

宗庆后现身的这场重磅对接会,14个项目签下5亿美元 浙江牵手“德国制造” 数字经济成合作核心



2016年开始,娃哈哈在西门子公司的支持下,成功打造了运转速度达到每小时54000瓶瓶装水产能的高度自动化、智能化的“数字工厂”,并受到业内同行的高度认可,娃哈哈“食品饮料流程制造智能化工厂项目”入选全国首批工信部智能制造试点示范项目。

拥抱数字经济 浙江德国有广阔空间

浙江和德国之间的合作,由来已久。

众所周知,德国是全球最发达的经济体之一,拥有先进的制造业体系,生产的汽车、化工、电子、机械等产品享誉世界。数据显示,2017年,浙德双方实现贸易总额146.9亿美元,同比增长8.0%;截至2018年6月底,双方投资总额累计达到60多亿美元。

事实上,浙江和德国在数字经济方面互补性很强,推动德国“工业4.0”与数字浙江建设相结合,不仅能为两地产业升级带来巨大推动力,也将为两地企业创造巨大商机。

作为全球首次以“进口”为主题的国家级博览会,进口商品的采购额也是此次进博会的瞩目重点。

宗庆后也认为,中国是一个巨大的市场,尽管中国制造业产值已经成为世界第一,但是大量中小制造企业缺少核心技术、关键零部件和设备,这正是德国企业可以与中国企业合作的巨大空间。

相关专家表示,包括娃哈哈在内的共计14个浙江德国项目签约。这些项目既有战略合作协议,又有进口采购协议,还有投资协议,总签约金额达5亿美元,充分表明了浙德企业的经贸合作具有广阔的空间。



娃哈哈的数字化 浙企与德国合作的样本

“在业界,在杭州,娃哈哈一直被标定为一个制作饮料和食品的传统产业。实际上,许多人不知道,娃哈哈开展信息基础设施建设,推动互联网与实体经济的深度融合,推动传统饮料和食品制造业数字化、网络化和智能化的工程项目已有20多年。”宗庆后在演讲中表示,在此次展会期间,他打出大手笔,和其他十多家来自浙江的大佬们一起,与德国企业签订了14个项目,总签约金额达5亿美元。

“娃哈哈从最初的几亿元营业规模,发展到最多达700亿元营业规模,这些都是仰赖于信息化、网络化的支持。”宗庆后介绍,娃哈哈早在1998年就开始了信息化之路。从

本报记者 陈婕 王益敏/文 董旭明 魏志阳 陈嘉昀/摄

昨天,中国国际进口博览会进入第二天,浙江省在进博会期间的重磅活动——浙江—德国数字经济和高新技术产业峰会对接会正式举行。德国制造代表着世界先进的制造技术,而浙江作为中国传统制造业大省,两者的“牵手”,令人遐想无限。

现场,浙江民营企业的代表——娃哈哈集团创始人宗庆后作为首位特邀嘉宾上台发言。作为一名传统制造业企业家,对于如何应用新技术,插上数字的翅膀,他有着自己独到的见解。据悉,本次对接会的主题是“数字让产业和贸易智能化”,约50家德国数字经济和高新技术领域的“世界500强”、行业龙头和隐形冠军企业的80多位董事长、总经理等高管和浙江200多个企业代表开展对话和交流。

阿里、网易等纷纷出手签大单 买遍全世界的时代刚刚开始

本报讯 昨天,阿里巴巴集团CEO张勇在首届中国国际进口博览会上,宣布了阿里未来五年的“大进口计划”——阿里将集合数字经济体的力量,在未来五年实现全球2000亿美金的进口额。这一计划将覆盖旗下天猫、天猫国际、B2B、盒马、云象、银泰、大润发、零售通等阿里数字经济体各业务,涉及120多个国家和地区多个特色进口品类。

以跨境进口为主的网易考拉也展现出强大市场影响力:与超过110家企业完成累计近200亿元的商品采购协议,并与近10家代表性品牌签署战略升级协议。这其中既包含了母婴、美妆、保健品等平台热销商品的补充采购,也包含家居、个护等潜力品类的新品采购。此次进博会期间网易完成的巨额采购订

单,仅仅是平台未来200亿美元全球直采计划的一部分。网易公司CEO丁磊表示,在未来的十年甚至更长时间内,中国都将会是全世界最好的市场。中国人买遍全世界的时代,才刚刚开始。

政策助力加上电商平台全方位的服务,进口品牌将加快进入中国市场的脚步。昨天京东也公布了签约采购总额:“进博会”期间,以京东集团为主体将直接签约并采购总金额近1000亿元的进口品牌商品,目前已经完成签约的有米技、博西家电、虎牌、德龙、戴尔、马兰士等国际知名品牌。京东希望借助品牌商、渠道商、服务商的共同努力,打造进口商品的信任消费,给中国用户带来持续升级的美好生活。

“进博会”现场,英国珠宝鞋品牌纪娜梵与唯品会牵手,宣布唯品会成为纪娜梵中国独家电商合作伙伴。这个品牌是由制鞋世家二代周仰杰(Jimmy Choo)和珠宝世家三代的Reggie Hung在2017年跨界打造的。据透露,唯品会预计2019年海淘采购规模将超过100亿元。

电商平台交易已在我国进出口贸易中占据了相当的比重,助力我国扩大进口商品,电商平台成为消费者选购进口商品的重要渠道。

在浙江大学中国跨境电子商务研究院院长马述忠看来,众多电商平台在进博会上宣布进口计划,反映出—个清晰的事实:互联网和依托互联网的数字化商业基础设施,正在成为中国大进口战略的关键引擎。

本报记者 陈婕 朱银玲