

自贸区升级扩容方案加速出台 加快推动自贸区向自贸港过渡

■ 王文博 何欣荣 吴茂辉

作为全面深化改革开放的试验田，我国自由贸易试验区(以下简称“自贸区”)升级方案正在加速形成，开放型经济体系建设再加码。1月28日，随着广东省两会的召开，已设立自贸区的12个省市政府工作报告全部出炉。在这些地方的2019年工作安排中，将抓住改革开放自主权，破除一切束缚发展的体制机制障碍，加快形成与更高水平的自贸区相适应的体制机制列为重头戏。对于备受关注的自贸区升级扩容、自贸港建设也有了更为清晰的路径，即对标国际竞争力最强的自由贸易区进行制度创新，加快自贸区向自贸港的过渡。

自贸区升级扩容方案明晰

在12个自贸区所在省市的政府工作报告中，加快自贸区制度创新都被列为2019年工作的重中之重。各自贸区根据自身特色功能定位，提出不同的深化改革创新措施，开展升级扩容探索。

例如，四川提出加快自贸区建设，进一步下放省级管理权限，争取成都铁路港、泸州港等建设国家开放口岸、创立综合保税区，加快建设协同改革先行区；浙江表示加快自贸区创新发展，建设国际油品交易中心，推进油气等大宗商品国际贸易使用人民币计价结算；福建明确发挥自贸区引领作用，做大做强整车进口、航空维修等重点业态重点平台，打造新时代改革开放新高地。

作为我国最老牌的自贸区，上海自贸区的动向一直备受关注，其新区扩容一直“靴子”未落，引发各种猜想。上海市市长应勇27日在做政府工作报告时表示，上海今年增设自贸试验区新片区，深入推进自贸试验区建设。对标国际上公认的竞争力最强的自由贸易区，实施具有较强国际市场竞争力的开放政策和制度，建设更具国际市场影响力和竞争力的特殊经济功能区。

上海市人大代表、上海市临港地区管委会常务副主任陈杰认为，定位为“特殊经济功能区”的新片区，要加大改革突破的力度。比如，在税制安排方面，可以参照新加坡经验，建立离岸税制探索，支持离岸贸易、离岸金融



和数字贸易发展。

“新片区要实行真正的‘境内关外’政策，可以实施‘低税负’制度，也就是‘简税制、低税率、税收优惠’。由于主要集聚海外资源，理论上讲新片区的税收都是增量，不会导致国内税收的流失。”上海市政协委员汪胜洋说。定位为“特殊经济功能区”的新片区，并不追求每项制度都要可复制可推广，而重在产业的创新发展。汪胜洋认为，展望未来，上海自贸区新片区应该是面向全球合作竞争的“经济特区”，重点是“三区一基地”：一是“战略产业核心区”，集聚全球高端资源，发展芯片、生物医药和人工智能等战略性新兴产业；二是“离岸金融先行区”，建设有长期竞争力的离岸金融中心；三是“全球科技创新协同区”；四是跨国公司的大洲总部基地。

自贸港建设进程加速

在自贸区扩容升级的同时，自贸港建设也在加速推进。按照中央关于加快探索建设中国特色自由贸易港进程的要求，今年海南将配合研究制定自贸港总体方案，并推动尽早出台。这标志着海南自贸港从目标概念走

向制度设计阶段。

海南省省长沈晓明27日在海南六届人大二次会议上作政府工作报告时称，2019年，海南将抓紧自贸港政策和制度体系设计，压茬推进自贸港建设，争取在旅游业、现代服务业、高新技术产业等部分领域、部分园区探索实施自贸港部分政策。

沈晓明表示，海南将建立完善自贸区和自贸港统计指标体系；坚持管得好才能放得开，利用大数据和人工智能技术，实现人流、物流、资金流进出岛信息实时性、全覆盖、全天候高效管控；抓紧研究操作层面的方案，积极为自贸港建设做好思想、理论、技术和人力资源准备。

超低水平关税乃至零关税，是当今世界各大自由港的重要标志之一。海南省财政厅厅长王惠平表示，在全球化背景下，关税水平的降低是一个必然趋势，随着自贸港建设推进，未来海南进口的物品和原料有望实现零关税，从而实现日常消费全岛免税。“目前，财政部门正配合省委省政府规划、推动自贸港财税制度的设计和论证。”

中国(海南)改革发展研究院院长迟福林在接受记者采访时表示，要抓紧研究并尽早

发布海南自由贸易港的总体方案，方案要以服务国家重大战略为目标，以服务贸易创新发展为主导，加快形成更具海南特色、与高度开放形态相适应的体制机制安排，尽快实现从自贸区向自贸港的过渡。

“过渡阶段制定和实施的所有政策都应

更大改革自主权可期

对于推进自贸区建设还有哪些举措值得期待?迟福林认为，赋予自贸区更大改革自主权将是最大的政策红包。

“目前12个自贸试验区共用一个负面清单，在保证‘全国一盘棋’的同时，也忽视了地方的特殊性。”迟福林建议，在中央层面明确自贸试验区建设与发展总体思路的前提下，允许其根据自身承载国家战略、发展需要及经济特点，探索尝试各种政策及体制机制创新，既有助于探索开放型经济发展的市场环境

与体制环境，又便于进行风险防控，并根据形势变化随时调整。

参与自贸区深度调研的商务部研究院外国投资研究所副主任、研究员聂平香也对记者表示，之前自贸试验区反映的一个共性问题

是，改革开放赋权不足。

2018年底国务院出台53项措施支持

自贸区深化改革创新，加大了改革授权力度，在风险可控前提下，下放相关权限。聂平香说，“措施的出台将部委有关权力下放至自贸试验区，进一步加大开放力度。今后自贸区的制度创新将更有

的放矢，针对这些发展中出现的问题出台相应支持举措，为打通自贸试验区建设中的堵点、难点提供保障。”

记者获悉，目前，相关的制度保障工作正在抓紧完善。各部委正在梳理、研究落实相关措施在推进落地过程中出现的新情况、新问题并统筹协调解决。与之相关的各部门和各地方也在加快出台配套政策和细则，为自贸区、自贸港建设过程中制度创新创造条件。

IP 热背后的风险

中国的日益普及以及小猪佩奇大电影、猪年春节，也被写进了eOne公司2019年的发展规划。eOne公司预计，截至2019财年末小猪佩奇和睡衣小英雄将有1900份现场授权和销售合同。

积极为小猪佩奇“续命”的还有亿智食品。据其相关负责人介绍，亿智食品是小猪佩奇在中国最大的食品授权商，也是版权方各类官方活动的首席合作伙伴。继小猪佩奇、汪汪队后，亿智食品又在2019年新年订货会上推出“睡衣小英雄”系列新品，并对其寄予了“下一个小猪佩奇”的厚望。

事实上，拿到“小猪佩奇”的IP授权并非易事。根据小猪佩奇IP中国代理商香港山成集团北京分公司网站信息，“小猪佩奇”版权授权是一个相互选择的过程。想要获得授权的生产商需要经过一道严格的资质审核手续，从提交申请到审核通过往往需要数个月的时间。只有在对作者的产品定位、运营实力与营销实力进行综合评估后，公司才会考虑是否授权。

而在取得授权后，企业还要经过版权方对于产品形象的严格审查。一位企业相关负责人告诉记者，其小猪佩奇产品包装曾因颜色与原作有细微出入而被要求进行修改。而如果自身品牌不够响亮，很多企业还将面临消费者只认IP不辨品牌的尴尬。

此外，获取IP后的品牌投入以及盗版商品的干扰，也是商家需要面临的问题。除成为版权方各类官方活动的合作伙伴外，亿智食品还曾在2018年春节期间投入重金在金鹰卡通、卡酷少儿等4个电视频道播放佩奇年货广告，再加之IP授权费和全国终端的铺货费用，其品牌投入规模可见一斑。亿智食品相关负责人坦言，小猪佩奇的IP授权费用确实在增长，“IP有风险，入市需谨慎。”

(郭铁 夏丹)

启动创新 驱动强引擎

——江苏省产业技术研究院运作机制剖析

■ 陈刚 朱程

在制造大省江苏，以江苏省产业技术研究院为代表的一批新型科研机构着力变革科技管理机制、打造政府和市场双引擎、开放整合全球创新资源，紧紧围绕产业链部署创新链。短短5年，累计建设了专业研究所42家、衍生孵化创新企业580家，集聚高端研发人才6000多人，转化技术成果3100多项。

“打七寸”破除障碍点

“通过改革，研发团队持股60%，‘多劳多得’成为新规则，积极性一下被调动起来。”江苏省产研院数字制造装备与技术研究所丁汉院士说。

江苏省产研院瞄准传统技术研发体制机制、技术转化、资源整合等关键“痛点”，破除创新障碍点。

——打破“旧”束缚，激发人才活力。

“许多过去出台的政策，都是设法提高科技人员的成果转化收益，却未把成果的所有权和处置权交给科技人员。”江苏省产研院党委书记胡义东说，江苏省产研院提出，研发机构资产的所有权归属国有，研发成果所有权、处置权和收益权归属团队控股的运营公司。

地方政府出“大钱”、持中股，产研院出“小钱”、持小股，研发团队出“零钱”，最高可持股70%——新办法把机构的发展与科研人员的积极性捆绑起来，盘活了科技资源。

——挖掘“真”需求，精准对接市场。

为推动产业链与技术链的精准对接，为细分领域的龙头企业建立联合创新中心，征集、提炼企业愿意出资解决的真正技术需求，由财政资金匹配支持研究开发，产研院组织专业研究所和引进全球创新资源给予研发支持。

该院已与大全集团、鱼跃集团、法尔胜集团、钱璟康复集团等龙头企业分别建设了10家企业联合创新中心，征集、提炼企业“卡脖子”的技术需求，帮助企业成功达成技术合作9项，企业已累计投入3406万元。

“试验田”打造新体系

5年来，江苏省产研院不断发挥科技体制改革

的“试验田”作用，围绕产业链部署创新链，为高质量发展凝聚巨大创新活力。做好平台，打通从科技强到产业强的通道。打破传统科研机构的组织边界，发挥大学(科学院)与工业界的桥梁、全球创新资源与江苏的桥梁两个作用。根据企业技术需求，将高校基础研究成果转化为应用技术；通过与国际高校研发机构建立战略合作关系、建设海外平台等方式，集聚国际创新资源落地江苏。

统计显示，目前42家专业研究所中，20多个创新平台技术水平国际领先；一批关键核心技术申请专利2200多项；累计转化技术成果3100项，实现技术价值合计200多亿元；研发人员中海内外院士60多人，高层次领军人才超过200人。

广告

高效节能 HWV 旋风磨

中德粉体工程技术的结晶——高效节能 HWV 旋风磨，由国家高新技术企业浙江丰利粉研设备有限公司和国际著名粉体设备技术开发商德国霍伯尔工程公司联合开发成功，已通过省级新产品鉴定，认定为浙江省高新技术产品。整机及其耐磨装置已获国家专利。

专家认为 HWV 旋风磨原理先进，拥有独特的不拆机可调间隙功能，粉碎区产生的强烈涡流有着惊人的粉碎效果和干燥效果。在不拆机的情况下即可调节被粉碎物料的粒度和产量；转子采用高硬度高强度材料；设备处理风量大，物料的分散效果好；这在国内尚属首创。该机的开发成功，解决了热敏性、纤维性物料在常温下的超微粉碎同时进行干燥操作、表面改性的难题，其主要性能指标处于国内领先，国际先进水平；可替代进口，而价格只要进口设备的八分之一。

该机不但适合一般物料的超微粉碎，而且还特别适用于连同干燥操作、表面改性在内的超微粉碎。可广泛应用于化工、染料、塑料、非金属矿、医药、饲料、食品等行业不同物料的超微粉碎，是一种适合无机物、有机物粉碎的通用超微粉碎机，尤其对聚乙烯醇、PVC、PE、纤维性物料等几乎所有热敏性物料和球形物料(如金属镁等)均能进行超微粉碎。是目前性能好、效率高、噪声低的环保节能型理想微粉设备。

咨询热线:0575-83105888
83100888, 83185888, 83183618
网址: www.zjfengli.com
邮箱: fengli@zjfengli.cn

佩奇热背后:食品企业争抢 IP 授权 品牌投入推高成本

5分40秒的短视频《啥是佩奇》刷爆朋友圈，令知名学龄前动漫《小猪佩奇》再次大火。伴随猪年春节的临近，不少企业纷纷推出佩奇年货抢滩市场，同时揭开了国内食品企业的IP突围路径及其背后隐藏的投资风险。

在小猪佩奇等知名IP的带动下，东莞亿智食品有限公司2017年产值已达8.35亿元。2018财年，仅小猪佩奇这一IP就为其品牌方eOne公司贡献了8470万英镑的收入。然而如何为小猪佩奇品牌“续命”，成为IP热后的一道新命题。新的剧集制作、主题宣传、IP授权费用增长甚至是寻找下一个IP热点，都在考验产业链各方的智慧和财力。

佩奇年货抢市场

伴随《啥是佩奇》的大热以及农历猪年的临近，一些食品企业正抓紧时间搭上小猪佩奇的IP热度，纷纷推出佩奇年货抢滩春节市场。

记者近期走访市场看到，北京石景山区一家永辉超市专门设置了小猪佩奇促销专区。据销售人员介绍，小猪佩奇食品大约在一个月前开始降价促销，如东莞亿智食品有限公司生产的一款牛奶曲奇(120g)原价14.8元，如今已降至11.9元。同样的促销活动在北京朝阳大悦城永旺超市也在进行。

在线上渠道，京东电商平台设置了小猪佩奇年货销售专区，上述小猪佩奇牛奶曲奇饼干销量显示已超过1万件。而早在2018年5月，良品铺子就已获得乐达食品(东莞)有限公司授权，成为天猫商城小猪佩奇相关产品售卖渠道。

“我们与乐达食品有一个长期合作，主要看中的是IP本身与产品的结合度。小猪佩奇深受小朋友喜欢，也代表家庭的和睦和睦。”1月23日，良品铺子电商市场部相关负责人告诉记者，小猪佩奇产品在良品铺子正式上线时，市面上已经一片火热。而随着《啥是佩奇》大火，良品铺子售卖的“小猪佩奇新年大礼包”一天销量可达到600包。目前在良品铺子线下门店，小猪佩奇礼盒、奇趣蛋、棒棒糖等周边产品也在售卖。

餐饮企业与小猪佩奇跨界合作也成为春节前促销手段。比如，最近北京工体北路必胜客餐厅就变身小猪佩奇主题店，橱窗、墙壁上贴有小猪佩奇图片，部分套餐还赠送小猪佩奇挎包。

押宝 IP 食品路线



早在2015年拿到小猪佩奇IP授权后，东莞亿智食品有限公司就进行了儿童年货的试水，短短几年既经历过熊出没IP产品的全军覆没，也体验到小猪佩奇IP的市场大热。

“小猪佩奇近一年大火，爆发两次，也是意外之喜。”1月23日，亿智食品相关负责人在接受记者采访时表示，亿智是亚洲第一家拿到小猪佩奇IP授权的食品企业。“当时小猪佩奇动画刚刚引入中国，还没有人认识，但看过的小朋友都爱上了她。更重要的一点，那时小猪佩奇在国外已经非常火了，所以我们断定她在中国表现也不会差。”

透过小猪佩奇热，亿智食品实则看中的是IP食品这条发展路径。“传统路线增长有限，而IP授权的食品路线在国内刚刚兴起，特别适合儿童食品。亿智内销的战略定位就是主打IP食品，这样可以快速打开市场，占领渠道。”亿智食品相关负责人说。

官网资料显示，东莞亿智食品有限公司2014年正式进军大陆市场，在经历“熊出没大军几乎全军覆没”的失败尝试后，亿智食品于2015年获得小猪佩奇IP授权，并第一次尝试做儿童年货。2016年3-5月，亿智食品开始布局终端市场，同年7月就实现了销售的5倍增长。

2017年，亿智食品引进另一热门动画IP汪汪队，同年引进小猪佩奇IP进口产品，覆盖全国各大零售系统，年产值达到8.35亿元。在2018年10月20日的新年订货会上，亿智食品总经理廖元发曾透露，亿智早期曾

为10万元订单感到欣喜，如今在几大热门动画IP带动下，单笔订单就已达到千万元，甚至在业内有了“IP食品引领者”之称。

给粉红小猪“续命”

佩奇热能延续多久？几乎所有关联方都在试图为这头粉红小猪“续命”，同时也在押宝谁是下一个小猪佩奇。

在旗下小猪佩奇、睡衣小英雄等IP带动下，Entertainment One公司(简称eOne)2018财年营收为10.445亿英镑，其中小猪佩奇收入8470万英镑，同比增长21%。而eOne公司在2018年11月20日公布的一份最新半年报中，将小猪佩奇当期收入(4170万英镑)增长17.8%，主要归结为与中国芒果电视台、优酷、爱奇艺、腾讯签署了新的SVOD协议。而自2015年10月在中国推出以来，小猪佩奇的视频点播量已超过1000亿次。

eOne公司称，中国市场仍然是一个强劲增长地区，推出了更广泛的小猪佩奇IP授权计划，截至上述半年报发布已有74项IP授权，相关商品零售额在持续增长。

尽管业绩向好，但eOne公司也在努力力为小猪佩奇品牌“续命”。eOne公司上述半年报显示，最新创作的117集《小猪佩奇》将于2019年春季至2023年播出，新剧集引入新的人物、故事情节和主题，“以保持该系列与每一代学龄前儿童粉丝相关，并从IP授权的角度延续品牌寿命。”与此同时，小猪佩奇在