

上海咨询信息 (月刊)

2014 年第 9 期
(总第 326)

主 办：上海市咨询业行业
协会

印 刷：上海欧阳印刷厂
有限公司

目 次

• 协会工作 •

- 协会牵头召开“互联网时代的咨询业发展论坛”筹备会议
.....杨小燕 (2)
- 协会举办第七届上海市注册咨询专家评审培训工作
.....胡小兰 (3)

• 咨询专论 •

- 大数据技术的发展历程及其演化趋势 ...陶翔 罗天雨 (3)
- 上海离全球科技创新中心有多远?定军 胡欣欣 (5)
- 由“概念”到“价值”的华丽转身 ...党倩娜 曹 可 (7)
- 增长分化：全球经济现四大“新常态”韩哲 (9)

• 专家观点 •

- 传统企业走向互联网化的三个步骤曾鸣 (11)
- 驾驭物联网，制造商收获数据红利 Sanjay Ravi (13)
- 华为：攻克欧洲曹仰锋 李 鑫 (15)

• 聚焦中国 •

- 民间创业热情持续高涨 新增企业数量及注册资本规模增长
强劲 (16)
- 上海战略性新兴产业迎强劲增长 (17)
- 上海自贸区出台十项税收新政 (18)
- 上海自由贸易试验区赋予外资认证机构发展新机遇 ... (18)

• 世界瞭望 •

- 美国制造业向技术领先发力吴成良 (19)
- 美国生产性服务业注重科技含量 (20)
- 那些让人诧异的机器人 (21)

• 政策解读 •

- 小型微利企业所得税优惠新政策解读 (23)

• 封二 •

上海市工程建设咨询监理有限公司简介

协会牵头召开“互联网时代的咨询业发展论坛” 筹备会议

2014年9月1日,由上海市咨询业行业协会牵头召开了“互联网时代的咨询业发展论坛”筹备会议,会议在上海科学会堂思南楼会议室举行。“互联网时代的咨询业发展论坛”是上海市科协组织的长三角科技论坛的一个分论坛,旨在探索咨询行业如何适应精彩纷呈而又模糊的互联网时代,发展自己的服务模式。



陈积芳副会长兼秘书长主持了本次会议。出席会议的有江苏省科技咨询协会秘书长任道忠、江苏省科学技术情报研究所于敏、嘉兴市管理咨询协会孙燕梅、上海市咨询业行业协会副会长汪天翔、天强管理咨询有限公司总经理祝波善、上海市咨询业行业协会常务副秘书长郭德利、上海科学技术情报研究所原副所长研究员缪其浩、上海科技情报研究所研究员陶翔、企源科技(AMT)副总经理邱兢、上海咨询业行业协会唐勇等共13人参加会议。

本次筹备会议高效明了,决定了将于今年10月21日在上海召开的“互联网时代的咨询业发展论坛”的诸多事项。

首先,是“论坛”的必要性。与会人员一致肯定了论坛主题“互联网时代的咨询业发展”与当今全球一体化,建设上海全球化科技创新中心

的大环境十分迎合。咨询业开这个论坛,使我们的行业不落后于当今的形势。过去谈互联网是利用它,现在谈互联网对咨询业带来革命性的变化。众人已经看到互联网快速发展对各行业带来颠覆性革命,从新媒体到军用无人机的民用化,民产化……。传统咨询业面对互联网的快速发展,其不适应性也日益显现,催生着新型咨询模式的出现。

其次,是目的性。本次会议明确了召开“互联网时代的咨询业发展论坛”的目的是为了解决二个大问题,一是在当今互联网时代,我们咨询行业会发生什么变化;二是我们要告诉我们的客户什么?现在众筹、众包,迫使大的咨询公司降低价格,互联网正在改变着这个行业。

再次,是方法。本次“论坛”将利用新媒体工具,通过微信,线上线下的互动平台完成“论坛”的整个流程,包括参会人员的报名,并且“论坛”主题的亮点也会通过微信先讨论起来。

第四,是内容。论坛上发言的内容一定要突出互联网时代咨询业如何突破,一是大数据改变传统的咨询方法;二是对长三角的咨询业发展要有指导性意见;三是互联网时代咨询打破地域界限,变成一个大的平台,去接纳国家的大项目;五是探讨一下目前互联网时代,咨询行业如何整合、集成、创新。

筹备会上,企源科技(AMT)公司还积极配合协会,为本次“论坛”工作配备一名工作人员,协作开展工作。

为确保“论坛”的顺利召开,协会担当筹备的工作正在有序跟进。

(杨小燕)

协会举办第七届上海市注册咨询专家评审培训工作

2014年8月28日,协会在科学会堂思南楼对参加2014年第七届上海市注册咨询专家评审的人员进行了一天的培训。

上午培训的课目为《工程咨询现状和问题》,由上海市咨询业行业协会副会长、原上海磁浮交通工程技术研究中心副主任汪天翔老师主讲。下午由上海市咨询业行业协会副会长、上海工业发展咨询有限公司总经理董锡健老师主讲《面对国内外经济发展新的态势,把握企业创新发展的机遇》。

截止当日,报名参加第七届上海市注册咨询专家评审的共有48人,参加本次培训有43人,出席率90%。

培训当日还对每个参评人员发放了评审考核试卷,要求在10月9日前完成。

(胡小兰)



· 咨询专论 ·

大数据技术的发展历程及其演化趋势

上海图书馆上海科技情报研究所 陶翔 罗天雨

编者按:继物联网、云计算之后,大数据已经成为当前信息技术产业最受关注的概念之一。大数据时代的来临,使得领域和行业边界愈加模糊,应用创新超越技术本身,生产模式向服务化转变,数据作为一种资产为企业带来新商业价值,数据开放让政府治理和个人福祉都面临着机遇和挑战……大数据的未来无限可能。无论个人、企业组织、社会团体,还是国家和经济体,都能藉此实现大数据梦想……

一、大数据一词的诞生

最早提出大数据特征的是 2001 年麦塔集团（后被 Gartner 公司收购）分析师道格·莱尼（Douglas Laney）发布的《3D 数据管理：控制数据容量、处理速度及数据种类》（3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity and Variety），提出了 4V 特征中的 3V。最早提出词汇“Big Data”的是 2011 年麦肯锡全球研究院发布的《大数据：下一个创新、竞争和生产力的前沿》研究报告。之后，经 Gartner 技术炒作曲线和 2012 年维克托·舍恩伯格《大数据时代：生活、工作与思维的大变革》的宣传推广，大数据概念开始风靡全球。

从文献计量图谱看大数据技术

基于 Web of Science 数据库中 1994 年后涉及大数据概念的 4495 篇文献，采用 Citespace 知识图谱工具，通过热点关键词和高被引文献分析，能够勾勒出大数据技术从萌芽到成熟的发展历程。

上世纪 90 年代至本世纪初，是大数据发展的萌芽期，处于数据挖掘技术阶段。随着数据挖掘理论和数据库技术的逐步成熟，一批商业智能工具和知识管理技术开始被应用，如数据仓库、专家系统、知识管理系统等。此时，对于大数据的研究主要集中于“Algorithms”（算法）、“Model”（模型）、“Patterns”（模式）、“Identification”（识别）等热点关键词，高被引文献侧重于数据挖掘和机器学习的基础技术，如 1993 年 Quinlan JR 发明的 C4.5 数据挖掘算法，1995 年 Vladimir N.Vapnik 撰写的机器学习教材，以及 1998 年 Eisen MB 等关于聚类分析和全基因组表达模式的研究等。

大数据发展的突破期是 2003 至 2006 年，处于围绕非结构化数据自由探索阶段。非结构化数据的爆发带动大数据技术的快速突破，以 2004 年 Facebook 创立为标志，社交网络的流行直接导致大量非结构化数据的涌现，而传统处理方法难以应对。此时的热点关键词较为分散，包括了“Systems”（系统）、“Networks”（网络）、“Evolution”（演化）等，高被引文献也很少，说明学术界、

企业界正从多角度对数据处理系统、数据库架构进行重新思考，且尚未形成共识。期间，谷歌公司 Jeff Dean 和 Sanjay Ghemawat 发表了三篇论文，分别提出 GoogleFileSystem（2003）、MapReduce 算法（2004）和 BigTable 数据库（2006），奠定了大数据技术的核心基础。

2006 至 2009，大数据技术形成并行运算与分布式系统，为大数据发展的成熟期。Jeff Dean 在 BigTable 基础上开发了 Spanner 数据库（2009）。此阶段，大数据研究的热点关键词再次趋于集中，聚焦“Performance”（性能）、“CloudComputing”（云计算）、“MapReduce”（大规模数据集并行运算算法）、“Hadoop”（开源分布式系统基础架构）等。在高被引文献方面，有两篇引人注目，分别是 2008 年谷歌公司正式发表的 MapReduce 论文和 2009 年 Tom White 发表的 Hadoop 论文。

2010 年以来，随着智能手机的应用日益广泛，数据的碎片化、分布式、流媒体特征更加明显，移动数据急剧增长。老“三核心”面临能力瓶颈，而 2010 年谷歌为应对这种趋势而开发的 Percolator、Dremel 和 Pregel 日趋成为新“三核心”。与此同时，非关系型数据库（NoSQL）再次自我革新，开始转向兼具关系型易查询和非关系型高扩展性的新型云数据库（NewSQL），代表如谷歌的 Spanner、亚马逊的 RDS、微软的 SQL Azure 等。

基于明确关键词和清晰分类号的传统文献计量方法，显然也只能窥视大数据技术发展领域的一斑，已很难实时捕捉到大数据跨行业跨领域的各种细节，并及时预见大数据未来研究发展的全貌。

二、大数据已成为未来众多颠覆性技术的基石

随着近年来大数据不断地向社会各行各业渗透，使得大数据的技术领域和行业边界愈来愈模糊和变动不居，应用创新已超越技术本身更受到青睐。大数据技术可以为每一个领域带来变革性影响，并且正在成为各行各业颠覆性创新的原动力和助推器。

2013 年 5 月，麦肯锡全球研究所发布了一份名为《颠覆性技术：技术进步改变生活、商业

和全球经济》的研究报告。报告确认的未来12种新兴技术(图2),有望在2025年带来14万亿至33万亿美元的经济效益。令人惊讶的是,最为热门的大数据技术却未被列入其中。麦肯锡专门解释称,大数据已成为这些可能改变世界格局的12项技术中许多技术的基石,包括移动互联网、知识工作自动化、物联网、云计算、先进机器人、自动汽车、基因组学等都少不了大数据应用。

大数据在重塑我们周围世界的同时,也对人类的核心价值观提出了挑战。

2014年5月,美国白宫发布了2014年全球“大数据”白皮书的研究报告(《大数据:抓住机遇、守护价值》)。报告鼓励使用数据以推动社会进步,特别是在市场与现有的机构并未以其他方式来支持这样的进步的领域;同时,也需要相应的框架、结构与研究,来帮助保护美国人对于保护个人隐私、确保公平或是防止歧视的坚定信仰。2014年4月,世界经济论坛也以“大数据的回报与风险”的相近主题发布了《全球信息技术报告

(第13版)》。报告认为,在未来几年中针对各种信息通信技术的政策甚至会显得更加重要。在接下来将对数据保密和网络管制等议题展开积极讨论。全球大数据产业的日趋活跃,技术演进和应用创新的加速发展,使各国政府逐渐认识到大数据在推动经济发展、改善公共服务,增进人民福祉,乃至保障国家安全方面的重大意义。

英国文豪萧伯纳有句名言:“有人看到已经发生的事情,就会问为什么会这样;而我却梦想一些从未发生的事情,然后追问为什么不能这样?”。

这句话也可以很好地隐喻大数据技术与其他专业领域前沿热点技术的最大区别。各专业领域的前沿热点技术如同是呈现在我们周围的一些有限的点,而以数据驱动创新作为世界观和方法论的大数据技术则潜伏在这些有限点之间的所有缝隙其创新机遇的空间无限。

大数据技术仍在不断发展,未来还将拥有无限的发展可能。无论个人、企业组织、社会团体,还是国家和经济体,都能藉此实现大数据梦想。

“自贸区”后再现“大战略”

上海离全球科技创新中心有多远?

21世纪经济报道 定军 胡欣欣

8月15日,上海科委发布《上海市软科学研究计划“建设具有全球影响力的科技创新中心”专题研究项目指南》,对外进行包括上海建设科技创新中心与“四个中心”功能协同研究的招标。科技创新中心与目前“四个中心”战略达到同等地位挺有可能。

总量指标有潜力

上海的优势在于国际化程度高,上海可以用全球的资源来建设全球科技创新中心。建设科技

中心的土地利用比较集约。最终落点是创新产品,创新服务。

截至目前,跨国公司在沪设立研发中心近370家,占全国约1/4,其中来自世界500强企业的研发中心占比更是达全国1/3左右,上述两比例在全国最高。2013年全年在上海新增跨国公司研发中心15家,平均月增1家以上。

从全球性或区域性研发总部的数量上看,在研发投入强度最大的1000座城市的排名表上,上海目前仅次于东京和硅谷。而跨国公司在中

的研发中心，落户在上海的占近 1/4，在全国来说也是最高的。

近几年一个明显的趋势是，跨国公司大量地把研发中心搬到上海来，业内常提到的趋势包括“*In China for the World*”，在中国的技术创新和产品开发是面向亚太甚至全球。从这个角度来说，上海已经具备全球性的科技创新中心的雏形。

国家统计局的数字显示，2012 年、2013 年，上海研发投入占地区生产总值 (GDP) 的比重为 3.37%、3.4%，分别低于北京 5.98%、6.16% 的比重，但大大高于全国占比 1.98%、2.09% 的数字。

容纳“车库创业”

也有诸多观点认为，上海建设全球科技创新中心，需要解决中小企业和社会资本的创业环境短板。微软、谷歌，戴尔等跨国科技公司，往往是从车库、学校创业兴起。目前新兴科技巨头华为、中兴、腾讯、百度、京东、阿里巴巴等企业，均分别是从小微企业起步，甚至不少都是在居民住宅内创业。上海却一直很少出现草根累积成为大型科技创新企业的案例。

上海应该继续开放，欢迎更多跨国公司的研发总部进入上海。而上海的“短板”是上海本土的创新还是比较薄弱，尤其是“草根”的创新。

要增加对草根的‘车库文化’的包容性

风投项目的多项指标可以作为参照。2012 年上海交大的一份报告认为，近年来上海新募集的资金额度全国最高，但在风险投资支持的企业数量、资金额度等方面均少于北京。上海的技术创新对经济的贡献率，甚至不如苏州。

苏州 2009 年毕业的硕士研究生为 2437 人，仅相当于上海的 8.6%，但 2008 年苏州的科技创新对经济增长贡献为 54.16%，超过了上海的 21%。

硅谷成功以及以科技闻名，不是建设出来的，而是营造了一种良好的氛围，是培育出来的。上海可以借鉴。针对国企众多，创新偏弱的情况，

上海张江的自主创新示范区已经启动了股权激励试点，采取面向高校、研究机构和企业科技成果入股、科技成果收益分成等多种激励方式。

京沪定位之别

上海科委发布的 8 个方面研究招标计划显示，上海建设全球影响力的科技创新中心内涵与指标体系研究，科技创新中心与“四个中心”功能协同研究，人才配置研究，城市空间布局研究，张江国家自主创新示范区、中国（上海）自由贸易试验区与上海建设科技创新中心的关系研究等都有涉及。上海的研发可能主要偏于技术应用，北京的研发可能主要偏重于基础领域。

此外，北京目前没有制造业腹地，需要向周边以及全国辐射。但是上海的科技主体是企业，本身强调技术应用，像智能产品、先进制造业，包括一些重化工业的核心技术、3D 打印等，有望在上海投产。但是上海研发的制造业产品，也会向长三角地区进行生产辐射。

上海到周边城市只有 1-2 个小时的距离，上海的研发产品，将与周边地区的制造业结合起来。

上海的科技研发以企业为多。年内认定高新技术成果转化项目 709 项，其中电子信息、生物医药、新材料等重点领域项目占 86.3%。

不过，上海的技术合同不如北京。比如 2013 年上海技术合同金额 620.87 亿元，低于北京技术合同成交总额 2851.2 亿元数字。

一些专家认为，北京与上海应该差异化发展，北京有发达的物联网，类似的深圳也有通讯产业支撑，上海要做出特色，可以从汽车，如民族汽车和大飞机等产业着手，打造科技创新型重点企业，寻求世界影响力。

上海需要和全世界的高新工业区实现无缝对接。中关村的成功，一部分原因是与硅谷的人脉无缝连接。上海也必须与本行业世界最高端的地区创建快速链接。

(摘编自《21 世纪网》)

由“概念”到“价值”的华丽转身

——从产业链格局、竞争策略与商业模式看大数据产业发展态势

上海图书馆上海科技情报研究所 党倩娜 曹可

当前,全球大数据产业正处于蓬勃发展的孕育期和机遇期。核心关键技术正在加快发展和更新换代,各类解决方案提供商加大力度宣传造势,尤其是围绕电信、航空、交通、生物、城市管理等重点领域描绘美好蓝图,力求推动行业应用和商业模式创新,抢占产业增长点。与此同时,小微企业和创业者对大数据热情高涨,期望借此机会实现高速成长的梦想。由于整个大数据产业开始转向应用创新阶段,高成长的预期让各方都对未来抱以乐观的态度。

从“技术驱动”转向“应用驱动”

作为一个独立的产业,大数据的产业体系框架表现为“两纵三横”。“两纵”基于技术的基础程度,分为底层技术和应用层技术,前者是共性、基础性技术,如Hadoop框架、Hbase数据库、Mahout算法集等;后者是“二次开发”行为,包括各类个性化方案、产品与服务。“三横”基于处理的流程顺序,分为基础设施、分析系统和应用工具,也可进一步细化为数据的采集、存储、处理、分析、服务五方面(如图1)。目前,“两纵三横”的产业体系已经趋于成熟,能够应对绝大多数的产业应用需求。

广义的大数据应用本质上是一种“增值分析”,前景有着近似无限的可能,不受任何行业、资源、地域、用户的约束。从这个层面看,各产业领域未来发展方向几乎都能和大数据挂钩。以“十二五”国家战略性新兴产业发展规划为例,很多技术前沿的描述和布局,均与大数据相一致或关联,或是可以通过大数据实现。如新一代信息技术产业布局了物联网、移动终端设备、云计算、海量数据处理软件;节能环保产业布局了高效储能、节能监测和能源计量;生物医药产业布

局了生物资源样本库、基因测序、以及基于物联网的远程健康管理服务等。

由于大数据技术兴起于互联网时代,互联网的快速发展与其持有的开放、共享、合作等观念密切相关,因而大数据技术的创新也引入了互联网的这种价值观。例如有不少大数据技术是开源的,可无偿供给全世界的开发者使用和改进。开源项目、开源社区和开放性创新联盟组织的成熟更是推动了大数据核心技术的发展,催生了多种用于存储、处理和分析大数据的新产品。这一过程有效降低了产业技术的壁垒,推动更多的企业和创业者介入,进一步加快了技术应用转化的过程,有助于产业的迅速成长。

总之,虽然大数据产业的“技术驱动”色彩十分明显,与“应用驱动”阶段尚有一段距离,但这一转变过程正在加速进行。

细化的产业竞争策略逐步成型

大数据产业是典型的知识密集型服务业,除了基础设施环节会带来一定能耗之外,其余环节均为零能耗、高附加值。其在初始资本、法规监管等方面的准入门槛极低,但对人才资源的要求较高。为此,产业竞争呈现出数量大、水平高的特点,企业竞争策略逐步分化。

尽管大数据从业者正在急剧增加——几乎所有的信息技术企业都在此领域布局,同时创业者持续不断地进入,竞争者甚多,然而由此带来的并非过度竞争,而是良性竞争,最终将推动技术的创新和价值的实现。这主要归功于两个原因:一是高创新的属性。大数据技术是信息技术领域中的高附加值环节,以谷歌、亚马逊等为代表的大数据企业,无论是在技术先进性、创新活跃度还是在市场份额上,都在全球处于领先地位。二

是高增长的预期。作为企业个体，在产业急速成长的预期之下，基本都选择了追求专业性的策略，依靠产品性能和服务取胜，而摒弃了追求低成本策略。

在竞争过程中，不同类型的竞争者各具优势。按照技术的变革性与应用水平，主要分为三类竞争者：一是“互联网颠覆者”，谷歌以及各类大数据开源项目发展了全新的基础技术与数据库构架，依靠免费、开源的所谓互联网模式，彻底改变了原有的技术标准与游戏规则，颠覆了以往各自为阵的信息技术产业。二是“初生牛犊”，在新的规则面前，大公司与创业者处在同一条起跑线上，一些拥有核心人才与市场嗅觉的创业企业，如 SPLUNK、Cloudera、Evernote 等企业，在特定工具、专业平台方面迅速抢占先机，填补市场空白，获得快速发展，在产业链中拥有了一席之地。三是“系统集成商”，微软、IBM、HP、Oracle、EMC2、SAP，这些传统 IT 巨头拥有强大的资金、研发能力和市场资源。面临大数据的冲击，他们能够敏锐意识到自我革命的紧迫性，并且马上采取应对举措。他们的策略更多是防御性和商业化的，即积极收购大数据相关企业，在已有客户资源、成熟的产品线、丰富的行业经验的基础上，将收购获得的技术产品组装为面向行业的应用解决方案，并加强大数据商业营销，使自身快速应对大数据市场的竞争。例如 IBM 在 7 年内（2006-2013 年）并购了 30 多家公司，均指向数据库、存储、商务智能、非结构化分析工具等，IBM 还计划 2015 年前再支出 145 亿美元用于大数据并购。目前，IBM 的大数据平台包括基于 Hadoop 的分析、流计算、数据仓库、整合、可视化、系统管理、治理、咨询服务及业务伙伴应用多个方面，提供软件、硬件和行业解决方案在内的各种服务。

另外，政府也是大数据产业的重要一环，主要体现在政府对公共数据的开放上这将使政府在促进产业发展上扮演更加重要的角色。2009 年，刚上任的美国总统奥巴马签署的首份总统备忘录即为《透明和开放的政府》，随后建立了统一的政府数据开放门户网站：Data.Gov，逐步开放政

府拥有的公共数据，并提供多种应用程序接口，供开发者创建特色应用。这一开放式平台极大地刺激了数据驱动型创新。截至 2014 年初，该网站开放的数据集已经超过了 85000 项，汇集了 1200 余个应用程序和软件工具、手机插件，其中超过 300 个是由个人或民间组织开发。新的商业模式和企业随之产生，如 FlightCaster 公司基于美国交通统计局、联邦航空局交通管制中心警报、美国气象局和航班运行状况信息网站 FlightStats 的数据，提供航班晚点预报，比航空公司的正式通知早 6 个小时，且准确率达到 85%-90%。

数据驱动型的商业模式创新

数据驱动型的商业模式有如雨后春笋，在全球大量涌现。按照数据的获取、管理、分析、应用环节的区分方式，可以将大数据的商业模式分为数据托管和交易平台、关系挖掘和沉淀价值利用、数据社交和跨界连接三种类型。

数据托管和交易平台模式应用已有数十年之久，是发展最为成熟、最为普遍的大数据商业模式，本质是发挥规模效应，降低单个企业在数据信息存储和寻找上的投入成本。主要业务形态有空间出租托管、数据商店、数据市场等，典型的代表企业为亚马逊、EMC2、DropBox。近年来引入“云”的概念，从简单的数据存储，逐步扩展到数据聚合平台，最终形成云服务；而以独特数据资源进行的整合朝着纵向产业链上下游整合和横向多种产业整合两个方向发展，促使了一站式数据商店和数据交易平台的出现。如亚马逊、微软等企业均建立了可以交易应用程序和高级数据集的数据商店，目前已有数万亿个数据点、数千个订阅、数百个应用程序。

关系挖掘是媒体热炒的主流大数据商业模式，也是数据科学的主要应用模式。核心是通过数据发现隐藏的相关性，最终用于指导商业、精准化服务与辅助决策。实现这种模式需要一些先决条件，主要是面向数据的处理分析环节：一是目标领域的完全量化，如互联网广告领域，从广告点击到用户购买行为，均有完整详实的数据记录；二是数据处理能力的大幅提升，要能够处理

非关系型数据，并在海量条件下保持实时快速的性能。该模式的难点在于需要颠覆常规的用户思维和需求逻辑，典型类型是沉淀价值的利用，即将一些通常无意义的甚至是垃圾数据进行利用，最终得出有价值的结论。例如，谷歌公司利用数十亿用户搜索时的错误拼写记录来提升其拼写检查器的智能性。就目前而言，基于关系挖掘的大数据模式尚未成熟，但承载了社会各界的较高期望：这种模式将有助于驱动产业转型和发展新兴产业，如推动生物医药等研发密集型产业、企业咨询等知识密集型产业向数据密集型产业转型，推动零售、交通等传统服务业向现代服务业转型，推动传统制造业向智能制造业转型等。

与前两种模式不同，数据社交和跨界连接模式直接面向每一个社会个体，本质上是充分挖掘物理世界的个体资源，将其变成虚拟世界的一个节点，与其他的节点进行连接、交互和交易，从

而大大降低各类商业化业务的推广成本，并形成新兴业态。这种模式正在走向成熟，最典型的代表就是 O2O（线上 - 线下连接）。例如微信不仅是聊天工具，更成为了连接线上线下、开展移动支付的重要入口；打车软件有效降低了供需双方的信息不对称，提升了出租车市场的智能化程度；可穿戴设备将人体的讯息进一步量化，并提供决策建议；苹果 Passbook 软件为用户提供一个智能的电子卡包，整合信用卡、护照、登机牌、优惠券等各类卡牌的信息功能。推行这种模式也有几个必要条件，主要是针对数据的采集传输环节：移动化，需要带有位置服务、能够发射无线信号的智能终端；稳定连接，需要高速、泛在的外部网络环境；在线支付，依靠用户最终的支付行为实现盈利；持续感知能力，需要先进的传感器技术、低功耗芯片技术以及电池技术作为保障。

增长分化：全球经济现四大“新常态”

韩哲

在金融危机爆发后的第六个年头，全球经济增长疲弱的阴影一直挥之不去。在发达经济体复苏加快、新兴经济体面临下行压力的大框架下，今年二季度的增长表现折射出全球经济复苏中的新常态：不仅增长缓慢，而且不均衡日益加大，给面临下行压力的中国带来了新的挑战。

新常态一：发达经济体复苏差距扩大

数据显示，欧元区二季度 GDP 意外停滞，宣告 2013 年二季度以来的正增长区间结束，这显示主要发达经济体复苏步伐的差距进一步扩大。早前公布的数据显示，美国二季度大增 4%，英国实现 0.8% 的增长。

“美英和欧元区经济复苏步伐快慢不同，已经构成了全球经济的一个新常态”，兰格经济研

究中心首席分析师陈克新认为，“发达经济体复苏快慢的区别源自经济危机以来货币宽松政策力度的不同。由于德国的反对，欧元区宽松政策力度一直不够，宽松力度相对较大的美英实现了较快复苏”。

欧元区整体增长陷入停滞状态，一方面是因为宽松力度还不够，另一方面也是因为欧元区国家相对于英美来说货币政策不具独立性，效果大打折扣。再加上乌克兰危机的影响，包括德国在内的东欧国家因经济制裁伤及自己，欧元也因地缘危机升值从而打击出口。

但也有专家持不同意见。“这是一直以来的现象”，中国社科院世界经济与政治研究所研究员孙杰说，“美国二季度强劲增长一方面包含有一季度经济萎缩的反弹因素在内，但从长期看，

美国就业市场、工业生产等指标一直表现较好，而欧元区因为产业结构、劳动力市场等结构性因素，增长一直不如美国。”

新常态二：德国“哑火”不及西班牙

从长期看，美欧之间复苏步伐差距很难缩小。在生产率、人口、经济结构调整等方面，欧元区仍不如美国，这不是一两个政策就能改变的。

美欧在复苏步伐上的差距半年之内结束不了。只有在就业市场逐渐恢复、居民收入增加，从而拉动消费并减少负债，制造业活动才能趋于旺盛，但这种良性循环在明年全年可能都难以出现。

一个值得注意的新现象是，欧盟统计局上周五发布的数据显示，欧元区经济增长火车头、第一大经济体德国在二季度“哑火”，GDP环比萎缩0.2%。曾经的欧洲国家西班牙同期实现0.6%的增长，经济增速在欧元区内仅次于匈牙利的0.8%。

“德法等欧元区核心国家与西班牙等欧元区边缘国家之间的差距未来可能在三季度延续下去，但不会延续太长时间，毕竟德法经济基本面要好于西班牙，增长的波动性也比较小。西班牙的增长高也与基数小有关系，”刘向东表示。

新常态三：新兴经济体增长分化

二季度增长分化不仅出现在美欧之间和欧元区内部，也出现在新兴经济体中。

印度二季度GDP增长表现最佳，达到2.1%。分析认为，莫迪新政府重视商业以及所推出的一系列改革，对于吸引国内外投资者信心、刺激印度经济起到了决定性作用。金砖五国之首中国则增长2%，但受结构性改革影响，三季度会否下行仍存疑问。

俄罗斯表现最差，萎缩-0.3%。西方制裁以及资本外流被认为是造成经济下行的主要原因。

巴西和南非二季度GDP数据尚未公布，但据巴西央行15日发布的数据显示，今年二季度巴西经济活动指数下降1.2%，为五年来最差表

现。此外，考虑到大宗商品市场在二季度一直低迷，对此依赖极大的巴西和南非能否实现增长目标不容乐观。

“金砖国家增长迟缓对中国经济有利有弊”，陈克新认为，“增长迟缓一方面降低了这些国家对中国出口产品的需求，也拖累了全球经济增长，进而影响到全球对中国出口产品的需求；但另一方面，为了提振增长，金砖国家中的巴西、南非、俄罗斯这些大宗商品出口国势必会采取一些刺激出口的措施，比如降低原材料价格，这对中国制造业是有利的”。

新常态四：货币政策分化考验中国经济

在增长前景上，不仅发达经济体内部出现分化，新兴经济体复苏也不均衡，这势必进一步造成两大阵营内部货币政策进一步分化。

发达经济体方面，强势复苏可能催动美联储和英国央行提速加息时点，经济停滞则增加了欧洲央行进一步放宽货币政策的压力，居高不下的通胀水平则制约了新兴经济体施展货币政策刺激增长的空间。除中国外，金砖五国中的巴西、俄罗斯、印度、南非7月通胀率分别高达6.5%、7.5%、8%、6.6%，目前尚无放宽货币政策的计划。

美国的强势复苏对中国意味着机会。陈克新表示，美国的强劲复苏利于中国出口，其加息预期也会促进美元升值，从而降低大宗商品价格、促进中国经济。增长疲弱的欧元区则相反。

欧盟是中国第一大贸易伙伴，欧元区的低增长将对消费形成抑制，不利于中国的出口。孙杰则认为，欧元区复苏缓慢，对中国的出口有一定压力，但目前仍未看出来。今年上半年，中国与欧盟双边贸易总值为1.79万亿元，增长9.6%。

低增长可能促使欧盟出台一些贸易保护措施，中国光伏产品近期在欧盟遇到的反规避调查就是例子。低增长还将进一步加大欧洲央行再度放宽货币政策的压力，这将造成欧元贬值，对中国出口同样不利，但却利好中国对欧进口和赴欧投资。

(来源：《北京商报》)

传统企业走向互联网化的三个步骤

阿里巴巴 曾鸣

这个世界变化很快，技术变化也很快，但创业面临的挑战和激情、成就感反而是不会变的事情。来自黑马营的很多朋友未必直接做互联网行业，但是这一年来你肯定也听到过各种关于互联网的讨论，无论讲互联网思维、互联网金融，还是今年经常被提到的互联网焦虑症。在这里，我想把自己对互联网的思考跟大家做一些简单的交流。

一般人讲互联网企业，无非是百度、阿里、腾讯，好像互联网产业跟自己没有太大关系。但是任何产品、任何企业、任何服务可能都面临着一个在互联网时代怎样进一步发展的的问题。营销方式的改变，战略方向的选择，商业模式的变化，都绕不开“互联网化”。

“互联网化”三步走

怎样才叫互联网化？我自己有一个非常简单的框架，互联网化就三步：

第一步，在线。什么叫互联网？互联网就是利用技术尽可能把所有人、所有事情在任何时间、任何地点都联结在一起。所以首先你得触网。在线，是任何一个企业走向互联网化必须经过的一个步骤。淘宝十年前最早起家的时候，就是网上的一个义乌小商品市场，变成在线行为而已。那么余额宝在短短六个月不到的时间里面做到7000多万用户、5000多亿销售额，凭借的是什么？就产品本身来说，并没有特别大的创新，它的最大突破是利用互联网渠道进行了销售和服务，把传统的基金完成了在线的展现。所以对于很多企业来说，在线是非常重要的第一步。你公司内部的产品、服务、流程，有多少环节需要往互联网上搬，要考虑清楚，这在未来是一个非常基础的要求。

第二步，互动。以前的传媒技术，报纸、广播、电视，核心技术都是单向传播的。互联网是一次大的技术革命，所有的交流都是双向的，而且是实时的，不是滞后的。

比如，现在有很多的手机视频，你一边看电视，一边就可以发评论，你还可以建群组讨论。对于年纪稍微大一点的人来说，这种看电视的行为很古怪，但是对于90后，这样一种完全互动情况下的浏览行为，或者说一边评论一边看视频的行为，才是他们觉得正常的行为。所以互动提供了非常大的潜力。

你的产品当中有没有互动的环节，特别是实时互动的环节，今天变得非常重要。为什么互联网企业强调“尖叫产品”？最重要的是所有互联网产品和服务都会实时得到用户反馈。互动让你第一次实实在在地可以接触到你的客户，并且对他们进行直接的服务。

大家一般讲电子商务，提到最多的是渠道。渠道的缩短，节约了成本。但是电子商务的最大价值不在于成本节约，而在于你第一次知道了，谁是你的客户。淘宝每天上来1亿客户，我们很清楚地知道他们是谁，他们在哪个地方上网，家在哪儿，送货往哪儿送，甚至过去七天他们看过哪些网站。一个传统的销售企业，通过四级分销之后，只知道进来多少货，压根不知道是谁买了你的货。所以在线和互动带来的最大价值是可以第一次跟用户面对面直接互动，以及体验的提升。你知道他是谁，你知道怎样改进服务，所有这些都是基于数据。

第三步，联网。互联网最终是一个大网，是把越来越多的点连在一起。很多企业完成了在线和互动之后还是线性结构，还是用原来的方法服

务客户，只是这次跟客户的关系是直接的。你并没有充分利用到互联网的更大价值，就是联网。你有没有可能跟同样的企业有更多的协同？你跟上下游的关系可不可以有新的组合？原来看起来完全不搭界的服务，会不会有一个混搭创新的机会？这些只有在联网之后才会发生。

举个例子——打车，这也是过去半年炒得比较热的一件事情。出门乘坐出租车是大家再习惯不过的一个消费行为。前段时间快的、滴滴大战着实吸引了全社会的眼球，但除了补贴大战，这些打车 App 和传统出租车公司最大的区别是什么，才是真正值得思考的问题。

首先是，完成了在线。大家一打开快的，能够看见自己的位置，还可以看见在边上所有跑动的出租车的位置。你们实时提出交易需求，任何一个司机感兴趣就会接单。

为什么大家对一个出租车的服务这么感兴趣？最重要的是当你真正把更多的人跟车连在一起的时候，这个服务的想象空间会越来越大。比如说出租车可不可以和快递结合在一起？如果我知道一辆车每天大概走哪些路线，可不可以请他拐过来 5 分钟拿个包裹送过去？出租车跟外卖能不能结合在一起？如果我知道这些客人每天在哪个店停，我能不能把他们的生活服务需求，类似吃饭、买东西这些接过来？

出租车、快递、餐饮外卖、点座、采购等等，这些原来不搭界的事情，都放在一张网上连接起来的时候，你会发现，也许它们中间有很多的服务环节可以被利用，有很多的增值服务可以交叉销售甚至重新组合。当你有越来越多的东西能连在一起的时候，就会产生很多的快速反应。

三种应对模式

当互联网开始对一个个行业产生冲击的时候，基本上会产生三种应对模式。

第一种是非常典型的 B2C。就是我看到了某个行业用互联网来重新洗牌的机会。我用最短的渠道、最高的效率，提供一种新的服务。这种最典型的企业是京东。京东就是从中关村卖电脑发展到网上卖电脑，是对传统 3C 零售的新的冲击，

直接竞争对手就是国美、苏宁这样的传统企业。

第二种的典型案例是小米。利用互联网的思想和技术，从生产到销售，甚至到商业模式，做手机的整个流程都跟传统模式不一样。

第三种是互联网平台。一些创业企业开始盯住“用互联网的方法建一个平台”的可能性。比如说淘宝，并没有做自营，但是建立了一个网上贸易的平台，让所有人都能上来做买卖，这是典型的平台思路。再比如说互联网金融里面的理财平台，任何人都可以在这上面买任何金融产品。还有 P2P 的小贷平台。它的特点是希望利用联网的优势，把原来整个行业的产业结构做一个再造。而平台的崛起往往跟这个行业的创新企业结合在一起。

最典型的例子是，当淘宝起来之后，淘品牌就变成了非常有活力的一批企业。大部分淘品牌企业可能是 2006 年、2007 年第一次开店，有的甚至更晚，但是今天可能做到了 1 个亿、3 个亿，甚至 10 个亿的销售额。这些企业生来就是互联网企业，完全是在互联网上发展的。

这些新兴企业跟互联网平台是非常典型的共生关系，是互相支持、共同演进的。淘宝 1 万多亿销售额，没有一单是自己做的。但是反过来淘宝给所有这 1000 多万卖家提供了在互联网上运作的基础服务。你在淘宝上开店，不用关心服务器怎么买，到哪儿有流量，你只要关心把服务做好，把销售做好。所以我们给他们提供了非常完整的互联网运作平台。

通过两年的努力，淘宝上的创新企业，80% 都开始用阿里巴巴的云计算服务。最典型的案例就是 2012 年“双十一”，是淘宝促销最猛的一年。其中有一家淘宝企业，纯粹用云计算一天发出 60 万单。他能够用低成本运作的原因是他生长在这个互联网平台上。

这三者其实都会对所谓的传统行业形成巨大的冲击，最终带来传统行业的领先企业的转型。这个用淘宝的例子来说也非常清楚，比如服装，当淘品牌刚刚起来的时候，传统企业根本不屑一顾。因为那时候他们有 50 亿、100 亿，这些淘品牌不过是 500 万、1000 万，看起来很可怜。但

是很快服装行业在淘宝上的销售额占到了10%、15%、20%。到了2012年底、2013年初，整个服装行业的传统企业受到了前所未有的挑战。像李宁这些大企业开始大规模关店，存货积压非常厉害，开始大规模亏损。所以从2013年开始，至少在服装、鞋帽这些行业，所有企业都在讲互联网化。这些企业进行互联网化就是逐步走在线、互动、联网这条路。

不同道路，不同走法

前面讲的第二、第三类企业，从创立第一天起就建在一个联网的平台上，所以他们的起步面临着更大的挑战，但他们创造的价值是更大的。而B2C与传统行业互联网化最终都面临一个大的挑战，就是怎样从传统的线性结构，变成真正的互联网的网状结构。

如果我们还是拿服装行业做一个比较的话，淘宝很多的淘品牌，在创业浪潮当中很多人都出逃，去建独立的B2C，但基本上全军覆没。即使是凡客，烧掉了4~5亿美金，也很难说建起独立的B2C。

传统行业的互联网化转型当中，碰到最大的挑战就是你能够在多大程度上跟互联网平台合作。或者你选择利用自己的规模优势最终走向联

网，就是自己建一个网络。目前所谓的争论就在O2O这个环节上体现出来了。大部分的传统企业或者说线下企业会觉得，我们在线下的网络足够强，线上的比例再高也不过10%左右，我们可以把线上线下打通，最后形成一个新的体验。

但是互联网平台的打法就会不太一样，它会更多地把网状的结构进一步延展，把线下每一个点重新接在网络上。所以还是网络平台的打法，只不过线下体验和线上体验会有一个新的整合。

这是我想讲的一个基本的思路，就是一个企业切入互联网的几种可能路径，以及一个传统企业走向互联网化的三个步骤。这样一个框架还是蛮有价值的，因为我跟很多朋友，特别是创业的朋友聊天的时候，他们往往分不清楚自己是在做互动，还是在做联网，或者是在做在线。不管你在哪个领域，如果你的目的是建一个互联网平台，这个平台可能有宽有窄，那么整个打法是完全不一样的。

平台需要前期非常大的投入，需要很长的培育期，因为它针对的是最终的联网，可能要克服很多的障碍才能把一个相对完整的生态系统建设起来。因为最终它是利用互联网技术，对一个行业的再造。

(来源：《比特网》)

驾驭物联网，制造商收获数据红利

微软 Sanjay Ravi

集装箱拖车的轮子太多也太大了，因此对于货运公司来说，监测这些重型卡车轮胎的磨损情况，并且为其维护和更换轮胎，是一项相当艰巨的工作。

如果货运公司能把所有这些麻烦转移给轮胎制造商，情况会怎么样呢？轮胎上可以配置很多小型传感器，自动对轮胎进行监测，并将情况实时回传给制造商。而轮胎制造商在了解了每个轮

胎的情况后，就可以定期安排轮胎的更换和维护了。

如此一来，对货运公司而言，运输里程增加了，安全性改善了，责任降低了，对数千个轮胎进行维护的流程得到了简化，甚至被彻底取消。在另一边，轮胎制造商接手了这些工作，也接手了安全风险，但也将从中获得回报——现在，制造商不只是在销售轮胎，更是在销售行驶里程。

这只是关于数据如何转变制造业的一个实例。如今，技术市场上还有很多人在四处炒作大数据和物联网的概念；但事实上，越来越强大的传感器和各类设备通过与后台系统、分析软件和云的连接，已经为各行各业带来了深刻的变革。随着这些联网运行方式的普及，制造业不仅得到了实现自动化和创造效率的全新手段，其管理层更注意到了利润增长前景光明的全新增长点——服务。

这一趋势不可逆转。根据微软委托 IDC 进行的一项最新研究，制造业在未来四年内从数据中获得的價值將高达 3710 億美元。通過更好地利用數據，他們不僅可以提高生產效率、精簡流程，還可以更好地管理客戶關係，改善產品和服務。美國總統奧巴馬最近宣布聯邦政府將撥款 1.4 億美元支持兩家新設機構，正是因為它們能幫助企業收獲不斷增長的“數據紅利”。而在長期以來一直被視為歐洲製造中心的德國，他們將這種新潮流稱為工業 4.0——其意義完全不亞於第四次工業革命。

對美國、德國，以及世界上其它所有國家而言，這一變革的第一階段，首先是要從不斷增長的海量數據中發掘效率，將生產車間與後台的 IT 技術連接起來，構成一個完整的“智能系統”。這種方式能夠幫助製造商從生產流程中壓縮成本，從而減輕發達經濟體的壓力，令其能夠以更低的生產成本去更好地參與全球市場競爭。

每個人都希望生產線更精簡、更高效，其實從許多方面來看，利用數據洞察來提升生產效率是最觸手可及的辦法。下一波機會就在於運用這些洞察，在供應鏈和需求鏈中構建效率，獲取價值。誠然，要共享敏感業務數據是個挑戰，但對大多數公司 and 企業來說，其回報將大於風險。

這一趨勢已經改變了製造商看待自己及客戶關係的方式。汽車的演進就是一個生動的例子。汽車的技術含量已經成為影響顧客購買決策的重要因素，並促使汽車廠商重新思考其與客戶之間的關係。過去，這種關係基本上在交錢開票之後

就結束了；而今天，汽車製造商已經變身成為科學技術的供應商。管理客戶的售後體驗、在汽車保有週期內為客戶提供豐富、持續的在線服務，已變得與傳統的生產銷售工作同等、甚至更加重要。

在恰當的時間捕獲恰當的數據，然後傳送給企業內部恰當的人——這種通常被稱為“數據民主”的處理方式，將是改變遊戲規則的關鍵。一旦製造商透過各種設備、流程、人員和外部網絡將分散的數據連接起來，數據就能進化成為洞察。從此，製造商可以主動向客戶發送備件和更新，安排維修事宜，預測存貨需求和費用，而且這些工作的準確性將大大提高。而在過去，這些客戶相關的工作往往需要耗費大量的人力、物力，並總會產生很多麻煩。

數據能通過釋放製造業業務流程中的智能，去提升運營效率。而對於那些不僅想要節約成本、更希望能增加收入的製造商來說，服務，作為可持續的新收入來源，其吸引力要遠遠超過單純銷售裝置或設備。可以將其想象成是在銷售訂閱服務，而不單單是賣一本雜誌，或者是從遠在意大利的總部為安裝在紐約的設備提供服務。

要真正走上這條變革之路，製造商要做出一系列的抉擇，而其中最重要的，就是選擇真正有實力的技術合作夥伴。彼此間的信任、員工對應用软件的熟悉程度、對行業知識的掌握、用以連接設備生成數據的智能且安全的雲服務、跨設備和服務的可擴充的大數據雲平台、互操作能力、豐富的合作夥伴生態系統——上述這些還僅僅是製造商在選擇邁進第四次工業革命時，應該用來評估合作夥伴技術能力的部分指標。

在這個普適計算日漸成型的世界中，擁抱數據文化的企業和單位必將獲得巨大的潛在回報。儘管未來無法預測，但這一潛力所帶來的誘惑，已經在製造業激起了新波的创新浪潮。現在，擺在製造商面前的只有一個問題——去引領這個潮流，抑或任憑自己被浪潮所吞沒。

（來源：《比特網》）

华为：攻克欧洲

曹仰锋 李 鑫

编者按：2013年《财富》世界500强排行榜上，华为的排名首次超过爱立信，成为全球第一大电信设备商。和爱立信这家拥有百年历史的“先行者”相比，成立于1982年的华为公司绝对是电信行业的新兵。然而，仅仅用了30年的时间，华为这个“后来者”就成功上演了一场赶超先行者的精彩演出。

华为成功赶超先行者的真正原因是什么呢？通过还原并剖析华为在欧洲市场的发展历史和赶超战略，本文作者不仅找到了华为的成功要素，更总结出了后来者赶超先行者的“PLA模型”。这一模型可以启发发展中国家企业，如何在全球化浪潮席卷世界的今天，制定与自身角色、地位相匹配的战略，从而实现冠军梦。

赶超路径：农村包围城市战略

华为在欧洲市场的赶超路径可以总结为两个方面：1. 在具体某一国家市场，华为从低端客户入手，逐步向大中型企业渗透。以俄罗斯为例，华为首先将俄罗斯新兴的中小型电信企业作为它的目标客户。通过为这些低端客户提供优质的产品和服务，华为不仅赢得了客户的信任，也逐渐扩大了在当地的品牌知名度。2. 从整个欧洲市场来看，华为根据欧洲电信市场竞争的激烈程度，同样选择从低端向高端进入：首先进入东欧市场，然后逐步向中欧、南欧、西欧和北欧推进。这恰恰符合华为独创的“农村包围城市”战略。该战略的核心有两点：客户选择上，从竞争对手的薄弱环节即低端客户入手；战术上，采取“压强原则”，将有限的资源集中于一点，在配置强度上大大超过竞争对手，以求重点突破。

加速机制：二元学习战略

“农村包围城市”战略背后的“二元学习”战略是促使华为快速赶超的加速机制。在欧洲市场，承载和执行华为“二元学习”战略的机构主要有两类：研发中心和创新中心。研发中心由华为公司直接投资设立，主要功能是进行探索式学习。此外，华为还在欧洲与一流运营商联合建立

成立了若干联合创新中心，主要功能是共同帮助客户解决成本、技术等问题，也就是说，创新中心承担起了利用式学习的职责。

华为的“二元学习”战略紧紧围绕着“如何为客户创造价值”这一核心命题展开，从三个方面为客户提供价值：个性化的解决方案、低价格以及快速响应。华为在这三方面之间找到了一个平衡点，塑造了新的竞争优势，从而对西方大企业构成了致命的挑战。

动力来源：集体式雄心

如果说华为的“农村包围城市”和“二元学习”两种战略是显性的，在其背后，华为还有一项隐形战略，我们称其为“集体式雄心”，这构成了华为赶超的动力机制。所谓“集体式雄心”是指华为在整个公司层面形成的一种氛围，这种氛围有两个主要特征：挑战性目标和奋斗精神。这也是后来者在赶超先行者的过程中必须具备的两个核心要素。

将上述三个方面结合起来，就能够清晰地看出华为赶超先行者背后的机制，我们将这三个要素整合为PLA模型。模型中，P（Periphery Strategy）代表赶超路径和方向；L（Dualistic Learning）代表的是华为的“二元学习”机制；A（Corporate Aspiration）代表的是华为的雄心。这三个要素分别对应着华为在市场、技术和管理三个方面的赶超战略。在PLA模型中，P（对应“市场”）位于上方，L（对应“技术”）和A（对应“管理”）位于下方，这寓示着技术和管理方面的赶超是市场方面赶超的基础。

（来源：《商业评论网》）

民间创业热情持续高涨 新增企业数量及 注册资本规模增长强劲

摘要：注册资本登记制度改革全面实施已近5个月，降低准入门槛、减少筹建成本、主动简政放权等带来的政策红利不断释放。民间创业热情高涨，新登记注册市场主体“井喷式”增长，产业结构不断优化。新注册企业同比猛增3月份...

注册资本登记制度改革全面实施已近5个月，降低准入门槛、减少筹建成本、主动简政放权等带来的政策红利不断释放。民间创业热情高涨，新登记注册市场主体“井喷式”增长，产业结构不断优化。

新注册企业同比猛增

3月份以来，一系列旨在放宽市场主体准入的措施开始陆续实施，民间创业热情持续高涨，新增企业数量及注册资本规模增长强劲。

统计显示，3月至6月，新登记注册内资企业125.74万户，同比增长67.77%。其中私营企业120万户，同比增长70.14%，注册资本5.09万亿元，同比增长91.2%。

国家工商行政管理总局办公厅主任、新闻发言人于法昌介绍，企业数量增长的同时，并没有大量出现人们之前担心的注册登记随意性问题，畸高畸低出资占比极小，未出现大额资本随意填报现象。微小规模企业比重逐步减少，中型规模企业比重逐渐加大。新增企业规模主要集聚在1000万元以下的中小型规模段，占新登记注册企业的90%以上。

第三产业持续增长

在猛增的新企业中，第三产业成为最耀眼的一抹亮色。数据显示，3月至6月，全国新登记注册企业在三次产业的数量分别为5.38万户、22.77万户、98.77万户，同比增速分别为72.19%、65.13%、82.52%。

据吉林省工商登记制度改革办公室负责人介绍，吉林省新增市场主体中，第三产业占比达到82.8%，私营企业和个体工商户数量占比高达93.1%。市场主体的迅速增加创造了大量就业岗位，改革推行4个多月来，至少带动全省就业人数增加39.7万，是去年吉林省全年新增就业的69.6%。

“注册资本登记制度改革会促进大量的民间资本投向新兴产业和新型服务业，这既有利于我国产业结构的转变，还可以满足因城镇化而增加的对服务行业的需求。”北京工商大学副教授陈敦说。

“宽进”后“严管”需跟上

在放宽准入的情况下，多数企业注册资本认缴比较规范，但个别企业出现了增资随意性大、认缴资本期限不严肃等情况，给工商登记工作带来了困难。

重庆市工商局江北区分局企业注册登记科副科长邓a向记者介绍，有的公司在认缴资金期限方面带有一定的随意性，有的认缴10年，还有的甚至认缴60年、100年。但目前法律上对此并没有明确规定，在“法无禁止即可为”的情况下，办事人员对此也没办法。

中国政法大学教授赵旭东认为，工商登记制度变革不是放任自流，更不是怂恿资本造假，应从完全的法律强制转向当事人自治自律与法律强制的结合，从“严准入宽监管”转向“宽准入严监管”，从事前防范转向事中监控和事后的追究惩戒。

23日国务院常务会议通过的《企业信息公示暂行条例(草案)》已提出,加快实施企业信息公示制度,更多依靠建立透明诚信的市场秩序规范企业,营造公平竞争市场环境,让信用成为

社会主义市场经济体系的“基础桩”。专家认为,这将有助于进一步深化工商登记制度改革、理顺政府与市场关系。

(来源:《凤凰财经》)

上海战略性新兴产业迎强劲增长

从ARJ21—700新支线飞机到C919大型客机;从国产海工核心配套件到先进封装光刻机产业化;从首条机器人生产线开发到高效太阳能电池离子注入机。上半年,上海战略性新兴产业实现强劲增长。

数据显示,上半年,上海战略性新兴产业同比增长7.7%,增速快于全市工业增速3.3个百分点,一举扭转了前两年持续负增长的局面。

ARJ21—700飞机顺利通过试飞和系列测试,飞机将交付首家用户成都航空公司。中国商飞打赢“三大战役”、实现“一大突破”目标正稳步推进。打赢ARJ21取证交付攻坚战,今年年底取得中国民航局型号合格证,开始交付;打赢C919大型客机工程发展攻坚战,今年年底首架飞机完成结构总装,力争2015年年底首飞;打赢能力平台建设攻坚战,今年“一个总部、六大中心”建设基本完成,同时,积极推进未来新型客机项目,实现“一大突破”。

上半年,上海船舶与海洋工程装备产业强劲复苏。今年以来,上海船舶工业公司总产值开始步入两位数增长,1至6月份工业总产值257亿元,同比增长13%。

上半年本市包括太阳能光伏、风能、核电等在内的新能源产业总产值同比增长高达15.6%,

高居战略性新兴产业各细分行业之首。其中,光伏电池产量增长90%,销售增长100%;组件产量增长50%,销售增长12%。

上半年,本市以OLED等为代表的新一代信息产业同比增长13.5%,仅次于新能源产业。

上半年,本市专注于中小尺寸AMOLED(有源矩阵有机发光二极管面板)显示屏的先驱,和辉光电日前将首批AMOLED产品送到客户手中,这是国内AMOLED产品的首次出货,实现了国内首条AMOLED生产线的批量生产。首批出货产品各项指标均达到市场高端产品规格,将与新近崛起的国产自主品牌智能手机结合,为用户带来全新的视觉与功能体验。

上半年,SMEE(上海微电子装备有限公司)的2D先进封装光刻机实现产业化,形成5至8台年产能,累计生产并在客户生产线上应用8台,实现销售5台,迫使国外同类产品降价25%,尽管如此,上微仍占据了国内新增市场80%。同时,研制成功1台应用于8英寸和12英寸硅片的3D硅通孔先进封装光刻机,通过了客户认证,今年年底将形成8至10台产能。随着智能手机、平板电脑、可穿戴设备等产品市场进一步扩大,国内先进封装光刻机应用市场也将成倍增长。

(摘编自:《解放日报》)

上海自贸区出台十项税收新政

在7月7日举行的上海市政府新闻发布会上，上海市国家税务局、地方税务局局长过剑飞介绍了国家税务总局制订发布的《关于支持中国(上海)自由贸易试验区创新税收服务的通知》以及「税收一网通办、便捷优质高效」的10项税收创新服务措施。

这十项创新措施包括网上自动赋码、网上发票应用、网上区域通办、网上自主办税、网上审批备案、网上资格认定、网上非贸管理、网上按季申报、网上信用评价、网上服务体验。

其中，网上自动赋码将原先由纳税人发起的税务登记申请，转变为税务机关根据工商、质监等部门提供的企业信息，由系统自动赋予税务登

记号码。这属于全国首创的税务登记免审核，是对传统税务登记方式的历史性突破。

网上发票应用指在自贸区内，推广电商企业电子发票应用，将受票方由个人消费者扩大到企业单位，同时积极研究金融保险行业的电子发票应用，逐步扩大区内电子发票的应用范围。

上海市政府副秘书长、上海自贸区管委会常务副主任戴海波说，下一步上海将积极研究完善适应境外股权投资和离岸业务发展的税收政策，为建立国际高水平的投资和贸易服务体系营造良好税制环境。目前具体方案正在研究之中，争取年底前形成初步成果。

(来源:《香港贸发局》)

上海自由贸易试验区赋予外资认证机构发展新机遇

上海出入境检验检疫局7月24日宣布，国家认监委已批复同意在中国(上海)自由贸易试验区进一步深化外商投资认证机构的审批和监管改革，外资认证机构在华获得发展新机遇。

本次出台的政策包括：取消对设立品质管制体系认证机构的政策性限制，取消对上海自贸区境外认证机构驻华代表机构的备案，取消外资认证机构在上海自贸区设立非法人性质分支机构的审批，对上海自贸区外资认证机构简化行政审批材料要求，加快审批时效等。

其中，取消外资认证机构设立分公司的审批与众多认证机构联系紧密。一些外资认证机构表示，上海自贸区去年9月底挂牌以来，吸引了一批高端制造业企业以及更多的加工、制造、贸易和仓储物流企业聚集，为了更好为自贸区企业提供服务，这些外资认证机构准备在自贸区成立分公司，而原来的政策不但要审批，还对分公司的规模、人员、经营范围及所在地区获证企业的数量等设置了限制条件。

(来源:《香港贸发局》)

美国制造业向技术领先发力

吴成良

核心阅读：为推动先进制造业发展，美国奥巴马政府先后成立了四家制造业创新中心。由北卡罗来纳州立大学领导的“下一代电力电子制造业创新中心”是其成立的第二家。

制造业创新中心其实就是搭建一个由政府、企业和科研机构组成的联合体，以加速相关技术从实验室到市场的转化，其战略目标是培育一批高科技制造业，并将相关工作岗位留在美国。

政府希望大学与产业界密切合作关系

北卡州立大学领衔的这家制造业创新中心，瞄准的是宽带隙（简称 WBG）电力电子产业，其使命是加快推进以氮化镓和碳化硅为基础的电力电子器件（也就是宽带隙半导体）的商业化，将其制造成本降下来，以取代目前广泛使用的硅基半导体。

据介绍，宽带隙半导体能够在更高的温度、更高电压以及更极端的环境下运行，具有极大提升电力电子产品能源使用效率和可靠性的潜力，在工业马达中的变频驱动器、消费电子产品和数据中心，以及可再生能源发电中从直流电到交流电的变电系统等方面，有非常广泛的应用前景。美国能源部估计，到 2030 年，美国电力的 80% 将被用于电力电子产品，可见其应用潜力之大。

目前，相关技术和新材料，最成熟和主要的用途是制造发光二极管（LED）灯泡。1987 年，由北卡州立大学材料与工程学的博士生创立的科锐公司，目前已经发展为制造 LED 灯泡的一家大型企业。

美国总统奥巴马今年 1 月 15 日到访北卡州，宣布北卡州立大学被选中领导这家专注于电力电子的先进制造业创新中心。

谈及为什么能被选中时，北卡州立大学校长

伍德森对本报记者表示，第一，因为北卡州立大学在相关技术和工程领域有长期的研究。第二，北卡州立大学和私营部门有非常好的合作伙伴关系，这是奥巴马政府所看中的，他们希望看到大学和产业界合作。

负责管理制造业创新中心的北卡州立大学副校长特妮·洛马克斯告诉本报记者，该校是通过竞标争取到这个中心的。北卡州立大学领导的一个团队，和纽约一所大学领导的另一个团队竞争。最终北卡州立大学提出的方案被选中。她介绍说，新一代半导体不仅在消费电子产品中具有光明的应用前景，同时也可在更大型的系统中广泛应用，例如工业马达系统，以及输电和变电系统。比如，太阳能、风能发电，在并网前要从直流电转换为交流电，目前这种转换会损失很多电力。新的材料和技术可以大大减少电力损耗。又如，目前的电动汽车，需要两个冷却系统来为电池冷却。如果用新材料，只需要一个冷却系统，这就不需要花那么多能源用于冷却，同时，汽车也会变轻。

产业、政府和科研联合体着眼于尽快降低技术应用的成本

洛马克斯说，大学的科研和企业采用技术之间存在间隙，制造业创新中心的功能就在于成为从科研到制造业之间的桥梁，通过“许多人合作的力量”推动下一代半导体产业。目前，在联合体中有包括北卡州立大学在内的 5 所大学、2 家美国国家实验室，以及 18 家企业。目前，该中心正在制定第一年的工作计划，还未实际启动。

资金也还未到位。该创新中心五年内的总预算是1.46亿美元。美国能源部承诺提供7000万美元，6000万将来自于“产业伙伴”，北卡州政府和有关大学投入1600万美元。该中心具体将开展四项工作，第一，开发关键的宽带隙电力电子技术；第二，通过刺激需求，促进其在高端市场的早期应用；第三，支持和发展制造业基础；第四，通过教育和培训项目，培育宽带隙半导体产业所需人才，计划创设新的电力电子专业硕士研究生学位，同时，与社区大学合作，培养和训练劳动力。

记者注意到，这18家“产业伙伴”，涉及电力电子产业链中的各个环节，既有美国本土的公司，也有外国公司在美国的分公司，既有大型企业，也有员工不到5人的初创企业。这符合美国对外资开放以及美国政府扶持小企业的原则。

总部位于瑞士的ABB公司是18家产业伙伴之一。ABB美国分公司负责研发的副总裁唐乐告诉本报记者，用于制造宽带隙半导体的材料和技术都已经有了，问题在于，其制造成本太高。产业、政府和科研机构组成一个联合体，其着眼点就是把这个技术尽快推广，通过材料的改进、生产工艺的改进和产量的提高、市场的培育，让其制造成本尽快降下来，加速从实验室到市场的过程。目前该制造业创新中心明确了三年、五年和十年规划，目标是要让这种半导体在制造成本上与硅基半导体相当。他说，电力电子器件在工业驱动系统中相当于是个“接口”，到处都要用。“美国政府的战略，是通过技术领先，把高端、

技术含量高的制造业及其工作岗位留在美国。”唐乐认为，美国的这个国家战略是明智的。

美国制造业“最大的问题在于公司税太高，以及高技能工人缺乏”

此前，第一家创新中心在俄亥俄州建立，致力于推动3D打印技术。今年2月，奥巴马又宣布分别在芝加哥和密歇根州底特律郊外的坎顿设立两家高科技制造业中心，分别专注于数字制造与设计，以及轻量、现代金属的制造。

奥巴马的目标是要成立45家中心，并将其连接成为网络。但要成立这么多中心，需要得到国会的拨款。而国会中的共和党议员普遍反对增加政府开支，以及对市场的介入。奥巴马政府此前对多家太阳能企业进行扶持，此后这些企业纷纷倒闭，更令反对者相信，这是政府越位，做不该做的事情。

美国的制造业正在向更加高端、更加创新转型。制造业创新中心或许可以激发美国制造业的某些部分继续处于创新的前沿。但奥巴马利用行政权力设立的几家中心，显然无力重振整个制造业。美国布鲁金斯学会高级研究员马丁·贝利接受本报记者采访时表示，支持设立制造业创新中心的政策，但他认为，这对美国制造业的帮助不大。“最大的问题在于美国的公司税太高，以及高技能工人缺乏。”他说：“美国的公司技术上是非常强的，但它们将不会在美国制造产品，因为这样做无利可图。”

（来源：《人民网》）

美国生产性服务业注重科技含量

2011年，美国制造业25.3%的中间产品出自服务业。对某些制造行业，如计算机和电子产品，衡量服务程度的比值高达47.6%。2012年，美国制造企业三分之一的员工从事的是服务性工作，而且这一比例不断上升。

在美国，生产性服务业是指其50%以上产

品必须是中间产品，60%以上员工是具有较高技能者。

1980年以来，美国经济中的生产性服务业增长了59%，是其整体服务业24%增长幅度的2倍多。

美国生产性服务业存在三大发展趋势：一是

供应链分工地域性差异增强。美国企业正寻求向低工资地区转移低技能生产工作，在高技能、法规完善的地区集中精力开发知识产权。二是美国制造企业正在使用各种新技术，特别是与通信技术相关的技术，提高生产效率，降低成本。三是美国制造企业渴望通过提供与其产品相关的服务深化与客户的关系，正使用新型服务进行地域区分和产品定制，提高实现最优定价或者增加市场份额的机率。

近年来，美国的生产性服务行业加快转型，引入了更多新的应用科技。制造企业目前有更多

的员工进行研发、商业信息管理和会计，由于采用先进的信息技术，其计算能力大为增强。他们还有更多员工从事市场和广告，通过互联网和社交媒体，拓展与客户的沟通渠道。与此同时，新的沟通科技使以前内部进行的工作外包给专门服务提供商。作为这一趋势的结果，美国制造业正在催生更多的生产性服务活动。这种日益重要的服务演进，在计算机与电子产品等行业表现得尤为明显。另外，从公司外部购入相关服务的投入一直保持较高比率，并且仍在增加。

(来源：《经济日报》)

那些让人诧异的机器人

编者按：现如今，机器人技术是科技发展的一大趋势，从富士康工厂里日夜劳动的工业机器人，到家庭版的家务机器人和机器人保姆，机器人越来越接近人的日常生活。下面介绍些狂拽炫酷让人诧异的机器人。

1、IBM 沃森超级电脑：沃森简直是无所不能的代名词，继协助研发癌症治疗方法之后，它现在还可以研发菜谱。来自IBM的数据显示，沃森每秒钟可以处理6000万页数据，这真是太牛了！

2、机器人观众：韩国一家名为Hanwha Eagles的科技公司想出了一个奇葩的主意，为那些没有足够观众撑场面的棒球队研发出了这款机器人观众。这些机器人可以在看台上加油、唱歌和表演人浪，甚至还能远程进行遥控。更为奇葩的是，这些机器人脸部有显示屏，还可以把真人的照片传上去…

3、柔性机器人：并不是所有机器人都拥有冰冷而坚硬的外壳，由海洋科技和海底机器人研究中心研发的PoseiDrone就是一款“柔性机器人”。这款机器人外形和章鱼相似，由头部和四个腕足组成，90%的部分都是由柔软的材料制成，全身重量仅为0.755公斤。这个机器人被用于海底探索研究，其移动方式和章鱼相似，要么就

是利用喷射推进进行“游泳”，要么就是利用柔软的四肢进行爬行。柔软的PoseiDrone在海地工作时不易受到伤害，而且也更像海底生物。目前PoseiDrone还处于工程机阶段。

4、瓢虫机器人：这个披着一层太阳能板的鲜红机器人就像一只大瓢虫一样，外形非常好辨认。由悉尼大学研发的这款机器人可以用感应器和摄像头监测农场的农作物生长情况，也可以进行绘图和分类工作。目前实验人员已经在农场进行试点，结果非常令人满意。

5、足球机器人：世界杯四年举行一次，而机器人世界杯却是每年都举行。1997年创立的机器人世界杯旨在推动全世界的机器人研究者们研发出能踢球的机器人。每年的机器人世界杯都吸引了众多国家的机器人参赛，中国也曾多次夺冠。

6、机器植物：意大利科技研究中心的研究者们研发出了机器植物，机器植物上的感应器能够监控土壤和环境的健康度，并根据外部环境成

长或作出反应。

7、机器网球球童：这个机器人球童工作起来就像是扫地机器人一样，能够自动捡起球场上的网球。不过它可以没有手，捡球靠的是尼龙搭扣。

8、机器蜜蜂：由于神秘的蜂群崩坏症候群，全世界的蜜蜂都在以一个前所未有的速度死亡。哈佛大学研发的这款机器蜜蜂 (RoboBees) 就希望能解决这个问题。这些机器人和蜜蜂差不多大小，重量也只有十分之一克，也能像蜜蜂一样飞行和盘旋，科学家们希望用这些机器蜜蜂来承担采摘和传播花粉的作用。目前这些机器蜜蜂依然处于研发阶段，科学家们希望能让机器蜜蜂和普通蜜蜂一样学会互相“交流”，他们认为整个研发工作需要 10 到 15 年才会有成果。

9、挤奶机器人 Milkbots：自动挤奶机器人目前已经出现在不少农场里。机器人自带的感应器会监测奶牛的身体情况，在合适的时候挤奶，此外机器人中自带的食槽还能够诱因奶牛进食，以便自动地进行挤奶。不过这套系统并不便宜，每 100 头奶牛大约需要两台机器人管理，而两台机器人的售价就高达 120 万美元。

10、机器人蝴蝶：属于微电子技术产品，内含发动机、传感器、通信系统，模拟蝴蝶煽动翅膀前进，有望在军用侦察方面发挥独特作用。

11、大狗机器人：波士顿动力公司的专家创造了四腿机器人大狗。这个项目是由美国国防高级研究计划局资助的，源自国防部为军队开发新技术的任务。大狗机器人可以陪伴士兵穿越那些对于车辆来说太崎岖的地区。它能够承载 150 公斤的负载，而且能够保持 6.4 公里每小时的速度。

12、H1N1 流感机器人：这种人形机器人或许与人类想象中的机器人有所不同，它被设计用于模拟 H1N1 流感病毒的症状，来培训日本医生。这种机器人全身覆盖有类似于人类皮肤的材料，它能出汗、喊叫甚至抽搐。如果它没有受到正确的治疗，它们的症状就会加重甚至死亡。

13、Octavia：美国海军研究室的 Octavia 机器人是一种有着某些恐怖面部特征的人形机器人。Octavia 是一种消防机器人，设计用于帮助

工程师测试用于帮助美国海军舰队的新技术。工程师们正尝试找到方法，让机器人能识别并追踪人类，理解人类的谈话内容并且识别人类做出的任何手势。科学家们希望它最终能够与人类并肩工作。

14、Nao 机器人：总部位于巴黎的法国阿德巴兰机器人公司开发出一种可编程的自主机器人 Nao。这种交互式机器人配备有尖端运动、视觉和声音能力。它能够在不同的表面行走，追踪并识别面孔和物体，表达并理解人类情绪，而且它能够对触摸和声音命令做出反应。它甚至能够跳起江南 Style 舞。

15、Kurata 机器人：这种巨大的 Kurata 机器人很容易就能够被人们误认为来自好《变形金刚》和《铁甲钢拳》等莱坞大片中的角色。这款日本造机器人站立高度达到了 4 米，而且手臂中配备有“机关枪”和“火箭发射器”。这些巨大的人形机器人能够从内部驾驶舱手工操控，或者使用智能手机远程操控

16、蛇形机器人：ACM-R5 是一款蛇形机器人，它能够在地面爬行或者在水中游动。这款两栖机器人是由日本的 HiBot 公司制造的，它在水下熟练穿梭的能力既令人激动又令人恐惧。

17、智能救援机器人：在遇到地震等自然灾害时，人员进不去的地方，非常狭小及非常危险的地方，通过无线传输数据，让搜索机器人进入，现场传回图象及视频，同时进行搜救、输送水份、防止辐射、救人、输送设备，大大方便了局限空间操作。欧凯罗博特 (okeyrobot.com) 现已研制出最新型的救援机器人，增强了搜索能力，赋予低空飞翔、实时通话等新功能。

18、智能折叠机器人：多年来，美国麻省理工学院 (MIT) 和哈佛大学一直在研究一种能重组结构并自行折叠成任意形状的机器人。最近，研究人员报告了他们的新进展：机器人几乎全部构件都是由激光切割而成，在它们身上装上电池后，就能自行折叠站起来，移动到一边去。相关论文发表在近期《科学》杂志上。

19、折纸机器人：美国哈佛大学科学家从日本折纸艺术中获得灵感，研究出一款可变形的折

纸机器人。这种机器人可被用于进入灾区倒塌建筑中执行搜救任务。

20、餐厅服务机器人：全国首家机器人餐厅近日在江苏省昆山市人民路某商场亮相，引来众多市民慕名前来体验这些机器人服务员的热情周到服务。走进这家名为天外客机器人餐厅，“大黄蜂”为您唱歌跳舞，“擎天柱”的兄弟“铁皮”负责安保，礼仪机器人亲切迎宾，科幻片中的奇妙场景变为现实。

21、新闻撰写机器人：让机器人帮忙甚至代写新闻报道已不是梦。美国《洛杉矶时报》和英国《卫报》已开始尝试这一做法。在7月初，美国加州发生一次里氏4.4级的地震，而《洛杉矶时报》则是所有新闻媒体中最早在网站报道该消息的，但更让人意想不到的是稿子不是记者写的，而是出自写稿机器人之手，从写作到发布，机器人仅用三分钟时间。

22、农业机器人：可自主从事一些不同的农业任务，从监控土壤情况、庄稼性状、具体收割到通过机械除草，从而生产出更多安全的粮食。

23、舞蹈机器人：丰田汽车集团旗下的部件及工业机床制造商捷太格特（JTEKT）日前开发出的双足步行跳舞机器人，将于8月12日在青岛市开幕的阿波舞节上亮相。

据介绍，该机器人高1.6米，重35公斤，采用公司在汽车领域培养的轴承，以便于在跳舞时做出敏捷动作，而马达则进一步升华了电动动力转向的控制技术。

24、富士康 iPhone6 机器人：7月7日，在今天的富士康股东大会上，鸿海精密集团 CEO 郭台铭表示富士康计划通过引入机器人来进一步优化自己的组装产线。而且，苹果将成为富士康全新机器人产线的首家客户，这也就是说苹果 iPhone 6 这次极有可能将由机器人来代工组装。

（摘编：《21世纪网》）

· 政策解读 ·

小型微利企业所得税优惠新政策解读

小型微利企业在增加就业、促进经济增长、科技创新与社会和谐稳定等方面具有不可替代的作用，对国民经济和社会发展具有重要的战略意义。党中央、国务院一直高度重视小型微利企业的发展，出台了一系列税收扶持政策，切实减轻了小型微利企业的负担。2014年4月8日和4月18日，财政部、国家税务总局相继发布《关于小型微利企业所得税优惠政策有关问题的通知》（财税〔2014〕34号）和《关于扩大小型微利企业减半征收企业所得税范围有关问题的公告》（国家税务总局公告2014年第23号），分别在减免税政策和征收管理方式上对小型微利企业实行新的所得税优惠政策。为能使广大纳税人和税务管

理人员对相关的企业所得税优惠政策有更加全面深入的了解和掌握，现对新政策进行解读如下：

一、什么是小型微利企业？

企业所得税优惠政策中所谓的小型微利企业是指按企业所得税法规定，从事国家非限制和禁止行业（可参考国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2011）》【国家发展改革委2013年第21号令】），年度应纳税所得额不超过30万元，从业人数不超过100人，资产总额不超过3000万元的工业企业和年度应纳税所得额不超过30万元，从业人数不超过80人，资产总额不超过1000万元的其他企业。小型微利企业的判定条件，

不是企业利润总额，而是所属行业、当年资产总额、从业人数和年度应纳税所得额等有关指标。

企业所得税优惠政策中的小型微利企业与《工业和信息化部 国家统计局 国家发展和改革委员会 财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》(工信部联企业[2011]300号)所规定的小型 and 微型企业之间的区别：首先是适用对象不同。小型微型企业的适用范围除一般企业外，还包括个人独资企业、合伙企业、个体工商户等。其次是划分标准不同。小型微型企业的划分指标包括多个行业从业人员、营业收入、资产总额的不同标准。

三、新政策较以往政策的变化是什么？

年份	政策依据	政策核心内容	变化点
2008年	企业所得税及其实施条例	从事国家非限制和禁止行业，年应纳税所得额不超过30万元的小型微利企业，按20%的税率缴纳企业所得税。	首次以法律形式给予优惠。
2009年	财税[2009]133号	自2010年1月1日至2010年12月31日，对年应纳税所得额低于3万元(含3万元)的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。	1. 所得减半征收；2. 减半征税上限为3万元。
2011年	财税[2011]4号	自2011年1月1日至2011年12月31日，对年应纳税所得额低于3万元(含3万元)的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。	减半征税优惠期限延长1年。
2011年	财税[2011]117号	自2012年1月1日至2015年12月31日，对年应纳税所得额低于6万元(含6万元)的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。	1. 优惠期延长4年；2. 减半征税上限从3万元提高至6万元。
2014年	财税[2014]34号	自2014年1月1日至2016年12月31日，对年应纳税所得额低于10万元(含10万元)的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。	1. 优惠期延长1年；2. 减半征税上限从6万元提高至10万元。
2014	国家税务总局公告2014年第23号	符合小型微利企业条件的核定征收企业可以享受小型微利企业税收优惠政策。小型微利企业在预缴和年度汇算清缴时，无需税务机关审核批准，自行享受小型微利企业所得税优惠政策。	1. 核定征收企业可以享受优惠政策；2. 享受优惠无需税务机关审核批准。

四、小型微利企业预缴企业所得税时如何享受优惠？

符合条件的小型微利企业，可以自预缴环节开始享受优惠政策，并在汇算清缴时统一处理。具体如下：

(一) 对查账征收的小型微利企业，上一纳税年度符合小型微利企业条件，且年度应纳税所得额低于10万元(含10万元)的，本年度采取

二、新政策的主要内容是什么？

财税[2014]34号文件的主要内容是：自2014年1月1日至2016年12月31日，对年应纳税所得额低于10万元(含10万元)的小型微利企业，其所得减半计入应纳税所得额，再按20%的税率缴纳企业所得税。也就是说纳税人可享受所得减半和低税率两个优惠。

国家税务总局公告2014年第23号的主要内容是：符合小型微利企业条件的核定征收企业可以享受小型微利企业税收优惠政策。小型微利企业在预缴和年度汇算清缴时，无需税务机关审核批准，自行享受小型微利企业所得税优惠政策。

按实际利润额预缴企业所得税款，预缴时累计实际利润额不超过10万元的，可以享受小型微利企业所得税优惠政策；超过10万元的，应停止享受其中的减半征税政策。

(二) 对定额征税的小型微利企业，上一纳税年度符合小型微利企业条件，且年度应纳税所得额低于10万元(含10万元)的，本年度预缴企业所得税时，累计应纳税所得额不超过10万元的，可以享受优惠政策；超过10万元的，不

享受其中的减半征税政策。

(三)对本年度新办的小型微利企业,在预缴企业所得税时,凡累计实际利润额或应纳税所得额不超过10万元的,可以享受优惠政策;超过10万元的,应停止享受其中的减半征税政策。

五、小型微利企业汇算清缴环节享受优惠政策需注意什么?

一是符合条件的小型微利企业,预缴时未享受税收优惠的,在年度汇算清缴时统一计算享受。

二是对于预缴时享受了优惠政策,但年度终了后超过规定限额的小型微利企业,汇算清缴时统一计算,并按规定补缴税款。

六、定额征税的小型微利企业如何享受优惠?

《关于扩大小型微利企业减半征收企业所得税范围有关问题的公告》(国家税务总局公告2014年第23号)规定,定额征税的小型微利企业同样可以享受优惠政策。主管税务机关相应调整定额后,按照原办法征收。

七、小型微利企业的从业人数如何计算?

根据《财政部、国家税务总局关于执行企业所得税优惠政策若干问题的通知》(财税[2009]69号)的规定,小型微利企业的从业人数,是指与企业建立劳动关系的职工人数和企业接受的劳务派遣用工人数之和,按企业全年月平均值确定,具体计算公式是:

月平均值=(月初值+月末值)÷2;全年月平均值=全年各月平均值之和÷12。

年度中间开业或者终止经营活动的企业,以其实际经营期作为一个纳税年度确定上述相关指标。

八、小型微利企业的资产总额如何计算?

根据《财政部、国家税务总局关于执行企业

所得税优惠政策若干问题的通知》(财税[2009]69号)的规定,企业资产总额按企业全年月平均值确定,具体计算公式是:

月平均值=(月初值+月末值)÷2;全年月平均值=全年各月平均值之和÷12。

年度中间开业或者终止经营活动的企业,以其实际经营期作为一个纳税年度确定上述相关指标。

九、非居民企业能否享受小型微利企业所得税优惠政策?

根据《关于非居民企业不享受小型微利企业所得税优惠政策问题的通知》(国税函[2008]650号)的规定,小型微利企业是指企业的全部生产经营活动产生的所得均负有我国企业所得税纳税义务的企业。非居民企业,因仅就来源于我国所得负有我国纳税义务,所以不适用小型微利企业减按20%税率征收企业所得税的政策。

十、上年度认定为小型微利企业的跨地区经营总机构,其分支机构是否就地预缴企业所得税?

根据《国家税务总局关于印发〈跨地区经营汇总纳税企业所得税征收管理办法〉的公告》(国家税务总局公告2012年第57号)的规定,上年度认定为小型微利企业的,其二级分支机构不就地分摊缴纳企业所得税。

十一、小型微利企业享受优惠政策如何衔接?

国家税务总局公告2014年第23号所公布的优惠政策,适用于2014年及以后年度申报缴纳所得税的小型微利企业。在文件发布之前已预缴2014年企业所得税但未享受减半征税政策的小型微利企业,可以在以后应预缴税款中做抵减处理。

(来源:《上海市经信委网》)