

C919 项目全面进入工程攻坚期,力争下半年在沪总装 为国家战略需要 造自己的大飞机

前天下午5时,中国商飞上海飞机设计研究院的一间办公室里,C919大型客机飞行控制律设计联合攻关队的队员欧阳一方正与一名外国专家讨论方案,已到下班时间,但办公室20多个队员仍然埋头苦干,盯着电脑屏幕里的各项数据、材料研究。

C919大型客机项目已全面转入工程发展阶段,力争下半年进入总装。对团队每个成员而言,让国产大飞机早日翱翔蓝天,不再是遥不可及的梦想,而是每天手中实实在在的工作。

民机 从零开始 再难 必须坚持

中国自主研发的大飞机将全面按照国际民航规章和适航标准,综合考虑安全、经济、舒适、环保的要求,这些高标准意味着坚持自主研发、国际合作原则的C919在研发路途上要攻克很多难关。“这条路再难,也必须坚持走下去。”中国商飞C919大型客机常务副总设计师陈迎春说。1989年和1995年,他曾先后参加空客和波音的项目,深感中国民机事业与欧美国家的差距。“那时我们还没有一个完整的民机概念,参加国外的项目也只是让我们做一些局部的工作。”

2003年,陈迎春的人生出现重要转折点——从西安调到上海工作,从研制军机转向研制支线飞机ARJ21,同年大飞机项目也开始调研和专家论证。2008年,中国商飞成立,大飞机事业真正起航。“我们几乎是从零开始。要设计工作流程,做数据储备,要搭建人才队伍,俗话说‘摸着石头过河’,我们最初是‘石头’在哪都不知道。”他调侃说。

商飞成立的6年间,大客项目从无到有,发展紧锣密鼓,各路英才汇聚到上海,追梦大飞机。不管遇到多少困难,商飞人们都没有动摇信心。“未来20年,全球民航将迎来需求高峰,中国市场巨大,我们不能永远受制于人。造自己的大飞机,是市场需要,更是国家战略的需要。”陈迎春说。

在上海,商飞绘制的民机版图正越来越清晰:总部基地选址浦东世博园,已经结构封顶;设计研发中



■ 中外媒体记者昨参观中国商飞

本报记者 张龙 摄

心落户张江高科技园,已建成运行;总装制造中心落户浦东祝桥,部分已经完工并投入试生产,2014年全部投入使用;客户服务中心落户闵行紫竹科技园,已经全面建成并投入使用,快速响应中心、飞行训练中心即将投入运行……

出路 自力更生 攻关 马不停蹄

去年底,C919铁鸟试验平台在中国商飞上海飞机设计研究院投运,作为民机项目的“头脑中心”,上海飞机设计研究院的新家投入使用不过1年多,2000多名研发人员一边适应新环境,一边马不停蹄研发攻关。

“要使C919在世界民用航空市场上具备竞争力,最终取得商业成功,必须解决研制中涉及的气动、结构、材料、系统综合等诸多关键技术点。要攻克这些技术难题,国内几乎没有任何经验,更不可能指望外国人的慷慨相助,自力更生才是唯一出路。”

陈迎春的这番话,欧阳一方记忆深刻。作为研发团队的一员,他得到了C919总设计师吴光辉、副总设计师陈迎春等专家的大力支持热情鼓励。这名80后商飞人,正全身心投入C919电传飞行控制律设计。

“先进控制律能全面提升飞机操纵品质,提高飞行安全性,减轻驾驶员负担。电传飞行控制律是主制造商必须掌握的核心技术,也是发达国家严格限制出口与转让的

搭建世界一流酒类贸易平台 外高桥酒类中心 RFID 追溯系统将全面启动

今年6月,酒中心的两件大事,2014上海国际葡萄酒品评赛和RFID追溯系统将全面启动。借助自贸区契机,外高桥国际酒类展示交易中心正在打造一个国际化的、具备较强公信力的世界一流酒类贸易平台,一个帮助中小型酒类贸易企业发展的孵化平台,最终促进我国进口酒市场健康有序发展。

“上海自贸区成立后,外高桥国际酒类展示交易中心大大增强了对国外酒商的吸引力,成为他们进入中国市场的首选之一。”在自贸区成立近8个月,其中,外高桥国际贸易营运中心副总经理李春曦颇有自信地说。事实上,拥有口岸和保税区的广东、浙江、天津、山东等地亦是选择,但在上海自贸区成立后,外高桥酒中心的竞争力显著增强。

交易中心大厅每瓶漂洋过海的洋酒背后,都是上海自贸区不断提升贸易便利化的努力。但对酒中心来说,自贸区的设立不仅仅意味着缩短一瓶红酒的进口旅程。

当中国消费者不再轻易为洋酒买单时,说故事、讲文化成为企业宣传产品的着眼点。随着上海自贸区服务业扩大开放措施的第17条,允许举办中外合作经营性教育培训机构和职业技能培训机构后,红酒专业学校未来可能在酒中心出现。

“已经有法国、澳大利亚等地的红酒学校过来考察,考虑在自贸区内开展合作办学等形式。”李春曦表示,国内少有专业红酒学校,而若引进国际专业教育培训资源,将为落户自贸区的中小型酒企带来利好。“属地化人才更能理解中国市场,且成本可控。”

“我们可以保证,通过外高桥国际酒类展示交易中心进入中国市场的洋酒,全部是原瓶原装进口的,没有灌装产品。”李春曦如此说。去年开始,酒中心和上海酒类专卖管理局试点建设进口酒类的RFID可追溯系统,并将在下月开始大规模推进。“这瓶进口红酒在流通领域各个环节的有关信息,政府监管部门都能从这张在源头就被贴上的RFID追溯码上捕捉,从而实现流通渠道可追溯。”目前这一措施已经在部分信誉度较好的企业试行,还有十几万瓶进口酒加贴了二维码标签,供终端消费者扫描认知。

本报记者 张钰芸



■ 上海外高桥国际酒类展示交易中心

本报记者 陈梦泽 摄

从贸易中心到亚太总部,进口 机床企业深耕上海自贸区——

成模具制造,高速切割机的转速则达到了45000转到50000转/分钟。“这是3台代表世界最高水平的机床,高精度、高效率、高尖端。”而在肯纳(飞硕金属(上海)有限公司,几十排货架一眼望不到底,上面都是机床必需的各种刀片。从机床中心今年1月13日迁入外高桥南块的新址后,该公司就将位于新加坡的亚太分拨中心转移到自贸区,带来展示、仓储、分拨、结算等核心业务。

外高桥国际机床展示贸易中心总监陈永健告诉记者,机床中心客户进口的机床全部为高端产品,为我国的航空航天、信息通讯、轨道交通、汽车制造和医疗器械

等行业提供支撑。2013年机床中心的客户进口总额30亿美元,占到了全国进口机床及工具贸易额的19%。而在上海自贸区成立后,入驻企业从76家增加到110家,注册资金从12亿美元增加到19亿美元。

抓住机遇 提升服务能级

外高桥国际机床展示贸易中心从2008年成立后,针对高端机床行业提供国际贸易便利化和专业化服务,从保税区升级为自贸区后,机床中心服务能级也在提升。“一台进口机床的市场价动辄五六百万元人民币,

其进口关税在9.7%左右,增值税17%,如果以完税状态进入中国市场展销,厂商资金压力巨大,因此保税意义重大。”郭永健表示,在上海自贸区成立后,从区外推广、展示交易到零部件分拨,都向前跨了一大步。

“过去保税机床出区展示推广限定在30天内,需向海关提供保函后审批,手续复杂。如今出区展示只需备案管理,时间更延长到90天。”郭永健说,“现在可集中参加三四个展会,效率大大提高。”

此外,原本机床中心仅限保税机床演示,现在保税机床可以和非保税机床一起演示、验收,为国产、合资机床



■ 位于上海自贸区的国家对外文化贸易基地

本报记者 陈梦泽 摄

国家对外文化贸易基地抓住“自贸区机遇”——

一年新增文化贸易总量70亿元

位于上海自贸区内的国家对外文化贸易基地日前在第十届文博会上宣布好消息:2013年基地文化贸易新增总量超过70亿元,共聚集中外文化企业230多家,注册资本金超过35亿元。

比数字更形象的是一个个项目接连落地:今年9月家庭游戏娱乐Xbox one产品将在国内放号,一家日本游戏公司将把展示体验中心放在远离市中心的自贸区,美国最大的演出公司倪德伦环球娱乐公司也正与基地对接。引进来还要走出去,自贸区时代,除了卖电影,依托于金融开放的资本运作是更加高端洋气的“出走”方式。

弥补空白

提升中国文化软实力,这是国家对外文化贸易基地总经理任义彪昨天接受记者专访时提得最多的一点。“上海自贸区的成立为国家对外文化贸易基地的井喷式发展创造了难得的机遇,我们要借助这一平台做增量,做影响力。”

所以有了将百老汇音乐剧带入中国的倪德伦环球娱乐公司正与文化基地积极对接,有了国际四大知名游戏公司之一和某上市公司合资的游戏公司马上落地,有了国内仅此一家的艺术品保税仓库,吸引佳士得拍卖行注册在自贸区内,并可能等到苏富比与之汇合。今后艺术品的金融特性也将被激发出来,“质押、融资、担保、租赁,这些金融业务都将以艺术品保税仓库为基点,在上下游蓬勃开展”。

作为入驻上海自贸区的“001”号企业,百视通新媒

体股份有限公司副总裁张越透露,Xbox one预计今年9月在国内放号,第一年的直接产值有望达到150到200亿元,3-5年内有望达到800-1000亿元。“目前我国家庭游戏产值占游戏产业的总产值比重不到1%,上海自贸区的开放政策,让我们能够弥补这一空白。”

布局海外

引进来还不够,走出去更考验功力。任义彪承认,尽管文化基地在政策支持下已经有了超常规的经验 and 成果,但中国文化产品的走出去却慢了一步,一切从上海自贸区成立后开始追起。

张越告诉记者,百视通与微软的合作获得了“对等开放”的互惠条件,百视通可以整合优秀的华语内容,搭载微软在全球的1.5亿台Xbox终端提供华语节目服务,实现国产视频与游戏内容出口。五翼文化传播有限公司董事长何小兰表示,公司已经与美国CMC旗下公司签约,通过互联网版权交易平台搭起从内容到版权直至交易的通道,美国及欧洲的发行及营销网络通道至此打通,形成了国际国内文化市场的深度融合。

除了输出作品,任义彪还提出了更高端的“出走”方式。“产品输出是一条腿走路,上海自贸区在金融服务业上的开放政策,让走出去的形式提升到文化资本输出。”对接国际文化资本市场的最大好处,就是文化产品企业能够跨越一些客观存在的意识形态的阻挡,当地制造、当地消费。例如原本由默多克控股的星空传媒在2010年被华人文化产业投资基金收购,通过这一平台就能在国际化的包装下,传播中国优秀文

化。今年1月刚刚落户自贸区的上海博瑞传播文化发展公司也正在寻找国外游戏公司和项目,希望通过海外相关资产并购打入当地市场。

“国内一部票房六七亿元的电影,在国外可能只有几百万美金的收入,怎么用国际语系讲述中国故事,是中国文化人需要学习的,而这种学习可以贯穿在资本市场的对接中。”

抱团交流

从戛纳、巴黎、纽约、首尔到伦敦,国家对外文化贸易基地正与世界上多个知名文化影视展会建立良好合作关系,并把国内文化企业组团推向国际市场,让他们能够创作出符合国际潮流的作品。

“只有推动文化产品、文化企业走出去交流,才能拓展业务,对接市场,我们将把抱团交流做成一种模式,从美洲到东南亚,大力推广自贸区框架下的中国文化产品。”任义彪表示,国家的综合影响力不单单是经济实力,中国需要相匹配的文化影响力。

在贸易便利、外汇管制、金融创新等诸多开放政策促进下,区内文化企业在文化保税贸易、国际艺术品交流、文化贸易跨领域融合等方面渐入佳境,但企业仍有缩短负面清单的呼声。“基地正在积极推动,希望自贸区第二版、第三版、第四版的负面清单能够一次比一次缩短,进一步加大开放的程度,扩大走出去的规模,让国家对外文化贸易基地在上海自贸区的框架下服务全国,成为一块具有积极意义的试验田。”

本报记者 张钰芸

日前,分别为瑞士和美国最大机床制造商的GF集团和哈斯自动化公司,正在积极申请加入上海自贸区亚太运营商计划,将公司亚太区的展示、销售、办公、物流和结算中心放在外高桥国际机床展示贸易中心,截至目前,全球排名前六位的机床企业已全部入驻机床中心,110余家成员企业中41家是全球百强企业。

区外推广展示手续简化,多家企业共享分拨系统,中外合作培训机构将为制造业提供更多“灰领”,自贸区成立大半年,机床中心“升级版”雏形渐显。

三高机床 进口额30亿美元

在瑞士GF集团的展厅内,9台高端机床正在调试、演示中,平均每台售价高达500万元人民币,其中一台五轴联动的加工中心精度可达头发丝的三分之一。工作人员介绍,另一台激光机床可代替化学腐蚀,80秒就能完

郭永健表示,自贸区服务业扩大开放的第17条,解禁原本有准入限制的中外合作经营性职业技能培训机构,目前中心正与瑞士机械协会商谈,今年底明年初合作办学,为国内制造业提供急需的“灰领”人才。

同时,自贸区推出的亚太运营商计划帮助机床中心扩充体量。从外资机床公司在华的营运中心,升级到集贸易、物流、结算于一体的亚太营运总部。目前瑞士和美国最大的机床制造商,GF集团和哈斯自动化公司,已经向上海自贸区管委会提出正式申请。

郭永健说,随着贸易规模的提高,生产本地化也在加快,以上海为中心,国际机床巨头的合资公司已经在13个省市落户。“我们最终的目标是促进外资机床企业对华投资,引进资金、人才和技术,推动先进制造业和金融服务业的发展。”

本报记者 张钰芸



■ 机床中心集合国际顶级技术 本报记者 陈梦泽 摄