

万钢勉励海外浙商以闯天下的干劲参与“中国梦”建设

本报讯 由致公党中央委员会、浙江省人民政府主办的“海外浙商·致公峰会”6月27日在杭开幕。全国政协副主席、致公党中央主席、科技部部长万钢出席开幕式并讲话。浙江省委副书记、省长李强在开幕式上致辞,省政协主席乔传秀出席。

万钢对广大海外浙商关心、关注祖国的发展进步,通过多种方式积极支持和参与祖国的现代化建设表示感谢。他说,祖国的发展给全世界带来越来越多的机遇,也给包括海外浙商在内的广大华侨华人提供了更加广阔的舞台。他勉励大家以“闯天下”的干劲参与

“中国梦”建设,以“挺立潮头”的豪情走创新驱动的发展之路,以“海纳百川”的品质塑造中华企业家精神,以“创造福祉”的情怀开创事业人生,做新一代有梦想、有远见、有内涵、有担当的海外浙商。

李强在致辞中说,当前浙江正全面实施“四大国家战略举措”和创新驱动发展战略,着力扩大有效投资,积极推进腾笼换鸟、机器换人、空间换地和电商换市“四换工程”,加快推进工业转型升级,打造浙江经济升级版。同时,狠抓行政审批制度改革。这为广大海外浙商和各类人才提供了更广阔的发展空间和更良好的

发展环境。希望海外浙商把大产业、大项目、大企业带到浙江来,把前沿技术、高端人才、优秀团队引到浙江来,为家乡建设作出新贡献。

峰会以“经济转型与发展机遇”为主题,举行了主旨演讲、专题论坛,还进行了项目签约。28日,与会代表将赴杭州考察,并将通过诸暨行、嘉善行等活动开展产业对接。

致公党中央常务副主席蒋作君、副主席闫小培,国家工商总局副局长甘霖和省领导赵一德、郑继伟、汤黎路等参加会见或出席开幕式。

本报记者 江英华



央行将出台银行卡收单业务管理办法

人民银行支付结算司副司长周金黄日前透露,继发布《支付机构客户备付金存管办法》后,即将出台银行卡收单业务管理办法。

该办法要求“对使用个人银行结算账户作为收单结算账户的特约商户,收单机构不得开通信用卡受理功能”。这意味着,消费者在与超过4000万个个体工商户发生交易时,将不能刷信用卡。

第三方支付市场规模超10万亿

日前,央行下属的中国支付清算协会发布《中国支付清算行业运行报告》。数据显示,2012年我国第三方支付市场规模超过10万亿元。其中,互联网支付业务104.56亿笔,金额6.89万亿元;移动支付业务21.13亿笔,金额1811.94亿元;支付机构成为传统收单市场的重要补充,处理收单业务15.19亿笔,金额3.75万亿元;预付卡业务规模总体保持稳定,119家支付机构发行预付卡3.92亿张,金额575.55亿元。

上交所7月起推信披直通车

上交所7月1日起正式推出信披直通车,直通公告类别约占全部公告类别的66%,对涉及业务操作和并购重组、破产重整、退市、再融资等重大事项仍保留事前形式审核,暂不予实施直通车。上交所在直通车全面实施后还将设置半年的过渡期,对于恶意利用直通车进行扰乱市场和操纵股价的行为给予有效防范和严厉惩戒。

券商集合计划产品均属私募

修订后的《证券公司客户资产管理业务管理办法》及《证券公司集合资产管理业务实施细则》日前发布实施。根据新规,券商集合计划不再有大小区分,投资者超过200人的集合计划定性为公募基金,6月后券商新发行的资管产品均为私募理财产品。

PE监管权划归证监会

近日,中央编办一则《关于私募股权基金管理职责分工的通知》,正式确立了私募股权基金管理职责的分工。

据悉,对于私募股权基金的监督管理权正式划归证监会,实行适度监管,保护投资者权益;发改委则负责组织拟订促进私募股权基金发展的政策措施,会同有关部门研究制定政府对私募股权基金出资的标准和规范。

浙系上市企业喜忧参半

截至6月28日,沪深两市共有927家上市公司发布了中报业绩预告,浙江近250家上市公司中发布预告的有137家,超过总数的一半。业绩预增的有20家,续盈的有19家,扭亏的有4家,略增的有40家,业绩向好的总计达83家,业绩预减、亏损或不确定的共计54家。对浙系上市公司而言,纺织服装、机械设备、建筑材料等行业总体向好,而生物医药、电子、有色金属等领域业绩不甚理想。



图片提供:浙江在线

杭州火车站屋顶光伏工程并网发电

期待已久的杭州火车站7月1日正式启用。6月29日上午,杭州火车站10MWp屋顶光伏发电工程正式并网发电。该项目由浙江正泰太阳能科技有限公司投资建设,是目前国内最大的单体建筑光伏发电项目。预计年平均发电量约1000万度,可满足3000户城市家庭一年的用电需求。与相同发电量的火电厂相比,每年可节约标准煤3500吨,减少二氧化碳排放8800吨、二氧化硫排放75吨、粉尘35吨,节约用水17200吨,节能减排效果明显。

本报记者 牟琳琳

中国创新创业大赛拉开帷幕

浙江赛区获奖企业(团队)将得到科技厅的奖励或政策支持

本报讯 2013第二届中国创新创业大赛(浙江赛区)新闻发布会暨推介会近日在杭州举行,这标志着该项赛事在浙江赛区正式拉开了帷幕。

科技部火炬中心副主任张卫星、浙江省科技厅副厅长邱飞章等出席发布会。邱飞章表示,浙江具有独特的创新环境优势、良好的创新文化底蕴和充裕的资金资本,通过大赛来发现一批好的项目和领军式的创新团队,促进科技与资本的结合。大赛筛选出来的项目将在浙江获得很好地发展。

本次大赛的主题是“创新创业,成就大业”,旨在进一步提高我国创新创业水平,加强科技和金融的结合,创新科技项目评价方式,大力弘扬创新创业文化,营造良好的创新创业氛围。

浙江省范围内的科技型中小企业和拥有优秀科技项目,并有志于创业的团队均可参加。大赛分为初创企业组、成长企业组和创业团队组进行,参赛企业应为国家划型标准的中小企业,主要从事高新技术产品研发、制造、生产及服务等方面的业务,至少拥有一项自主知识产权且无产权纠纷,社会信誉良好、无不良记录。

7月15日前,符合条件并有意参赛的企业和创业团队均可登录浙江赛区官方网站(www.ieczj.com)报名注册。8月1日开始,大赛的初赛、复赛和决赛将依次展开。期间,组委会还将对入围企业进行培训、举办对接会等活动。

浙江省科技厅为获奖企业设置了一系列奖励和支持政策。对于决赛中的获奖企业,大赛将通过浙江省科技项目补助的方式进行奖励,初创企业组和成长企业组各10家企业将获奖,每组一等奖1名(30万元)、二等奖3名(20万元)、三等奖6名(10万元),同时确定晋级全国比赛的企业名单(具体数量根据全国大赛组委会分配名额确定);获奖的团队将根据科技部要求直接推介参与全国赛;符合其他相关省级科技计划要求的,给予优先支持。另外,大赛还将通过投资推荐、提供指导和培训等方式为获奖企业和团队提供支持。

本报记者 张巧琴



创意改变中国 品牌走向世界

——访著名经济学家厉无畏

记者:目前,我国实体经济还处于全球性金融危机的影响下,对我国而言,经济失衡的表现实体经济“臃肿”,产业结构的不适应。您怎么看这个问题?

厉无畏:从危机的根源和实质看,对我国和美国的冲击效应不尽相同,需要解决的矛盾也不同。美国近期要解决的主要问题是化解金融领域的毒资产,降低金融杠杆化比例,对虚拟经济进行“瘦身”;而从长期看,他们在加强科技创新,特别是能源技术和生物技术,并利用其科技优势加强实体经济,同时提出利用巧实力,即以科技创新为代表的硬实力与以文化创意为代表的软实力巧妙结合的概念。

对我国而言,要解决的问题近期是要“消肿”,压缩落后的过剩产能,并消化存货;长期看则必须调整产业结构和市场结构,转变经济发展方式,从主要依靠外需和资源消耗的发展向依靠内需和创新驱动转变。

据相关调查,在这次金融危机中,凡拥有自主知识产权、自主品牌的企业,不仅受到的冲击较小,而且还赢得了新的发展空间。像湖州市吴兴区织里镇童装逆势增长,国内市场份额从2006年的25%上升为如今的30%以上。这些企业加强设计中心、品牌建设和营销战略,认为别人的危机是自己的机会,对手倒下自己就可以扩张,关键在于创新和升级。

记者:中小企业怎样在品牌建设延伸创新能力?

厉无畏:品牌建设是动态的,它随着市场的变化而变化,要不断进行文化创意,适应时代发展的要求,适时反映消费者的审美偏好和价值观念,最大程度地激起消费者的购买欲望和热情。

中小企业里有相当大的部分是生产传统产品的,受价格和资金投入的限制,中小企业技术上在短期内难有重大突破,但在文化创意上相对较容易取得成效。正确

的办法是加强品牌建设,提高消费者对品牌的忠诚度和以较低的成本为消费者提供新的品牌价值。江苏双灯家纺公司为应对降价竞争,在出口浴袍上加上些客户喜欢的小花边、小饰品,其市场售价还比同类产品稍高些。类似现象同样发生在国外。被称为“中小企业王国”的意大利,出口企业却独树一帜,在全球经济出现萧条的情况下,因为注重品牌形象依然保持较好的发展势头,机械、纺织和装饰装修三大重点行业成绩显著,获得大量国际订单。

记者:品牌的文化创意有哪些生成路径?

厉无畏:品牌的塑造必须明确该品牌区别于其他品牌独具优势的核心竞争力,即文化创意的生成。品牌的核心价值则要求产品的创作者能用承载自己体悟的作品不断引发目标市场的认同与共鸣。就一个文化创意生成而言,可以经由两个路径:首先对原有文化的挖掘,从历史的、民族的、民间的、全球的各种人文奇观中发掘出具有深厚文化内涵与底蕴的文化品牌;其次是创立一个前所未有的、全新的、富有现代气息和风尚的文化创意品牌。

文化创意资源完全由创意者发明或创意经营者创造的内容价值。它一般能够与现代消费观相契合,典型的如动漫及其衍生品、韩剧及其“韩流”等,通过影响人们的观念,或培养人们的偏好,实现文化创意旅游产品的增值。

记者:您提到一个品牌没有必要在各个方面都处于领先水平,但一定要强化自己的比较优势。为什么?

厉无畏:一个品牌没有必要也不可能在一个方面都处于领先水平,但一定要强化自己的比较优势。这个比较优势来自于企业商品或服务的品牌建设,就是通过品牌文化创意展现品牌内涵,提升品牌附加值,为产品竞争力提供源动力,也就是建设的核心。目前,我国

中小企业的品牌建设现状不容乐观,部分企业没有认识到品牌的重要性,没有品牌定位,没有专门的品牌管理部门,更没有品牌战略。

在设计中融入文化创意,提供新的观念价值,在结构、造型和色彩上迎合消费者的需求。主要是对产品的外观进行概念、定位、诉求与包装,结合产品特质和功效明确产品的集中服务对象,更快更多更好地满足消费者的各种需求。

比如,产于宁波象山的手臂型枕头,在睡觉时可以代替手臂睡觉作为头部的依靠,而使手臂不至于麻,更主要的是手臂型枕头还可以给人一种依靠的力量。午休时垫在桌子上,可以靠在上面休息,使用时也很方便,只要吹气就可,放气折叠后只有手掌大小,容易收藏。

品牌的缔造需经历一个从质量支撑到文化支撑的过程。具有高品位文化含量的名牌产品,可以使消费者在享受产品本身物理价值时获得额外心理价值的精神享受,同时还可以有效形成一种存在时间长、不易被突破的竞争壁垒。比如绍兴,利用鲁迅的小说创建咸亨酒店集团,还打造出孔乙己品牌的黄酒和茴香豆,都取得了良好的市场效果。

在“零点调查”所选取的我国排名前十六位的老字号品牌中,认知广度和深度俱佳的,只有北京的“全聚德”和“同仁堂”,其余品牌则在这两方面都不够强。在“中华老字号”中,真正具有跨地域覆盖能力又能达到品牌有效传播的很少。这说明我国品牌在信息传播已多维化的今天,原有“酒香不怕巷子深”的“坐商”思想已经过时。

中小企业应使用正确文化来传播品牌形象,将文化融入品牌的传播中。一段优秀的广告往往被人竞相传送,不同群体的人笑成一团,这就是在分享共同的价值观。