尤其是武汉和郑州,一个是九省通衢,一个是天下之中,在内需消费市场被激活的前提下,无论是空运还是陆运,二者都将是交通王者。此后还有南京、济南、长沙、天津、杭州、重庆、石家庄、西安,高铁通达城市数量也都超过了25个,位居第二梯队。福州、成都、广州、合肥、南昌、贵阳、青岛、深圳、厦门、南宁、兰州、昆明等12个城市的通达数量都超过了20个,位居第三梯队。因此,在枢纽重要性上,北京/上海自不必说,武汉、郑州、南京、重庆这四个城市,将成为未来新的交通战场。

创新则是城市崛起的决胜利器。从过去两年的华为、中



兴,到今年的Tik Tok、微信的遭遇,世界不断提醒我们,科技创新、掌握核心技术才有底气反制竞争,才是未来的国之重器。

在年初公布的这份中国289个设区市科创指数排名中,北京、深圳、上海、广州四市依然是第一梯队,实力毋庸置疑。其次是南京、杭州、苏州、武汉、西安、珠海排在五到十位。南京、武汉、西安的高校数量和教育质量,已经领先其他城市不少,再加上航空航天、军工企业、智能制造的加持,这三个城市的科技创新实力,实至名归。而杭州和珠海,则是典型的企业成就城市系列。阿里所带来的互联网创新能量,格力所投入的研发技术,都大幅提升了两个城市的科创实力。此外,还有长沙、成都、合肥等一众城市,近年来在科技创新上跨步很大,实力蹿升得也很快。

除了北上广深四大一线城市,总结一下三个维度的结果:消费大城:重庆、成都、武汉、杭州、南京、苏州;枢纽大城:重庆、武汉、郑州、南京;科创大城:南京、杭州、苏州、武汉、西安。

在启动内循环时代,占据消费、交通和科技创新三者优势的城市,必将成为新的王者!

来源:米筐投资(ID:mikuangtouzi)



江苏两市入选数字人民币试点

8月14日,商务部官网发布《关于印发全面深化服务贸易创新发展试点总体方案的通知》(以下简称《通知》),其中公布了数字人民币试点地区。

《通知》第93条称,在“全面深化服务贸易创新发展试点任务、具体举措及责任分工”部分提出:在京津冀、长三角、粤港澳大湾区及中西部具备条件的试点地区开展数字人民币试点。人民银行制订政策保障措施;先由深圳、成都、苏州、雄安新区等地及未来冬奥场景相关部门协助推进,后续视情扩大到其他地区。

会员制“洋超市” 国内交锋， 能否迎来 “柳暗花明”？

文/丁茜茜 田墨池

7月27日，落户苏州高新区的美国商超巨头开市客（Costco）打下第一桩。两天之后，昆山首家山姆会员商店正式开业。今年以来，美国两大会员制超市同时选择加速布局国内市场。会员制“洋超市”自1996年进入中国，经过24年的发展，是否迎来了“柳暗花明”？



入场券260元起,值?

7月28日,昆山山姆会员店“开放日”,不少市民驱车前来“一日游”,无论是Switch、戴森卷发棒等网红电器,还是阳山水蜜桃、西瓜等夏日消暑必备水果都吸引了一大批消费者前来购买。据悉,昆山直接创下山姆会员商店开业前新办会员数量之最。

“现在个人会员年费260元,包含主卡和亲友卡各一张。最近做活动,还能领取110元的优惠券。”8月2日上午10点,南京山姆会员商店已有不少消费者推着车在仓储式的货架之间选购商品。现场工作人员介绍,除此之外,每年680元的卓越会籍,可以享受12次免费洗车服务、大家电超长保障等多项权益。

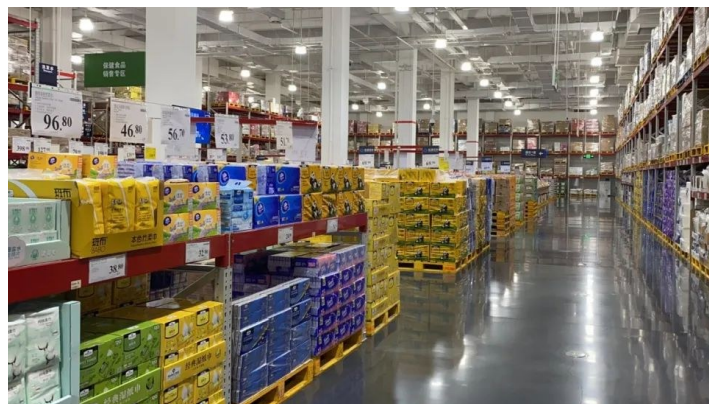
据悉,目前开市客推出会员主卡年费299元,每位主卡会员可办理一张免费家庭卡。那么对于一张260元起的会员费,消费者如何看?

“在价格上,在这里购买婴儿纸尿裤和找代购差不多,促销的时候比代购还要便宜。关键是感觉更靠谱、更放心。”一位南京宝妈说,这里主要有尤妮佳、花王、帮宝适等几个常见的进口品牌,一次买2-3提,顺便往家里添置些进口牛奶、牛羊肉、车厘子等。

“今天是工作日,人相对少一些,上周末我在这边排了近1个小时,购买了4只烤鸡,一张卡限买两只,我办了两张卡。”离烤鸡出炉半个多小时,仙林大学城徐同学便推着购物车在等待,美式烤鸡作为山姆特色产品,每天上午会有两批出售,每次20多份。

安全、进口产品多、自有产品丰富是不少消费者提到的关键词。业内人士指出,普通超市会员卡主要包括储值、积分以及兑换等功能,会员与否皆可入店消费。而付费会员制则要求先付费再消费以及享受相应权益、服务,是消费者的超市“入场券”。

全球第二大零售超市开市客自去年在上海首次开店后,今年分别在上海、苏州、杭州开工建设三家新店,同时



多地向开市客第五家店抛出绣球。山姆会员商店作为沃尔玛旗下的高端会员制商店,目前在国内已开业有28家店,其中江苏南京、苏州、南通、常州等地共计6家店,占比超1/5。预计到2022年底,山姆在中国将有40-45家开业及在建门店。

会员制超市迎来新机遇?

对于付费会员制连锁超市,国内消费者并不陌生。1996年,麦德龙、万客隆、山姆等相继进入国内市场,分别在上海、广州、深圳开出第一家店。

然而,会员制连锁超市的中国之路却漫漫,败绩远多于胜绩。2009年,万客隆被乐天玛特收购,从会员制改为非会员制;2018年,乐天玛特宣布退出中国市场。2019年,德国第一大零售巨头麦德龙被物美和多点Dmall的合资公司收购,不再采用付费会员制。唯一坚持到至今的山姆,也只在24年内开出28家店。

途途研究院分析师认为,会员制在国内市场历经二十余年的发展,一直没有成为主流消费方式。直到2015年之后,新消费时代下的用户不在只关注于商品的价格,而是更愿意追求商品的品质和服务质量,国内本土品牌商才开始试水付费会员制。据了解,永辉超市曾推出年费为105元的会员店,店铺面积仅200平方米,然而这一业态并未进一步发展。

自从开市客瞄准中国市场后,付费会员制超市成为消费者关注的焦点。“开市客作为付费会员制度的鼻祖,其成

功并不仅仅在于付费会员制度,而在于围绕会员制度进行的一系列企业经营策略的调整,如精准的消费者群体定位,极具能力的供应链成本管控,符合目标客群的产品策略等。”供职于国内某知名服装公司的沈岩说。

然而,“水土不服”一直是洋超市在中国市场屡战屡败的主要原因。国内零售电商平台发展迅速且均已推出会员制,为不同类型的消费者提供更多增值服务,非限制进入的门槛。例如京东PLUS会员、网易严选会员、苏宁易购推出SUPER会员等,提供更多商品优惠服务、免运费服务等。

山姆会员商店中国电子商务与市场部高级副总裁陈志宇接受《21CBR》采访时表示,对于许多外资零售商而言,如何将品牌本地化是一个难点。我们并不觉得任何一个模式拿到国内来就会成功,山姆在中国其实做了大量的本土化改造,我们主要做了明确品牌定位、采购和开发了大量的中国本土商品两点。

变大or变小,谁更符合中国城市格局?

“现在热销的滴露消毒液国内常见包装是750ml,最大包装为1.8L,但在山姆包装为2L,一次性购买一组则为4L。尽管大包装性价比更高,但对于一个单身独居的人来说,这意味着要用1-2年。”家住南京市江北新区的张奥表示,来回往返花费不少时间,不如直接手机下单更方便,1个小时内就能送达。

不仅国内超市常见商品包装要小,而且形态相继“变小”。今年3月,盒马CEO侯毅透露,盒马鲜生仍将持续扩张,预计2020年新开业盒马mini门店100家。7月份,苏宁小店宣布正式启动“南京攻略”,将在今年年底前完成1500家社区网点的布局。

在国内零售业深耕社区店等形态之际,瞄准中国中等收入阶层人数密度高地区的开市客,仍旧选择占地面积超2万平方米、处于市郊的地理位置,其中苏州开市客项目总用地33343.4平方米,位于浒墅关城际路宜家家居南侧。



这一形式对城市能级、经济实力以及消费人群都提出了要求。

2020年《麦肯锡中国消费者调查报告》显示,对于中国消费支出的持续大幅增长,居住在生活成本较低的二线及以下城市的“年轻购物达人”贡献巨大;在知名度不高的三四线城市,中上层中产阶级消费者数量快速增长。对于占地面积大、店铺密度低的付费会员制超市,在快速增长的下沉市场并不具备优势。而山姆首次将店开在中国县域经济榜首的昆山正是看中这一市场的潜能。

为了适应国内市场,山姆所在的21个城市已经启动了一小时“极速达”服务,涵盖1000余种复购率极高的商品。与此同时,去年进入中国市场的德国知名零售企业奥乐齐(ALDI)首次尝试精巧型门店模式、邻近居民区的选址策略,并可以在天猫、微信小程序商城、京东到家等进行选购。

创业板首批 18 家新股一览

8月24日,创业板试点注册制首批18只新股集体挂牌上市。从8月24日开始,创业板股票及相关基金将实施20%涨跌幅限制。在开盘首日,18家新股集体高开,其中N康泰领涨,涨幅441.34%,卡倍亿涨426%,捷强装备涨超200%,天阳科技、欧陆通涨超100%。



【安克创新】

公司主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售,是全球消费电子行业知名品牌商,产品主要包括充电类、无线音频类、智能创新类三大系列。公司的前五大客户为沃尔玛、Rukn Al-Shareef Corner Trading EST、百思买、Canon Marketing Japan Inc.及塔吉特。公司的主要竞争对手为Belkin、泽宝创新、傲基科技、跨境通、通拓科技等。

【锋尚文化】

公司以创意设计为核心,业务范围涵盖大型文化演艺活动、文化旅游演艺、景观艺术照明及演艺等多个领域的创意、设计及制作服务。公司主要客户群体包括政府部门、国有企事业单位、文化旅游投资企业、文化传媒企业等。公司的主要竞争对手为弗兰克·德贡娱乐集团、宋城演艺发展股份有限公司、观印象艺术发展有限公司以及山水盛典文化产业股份有限公司等。

【美畅股份】

公司主要从事电镀金刚石线的研发、生产及销售,是目前国内生产规模、市场份额领先的金刚石线生产企业。公司主要产品为电镀金刚石线。公司前五名客户为隆基股份、保利协鑫、晶澳太阳能、晶科能源有限公司、天合光能股份有限公司。公司在行业内主要竞争对手有东尼电子、岱勒新材、三超新材、中村超硬等。

【杰美特】

公司是一家专业从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售的高新技术企业,产品类型以智能手机与平板电脑保护类配件为主,涵盖移动电源、数据线等其他配件。公司专注于为全球知名移动智能终端制造商、配件

品牌商提供ODM/OEM的产品生产服务,产品广泛应用于华为、苹果等品牌终端。公司前五大客户为华为终端有限公司、沃尔玛、Amazon.com、Incipio Group、Targus Group。公司在品牌商领域的主要竞争对手为Otter Box、Targus、ELECOM;在ODM/OEM领域的主要竞争对手为天富励德、卡士莫、凯普达。

【圣元环保】

公司主营业务为经营城镇固废专业化处理,主要包括生活垃圾焚烧发电和生活污水处理等。公司前五名客户为国网福建省电力有限公司莆田供电公司、国网山东省电力公司菏泽供电公司、泉州市城市管理局、莆田市生物质处理产业化管理处、国网福建省电力有限公司泉州供电公司。公司在行业内主要竞争对手有中国光大国际有限公司、浙能锦江环境控股有限公司、绿色动力、伟明环保等。

【天阳科技】

公司专注于银行主要业务相关的系统建设,包括银行资产、风险管理、信用卡和零售金融、运营管理等业务,利用包括云计算和分布式计算、大数据、人工智能、区块链技术、移动应用、流程引擎和规则引擎、测试和IT运维监控等在内的新一代金融科技,为客户提供咨询、开发、测试、运维和系统集成等服务。公司的前五名客户为中国建设银行股份有限公司、中信银行股份有限公司、中国光大银行股份有限公司、中国邮政储蓄银行股份有限公司及兴业银行股份有限公司。公司的主要竞争对手为宇信科技、长亮科技、科蓝软件和科蓝软件。

【蓝盾光电】

公司主营业务是高端分析测量仪器制造、软件开发、系统集成及工程、运维服务、数据服务和军工雷达部件的生产。产品和服务主要应用于环境监测、交通管理、气象

观测和军工雷达等领域,产品面向全国环境监测、公安、交通、气象等政府部门、企业及科研单位和部队等。公司前五大客户为中国环境监测总站、军工A、自贡市生态环境局、马鞍山市环境监测中心站、六安市生态环境局。公司在环境检测领域的主要竞争对手为聚光科技、先河环保、雪迪龙;在交通管理领域的主要竞争对手为易华录、千方科技、银江股份;在气象观测领域的主要竞争对手为华云集团、长望科技、希迈气象。

【海晨股份】

公司的主营业务是为电子信息行业相关企业提供全方位、一体化的现代综合物流服务,深度嵌入电子信息行业内企业采购、生产、销售及售后服务等各业务环节。经过多年的发展与积累,公司服务网点已遍布江苏、安徽、上海、广东、湖北、四川等多个省份,已建立了覆盖全国主要地区的物流网络,并在香港、泰国和德国等部分区域建立公司。公司的前五大客户为联想集团、成都班列、美团点评、索尼公司及台达电子。公司的主要竞争对手主要有:江苏飞力达国际物流股份有限公司、深圳市华鹏飞现代物流股份有限公司及深圳综合信兴物流有限公司。

【欧陆通】

公司主要从事开关电源产品的研发、生产与销售。公司主要产品包括电源适配器和服务器电源等,公司产品广泛应用于办公电子、机顶盒、网络通信、安防监控、音响、金融POS终端、数据中心、电动工具等众多领域。公司前五大客户为LG、富士康、大华、海康威视和华为。公司的主要竞争对手为台达、光宝、康舒以及群光电子等。

【回盛生物】

公司主要从事兽用药品(包括化药制剂、原料药、中药制剂)、饲料及添加剂的研发、生产和销售。公司主营业务长期致力于兽药领域,拥有完备的兽用化药制剂及核心原

料药产品线,截至目前已取得兽药批准文号166个。公司以猪用药品为核心,也在家禽、水产、宠物、反刍等其他兽用药品领域进行了拓展。公司前五大客户为广西扬翔股份有限公司、新希望六和股份有限公司正大畜牧投资(北京)有限公司、江苏立华牧业股份有限公司、天邦食品股份有限公司。公司在行业内的主要竞争对手为聚普莱柯生物工程股份有限公司、天津瑞普生物技术股份有限公司、中牧实业股份有限公司、齐鲁动物保健品有限公司、河北远征药业有限公司。

【金春股份】

公司是国内领先的非织造布生产商,主要从事非织造布的研发、生产和销售,为下游终端客户提供专业化、品质化的非织造布产品。公司主要产品为水刺、热风 and 长丝超细纤维非织造布。公司主要客户为扬州倍加洁日化有限公司、安徽汉邦日化有限公司、杭州豪悦护理用品股份有限公司以及杭州国光旅游用品有限公司等。公司主要竞争对手为诺邦股份、欣龙控股、延江股份及北京大源等。

【南大环境】

公司是专业的环境服务商,可为环境保护提供从前期咨询规划设计、中期建设施工管理到后期运营服务的全生命周期的一体化服务,主要包括环境调查与鉴定、建设项目环评、环境研究与规划、环境工程承包、环境工程设计与监理以及环境污染第三方治理等。公司的主要竞争对手为:南方中金环境股份有限公司、广西博世科环保科技股份有限公司、永清环保股份有限公司及安徽国祯环保节能科技股份有限公司。

【维康药业】

公司的主营业务为现代中药及西药的研发、生产和销售,主要产品包括银黄滴丸、益母草软胶囊、益母草分散片、骨刺胶囊、枫蓼肠胃康分散片、人参保脾片等中成药以

及罗红霉素软胶囊等西药,生产剂型覆盖硬胶囊剂、片剂、颗粒剂、软胶囊剂、丸剂(滴丸)。除医药工业外,公司还经营医药商业产品的零售连锁等流通业务作为主营业务的补充。公司的前五大客户为国药控股股份有限公司、华润医药商业集团有限公司、上药控股有限公司、嘉事堂药业股份有限公司及九州通医药集团股份有限公司。公司在银黄滴丸领域的主要竞争对手为扬子江药业集团有限公司和桂林三金药业股份有限公司等;在罗红霉素软胶囊领域的主要竞争对手为西安远大德天药业股份有限公司和哈药集团制药六厂等。

【大宏立】

公司系破碎筛分成套设备一线厂商,主要从事破碎筛分成套设备的研发、生产与销售,同时还会根据客户的实际需要搭配各类辅助设备,如除尘、清洗设备等。公司主营业务产品目前主要应用于砂石骨料的生产领域。公司的前五大客户为孝昌顺和矿业有限公司、通江县瑞元建材有限公司、甘肃古典建设集团万信矿业有限公司、新疆万合盛昌建材有限公司和哈尔滨宏业机械设备销售有限公司。公司的主要竞争对手为世邦工业科技集团股份有限公司、南昌矿山机械有限公司、浙江双金机械集团股份有限公司、浙江浙矿重工股份有限公司以及枣庄鑫金山智能装备股份有限公司等国内一线企业。

【蒙泰高新】

公司专业从事聚丙烯纤维的研发、生产和销售,聚丙烯纤维商品名为丙纶。公司主要产品为丙纶长丝。公司前五名客户为协成集团、顺良发工业(深圳)有限公司、力佳隆、祥兴集团、天台三友滤料有限公司。公司在行业内主要竞争对手有国际纤维集团、大和纺绩株式会社、湖北博韬合纤有限公司、福建三宏再生资源科技有限公司等。

【康泰医学】

公司是一家专业从事医疗诊断、监护设备的研发、生

产和销售的高新技术企业。公司产品涵盖血氧类、心电类、超声类、监护类、血压类等多个大类。公司的前五大客户为广东健康在线信息技术股份有限公司、沈阳东软熙康医疗系统有限公司、BEURER GMBH/DAGAM-MAE-COMMERCE SOLUTION SINC. 和 NOVID-IONGMBH。公司在血氧领域的主要竞争对手为力康生物及宝莱特等;在监护类领域的主要竞争对手为理邦仪器和飞利浦等;在心电类领域的主要竞争对手为迈瑞医疗、深圳华清心仪医疗电子有限公司等;在超声类领域的主要竞争对手为深圳卫康明科技有限公司和广州三瑞医疗器械有限公司;在血压类领域的主要竞争对手为欧姆龙和鱼跃医疗。

【卡倍亿】

公司主要从事汽车线缆的研发、生产和销售,主要产品为常规线缆、铝线缆、对绞线缆、屏蔽线缆、新能源线缆、多芯护套线缆等多种汽车线缆产品。经过十多年的技术积累和发展,公司产品种类不断丰富、规模不断扩大,已进入多家主流国际知名汽车整车厂商的供应商体系。公司的前五大客户为安波福、矢崎、德科斯米尔、住电和李尔。公司的主要竞争对手为北京福斯汽车电线有限公司、武汉太平爱克电线电缆有限责任公司、苏州特雷卡电缆有限公司及莱尼电气线缆(中国)有限公司。

【捷强装备】

公司主要从事核化生防御装备核心部件的研发、生产和销售,为军队及军用核化生防御总装企业提供液压动力系统核化生防御装备核心系统产品以及相关专业的技术服务。主要产品为应用于各通用型号装备军用核化生洗消车辆的液压动力系统。液压动力系统为核化生洗消车辆的核心零部件,主要作用是将车辆发动机输出的动力,通过液压传动系统精准控制驱动车载发电机、车载空压机和高/低压洗消液喷射系统等,同时根据需求提供各种液压动力。目前,A股上市公司中不存在以核化生防御装备为主营业务的公司。

江苏恒瑞首入十强 最新医药工业 百强榜揭晓

文/任晓桐

与往年稳如磐石的前十强相比,2019年十强迎来三家新入、三家跌出。入榜门槛提升显示出企业业绩的整体增长,而研发投入占比增多、新药获批数量史无前例,百强企业分拆上市,这些或许昭示着中国医药行业正在进行着大变革?

医药行业一直饱含着机遇与创新,日新月异,年复一年。

2020年8月30日,一年一度的“全国医药工业信息年会”正式开幕,行业内期待已久的2019年度中国医药工业百强榜在会上发布。

2019年度的榜单与往年相比变化斐然,榜单不仅展示出了中国医药行业的领跑企业,其背后更昭示着中国医药行业发展的大趋势——创新。

整体来看,百强企业们营收持续增长,2019年百强企业主营业务营收共计9296.4亿元人民币,同比增长10.7%,而2019年中国规模以上医药工业企业主营业务总体收入为26147亿元人民币,同比增长8%,比较来看,百强企业占据中国医药工业企业营收总体的35.6%,增速超过总体增速2.7%。可以看出百强企业们的实力领跑。

具体来看,扬子江、广州医药以及国药集团依旧稳坐前三,华润医药与修正药业分居第四、第五,前五名与2018年几乎没有区别。与稳如磐石的前五相比,第六到第十则显示出明显差别:恒瑞由2016年的第十七名、2017年和2018年的第十四名,终于在2019年首度进入十强榜单。尽管位列第十,也足以昭示2019年医药行业的变化。

不只恒瑞一家,2019年度十强榜单发生的变化还有齐鲁制药、辉瑞以及济民可信跌出十强,拜耳、远大集团进入十强。而且从2016年到2018年的榜单来看,齐鲁、济民可信是首度跌出十强,远大集团和恒瑞则是几年来首入十强。这三家企业的2019年营收数据显示,拜耳中国市场同比增长25%(具体数额尚未公布)、华东医药(远大集团控股)2019年营收354.46亿元人民币、恒瑞医药2019年营收232.89亿元人民币。

不仅前十强,百强榜单的整体变化也在说明中国医药产业的整体趋势——增长、创新与资本助力。

2019年度中国医药工业百强企业	
1	扬子江药业集团有限公司
2	广州医药集团有限公司
3	中国医药集团有限公司
4	华润医药控股有限公司
5	修正药业集团股份有限公司
6	上海医药(集团)有限公司
7	上海复星医药(集团)股份有限公司
8	拜耳医药保健有限公司
9	中国远大集团有限责任公司
10	江苏恒瑞医药股份有限公司
11	江西济民可信集团有限公司
12	山东齐鲁制药集团有限公司
13	石药控股集团有限公司
14	辉瑞制药有限公司
15	四川科伦药业股份有限公司
16	正大天晴药业集团股份有限公司
17	上海罗氏制药有限公司
18	阿斯利康制药有限公司
19	山东步长制药股份有限公司
20	诺和诺德(中国)制药有限公司
21	珠海联邦制药股份有限公司
22	鲁南制药集团股份有限公司
23	赛诺菲(杭州)制药有限公司
24	天津市医药集团有限公司
25	深圳市东阳光实业发展有限公司
26	赛诺菲(中国)投资有限公司
27	华北制药集团有限责任公司
28	杭州默沙东制药有限公司
29	人福医药集团股份有限公司
30	丽珠医药集团股份有限公司
31	西安杨森制药有限公司
32	江苏豪森药业集团有限公司
33	费森尤斯卡比(中国)投资有限公司
34	江苏济川控股集团有限公司
35	云南白药集团股份有限公司
36	中国北京同仁堂(集团)有限责任公司
37	新和成控股集团有限公司
38	瑞阳制药有限公司
39	太极集团有限公司
40	北京诺华制药有限公司
41	江苏康缘集团有限责任公司
42	康恩贝集团有限公司
43	天士力控股集团有限公司
44	绿叶投资集团有限公司
45	长春高新技术产业(集团)股份有限公司
46	普洛药业股份有限公司
47	华立医药集团有限公司
48	山东罗欣药业集团股份有限公司
49	山东新华制药股份有限公司
50	浙江海正药业股份有限公司
51	浙江华海药业股份有限公司
52	山西振东健康产业集团有限公司
53	中国医药健康产业股份有限公司
54	南京先声东元制药有限公司
55	中美上海施贵宝制药有限公司
56	沈阳三生制药有限责任公司
57	石家庄以岭药业股份有限公司
58	浙江医药股份有限公司
59	江苏奥赛康药业有限公司
60	东北制药集团股份有限公司
61	天津红日药业股份有限公司
62	北京泰德制药股份有限公司
63	深圳信立泰药业股份有限公司
64	青峰医药集团有限公司
65	葵花药业集团股份有限公司
66	辰欣科技集团有限公司
67	石家庄四药有限公司
68	山东鲁鹰制药集团有限公司
69	仁和(集团)发展有限公司
70	京新控股集团有限公司
71	卫材(中国)投资有限公司
72	上海创诺医药集团有限公司
73	哈药集团有限公司
74	浙江仙琚制药股份有限公司
75	华兰生物工程股份有限公司
76	山东鲁抗医药股份有限公司
77	哈尔滨普衡药业股份有限公司
78	江苏苏中药业集团股份有限公司
79	好医生药业集团有限公司
80	江苏亚邦药业集团股份有限公司
81	上海勃林格殷格翰药业有限公司
82	广西梧州中恒集团股份有限公司
83	亚宝药业集团股份有限公司
84	惠氏制药有限公司
85	海思科医药集团股份有限公司
86	乐普(北京)医疗器械股份有限公司
87	成都康弘药业集团股份有限公司
88	成都倍特药业股份有限公司
89	施维雅(天津)制药有限公司
90	百特(中国)投资有限公司
91	安斯泰来制药(中国)有限公司
92	神威药业集团有限公司
93	悦康药业集团股份有限公司
94	山东齐都药业有限公司
95	安徽丰原集团有限公司
96	吉林敖东药业集团股份有限公司
97	贵州益佰制药股份有限公司
98	北京四环制药有限公司
99	甘李药业股份有限公司
100	江苏恩华药业股份有限公司

入榜门槛提升, 百亿企业扩容

众所周知,“中国医药工业百强企业”评选指标为2019年度医药工业企业主营业务收入,主营业务收入的增长是一个企业保持业绩增长的主要动力。据中国医药工业信息中心数据,本年度百强上榜门槛进一步提升至28.6亿元,增速为9.5%,增速较上一年度增长7.5个百分点。从这一数据来看,百强们的主营业务保持了其拉动物业增长的实质。



图表来源:医药地理

除了总体入门门槛的提升,主营业务营收百亿人民币的集群也在扩容。如果将主营业务破百亿看成是一个俱乐部,首先,“百亿俱乐部”的“会员”总数在提升,由2018年的22家企业增至27家企业;再者,各层级也有所提升,400亿层级由2018年的2家增至3家,300亿层级由7家增至11家,100亿层级由11家增至13家。再具体来看,其中最突出的莫过于国药集团突破400亿元大关,成为第三家主营业务营收破400亿的百强企业;“老会员们”远大集团、恒瑞医药以及石药控股首次突破200亿元人民币;阿斯利康、鲁南制药、东阳光、赛诺菲以及华北制药则是“百亿俱乐部”的新晋成员。

入榜门槛的提升以及百亿企业的扩容显示出了中国医药产业整体体量在提升,研发创新投入的增长则能显示出医药企业们对实力的追求。

创新制胜

中国医药工业信息中心统计,2015年~2019年,百强企业的平均研发费用持续增长,分别为2.57亿元、3.17亿元、4.16亿元、4.55亿元以及5.45亿元。与此对应,平均研发投入强度也整体呈上升趋势,分别为4.2%、4.7%、5.5%、5.4%以及5.9%。

从具体投入强度来看,投入强度超过15%研发投入强度的企业,从2018年的3家增长到了5家;超过5%(包括≥15%和≥10%)企业,从2018年33家增长到了45家。再观2015年以来的数据,总体也呈现上升趋势。

一类创新药获批也在显示企业们的研发实力。据中国医药工业信息中心数据,2015年~2019年国内共计获批9

款一类新药,值得注意的是,其中2019年获批了5款,包括辉瑞在全球多个国家和地区同步递交申请的达克替尼,这反映出新药审评政策与企业重视研发的双重加持。可见,企业们在主营业务增长的同时,也对研发创新保持追求。

品种	生产企业	年份
海姆泊芬	上海复旦张江生物医药股份有限公司	2016
奈诺沙星	浙江医药股份有限公司新昌制药厂	2016
安罗替尼	正大天晴药业集团股份有限公司	2018
吡咯替尼	江苏恒瑞医药股份有限公司	2018
聚乙二醇洛塞那肽	江苏豪森药业集团有限公司	2019
氟马替尼	江苏豪森药业集团有限公司	2019
卡瑞利珠单抗	江苏恒瑞医药股份有限公司	2019
甲苯磺酸瑞马唑仑	江苏恒瑞医药股份有限公司	2019
达克替尼	辉瑞制药有限公司	2019

图表来源:医药地理

资本助力

中国医药工业信息中心将百强企业们按照外资、中资未上市以及中资已上市分为三类,统计结果显示中资已上市企业数量达到65家,其中A股上市48家,H股上市11家,A+H股上市6家。对于企业研发投入、转型升级而言,资本无疑是巨大的助力,而A股更是最了解国内企业的市场,因而百强企业更多选择A股上市,而H股则是接轨国际的更好选择。

近年来,A股和港股也在持续发力,为企业提供更优质的发展环境。2018年港股新政吸引了近40家国内企业奔赴上市,三年来总市值超过了1.2万亿元人民币,这其中就包括了百强企业豪森制药(股票名称:翰森制药)和同仁堂国药。而自2019年中开市以来热度居高不下的科创板,更是吸引大批国内企业奔赴,据E药经理人此前统计,截至目前,已有35家医药企业科创板上市,总市值近1万亿元人民币,企业数量上仅占科创板全部企业的21%,市值却占比超过25%。

当然,科创板也是百强企业们关注的“田野”,科创板吸引了一批百强企业旗下公司上市或者分拆子公司上市。包括三生国健、复旦张江、乐普诊断、百克生物以及天士力生物等。

尽管2019年中国医药工业百强榜单显示出了强者恒强、持续创新以及资本助力中的中国医药产业,但一个产业始终离不开风险与机遇,资本市场新规、3.75天一家企业IPO、研发人才回国是机遇,但热潮总会消退,热门靶点企业们蜂拥而上也不再稀缺。相较于国外医药产业的数十年,甚至上百年的积淀,国内的医药产业依旧年轻,依旧需要稳固、扎实的积淀。业内投资人认为,基础设施、生产能力以及研发人才只是“硬件条件”,而企业们还需要形成“创新文化”这样的“软件条件”。来源:E药经理人(ID:eyjlr2013)



京东全资控股五星电器成立新公司

“到2025年,京东将在一线城市开设20家京东电器超级体验店,在地级以上城市以‘一城一店’模式开设300家京东电器城市旗舰店,开设5000家万镇通乡镇店。”8月12日,京东集团高级副总裁、京东零售集团3C家电零售事业群总裁闫小兵在京东全资控股五星电器并成立新公司的发布会上说,“这些门店与目前已有的1.5万家京东家电专卖店一起,将在线下再造一个京东家电。”

新公司拟定名为京东五星电器集团有限公司,此次官宣成为今年京东家电815周年庆的重头戏。全资控股五星电器,让京东家电的全渠道战略进入加速发展期,将全面提升消费者体验,促进经济内循环,推动行业的高效率整合和健康发展。

新公司独立经营

目标“线下再造一个京东家电”

新的京东五星电器将继续保持独立经营,原五星电器总裁潘一清担任京东五星电器总裁,京东集团副总裁马骥出任京东五星电器首席财务官。五星电器原有直营门店将逐步改造升级为京东五星电器双品牌门店,通过全渠道数字化改革,承担起京东在线下的科技展示中心、顾客体验中心和会员中心功能。

五星电器是中国家电连锁第三强,目前有各类门店超过1000家,在业内享有“经营效率最高的家电连锁”美誉,积累了多级市场线下运营经验,建立了高效的零售运营基础和能,自有销售专家团队“家电顾问”具备了全渠道服务消费者的能力,长期优质服务赢得了大量消费者信赖,成为京东五星电器数字化转型的中坚力量,也是京东五星电器能够成为京东家电全渠道拓展主力军的重要原因。

一城一店

创新模式提升消费体验

首家京东电器超级体验店2019年11月11日已经在重庆成功落地,首家京东电器城市旗舰店也于今年6月18日在安徽马鞍山市成功开业,创建了以深度体验模式为最大特色的家电零售最新标杆。今年下半年将在苏州、南京、焦作、蚌埠、德阳等城市再开8家京东电器城市旗舰店。与此同时,京东五星电器还在今年6月与步步高商业达成了代运营合作,接管步步高在湖南、广西两省的家电零售业务,通过灵活的方式进一步进行线下扩张。

工信部下属中国电子信息产业发展研究院发布的《2020上半年中国家电市场报告》显示,京东稳居上半年家电零售市场全渠道第一位,1.5万家京东家电专卖店覆盖2.5万个乡镇和60多万个行政村,在乡镇以下的下沉市场占据行业领先地位。“一城一店”的逐步落地不但为京东家电补足了大中城市线下市场这块重要版图,也从创新模式、销售规模、深度体验等方面全方位拉开了和传统电商和传统线下连锁渠道的差距,加速发展的全渠道模式优势更加明显。

逆势发力线下

京东全渠道优势尽显

疫情对线下渠道的影响巨大,今年上半年线上渠道的



市场份额已经超过线下。闫小兵表示,京东逆势加强在线下渠道的耕耘,是因为京东对线下市场的理解不同于传统企业。“一城一店”的方式实现了规模、效益和体验的最佳匹配。“我们的决策表面上看是在逆势而行,实际上是顺应产业的内在发展规律,推动家电零售行业从低效率向高效率的加速整合。”在加速实践创新模式的过程中,京东也将给更多家电品牌带来新的机遇,给全行业注入新的活力。

闫小兵表示,全资控股五星电器是京东家电全渠道战略的重要一步,未来京东家电将坚持全渠道发展,全面提升消费者体验,引领行业健康发展,和中国品牌一起出海,为实现“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的国家重大战略部署贡献更大的力量。

●链接:京东与五星电器合作历程

2017年12月11日,京东和五星电器签署战略合作协议。五星电器入驻京东家电开放平台开设官方旗舰店。

2018年6月16日,首家京东五星电器无界零售体验店在洛阳开业。截至目前无界零售体验店已突破110家。

2019年4月17日,京东战略投资五星电器,购买46%的股权。

2019年8月,京东和五星电器融合项目“流量下行”“潜客转化”“虚拟货架”上线。

2019年9月,京东五星电器“一城一店”模式在江苏盐城、宿迁试点,承接京东线上会员服务。

2020年6月18日,京东电器首家城市旗舰店在安徽马鞍山成功开业。2020年预计将开设9家京东电器城市旗舰店。

2020年6月30日,京东全资控股五星电器。



江苏发布12条新政 助推“出口转内销”

8月底，江苏省政府办公厅印发《关于支持出口产品转内销促进内外贸融合发展的若干措施》，涵盖国内市场准入、国内市场拓展、加强服务保障和统筹国内国际市场等方面，提出12条具体举措对外贸企业给予支持。

1

优化市场准入服务

支持按照出口目的国标准生产且相关标准技术指标达到我国强制性标准要求的出口产品转内销,在不违反法律法规和相关监管政策前提下,可在质量安全、卫生检疫、生态环保等方面对相关产品实行“一事一议”。精简优化出口转内销产品CCC认证程序,缩短办证时间,压缩证书数量,减免认证费用。

2

推动国际国内标准接轨

支持外贸企业发展“同线同标同质”产品业务,对标国际先进标准生产内销产品,推动国际国内标准接轨;推动“三同”适用范围扩大至一般消费品和工业品领域,开通国内生产销售审批快速通道,发挥好“三同”公共信息服务平台作用。

3

开展出口转内销产品“四进”活动

加强内外贸企业对接,推动出口产品进商场、进超市、进街区(步行街)、进批发渠道,帮助企业消化库存、回笼资金、畅通循环。组织外贸企业与大型连锁商超企业开展合作,设立外贸产品销售专区、专柜。鼓励有需求的重点外贸企业特别是大型代工企业与国内优质品牌商、批发商、知名零售企业和电商企业对接合作,通过产品联合开发等方式开展订单直采。

4

扩大出口转内销产品线上销售

支持外贸企业与知名电商平台合作,支持电商龙头企业设立江苏出口产品专区,充分利用线上广交会、华交会等知名展会国内采购商资源,组织“江苏优品·畅行全球”出口转内销专场活动,支持企业通过“云参展”“云对接”“云洽谈”等方式开拓内销市场。

5

支持工业品和中间产品扩大国内销售

引导外贸企业对接工业和信息化部“产业链供需信息对接平台”,做好产需精准有效对接。抓住我国部分重点产品进口替代的机遇,利用长三角地区产业链供应链替代应急响应机制,支持中间产品、原材料等出口企业融入国内产业链供应链,增强配套服务能力。

6

提升加工贸易内销便利化水平

深化综合保税区增值税一般纳税人资格试点和内销选择性征收关税试点,支持加工贸易企业扩大国内销售。进一步提升加工贸易内销便利化水平,将加工贸易内销申报纳税办理时限由月报放宽至季报。落实企业内销加工贸易货物暂免征收内销缓税利息政策,减轻企业资金压力。

7

更好满足国内消费升级需要

支持外贸企业发挥质量、研发等优势,在产品开发、创意设计、用户体验、市场营销及产品智能化等方面对接国内中高端消费需求,增品种、提品质、创品牌,引领消费升级,吸引海外消费回

流;充分利用省内外重点工业互联网平台资源,积极开展个性化定制、柔性化生产,满足多样化消费新需求。

8

强化知识产权服务保障

支持外贸企业与品牌商协商出口转内销涉及的知识产权授权,畅通知识产权服务机构与外贸企业对接渠道,指导帮助企业防范化解出口产品转内销中的知识产权风险。加强与国家知识产权局的沟通对接,为外贸企业国内专利申请、商标注册等提供便捷服务。支持外贸企业加强自身知识产权保护,提升知识产权管理水平和战略运用能力。

9

完善金融服务支持

鼓励各类金融机构对出口转内销企业加大金融支持,按出口转内销业务规模和需求核定授信额度,不得盲目抽贷、断贷、压贷。创新业务模式,大力发展中期流动资金贷款、应收账款融资、保理融资、内销保险项下的保单融资等金融产品。加强产业链供应链金融支持,推动应收账款融资增量扩面,支持更多出口转内销企业接入应收账款融资服务平台。创新抵质押方式,符合条件的外贸企业适当提高抵押率,努力拓宽抵质押范围,积极开展应收账款、存货、机器设备、仓单、订单等质押融资,大力发展知识产权、收益权、股权等新型抵质押方式。依托大型电商平台,加强对中小微外贸企业直贷业务。

10

加强保险保障力度

支持保险公司通过贸易信用险、产品责任保险和产品质量保险等方式,加大对出口转内销企业的保险保障力度。支持外贸企业知识产权风险排查,鼓励保险公司在出口产品转内销过程中推广专利执行险、侵犯专利权责任险等知识产权保险。鼓励保险公司按照各类外贸企业需求,创新开发投保简便、保障全面、理赔快速的适销产品,提升保险服务水平。

11

强化财税支持

落实好中央及省级减税降费政策,用好中央外经贸发展专项资金和江苏省商务发展专项资金,优化使用方向,支持外贸企业出口转内销。鼓励各地建立外贸企业转内销帮扶纾困机制,对外贸企业参加线上线下内销展会、进商超专柜(区)、参与各类消费促进活动给予支持。简化企业办税程序,为企业出口转内销提供便利化办税缴费服务。

12

促进内外贸融合发展

充分发挥我国超大规模市场优势,支持企业拓外转内,增强发展韧性,加快培育一批内外兼营、国际竞争力和抗风险能力较强的跨国企业。加快推进跨境电商综合试验区、市场采购贸易方式试点,进一步扩大口岸开放,打通国内国际物流通道,为企业统筹用好两个市场提供载体平台支撑。加强信用体系建设,着力营造与国际接轨的商业文化和营商环境。

来源:江苏省政府办公厅

连淮扬镇高铁将于10月20日试通车



8月28日,江苏高邮市供电公司界首供电所员工在该市界首镇应龙村6号配电台区对拆迁的房屋进行断电。连淮扬镇高铁将于10月20日试通车,高邮市政府加紧对位于高铁和京沪高速公路夹心地带的房屋进行拆迁,涉及界首、周山两个乡镇98户村民。自8月10日起,当地供电所每天组织人员进场配合政府进行断电,以保护拆迁工作人员和拆迁户的人身安全。

连淮扬镇高铁线路全长约304.5公里,设计标准为客运专线,设计时速为250公里。北段即连云港至淮安段已于2019年12月16日开通运营,南段即淮安至镇江段正线全长约200公里,设淮安东、宝应、高邮北、高邮、扬州东、大港南、丹徒、镇江8座车站,现已完成“四电”主体工程,并与沪宁城际高铁、宁启铁路顺利实现线路接轨,在按计划完成热滑试验、联调联试等一系列试验后,力争今年12月上旬具备开通运营条件。

连淮扬镇高铁位于江苏省中北部,是贯通江苏南北的重要通道,具有京沪高速铁路辅助通道的重要功能。连淮扬镇高铁淮镇段开通后,将实现连镇高铁全线贯通,与沪宁城际高铁、宁启铁路、徐盐高铁、青连铁路以及建设中的徐连高铁互联互通,进一步织密江苏铁路网,更好助力打造“轨道上的长三角”,对于提高沿线城市交通便捷度、畅通人流物流资金流、促进长三角一体化高质量发展等具有重要意义。

来源:淮水安澜





这些企业获2019年江苏省省长质量奖

8月,2019年“江苏省省长质量奖”获奖名单公布,中国能源建设集团江苏省电力设计院有限公司等10家组织2019年“江苏省省长质量奖”,中国天楹股份有限公司等8家组织和陈丽芬获2019年“江苏省省长质量奖提名奖”。

据悉,“江苏省省长质量奖”是江苏省人民政府设立的质量奖项,每年评定一次,分为“江苏省省长质量奖”和“江苏省省长质量奖提名奖”,数量各不超过10个(含组织和个人)。原则上,提名奖个人每年不超过1个。获奖数可少额或缺。

设立“江苏省省长质量奖”的政策目标,是为了树立全省质量标杆,引导、激励各类组织和个人加强质量管理、追求卓越绩效、注重自主创新,促进质量强企和质量强省建设,推动全省经济社会高质量发展。

江苏省政府对获得“江苏省省长质量奖”的组织和个人予以表彰,颁发奖牌,一次性分别奖励100万元和20万元。5年后复评再次获奖的,授予证书和奖牌,不授予奖金。对获得“江苏省省长质量奖提名奖”的组织和个人,颁发奖牌,一次性分别奖励30万元和10万元。获得提名奖的组织和个人再次获得同一等次奖项的,授予证书和奖牌,不授予奖金。

另外,获奖组织可以在组织形象宣传中使用获奖称号,并注明获奖年份,但不得用于产品宣传,不得在产品或包装上标注“江苏省省长质量奖”标志和获奖称号。

2019年江苏省省长质量奖(共10个)

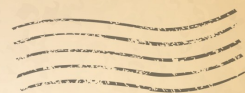
中国能源“建设集团江苏省电力”设计院有限公司
江苏万邦生化医药集团有限责任公司
江苏太平洋精锻科技股份有限公司
江苏永钢集团有限公司
江苏永鼎股份有限公司
江苏沪宁钢机股份有限公司
江苏苏盐井神股份有限公司
苏新海石化有限公司
金陵饭店股份有限公司
莱克电气股份有限公司

江苏省省长质量奖提名奖(共9个)

中国天楹股份有限公司
江阴天江药业有限公司
亚普汽车部件股份有限公司
国网江苏省电力有限公司泰州供电分公司
南通江海电容器股份有限公司
徐州卧牛山新型防水材料有限公司
徐州徐工挖掘机械有限公司
常州市公共交通集团有限责任公司
陈丽芬(江苏阳光股份有限公司董事长)

来源:江苏省人民政府

江苏两部门联合发出公开信： 做好三件事，减少VOCs排放



8月底，江苏省生态环境厅、江苏省新闻出版局联合发出《致包装印刷企业负责人的一封信》，号召从现在至9月底，包装印刷企业做好三件事，包括选择合适的生产时间，选择合适的原辅材料，淘汰落后技术、工艺、装备等，有效减少VOCs产生和排放。

江苏省生态环境厅
江苏省新闻出版局致包装印刷企业负责人的一封信

全省各包装印刷企业负责人：

你们好！

在每天繁忙的工作中，大家在各自战线上为江苏经济社会发展，为美丽江苏建设作出富有成效的贡献。我们每天都在祝福大家事业发达、生活美好！但今天写信，是有件特别的事情想和大家说一说，寻求您的支持。

近年来，在省委、省政府的有力领导下，全省上下深入践行习近平生态文明思想，积极开展大气污染防治工作，江苏生态环境质量显著提升。2019年，我省PM2.5浓度比2013年下降41.4%，优良天数比率比2013年提高11.1个百分点，百姓朋友们晒蓝天、晒白云的多了，人民群众的蓝天幸福感和满意度明显增强。有您的积极参与和辛勤付出，我们对“打赢蓝天保卫战”充满信心。感谢的话，无论说过多少遍，都还要在这里再说一遍：在此，向你们对江苏生态环境保护工作的支持表示诚挚敬意和衷心感谢！

我们在治理PM2.5上取得初步成效，并持续协同推进大气污染防治的同时，也面临着新的挑战——臭氧污染日益凸显。有关资料显示，臭氧在高空中是生命保护伞，在地面上超过一定浓度值，将对健康造成危害。著名的美国洛杉矶光化学烟雾事件，导致大量市民患病、城郊树木枯萎、农作物减产，对社会经济和居民健康造成极大危害，臭氧就是元凶之一。近几年，我们采取一系列有力的治气措施，PM2.5浓度持续下降，但臭氧浓度仍处于高位，尤其在夏秋季高温时节，还有臭氧超标的风险。为此，我们专门组建“PM2.5与臭氧协同控制”专家团队，指导各地、各行业开展夏秋季臭氧治理攻坚行动，着力推进精准治污、科学治污、依法治污。

VOCs是臭氧的重要前体物，即生成臭氧的“原料”。生态环境部《2020年挥发性有机物(VOCs)治理攻坚方案》明确，石化、化工、工业涂装、包装印刷和油品储运销等是臭氧前体物——VOCs防治的重点领域。省生态环境厅将逐一指导各重点行业针对性地加强VOCs治理。今天，在这里向我们的朋友——包装印刷企业发出公开信，寻求你们的理解和支持。

根据科研成果和实践经验，我们认为，从现在至9月底，包装印刷企业只要做好三件事，就能有效减少VOCs产生和排放。一是选择合适的生产时间。在满足安全生产的前提下，将调墨、印刷、烘干、复合等工序的作业时间调整至非高温时段(上午10点前，或下午5点后)进行。二是选择合适的原辅材料。不使用溶剂油墨、溶剂型胶粘剂、有机溶剂清洗剂、溶剂型涂料，推荐使用水性或能量固化油墨、水基型或本体型胶粘剂、水基或半水基清洗剂、无溶剂或辐射固化涂料。三是淘汰落后技术、工艺、装备，使用绿色环保低碳的新技术新工艺新材料，同时根据每个企业不同的印刷及印后加工工艺特点，实施合适的VOCs综合治理方案，选择去除率高的治理技术，加快治理步伐，争取一步到位。此外，企业污染治理设施和生产设施也一定要同步运行。

企业是社会发展的活力所在。我们一直把服务企业绿色发展作为我们的责任和义务，始终坚持“依法依规监管、有力有效服务”。省生态环境厅近年来出台了环保贷、绿色债券贴息、绿色产业企业上市奖励、“绿岛”等惠企政策。如果您有环保贷、绿色债券贴息等需求，或有相关政策建议，也请与我们联系，我们将竭诚为您服务。

相信通过我们的共同努力，天会更蓝、地会更绿、空气会更清新，生活也会更美好！

来源：江苏省生态环境厅、江苏省新闻出版局

2020 德国和瑞士 最有价值品牌榜单发布

英国品牌评估机构“品牌金融”(Brand Finance)近日发布了“2020 德国最有价值的100大品牌”排行榜和“2020 瑞士最有价值的50大品牌排行榜”。



	1 ← 1	2020: 20,161 CHF 2019: 19,050 CHF +5.8%		6 ↑ 10	2020: 6,888 CHF 2019: 5,291 CHF +30.2%
	2 ← 2	2020: 9,103 CHF 2019: 10,285 CHF -11.5%		7 ↓ 6	2020: 6,859 CHF 2019: 7,267 CHF -5.6%
	3 ↑ 4	2020: 8,177 CHF 2019: 7,970 CHF +2.6%		8 ↑ 9	2020: 6,140 CHF 2019: 5,763 CHF +6.5%
	4 ↑ 5	2020: 7,816 CHF 2019: 7,804 CHF +0.2%		9 ↓ 8	2020: 5,084 CHF 2019: 5,801 CHF -12.4%
	5 ↑ 7	2020: 7,537 CHF 2019: 6,705 CHF +12.4%		10 ↓ 3	2020: 5,022 CHF 2019: 8,156 CHF -38.4%



	1 ← 1	2020: € 58,728 2019: € 51,972 +13.0%		6 ← 6	2020: € 22,427 2019: € 19,896 +12.7%
	2 ↑ 3	2020: € 40,539 2019: € 35,942 +12.8%		7 ↑ 8	2020: € 18,110 2019: € 18,605 -2.7%
	3 ↑ 4	2020: € 36,554 2019: € 34,876 +4.8%		8 ↓ 7	2020: € 17,694 2019: € 19,755 -10.4%
	4 ↓ 2	2020: € 36,078 2019: € 39,834 -9.4%		9 ← 9	2020: € 15,328 2019: € 16,911 -9.4%
	5 ← 5	2020: € 30,619 2019: € 25,271 +21.2%		10 ↑ 11	2020: € 14,943 2019: € 13,459 +11.0%

100大德国品牌总价值为5376亿欧元。梅赛德斯-奔驰蝉联榜首,大众汽车升至第二位,宝马汽车升至第三位。其中,汽车品牌价值2055亿欧元,占总价值的36.36%;工程和建设品牌价值450亿欧元,占8.4%;零售品牌价值445亿欧元,占8.3%;电信品牌价值421亿欧元,占7.8%;保险品牌价值387亿欧元,占7.2%;科技品牌价值227亿欧元,占4.2%。

2020 德国最有价值的100大品牌

- | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1、梅赛德斯奔驰(Mercedes-Benz) 汽车 | 35、林德(Linde) 化学品 | 69、Sixt 汽车租赁服务 |
| 2、大众(Volkswagen) 汽车 | 36、汉莎(Lufthansa) 航空 | 70、赫伯罗特(Hapag-Lloyd) 物流 |
| 3、宝马(BMW) 汽车 | 37、家乐(Knorr) 食品 | 71、万宝龙(Montblanc) 服饰 |
| 4、德国电信(Deutsche Telekom) 电信 | 38、曼恩(MAN) 汽车 | 72、莱茵金属(Rheinmetall) 航天和防务 |
| 5、保时捷(Porsche) 汽车 | 39、英飞凌(Infineon Technologies) 科技 | 73、Mtu Aero Engines 航天和防务 |
| 6、安联(Allianz) 保险 | 40、拜瓦(BayWa) 食品 | 74、Schwabisch Hall 银行 |
| 7、西门子(Siemens) 工程和建设 | 41、施华蔻(Schwarzkopf) 化妆品和个人护理 | 75、汉堡南美(Hamburg Sud) 物流 |
| 8、博世(Bosch) 工程和建设 | 42、蒂森克虏伯(thyssenkrupp) 矿业、钢铁 | 76、DZ HYP 银行 |
| 9、奥迪(Audi) 汽车 | 43、雨果博斯(HUGO BOSS) 服饰 | 77、Dial 家庭用品 |
| 10、思爱普(SAP) 科技 | 44、Versicherungskammer Bayern 保险 | 78、ProsiebenSat.1 媒体 |
| 11、阿迪达斯(Adidas) 服饰 | 45、1&1 IONOS 科技 | 79、德国联合抵押银行(HypoVereinsbank) 银行 |
| 12、奥乐齐(Aldi,阿尔迪) 零售 | 46、欧宝(Opel) 汽车 | 80、欧司朗(Osram) 科技 |
| 13、利德尔(Lidl) 零售 | 47、德国中央合作银行(DZ Bank) 银行 | 81、AIDA 休闲和旅游 |
| 14、敦豪(DHL) 物流 | 48、德国商业银行(Commerzbank) 银行 | 82、丝蕴(Syoss) 化妆品和个人护理 |
| 15、巴斯夫(BASF) 化学品 | 49、1&1 Drillsch 电信 | 83、德国邮政银行(Deutsche Postbank) 银行 |
| 16、妮维雅(Nivea) 化妆品和个人护理 | 50、Delivery Hero 零售 | 84、奥托(Otto) 零售 |
| 17、费森尤斯(Fresenius) 保健 | 51、海德堡水泥(HeidelbergCement)工程和建设 | 85、贝克(Beck's) 啤酒 |
| 18、拜耳(Bayer) 制药 | 52、巴登-符滕堡州能源(EnBW) 公用事业 | 86、德卡银行(DekaBank) 银行 |
| 19、慕尼黑再保险(Munich Re) 保险 | 53、万得城(Media Markt Saturn) 零售 | 87、Freenet 电信 |
| 20、Innogy 公用事业 | 54、Netto Marken-Discount 零售 | 88、山德士(Sandoz) 制药 |
| 21、德国邮政(Deutsche Post) 物流 | 55、麦德龙(Metro) 零售 | 89、Sat.1 媒体 |
| 22、Uniper 公用事业 | 56、赢创(Evonik) 化学品 | 90、TeamBank 银行 |
| 23、豪赫蒂夫(Hochtief) 工程和建设 | 57、Bonprix 零售 | 91、林德物料搬运(Linde Material Handling) 科技 |
| 24、艾德卡(Edeka) 零售 | 58、雅各布斯(Jacobs) 软饮料 | 92、莱尼(Leoni) 科技 |
| 25、汉诺威再保险(Hannover Re) 保险 | 59、舍弗勒(Schaeffler) 汽车零部件 | 93、海拉(Hella) 汽车零部件 |
| 26、德意志银行(Deutsche Bank) 银行 | 60、默克(Merck Kgaa) 制药 | 94、花(Fa) 化妆品和个人护理 |
| 27、德国联邦铁路(DB) 物流 | 61、科思创(Covestro) 化学品 | 95、巴登-符滕堡州州立银行银行 |
| 28、安顾(Ergo) 保险 | 62、Prosieben 媒体 | 96、Bechtle IT 服务 |
| 29、Kaufland 零售 | 63、瑞德伯格(Radeberger Group) 食品 | 97、野格(Jagermeister) 烈酒 |
| 30、大陆(Continental) 轮胎 | 64、Vonovia 房地产 | 98、Cancom IT 服务 |
| 31、Zalando 零售 | 65、宝莹(Persil) 家庭用品 | 99、汉凯起泡酒和葡萄酒 |
| 32、彪马(Puma) 服饰 | 66、欧特家博士(Dr. Oetker) 食品 | 100、法兰克福机场(Frankfurt Airport) 机场 |
| 33、意昂(E.ON) 公用事业 | 67、莱茵集团(RWE) 公共事业 | |
| 34、途易(TUI) 旅游休闲 | 68、邦泰(Brenntag) 化学品 | |

瑞士 50 强品牌总价值为 1443 亿瑞士法郎。雀巢、瑞银、苏黎世保险名列前三位。其中,6 个食品品牌总价值 263 亿瑞士法郎,占比 18.2%;5 个保险品牌价值 218 亿瑞士法郎,占比 15.1%;5 个银行品牌价值 194 亿瑞士法郎,占比 13.5%;8 个服饰品牌价值 188 亿瑞士法郎,占比 13.0%;5 个工程和建设品牌价值 117 亿瑞士法郎,占比 8.1%;两个制药品牌价值 107 亿瑞士法郎,占比 7.4%。

2020 瑞士最有价值的 50 大品牌排行榜

1、雀巢(Nestle) 食品	26、百乐嘉利宝(Barry Callebaut) 食品
2、瑞银集团(UBS) 银行	27、Dufry 零售
3、苏黎世保险(Zurich) 保险	28、宝盛银行(Julius Baer) 银行
4、劳力士(Rolex) 服饰	29、西卡(Sika) 工程和建设
5、罗氏(Roche) 制药	30、Baloise 保险
6、瑞士再保险(Swiss Re) 保险	31、Zurcher Kantonalbank 银行
7、瑞信(Credit Suisse) 银行	32、天梭表(Tissot) 服饰
8、雀巢咖啡(Nescafe) 软饮料	33、美极(Maggi) 食品
9、瑞士电信(Swisscom) 电信	34、吉博力(Geberit) 工程和建设
10、ABB 工程和建设	35、Sunrise 电信
11、欧米茄(Omega) 服饰	36、奈斯派索(Nespresso) 软饮料
12、嘉能可(Glencore) 采矿和钢铁	37、埃米(Emmi) 食品
13、瑞士人寿(Swiss Life) 保险	38、浪琴(Longines) 服饰
14、德科(Adecco) 商业服务	39、索诺瓦(Sonova) 保健服务
15、诺华(Novartis) 制药	40、百达银行(Pictet) 银行
16、德迅(Kuehne + Nagel) 物流	41、先正达(Syngenta) 化学
17、豪瑞(Holcim) 工程和建设	42、积家表(Jaeger-LeCoultre) 服饰
18、泰格豪雅(TAG Heuer) 服饰	43、罗技(Logitech International) 电子
19、泰科电子(TE Connectivity) 电子	44、Lindor 食品
20、瑞士莲(Lindt) 食品	45、士卓曼(Straumann-Reg) 保健服务
21、意法半导体(ST, Stmicroelectronics) 半导体	46、瑞士航空(Swiss) 航空
22、迅达(Schindler) 工程和建设	47、龙沙(Lonza) 化学
23、斯沃琪(Swatch) 服饰	48、瑞士交易所(SIX) 证券交易所
24、瑞士通用公证行(SGS) 商业服务	49、伯爵表(Piaget) 服饰
25、Helvetia 保险	50、泛亚班拿(PANALPINA) 物流

来源:Brand Finance



日本

中日8月新闻短讯

1、持有效在留资格的外国人9月后或可再入境

日本 据日本广播协会(NHK)报道,作为防控新冠肺炎疫情的边境口岸管理对策,日本政府决定从9月开始放宽部分入境限制,以接受PCR核酸检测和自我隔离14天等为入境条件,允许持有效在留资格的外国人再次入境日本。

2、日本7月份对华出口增长

据日本财务省8月19日发表的7月份贸易统计速报,当月出口额为5.3689万亿日元(1日元约合人民币0.065元),同比下降19.2%,连续5个月下降超两位数。虽然出口额比6月份有所回升,但仍处于低位。其中,日本对华出口同比增长8.2%。

3、受疫情影响 在日外国技能实习生遭解雇人数

增多 据NHK电视台报道,由日本的援助外国人技能实习生团体设立的电话咨询热线8月20日开通以来,收到大批因受新冠肺炎疫情影响而失去工作的外国技能实习生的咨询。据日本厚生劳动省公布的数据,截至2019年12月,在日本工作的外国人技能实习生总数约41万人。受新冠肺炎疫情影响遭解雇的人数,目前统计已超2600人。

4、日本9家大型人身保险公司二季度营收下降

据《朝日新闻》网站报道,日本九家主要的人身保险公

司日前公布了2020年二季度的决算报告。受新冠肺炎疫情影响,各家公司的职员在4到5月期间都无法前往拜访客户,新增业务量大幅减少,因此所有公司与销售额挂钩的保险费等收入也同比下降。

5、日本普乐士开始在中国销售办公家具

据《泰晤士报》报道,日本大型文具及办公用品企业普乐士(PLUS)近期已开始在中国销售办公家具。该公司在杭州、北京等地共设置了4处展厅,并通过代理店和电商来销售产品。在中国市场的生产和销售由普乐士与中国得力集团的合资公司负责。合资公司成立于2019年5月,由得力出资60%、普乐士出资40%。

6、中资企业在北海道二世古建设大型滑雪度假村

投资额或超100亿日元 综合日本《北海道新闻》的报道,在北海道滑雪胜地二世古町设立的中资不动产开发企业“VIRGINIA”(译名)对外披露称,该公司将在“二世古 Village 滑雪度假村”周围开发一套拥有100余间客房的公寓型酒店以及5栋出租别墅。

7、山东与日本聚焦6大产业对接洽谈 探讨合作

机遇 山东省副省长任爱荣8月23日在介绍“对话山东—日本·山东产业合作交流会”有关情况时表示,该省将与日本聚焦高端装备制造、海洋经济、现代农业、医养健康等6个产业,展开对接交流洽谈,拓展双方合作新领域、新空间。

8、美国麦当劳拟出售日本部分股份

美国快餐巨头麦当劳7月28日表示,拟出售通过集团公司持有的日本麦当劳控股股份中一部分。持股比例将从近50%降至35%左右。此举旨在提高财务的灵活度。美国麦当劳当天公布的2020年二季度(4至6月)财报显示,销售额比去年同期减少30%至37.615亿美元,净利润减少68%至4.838亿美元。全球现有门店销售额减少24%。

9、香川县就“讚岐牛”商标在华被抢注提出异议

日本香川县政府8月14日以该县农协等取得了地区团体商标的“讚岐牛”商标在中国商标局被申请注册为由,已向中方提出异议要求撤销。该县农政水产部表示,申请注册的是中国大连市中山区的单位。若商

标被注册,可能妨碍香川县内单位的活动。

10、日本拟在大阪和福冈打造国际金融基地 日本政府基本决定选取以大阪为中心的关西圈和福冈县作为候选地,加强吸引外资金融机构入驻的方针。政府此前力争在东京打造国际金融中心,但考虑到接连发生灾害的风险和新冠肺炎疫情平息后的地区分散型社会,因而转变战略。在9月底截止的2021年度预算申请中将列入相关项目。

11、日本政府开始探讨创设自动驾驶专用驾照 日本政府7月在内阁会议上决定的“规制改革实施计划”写明,以开发能自动识别暂停标志和交通信号并控制车辆的技术为前提,“作为限定驾照的对象车辆探讨追加”。针对安装了减轻冲撞损失的刹车等的“安全驾驶辅助汽车”,6月修改后的《道路交通安全法》施行,规定在2022年导入仅限这种汽车的限定驾照。政府的构想是将其扩展至自动驾驶功能。

12、日政府小组会建议让老年人等优先接种新冠疫苗 日本政府的新型冠状病毒感染症对策小组会(会长:尾身茂)8月21日汇总建议,提出应该让老年人以及基础疾病患者、负责诊疗的医护人员优先接种疫苗。为了减少死亡和重症人数,防止医疗崩溃,将让风险高的人和医护人员优先接种。

13、日本涂料控股将进入新加坡企业旗下 日本国内涂料行业龙头、日本涂料(立邦漆)控股公司8月21日宣布,将进入自身最大股东、新加坡涂料企业吴德南集团旗下。吴德南集团将接受日本涂料控股实施的第三方定向增发,基于表决权的持股比例将从现在的39.5%,提升至与集团企业持有的股份合计后达到58.7%。收购总额约为1.3万亿日元(约合人民币851亿元)。力争明年1月1日完成收购。

14、松下力争2021年度实现在华空调业务翻番 日本松下公司8月19日公布目标,2021年度在中国的空调和空气净化器相关业务力争扩大至2019年度的两倍。在新冠肺炎疫情蔓延的背景之下,鉴于对空气净化需求提升,将强化生产销售。松下还透露,计划在广东省建设新工厂,增加空气净化器和换气设备的产量。投资2.2亿元,力争在2021年内启动运转。

15、日本将提升稀有金属储备 防备供应中断风险 日本政府将强化用于电动汽车(EV)等的“稀有金属”储备体制。关于稀缺性较高的种类,目前国内60天用量的储备目标计划提升至半年以上。稀有金属对尖端产业来说不可或缺,而日本面临着严重依赖中国等特定国家的结构性问题,因此政府希望就供应中断风险提高防备。稀有金属共有钴、锂等34种,日本几乎全部依靠进口。EV发动机磁铁等所需的稀土六成以上依赖中国。

16、日本时隔3个月出现贸易顺差 对华出口转增 日本财务省8月19日公布的7月贸易统计初值(以通关为准)显示,出口为5.3689万亿日元(约合人民币3528亿元),较上年同期减少19.2%,连续5个月出现两位数减幅。日本对新冠肺炎疫情不见平息的欧美的出口持续大幅减少。进口为5.3572万亿日元,同比减少22.3%。对华出口增长8.2%至1.329万亿日元。

17、日本与英国药企基本达成新冠疫苗供应协议 日本厚生劳动相加藤胜信8月7日就英国制药巨头阿斯利康正在研发的新型冠状病毒感染症疫苗表示,政府基本与该公司达成了协议,若疫苗能投入使用,从明年起将接受1.2亿次份的供应。计划到明年3月底接受3000万次份。加藤表示,每人接种一次还是两次尚未确定。

18、访日外国游客连续4个月同比大减99.9% 日本观光厅8月21日发布估算数据称,7月访日外国游客为3800人。连续4个月同比大减99.9%。从因日韩关系恶化而韩国游客大幅减少的去年10月以来,已连续10个月减少。作为新冠肺炎疫情的边境口岸对策,日本继续实施入境限制,恢复接纳游客尚无眉目。

19、东京哈利·波特主题公园力争2023年上半年开业 日本西武铁道公司8月18日宣布,围绕在定于8月31日关闭的“丰岛园”(东京都练马区)原址一部分建设人气电影《哈利·波特》主题公园一事,已与美国电影巨头华纳兄弟和伊藤忠商事等签订合同。力争2023年上半年开业。



韩国

中韩8月新闻短讯

1. 据韩国农水产食品流通公社发布的数据,韩产泡菜出口量从2016年的2.349万吨逐年递增至2019年的2.9529万吨,今年上半年的出口量已达去年全年出口量的68.3%,为2.0259万吨。从出口目的地来看,今年上半年对日本的出口量最大,为1.0349万吨,占去年全年对日出口量的64.9%。其后依次为美国(3024吨)、澳大利亚(1112吨)、中国香港(1022吨)和中国台湾(887吨)。同期,上述出口量已达去年泡菜出口总量的70.9%-81.2%。韩国主要泡菜生产商的出口业绩也逐年上升。食品企业大象旗下品牌宗家府泡菜2017年出口额为3200

万美元,2018年为3700万美元,2019年为4300万美元。今年上半年出口额已达3000万美元,占韩国泡菜出口总额的41%之多。

2. LG集团旗下LG Display表示,公司中国广州工厂的8.5代OLED生产线即将开始批量生产。为此,LG Display社长丁豪荣等公司高管于8月22日访问广州工厂。据悉,LG Display计划从明年起将广州工厂的8.5代OLED面板的月产量增加到9万张,加上目前京畿道坡州工厂的7万张,月产能有望增加到16万张。另外,LG Display广州工厂占地面积7.4万平方米,建筑总面积42.7万平方米,目前月产能为6万张。

3. 据国际疫苗研究所(IVI)韩国后援会消息,LG集团会长具光谟以个人名义向国际疫苗研究所捐款10亿韩元(约合人民币585.34万元),旨在支持新冠病毒(COVID-19)疫苗研发工作。具光谟表示,新冠肺炎疫情全球肆虐威胁人类健康,望疫苗研发工作加快进度,早日造福全人类。国际疫苗研究所所长金瀚植表示,具光谟的捐款犹如雪中送炭,向其表示由衷的感谢。国际疫苗研究所将与合作机构和衷共济,为疫苗早日研发成功付出最大努力,让这笔捐款发挥最大作用。位于首尔大学的国际疫苗研究所是于1997年首个落户韩国的国际机构,致力于发展中国家儿童传染病疫苗的研发与普及工作,近期参与新冠疫苗的研发。

4. 韩国特许厅(知识产权局)近期发布的一项数据显示,2019年韩国美妆领域商标注册申请数量为2.0956万件,较2014年(1.5017万件)增加39.6%。从近5年各美妆企业的商标申请情况来看,LG生活健康最多,为4698件,爱茉莉太平洋(2391件)、菲诗小铺(975件)、谜尚(758件)、托尼魅力(716件)分列其后。值分析认为,线上销售渠道不断拓宽,专业代工(OEM)和贴牌(ODM)等生产方式多元化大幅降低了市场门槛。加上,席卷全球的K-POP热潮也推高了韩妆品牌的价值。特许厅商标设计审议局局长文三燮表示,随着韩国有效应对新冠病

毒(COVID-19)疫情,韩国品牌的国际地位也得到提升。预计线上消费将在非接触时代进一步盛行,品牌效应也将更加凸显。

5.韩国现代建设(HDEC)公司表示,近期接获由香港医院管理局发出的香港基督教联合医院建设项目的决标信(LOA)。现代建设和香港开发商BUILD KING共同承建11.7亿美元的医院建设工程,现代建设份额30%,约为3.5亿美元。总建筑面积22.188万平方米,9月动工,工期46个月。现代建设方面表示,在秉持发包方基本设计理念的同时,提出打造未来先进医院的施工方案,在技术评价中获得最高分,投标过程中得到韩国驻港总领事馆的协助。现代建设至今已在香港承建24.8亿美元的项目。

6.韩国大宇建设公司表示,公司承揽香港新界北区粉岭绕行道道路建设项目大单,规模达2.18亿美元。大宇建设与俊和发展集团、群利建设集团成立合资公司并共同承建粉岭道路建设工程,大宇建设公司的建设份额为48%。该项目是建设双向四车道的3个工程中第二个项目,覆盖建设高架桥990米、地下公路490米、连接公路、设置隔音墙等。8月动工,工期59个月。大宇建设方面表示,公司首次进军香港建设市场具有意义,借此巩固在香港建筑市场上的地位。

7.韩企斗山山猫机械公司表示,将在中国当地生产并销售1-2吨级小型挖掘机,在当地小型工程机械市场提升竞争力。斗山山猫将在苏州工厂生产两款小型挖掘机,型号分别是E17Z和E20Z。这两款之前是从捷克进口,斗山山猫预计在中国当地产销,能有效提升价格竞争力,迅速应对市场的需求变化。加上,在中国劳动力成本逐步上升的情况下,小型挖掘机很可能发挥机械替代人工的优势。斗山山猫计划在3年内将中国市场份额提升至10%以上。

8.韩国药企韩美药品表示,将用其中国法人北京韩美药品旗下止咳祛痰药“易安平”开发新型冠状病毒

毒(COVID-19)治疗剂。易安平是以氨溴索为主要成分的吸入式止咳祛痰药。韩美药品曾将氨溴索研发为吸入式药物后,在中国完成3期临床试验,去年7月在当地获得了批准文号。韩美药品表示,中国当地新冠肺炎确诊病例服用易安平后,因急性呼吸窘迫综合征(ARDS)而死亡的风险大幅减少,因此作出了用将易安平开发新冠肺炎治疗用药的决定。韩美药品计划,首先将把易安平作为治疗新冠肺炎的辅助用药进行临床试验。临床将在武汉科技大学附属协和医院、首都医科大学附属北京地坛医院和上海市公共卫生临床中心进行。

9.据英国造船和海运动态分析机构克拉克森(Clarksons)公布的数据,今年7月韩国船企新接订单总量为50万修正总吨(CGT),共12艘,占全球68万CGT(24艘)的74%。这也是韩国造船订单年内首登全球榜首。其中,中国手持订单最多,为2564万CGT(37%),韩国为1914万CGT(28%)、日本为946万CGT(14%)。业内预测,随着莫桑比克和俄罗斯对LNG船建造需求的增加,韩国接单量还将继续增多。

10.中韩经贸联委会举行第24次会议。中国商务部官员透露,两国同意积极推进中韩自贸协定第二阶段谈判,努力挖掘更多贸易领域和潜力。商务部亚洲司负责人称,中韩以线下面对面形式举行会议,推动逐步恢复政府间经贸领域交往与合作,彰显了在常态化疫情防控下中国进一步扩大对外开放的决心和意志,向外界发出了中韩两国坚定发展双边经贸关系的明确积极信号。负责人表示,此次会议中韩两国达成了一系列共识。双方同意,继续深入推动中国“一带一路”倡议与韩国“新南方”“新北方”政策对接合作,积极推进中韩自贸协定第二阶段谈判,加快编制《中韩经贸合作联合规划(2021-2025)》。双方同意积极组织各类经贸促进活动,支持两国有实力、信誉好的企业开展双向投资。双方还同意继续加强在区域和多边框架下的沟通协调,推动年内如期签署区域全面经济伙伴关系协定(RCEP),推进中日韩自贸协定谈判,维护多边贸易体制。



周剑峰

江苏常熟人，字轩羽，1965年生，自幼习画，师从本邑名画家李滨星先生、黄公望第24代嫡孙名画家吴健刚先生，研习山水、花鸟画技法，作品多次入展参展，颇具影响。同时还是赭石砚雕刻大师宗洪兴先生的高足，潜心赭石砚制作，对黄公望浅降山水赭石色的引用也颇有研究，为常熟市非物质文化遗产——虞山赭石砚的制作传人。

现为常熟市美术家协会会员，常熟市民间文艺家协会会员，黄公望文化研究会秘书长。

2016年 砚雕作品参加第十四届苏州民间艺术精品展。

2016年 国画作品入选第三届苏州美术作品大展；2016年—2017年 砚雕作品参加在上海浦东机场的展览。

2017年 砚雕作品参加第十五届苏州民间艺术精品展；2017年 国画作品入选第五届苏州美术新人新作展览。

2019年书法作品在苏州市市民书法大展中获得优秀作品奖。

2020年4月美术作品荣获苏州书法美术大赛优秀作品奖。



好雨知
生随潜
野径云
色在溪

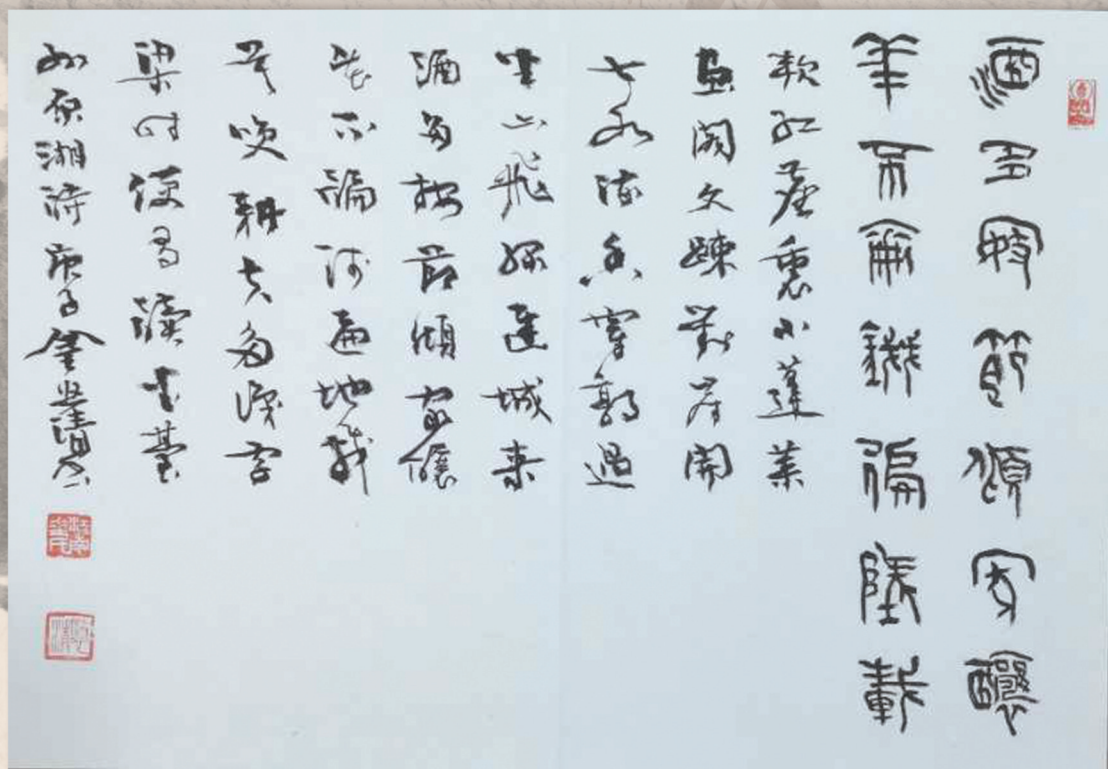
右徐青



秋山清音
丙申秋月 鍾峰 畫於杭州



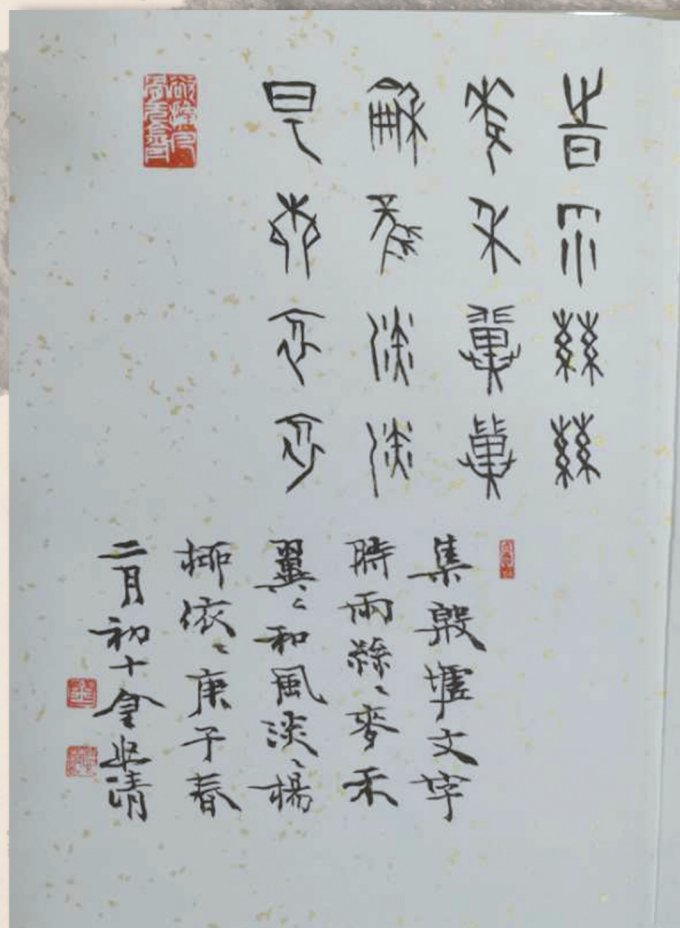
下 觀 前



金悠清

常熟市文联创作研究室主任、常熟市书法家协会副主席、常熟市政协书画室副主任、常熟慈善书画院顾问、星云大师佛光祖庭特聘画师、苏州市曲艺家协会理事、常熟市曲艺家协会副主席兼秘书长、苏州市古琴协会副秘书长、虞山琴社秘书长、菱花馆艺文社秘书长、四川大风堂画院副院长等。

列方去疾先生门下治金石及印学，从曹大铁先生习书画及鉴定，长期从事书画篆刻教育工作，担任多所学校书法篆刻专职教师，尤擅青少年书画教学，对青少年书画学习具有完整的教学体系，培养的学生遍及全国。



8月人文社科书单

愿人文社科好书的养分，滋润我们的心灵，繁盛我们的思想。

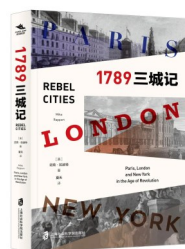
《1789：三城记》

[美] 迈克·拉波特 著

夏天 译

上海社会科学院出版社

18世纪下半叶，巴黎、纽约和伦敦的命运交织在了一起，它们都处在政治混乱和革命风暴的中心。从美国革命时期英国人占领纽约，到伦敦争夺民主的骚动和民众起义，再到巴黎的弑君事件，迈克·拉波特从多重角度生动描绘了一幅当年的城市全景，看城市中的男女如何在其间生活，历史又如何在其间展开。



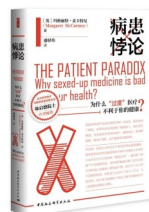
《病患悖论：为什么“过度”医疗不利于你的健康？》

[英] 玛格丽特·麦卡特尼 著

潘驿玮 译

鼓楼新悦

当医学打着“良医治未病”的旗帜进军时，却把越来越多的健康人变成了“病人”，“病”与“非病”的界限也越来越模糊不清。一个悖论产生了：身体健康、境遇良好的人得到了最多的照护；身患疾病、境遇较差的人实际上又没有得到。



《城市的语言》

[英] 迪耶·萨迪奇 著

张孝铎 译

东方出版社

如今我们生活在一个以城市为主导的世界。该如何定义城市这件人类史上最伟大的艺术品？本书通过聚焦伦敦、上海、莫斯科等都市，揭示城市在经历了个人意志、政治期待、精心的考量与规划，以及无心插柳的意外收获后，今后又将如何演进。



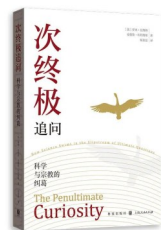
《次终极追问：科学与宗教的纠葛》

[英] 罗杰·瓦格纳 安德鲁·布利格斯 著

杨春景 译

格致出版社

当孩子第一次问起“为什么”的时候，他便已经走上了一条永无尽头的探索之路。对世界本质的获得总体性认知的探索，即“次终极追问”。本书两位作者展开了一幅绵延数万年的历史画卷，画卷的一端是昏暗的洞穴壁画，另一端是瑰丽的量子物理科学，宗教与科学纠葛的故事。



《从疾病到人心——中古医疗社会史再探》

于赓哲 著

中华书局

本书通过对海内外大量史料的爬梳整理，剖析实际案例，探索疾病与人心、医疗与社会、中医与西医之间的关系，尝试发掘文字背后隐藏的史实，并提供一种思路，试图将传统医学从“科学还是迷信”的窠臼中拉回来，还原中国古代医学本来面貌。



《大宋之变，1063—1086》

赵冬梅 著

周书单精选

本书以司马光的后半生为线索，聚焦北宋关键24年，深入濮议之争、王安石变法、司马相业等历史细节，以人物为经，以事件为纬，充分展现韩琦、王安石、司马光、苏轼等文人政治家在历史大变局中的抗争与博弈，再现共治时代末期知识分子的荣光与屈辱。探究大宋之变的错综因果和历史真相，揭示帝国兴衰的深层根源。



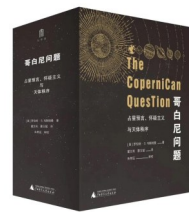
《哥白尼问题：占星预言、怀疑主义与天体秩序》

罗伯特·S.韦斯特曼 著

霍文利 蔡玉斌 译

广西师范大学出版社

本书详尽阐述了15—17世纪,以哥白尼、伽利略、开普勒为代表的近代天文学家如何从旧式的古希腊天文学、占星学转向“日心说”为代表的近代天文学,如何在“文艺复兴”这一变革时期的复杂背景下,发动具有颠覆性意义的科学革命,催生了近代物理学这一人类历史上的伟大进程。



《故土的陌生人：美国保守派的愤怒与哀痛》

[美] 阿莉·拉塞尔·霍赫希尔德 著

夏凡 译

甲骨文

2016年,特朗普赢得美国总统大选之际,困惑不已的美国国民翻开《故土的陌生人》,试图了解保守派的阶级、种族、宗教环境。霍赫希尔德在大选五年前深入茶党大本营,以环境污染为核心,探索保守派人士的深层故事,寻找攀越美国保守派与自由派间“同理心之墙”的可能性。



《光之城：巴黎重建与现代大都会的诞生》

[英] 鲁伯特·克里斯琴 著

黄华青 译

周书单精选

1853年,法国国王路易·拿破仑指派塞纳河省长乔治·欧仁·奥斯曼开启了一项庞大而雄心勃勃的市政改造公共工程。这项改造计划——尽管其间夹杂着战争、革命、腐败和破产——不但让巴黎的面貌焕然一新,还开创了现代巴黎经久不衰的城市布局。



《华夏边缘：历史记忆与族群认同》

王明珂 著

世纪文景

著名历史人类学家王明珂成名作。什么是中国人?华夏认同如何发轫演变?以边缘视角理解族群,在历史记忆中反思认同。人文社科必读经典,畅销二十年,全新修订再版。此次再版新增代序《如何观看与了解边疆》一篇,是王明珂近年来对“华夏边缘”问题的研究反思和方法提炼。



《基本收入》

[英] 盖伊·斯坦丁 著

陈仪 译

企鹅图书

“基本收入”,是定期无条件付给个人一笔适当数额的钱,给人最基本的经济安全感,让他在所属社会中即使碰到极端状况也能够生存。本书是基本收入研究推广组织“基本收入地球网络”(BIEN)创办人,从事基本收入研究超过三十年的盖伊·斯坦丁,汇集研究精华写成的,引导我们深思基本收入问题的指南。



《科举史》

[日] 宫崎市定 著

马云超 译

后浪

本书是宫崎市定关于科举研究的集大成之作。作者梳理了古代中国的选拔人才制度,从东汉的孝廉科到魏晋的九品官人法,最终发展为科举制。作者以清代科举为例,详细介绍了科举的程序和细节,以及科举以外的其他官吏任用方法,阐述了科举制度对明清以来的中国社会产生的深远影响。



《你耳朵里有鱼吗？——翻译及万物的意义》

[英] 大卫·贝洛斯 著

韩阳 译

商务印书馆

耳朵里的鱼，是道格拉斯·亚当斯的著名科幻小说《银河系漫游指南》中的一种神奇的巴别鱼，只要把它放进耳朵，你就可以听懂包括外星语言在内的任何语言。科幻小说描述的巴别鱼，在现实中就是译者。

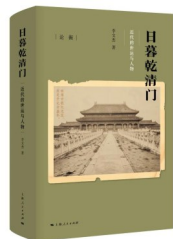


《日暮乾清门：近代世运与人物》

李文杰 著

上海人民出版社

近代的制度、人物与史事，是世运盛衰的直接表征。本书从制度视角，重新解释了影响近代史走向的诸多政治事件，包括辛酉政变、皇族内阁、清帝退位等，也勾勒了奕譞、陈兰彬、康有为、陆徵祥等在重大历史事件中的表现，揭示我们熟悉的史事、人物背后一些幽微的线索，可以给读者带来一些新的启发。



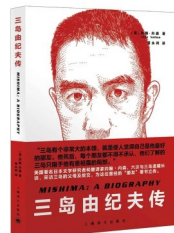
《三岛由纪夫传》

[美] 约翰·内森 著

常永利 译

上海译文出版社

《三岛由纪夫传》出版于1974年，是西方最早的三岛传记之一，也是研究三岛的重要参考文献，中文版的翻译出版尚属首次。三岛由纪夫的死是日本文学史上一个不可解的谜题。谁敢说自己真正了解三岛呢？“他为自杀准备了一年，却没一个人有丝毫察觉”，希望这本书能为读者们提供更多线索，稍稍走近这位谜一样的天才作家。

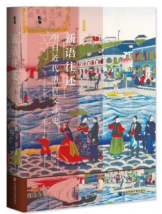


《新语往还：中日近代语言交涉史》

[日] 沈国威 著

社科文献

本书是一本近代语言史著作，总体论述了近代中日语言交流的过程、特点，指出日语进入现代汉语的时间、典型的事例。作者介绍了从17世纪传教士的汉译西书工作，到20世纪初中国人汉译日书的历史经过。



《匈人王阿提拉与罗马帝国的覆灭》

[英] 克里斯托夫·凯利 著

李寒冰 译

华章同人

令西方人畏惧的“上帝之鞭”阿提拉，是嗜血的野蛮之徒，还是危险而精明的国际政治玩家？在本书中我们将循着阿提拉及匈人的足迹，通过一个未遂的暗杀计划、一桩荒唐的婚约、一段与奸诈的罗马将军的友谊，看他如何巧妙地利用罗马帝国的弱点，创建了横跨欧亚的匈人帝国，重构了欧洲格局，进而影响了世界。



《叙事的胜利：在大众文化时代讲故事》

[加] 罗伯特·弗尔福德 著

李磊 译

三辉图书

叙事是我们生活中基本而不可替代的需求之一。本书穿越由都市传说、杰克·尼科尔森、《艾凡赫》、纳博科夫、性丑闻与闲谈，以及《罗马帝国衰亡史》构成的奇妙图景，巧妙地将文学和电影评论结合起来。弗尔福德将半个世纪以来作为记者和批评家的经验浓缩成了一部论述人类生活与故事之间相互塑造过程的著作。



（《新苏商》编辑部、江苏人民出版社友情推荐）



南|京|空|港
会展小镇

NANJING AIR-HUB
EXHIBITION & EVENT TOWN

合作专线
025 5623 5952



南京空港国际博览中心 即将盛大启幕

NANJING AIR-HUB INTERNATIONAL
EXPO CENTRE
COMING SOON

会议 | 展览 | 赛事 | 演艺



世界鼓楼 RIMUS 资本恒产

500强绿地矩制 50万方地标综合体

GREENLAND ZIJIN CENTER
NANJING CHINA

45-91_{M²} 铂瑞酒店式公寓

20-80_{M²} 西流湾主题公园双地铁金铺

全 | 城 | 发 | 售

世界500强绿地 | 50万方地标之力 | 鼓楼限量资产 | 精装全奢全配 | 双线地铁金铺 | 西流湾公园主题

ZIJIN CENTER

24小时热线 | 025 8322 2777

营销中心 | 南京市中山北路紫峰大厦72f观光层