

2 大趋势 Major Trends

把握国家战略机遇

义乌打造“一带一路”桥头堡

■ 特约记者方令航 义乌报道

以“新丝路新起点,奔跑吧义乌”为主题的2015义乌国际马拉松赛日前在义乌顺利举行,这一场金华首次举行的民间国际马拉松,其实源自一名印度商人的建议。去年8月义乌媒体刊登了印度商人菲利浦《致我的第二故乡》的信,对义乌交通、路面标识、举办进口商品购物节等11个方面提出了自己的想法,很快政府就着手实施其中一些好点子,这次菲利浦和他的员工、儿子也都参加了马拉松活动。义乌市政府市长盛秋平表示:“菲利浦只是众多在义的热心外商之一,我们前不久还邀请33名外交官、41名大师参赞来义乌建言献策,对每项建议都跟踪落实。义乌依托丰富的商务资源,因地制宜创新对外交往、传播载体,充分凝聚外商、外宾力量参与义乌改革转型,积极扩大义乌的海外影响力,做好特色城市外交文章,打造一带一路经贸合作桥头堡”。

日均成交 3.4 亿元

义乌被誉为是新丝绸之路的起点,代表着中国货物出口贸易的最高水平。凭借全球最大小商品市场、四大国际展会、创新的贸易方式,构建了全球知名度、全球商业网络,并成为我国唯一的国际贸易改革的试点。今年一季度,义乌集贸市场总成交额325.49亿元,同比增长21.66%。其中中国小商品城成交额257.35亿元,同比增长19.49%。除去春节休市的半个月,义乌中国小商品城在一季度日均成交3.4亿元。

近年来,义乌紧抓机遇,借助商事登记制度改革、市场采购贸易方式正式落地、航空口岸获批开放、保税物流中心封关运行等一系列改革成果,创业热情进一步激发,市场活力进一步释放,营商环境不断优化。据统计,截至3月底,义乌跨境电子商务监管中心运营满3个月,义乌海关累计验放跨境邮包25.1万票,货值713万元;义乌市市场主体总量已超过24万户,占金华地区总量的四成多。

义乌实体市场持续繁荣,电子商务领域也先人一步。截至目前,已有1070名网商成功领到了“义乌购”营业执照。义乌市市场监管局负责人表示,从“义乌制造”向“义乌创造”,从输出产品向输出品牌输出标准输出理念,义乌正通过转型升级,保持市场发展优势,推动持续繁荣。如今义乌企业通过品牌、标准、质量建设提升市场竞争力和行业话语权,发展实力持续凝聚。截至一季度末,义乌有效注册商标已有64184件,驰名商标19件,在全国县域处于领先地位。

用义乌元素诠释中国梦

义乌把“义新欧”项目作为承接“一带一



金华首次举行的民间国际马拉松现场

路”国家战略的重要平台和有效载体,积极推进各项工作。去年9月习近平主席提出了“义新欧”设想,义乌就主动拜访对接外交商、西班牙驻华大使馆等,成功开辟“义新欧”(义乌—中亚五国)国际物流新通道:“义新欧”中欧班列(义乌—马德里)于2014年11月18日首发,12月9日抵达西班牙马德里;回程班列于今年2月22日抵达义乌;第二趟班列于2月5日发车,2月27日抵达马德里;第三趟班列目前正在积极组织货源。为推进“义新欧”项目常态化运行,义乌眼下正在积极建设“义新欧”铁路物流中心。

习近平主席在中阿论坛上讲述了阿拉伯青年在义乌实现梦想的故事,义乌在城市形象传播中,现身说法向广大外商、外宾和外交官宣传“中国梦”,以发生在义乌的人和事阐释“中国梦”的世界意义;设立“商城友谊奖”,举办“中外友人迎新联谊会”,组建五洲世界商人之家服务中心;邀请新加坡联合早报、韩国KBS等来自26国的42家外国主流媒体共58名记者来义乌采访,讲好义乌故事,用义乌元素诠释中国梦,中宣部、中联部、外交部均给予充分肯定。

创新载体做好特色城市外交

义乌与17个国家的23个城市建立有友好关系,与86个城市保持交流往来,去年与马来西亚巴生市、韩国济州市、土耳其马尼萨市举办国际友好城市日活动,与法国友城欧拜赫维尔耶市的合作项目荣获“中法地方政府合作奖”。去年义乌市还积极组织参与中阿城市论坛、第十届世界商会大会竞标会等14场国际活动,策划举办“友城贺新年”、“领馆新春送祝福”等人文活动,在美国、日本、韩国、澳大利亚等国的10个城市媒体播放市长新年贺词,定期向350家境外工商团体发送外宣期刊《看义乌》,持续扩大义乌的海外影响力。

义乌积极开展城市经济外交,推广义乌品牌实现经济共赢。义乌注重用好国际国内两个市场、两种资源、两种规则,充分发挥义

义乌经贸优势,推动义乌成为海外商品进入中国市场的桥头堡。去年接待副部级以上涉外高访团12批174人次,义乌进口商品馆新设立的“食尚新加坡”中心,吸引了20家新加坡食品商进驻,成为新加坡——浙江经贸合作理事会的合作结晶。

去年义乌完成全市基本侨情调查,成立义乌海外交流协会,汇聚43个国家(地区)、89个侨团侨社的118名华侨华人力量,依托侨务资源,助推枫叶集团、世界侨领总部大楼等31个重要侨商项目来义投资。

全面融入“一带一路”战略

金华市委副书记、市长暨军民日前表示,全市上下要充分认识“一带一路”战略是金华加快浙中崛起、实现赶超发展的重大战略机遇。金华在浙江省来说是后发地区,但在“一带一路”战略面前与发达地区、城市是站在同一条起跑线上,而且还有自己的独特优势:与全球220个国家和地区建立贸易往来关系,年进出口总额超400亿美元,其中义乌小商品城是全球最大的商品市场。主动融入“一带一路”战略机遇,有利于金华整合好义乌国际贸易综合改革试点、全国现代服务业综合改革试点、全国低丘缓坡综合开发利用试点等改革红利,集中布局金义综合保税区、义乌国际陆港等功能区快和国际交流合作平台,大力发展进出口贸易、电子商务、现代物流、国际服务贸易,把义乌建设成为“一带一路”重要节点城市。

盛秋平告诉记者:“接下来义乌要加快义新欧项目常态化运行,策划一路一带沿线沿线国家商品及政策推介会,办好中日韩友城交流大会、中非民间论坛、北欧青年领军者论坛、等国际会议,向日韩驻华使领馆争取签证便利,实行外国人签证办理预约、邀请外国人来华无纸化、外国人就业许可网上预审等便利化举措,设立外籍人员子女学校,开通“义乌市场监管局外商服务”微信平台,多形式扩大对外开放和交流渠道,努力构建开放型经济新体制。”

为什么中国很多东西都想要国产化

■ 西越 知名评论家

经常会看到一些中国东西要国产化的论调,液晶面板要国产,OS要国产,CPU要国产,大飞机要国产,芯片要国产(汉芯)等等。

能够国产就国产吧,至少说明有能力,甚至有创造力,但凡事都想国产化,我以为是一种病,一种小农经济,或者说闭关思维。

我们知道,小农经济的一个重要特点是生产出来的产品都用来自己消费或绝大部分用来自己消费,而不是进行商品交换,是一种自给自足的自然经济。因此,它的大量生产产品需要自己制造,需要样样国产化。

闭关思维是因为长期闭关锁国,不与外界进行商品交换,或者是被外部国家封锁,限制与其进行商品交换,迫不得已,只好“自力更生,艰苦奋斗”,样样都靠自己生产,样样都要国产化,不能也依靠不了别国。

可是,在一个开放自由的全球化时代,商品交换无障碍的情况下,是不需要样样都国产化的。因为在开放自由的市场上,每个国家、每个市场主体的资源禀赋,人力资源,生产成本,都是不同的,每个国家、每个市场主体都有自己的比较优势,要紧的是发挥比较优势,在竞争中占据有利地位,不需要样样都自己去生产,自己不能生产自然无法国产化,自己能生产而进口比自己生产还便宜,何不进口,非要国产化?

市场上有一些企业,觉得国外生产的某个产品赚钱,十分眼红,自己去国产化,结果费了九牛二虎之力,生产出来的产品成本比较高,出售时比进口产品还贵,最后亏的姥姥家都不认识。

这种事情如果是私人企业的行为,尚可以理解,自己“愿赌服输”,但如果是政府行为,就值得警惕。除了一些确实关乎国计民生的项目需要国产化,尚有一定的合理性,其余不具比较优势的大可不国产化。

但即便如此,我仍然反对不惜代价的国产化搞法,我相信只要国际市场是开放自由竞争的,美国不卖的东西,德国会卖,日本不卖的东西,韩国会卖,为什么勒紧裤带也要国产化?

但是很多人认为,不惜代价的国产化是必要的,至于是否可行他们不管,他们被自己的民族情绪所控制,国产化了就引以为骄傲,不能国产化就有挫败的民族自卑感,他们是为自己的虚荣心而战,放着便宜的国外产品不用,非要自己搞研发,走低效之路,追求那点可怜的民族自豪感。在他们眼里,要国产化,就是为了让自已有一张不被欺负的脸。

这些人一般会有一种万事不求人的小农心理,和长期被封锁形成的闭关锁国后遗症,特别害怕受制于人,特别害怕别人给自己脸色,往往将国产化与操纵自主权划等号。形象一点比喻就是,别人学开车,自己也要学开车,这样,自己想什么时候开,就什么时候开,要不然就得花钱找司机,花钱不说,万一哪天司机心情不好,不给你开了,你只能干瞪眼。他们不能用市场的供需去思考,如果开车的司机多,一定会求着给你开车,提供高质量的服务,担心什么受制于人呢?

事实上,像美国这样实力强大的国家,很多产品都能生产,但它也不会样样都是自己生产,那些不具有比较优势的产品,他们也是花钱进口。尤其是进口了大量的“made in China”,曾经有报道说,美国人的生活中到处都是中国货,美国人一天到晚离不开中国货。即便这样,美国人也不担心中国不卖中国货给他们,不担心自己受制于中国。要知道,中国货多是与生活密切相关的,不可或缺的,美国人不为此担忧,我们为什么要如此忧心忡忡,除了小农心理和自卑心理,还能怎么解释呢?

这种心理漫延在国有企业身上,就是拼命地保护国有企业,维护国有企业的垄断地位,不愿意放开竞争,害怕自己不能撑控,受制于人,结果越是保护越是乱象百出。

诚然,即便在开放自由的全球化时代,贸易壁垒、贸易保护仍然存在,发达国家搞技术保护和禁售,阻碍贸易的顺利进行。在这种情况下,国产化是被倒逼出来的,这另当别论。在这种情况下,我们固然有了国产化的理由,但也更应该为促进更加开放的国际贸易做贡献,让更多的技术让全人类享受。

其实,中国大陆很多所谓的国产化,并不是出于什么民族自豪感,而是市场变化使然。小到企业而言,是为了追求利润,什么东西赚钱,就做什么,并非是故意要国产化;大到国家而言,是因为比较优势也在不断地变化,原先便宜的劳动力是比较优势,现在可能不是了,那就要去发现或创造新的比较优势,比如说要进行产业升级转型,这跟国产化有多大的关系呢?

中国有十几亿人口,有非常庞大的市场,世界各国都想进入中国市场切分一块蛋糕,如果说国产化有充分的理由的话,我认为这是大陆企业希望自己能有自家门口这个大市场,而不是被外国企业抢去;对于政府来说,国外的产业走在前列,要想升级转型,必然要给予引导和鼓励,有些技术需要学习借鉴。只是很显然,简单模仿的国产化价值十分有限,必须要青出于蓝而胜于蓝才能真正占有本国的市场,这就好比奶粉,如果质量不上去,还是打不过国外奶粉。

六宝基金:快速融入“一带一路”战略

——访六宝(北京)投资基金管理有限公司总裁田绍龙

■ 刘军 报道

2009年成立至今,六宝基金一直深耕于新兴产业、现代服务业、生态农业和文化创意产业,近来亦在跨境贸易上悄然布局。今年恰逢“一带一路”战略及其配套措施逐步落地,六宝将在跨境能源、战略资源的物流服务业上继续发力。六宝(北京)投资基金管理有限公司总裁田绍龙近日在接受记者采访时表示,在“互联网+金融”这个“蚂蚁也能掀翻大象”的时代,部分PE机构开始考虑“触网”募资。而早在去年六宝就已经开始了这方面的尝试。

资本“出海” 打通跨境产业链

今年1月15日,霍氏实业·六宝基金与中国海外投资联合会合作启动了六宝基金首支海外投资基金。有两个因素促使了这支基金的成立,第一,发改委“新21号令”、自贸区外汇双向资金池、FTA帐户创新、“一带一路”等政策的逐步落地,打开了资本出海的快速通道。中国银行国际金融研究所宏观研究主管周景彤说,“一带一路”对资金和金融服务的需求非常巨大。据测算,从2010年到2020年的十年间,仅亚洲的基础设施投资需求就达8万亿美元。第二,六宝基金和霍氏实业集团在贸易、物流园项目投资方面积累了丰富的经验。

六宝基金投资的内蒙古尚华国际港项目旨在打造中国西部最大的惠民农工商贸综合物流园,以及内蒙古托克托嘉和煤炭物流园项目则是为托克托工业园区及呼市周边企业原材料、产品储运和销售提供物流服务,促进托克托县及呼和浩特市工业的快速发展,并带动其他相关产业协调发展。

随着近年来国内经济环境的变化,六宝基金也在积极的寻找新型投资获利渠道和模式,建立新的平台,经过专业的考量、评估,就



图为六宝基金实景

有了这支第一支海外投资基金,此次六宝基金与中国海外投资联合会联合发起的这支海外基金,致力于发展成为中国最具活力、最具竞争力的国家战略导向型产业投资基金。

落子互联网+ 顺势而为

从2013年开始,江西赣州市人民政府就确定与六宝基金在瑞金合作发起网络小贷公司,双方就互联网金融合作事宜签署了相关协议,并于2014年初见成效。

今年的《政府工作报告》中指出,“互联网+”行动计划对改造传统产业、打造新引擎,引领中国经济发展新常态,极具重大现实意义。如今“互联网+”概念正成为证券市场的热点。A股市场也不断出现上市公司跨界布局互联网金融。据统计,已有超过30多家上市公司通过投资设立、参股、收购等形式切入互联网投融资领域,开展P2P、互联网小贷、互联网保险等互联网金融业务,投资金额从几百万到数亿元不等。

此外,不久前,六宝基金还进军汽车产业,参与投资“中国·黄石蓝溪国际汽车配件商贸城项目”,致力于掘金布局移动互联网时代的O2O模式,以打造一流汽配专业市场和知名企业。

无疑,六宝基金此刻选择“触网”,是顺势而为之举,旨在为出资人赢得较高且稳定的

收益。

打造多元化 创新基金平台

近来,六宝基金已与多家机构商谈成立定增基金和并购基金,以打造多元化的资产管理平台。六宝基金在成立之初就敏锐地看到了固定收益类产品巨大的发展潜力,经过6年的沉淀,六宝基金固定收益类资产规模、产品收益率、人才储备均位居行业前列,其下一步就是把握市场时机,不断推出更多合适的产品。

六宝基金完善产品线将从四个方面着重发力:把握固定收益市场机遇,以固定收益类产品创新为重点,及时开发推出短端货币市场基金、定期开放的封闭式债券基金等创新产品;利用融资融券、股指期货等衍生品工具;加大绝对收益产品的创新,更好地满足客户个性化需求;完善指数产品线,重点推出宽基指数和指数优化产品;加大股票和债券分级产品的研发。

除了传统的私募基金业务,六宝基金早已将目光投向了新的增长点,养老金、年金和专户等业务。六宝基金一直对企业的年金和养老金业务情有独钟。中国养老保障体系建设是中国经济转型发展的重要组成部分,未来养老金市场的繁荣将为基金业的成长带来最具潜力的发展及创新机会。

中国特色新型智库建设 要处理好四大关系

(上接P1版)

现代智库要加强传播观念、传播力量、传播机制等建设,实现政策研究力和舆论影响力的“双轮驱动”,这样才能使自身产出的政策方案获得足够的关注度和认可度,从而更充分地转化为决策。因此,现代智库要处理好务实性与传播性的关系,既要会做,也要会说,要通过货真价实的成果努力传播自己的思想,既要走精英路线也要走群众路线,既要提高知名度又要培育美誉度,既要社会广泛关注又不能哗众取宠。提升决策影响力主要有三种途径:一是通过决策机构建立各种正式和非正式的联系,把自己关于政策的分析、观点和主张传递给政策制定者,以专题调研报告、内部研究报告、决策咨询活动等方式使研究方案成为政策现实。二是通过出版专著、论文和举办学术研讨会,联合更多的智库及研究机构一起倡导自己的学术主张和政策思想,形成学派和学术共同体影响决策层。三是通过接受媒体采访、发表网络评论和

建立私人博客等方式,获得大众的支持,从而间接影响决策行为。提升学术影响力主要通过重大课题、重大成果、重大活动、重大会议、重大刊物、重大报告等在国内外发出声音,发出信号,发出主张,产生思想的裂变力和冲击力。提升社会影响力必须“走出象牙塔”,充分吸引大众的关注,随时倾听公众意见,持续维护民意认同,不仅追求政策建议本身的科学可行,也要强调咨询报告被公众知晓或认可的程度,致力于在舆论中引起关注、凝聚人气、培养粉丝。务实性与传播性的辩证统一增强智库影响力。

各类大小项目投资借款,两百万起贷地域不限,个人、企业均可

金融世家豪丰投资

手续简单 利率低 放款快
代打全国各类保证金
咨询电话:028-68807888