

《深圳礼品通讯》2015年5期 总第70期（2015.09—10）

深圳市工艺礼品行业协会秘书处主办

编委会主任：王亮标

副主任：吴雅琴

编委：（以姓氏笔画为序）王安群、王欢来、王海辰、王世通、王琛、李锋、李祖前、张宝庆、林戈、孙晓钢、杨怀宇、徐靖云、姚春雨、姚建辉、简明宏、蒋承文、董辉、蔡廷祥、詹培明

主编：吴雅琴

责任编辑：陈忱、金泳灵

展览推广部：伍治华、彭凤玉、刘晓斌

会员发展部：伍治华、彭凤玉、刘晓斌、陈忱、金泳灵

综合信息

推进结构调整 迈向高端时代

—— 回眸“十二五”之产业篇

在发展中调整，在调整中跃升。

即将收官的“十二五”是中国经济转型升级的关键时期。这期间，在稳增长的多重压力下，中国经济结构持续优化，产业发展奋力迈向中高端，为新时期的经济社会发展奠定了新的起点。

知难而进 调结构转方式效果显现

“淘汰炼铁落后产能4800万吨、炼钢4800万吨、焦炭4200万吨、电石380万吨、铁合金740万吨、电解铝90万吨……”

这份长长的清单是工信部2011年制定的“十二五”淘汰落后产能的目标。传统产业产能过剩问题成为中国经济结构性问题的突出矛盾点。“十二五”时期，多年累积的结构性矛盾和转型发展压力成为经济发展中必须面对的问题。经历长期快速发展的中国经济面临一系列重大而深刻的变化，产业结构必须有新的突破。

5年来，调结构转方式被放在更加突出的位置。在一系列政策的引领下，中国产业重大结构性问题得到改善，新的增长动能逐步形成，产业结构逐步迈向优化。

5年间，大量落后产能被淘汰，这是中国经济必须承受之痛。

工信部的最新信息显示，“十二五”期间，淘汰落后产能政策环境不断完善，淘汰落后产能工作取得显著成效，不仅提前一年完成原定的“十二五”淘汰任务，还提前完成了追加任务。

5年间，一批批新兴产业崛起，这是中国经济孕育的新动能。

“十二五”期间，中国加快培育发展战略性新兴产业，做大做强高技术产业，在打造经济发展新引擎方面取得了新的成效。战略性新兴产业继续保持快速增长，新技术、新产品、新业态、新商业模式不断涌现，对经济转型升级的带动作用进一步显现。

经济调整分化中，传统力量的下行与新兴力量的逐步成长相伴而生。对此，数据最有说服力。

国家发展改革委数据显示，2014年，全国规模以上高技术制造业增加值同比增长12.3%，比规模以上工业高4个百分点，高技术制造业利润增长15.5%，比同期规模以上工业高12.1个百分点。2015年以来，截至8月份，中国高技术产业增加值增速已经连续9个月比规模以上工业快4个百分点以上。

而根据工信部提供的信息，煤炭、钢铁、水泥、平板玻璃等高耗能、高污染的产能过剩行业2015年上半年的生产都处在下滑状态。数据显示，上半年粗钢产量下降1.3%，水泥产量下降5.3%，玻璃产量下降4.2%。从效益情况看，煤炭1到5月份全行业利润同比下降60%多，水泥、玻璃行业利润下降60%多，冶金行业利润下降36%。

这些对比鲜明的数据，是中国经济正在经历凤凰涅槃的明证。

顺势而为 三大产业结构逐步优化

要治病，须对症。结构调整，转型升级，必须把好经济脉搏，顺应经济发展规律。

毫无疑问，发展服务业是中国经济结构优化升级的重点所在。“十二五”规划明确，服务业增加值比重的目标是在2010年的43%基础上提高4个百分点。

5年来，在农业和工业稳步发展的同时，服务业异军突起，已超过“十二五”规划的目标，稳稳占据经济的“半壁江山”。

数据显示，2012年服务业增加值占GDP比重历史上首次超过第二产业，到

2014年服务业增加值比重就上升到48.2%，提前完成了规划目标。2015年上半年，第三产业增加值占国内生产总值的比重进一步增加为49.5%。

值得关注的是，在领跑经济增长的同时，第三产业成为税收贡献的主力军，2014年，第三产业贡献税收占比达53.5%。互联网和相关服务、软件和信息技术服务业税收分别增长24%和23.7%。

产业结构上的这一可喜变化，在就业方面更是有着非常明显的体现。

人社部数据显示，第三产业占就业比重在2011年首超第一产业，跃居第一，此后逐年增加，现已成吸纳就业的绝对主力。2014年，在面临经济下行压力、第二产业占GDP比重减少的情况下，中国就业总体平稳，城镇新增就业1322万人，超额完成全年新增就业1000万人的目标。其中，服务业无疑是主渠道。

“在经济增速放缓的同时，结构调整持续推进，表现在农业比重降至10%以下，第三产业比重超过第二产业，工业比重从阶段性峰值逐步回落。”国务院发展研究中心副主任王一鸣分析说，与此同时，内需结构继续优化，消费比重连续下降局面得到扭转，多年来投资、出口比重过高的情况明显缓解。

近年来，信息消费、绿色消费、文体消费、养老家政消费等新型消费增势明显，这无疑都与服务业的快速增长密不可分。

数据显示，2014年中国实现社会消费品零售总额26.2万亿元，同比增长12%。在全国居民人均消费支出中，交通通信和医疗保健支出占比分别比上年提高0.6和0.3个百分点。全年最终消费支出对GDP增长的贡献率为51.2%，比上年提高3个百分点。

“生活性服务业的快速发展，满足了居民消费从模仿型排浪式向个性化多样化转变的需求，使消费活力更充分地释放，也刺激了消费增量提质，成为优化经济结构的‘驱动器’。”中国社科院世界经济与政治研究所全球宏观经济研究室主任张斌说。

创新驱动 产业发展向中高端迈进

新一代移动通信装备、智能制造、3D打印、智能电网、工业机器人、新材料、新能源汽车……“十二五”期间，这些词汇代表的经济新生力量在技术创新和政策驱动的作用下孕育成长，成为产业发展的新方向，推动产业发展向高端迈进。

5年来，有利于产业高端化的政策规划不断出台。

从布局规划到投融资体制机制，从立足整个制造业的《中国制造 2025》到每一个具体的行业，处处可以看到政策层面对产业升级的支持。

5年来，中国产业振兴和技术改造不断推进。

2015年，工信部主导的技术改造工程围绕重大技术装备保障、高端材料和新材料保障、食品药品安全保障、绿色制造新技术新工艺等4个重点工程，包括50个领域253个细分方向。其中，重大技术装备保障工程获批项目最多，占比约45%，高端材料和新材料保障工程次之，占比约33%。

5年来，中国产业技术创新的成效显而易见。

以通信领域为例，五年时间，中国经历了从3G到4G的跨越式发展，并开始进军5G。目前，中国与国际同步启动5G研发，率先提出的5G概念及技术架构被全球广泛接受，在5G这一重要的战略性产业上走在了前列。

可以十分自信地说，经过多年的奋发图强、砥砺前行，中国产业发展正在向中高端迈进。

成就非凡，前路漫漫。

毋庸置疑，当前，以新一代信息技术与制造技术深度融合为特征的智能制造模式，正在引发新一轮制造业变革。而中国制造的提升，既要在改造传统制造方面“补课”，又要在绿色制造、智能升级方面“加课”，加快3D打印、高档数控机床、工业机器人等智能技术和装备的运用。

结构调整成效初显，产业迈向高端化路径明确。

可以预期，“十三五”期间，在新的规划蓝图指引下，经济发展中的产业结构将更加合理，产业升级的步伐将迈得更大，更多具有高附加值的业态将涌现，中国经济将以更加坚定的步伐向高端时代挺进。

品牌唱响深圳质量时代强音

——深圳推进质量建设综述

华为从初始资本只有21000元发展成为世界500强公司，历时不足30年。它让世界更多的人感知深圳、感知中国。

深圳不止一个华为。在这座创新之城、创业之城，这样享誉全球的品牌并非个案。

围绕打造标准、铸就品牌、树立信誉、提升质量，深圳“四位一体”建设如火如荼，收效甚丰。截至目前，深圳累计拥有中国驰名商标 143 件，居全国副省级城市首位。每一个深圳品牌，都承载着这座城市的光荣与梦想，共同唱响深圳质量的时代强音。

质量铸就深圳品牌

质量，是品牌的第一要义。如果品质不好，品牌即失去忠诚的基石。

在质量管理界，有一句名言：“好质量不是用出来的。”一款产品存在缺陷，若在早期发现，消除缺陷的成本可能是 1 元钱；但到了后期，产品已流向客户，再来消除缺陷，其成本可能是百倍、千倍。换言之，好的质量贯穿于研发、生产、销售的全过程。华为产品质量管理体系的一个准则是：“质量先行”。该公司构筑了一整套严谨、专业、客观的质量保证体系，涵盖研发、测试、生产、安装等流程的每个细节，以质量铸就品牌、树立信誉、赢得市场。

不管是在冰天雪地的北极，还是在骄阳似火的撒哈拉沙漠……人们都能看到来自深圳的海能达对讲机。目前，海能达的产品已遍布全球 120 多个国家和地区，全球出货量排名第二，中国市场占有率名列前茅。海能达董事长兼总裁陈清州分析了海能达品牌崛起的原因：持之以恒把质量管理摆在第一位。

深圳经济社会在经过 30 多年的高速发展后，面临着土地空间、能源资源、人口承载、生态环境等方面的难以为继，要从根本上改变发展困境，必须以加强自主品牌建设和实施自主创新战略为关键突破口，

促进全市资源的优化配置和产业转型升级，以实际行动“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。

近几年，深圳认真贯彻落实习近平总书记“三个转变”重要指示精神，争做经济社会发展迈向“质量时代”的引领者。作为创造深圳质量的主力军、品牌创建的主体，数以万计的企业在标准、质量、品牌建设之路上渐入佳境。目前，深圳高新技术企业已超过 3 万家，战略性新兴产业总规模近 3 年翻了一番，对经济增长的贡献率超过 50%。第四代移动通信、基因测序、超材料、新能源汽车等领域创新能力处于世界前沿。全市创新载体超过 1100 家，近 5 年新建数量是特区前 28 年建设总量的 3.6 倍。在全国 10 大创新型人物中，深圳占了 5 个，全国 10 大创新型企业中深圳占据 5 席。通信领域的华为、中兴通讯，互联网领域的

腾讯，新材料领域的光启，光电子领域的超多维，基因测序领域的华大基因，金融领域的招商、平安，房地产业的万科、金地、招商，医疗器械领域的迈瑞，新能源汽车行业的比亚迪，电视行业的创维、康佳等一大批深圳品牌以质量取胜，成长为声名远扬的名牌企业。

品牌确立竞争优势

综观世界，各行业各领域的竞争，越来越明显地集中地体现为品牌的竞争。数据显示，发达国家拥有全球 90% 以上的名牌；驰名世界的品牌产品产量不到同类产品的 3%，但销售额占到 50% 左右。

据业内人士分析，售价 650 美元的国际知名品牌智能手机，其整机组装成本仅为 15 美元。作为产品的组装者，中国制造业仅仅分得 2.3% 的微小部分。伴随全球经济一体化，对于中国而言，做“世界工厂”绝非长久之计，品牌失语者终将被市场抛弃。只有通过自主创新，打造自主品牌，才能逐渐在全球经济中占据主动地位。

依托“三来一补”加工贸易发展起来的深圳企业，早已深知个中利弊，于是近年来加快了品牌锻造、质量提升和转型升级的步伐。作为深圳质量一个重要的衡量标准，研发投入在深圳逐年提高，到 2015 年上半年已超过 GDP 的 4%，相当于全国平均水平的 2 倍，超过若干个先进发达国家，接近世界排名第二的韩国。与这一数字直接相关的 PCT 国际专利，深圳的申请量连续多年居全国榜首，占全国比重接近 50%。在最近公布的全国专利 10 强中，深圳占有 5 席。这是深圳品牌创造力和创新能力的直接体现。

事实上，华为、中兴等高新技术企业，已成为深圳乃至中国自主创新的标杆，通过提升质量、铸造品牌，带领深圳企业在国际国内市场攻城略地，为“深圳创造”赢得美誉。

新生代品牌企业也不甘落后。2014 年，大疆创新售出了大约 40 万架无人机，2015 年的销售收入有望突破 10 亿美元，预计较 2014 年增长一倍。在 2009 年至 2014 年间，大疆的销售额以每年两到三倍的速度增长，业内预测大疆在未来几年仍将保持这种统治地位。

在传统产业，深圳同样拥有众多的知名品牌。它们通过业务转型和战略升级，已走向产业链和价值链的高端，成为深圳质量“大家庭”中的重要成员。

4 件套的富安娜家纺产品，可以卖出 3000 多元甚至更高的价格，相当于一台 42 英寸液晶电视机，而盈利相当于 10 台这种电视机。1：10 的背后，暗藏的即是品牌附加值。

走在深圳街头，时尚的深圳女孩会让你眼前一亮。统计显示，全国一线城市各大商场销售的国内品牌女装中，每 10 件就有 6 件是出自深圳设计师之手。2014 年，深圳服装行业实现产值 2000 多亿元，出口总值近百亿美元，销售一套品牌服装的利润甚至超过一台汽车。

每一个品牌的背后，积淀的是一个国家和民族的价值理念、文化传统，蕴含的是深圳人高扬理想、勇于开拓的故事。

深圳践行国家战略

众所周知，德国政府 60 多年前就把品牌建设上升为国家战略，实施以质量推动品牌建设、以品牌助推产品出口的政策导向，在全球确立了德国品牌质量一流的国家形象。

如今，一个国家拥有世界级知名品牌的数量，已成为衡量国家经济实力的标志。同样，一座城市若有众多品牌，定会让人们对它刮目相看。

“质量已成为全国城市未来发展的新标杆。”国家质检总局副局长陈钢这样评价：“从深圳实践来看，有质量的发展就是在经济稳定增长的同时，质量水平也得到持续提升，深圳以实际行动和成绩诠释了什么是‘有质量的发展’。”

围绕着打造标准、铸就品牌、树立信誉、提升质量，深圳在“四位一体”建设方面取得了显著成效。市委、市政府和社会各界越来越重视品牌的战略作用，研究制订政策，营造创建环境，激励品牌成长，加强人才培养，不断开创品牌工作的新局面。龙岗时尚眼镜产业基地、龙华大浪时尚服饰产业聚集区相继成为“全国知名品牌创建示范区”，位于南山的“全国移动电话研发制造产业知名品牌示范区”顺利通过验收，罗湖水贝则获批成为全国黄金珠宝知名品牌示范区。至此，深圳在建和通过验收的全国知名品牌示范区数量，位居大中城市前列。

标准决定质量，质量塑造品牌，品牌提升信誉，信誉赢得市场。深圳近几年的标准建设同样成绩斐然。2014 年，全市企业参与研制国际国内标准 452 项，其中国际标准 102 项，全市企业主导研制的国际标准数量继续居大中城市首位。

国务院参事张纲寄语深圳说：“中国已成为世界上经济发展最快的国家之

一，GDP 总量跃升至世界第二，但我们还缺乏世界顶级的品牌，还不是一个品牌强国。鉴于这种情况，中央已将发展自主品牌上升为国家一项重要战略。深圳作为先锋城市，应在其中发挥应有的作用。 “

深圳人深知，每一个优秀的国家品牌背后，都有众多知名品牌在支撑。在争创国际知名品牌的竞逐中，深圳不会懈怠；在国家战略的实施中，深圳也不会缺席。

深圳形成多层次创新创客链

9 月 19 日开幕的 2015 年全国大众创业万众创新活动周（简称“双创周”）北京主会场上，深圳入选项目 12 个，在主会场 111 个展示项目中占比超过 10%。尤其惹人瞩目的是，主会场专门设立了“深圳创客空间”，这是唯一以城市命名的创客空间展示单元。作为中国创新创业的高地，深圳将在“双创周”上展现创新、创业、创客、创意的风采。

创客的“追梦之都”

事实上，深圳在某种程度上就是一本创客创业的“活教材”。

通信巨鳄华为，1987 年还是注册资本仅 2.1 万元的小企业，2014 年销售收入已达 2881.97 亿元，成为全国通信业老大。

以毕业设计为创意开端的大疆创新，9 年间发展成为全球民用无人机的领航者，更开启了崭新的大众无人机时代。

从创客到创新，一个“创”字，早已流淌在深圳的血液里。

在深圳，一批具有创客精神的企业，已经成为城市创新精神的新兴代言人。

在此次双创周上，有不少深圳创新企业让人“脑洞大开”的产品入选北京主会场。如光启科学的马丁飞行包；柔宇的柔性显示屏，厚度仅有 0.01 毫米；深圳乐行天下 V 型平衡车；深圳天鹰兄弟的智能农用植保无人机等。

创新企业不断在深圳崭露头角，与城市的创客精神直接相关。站在“创新产业链”角度分析，创客天然活跃在创意和创业之间，成为实施创新的一个重要通道。

而深圳聚集着众多高科技企业和全球优秀人才，更为创客发展提供了优良的土壤。

“硬件好莱坞”吸引创客

9月底，深圳矽递科技有限公司在美国发布了全球首款开源模块化手机RePhone的套件系列，令创客可在家做出人机交互的产品。

以矽递科技为代表，深圳涌现出一批创客“军火制造商”，如乐美客、创客工场等，通过为全球创客提供开源硬件，让深圳“创客之都”的形象享誉全球。

创客“军火商”在深圳崛起，依托的正是深圳及周边发达的制造业。早在2012年，创客就已在深圳风起云涌。他们看中的，是深圳所在的珠三角地区拥有全球无与伦比的硬件配套能力。

市科创委相关负责人分析，创新不仅仅是一个新的想法，更需要完整的产业链支撑。深圳电子信息及互联网产业发达，先进制造业优势明显。创客可以完成从产品研发到做出样品、再到批量生产的整个过程。

事实上，深圳拥有的连硅谷都不具备的优势中，产业链是重要的一极。“硬件好莱坞”更成为不少创客对深圳的爱称。据不完全统计，深圳创业型的创客和带有兴趣爱好的创客超过了1万人。市科创委相关负责人分析，深圳创客群体大致可划分两种类型：入门级创客，即创意阶段的爱好者；进入市场的创客，即创业型创客。在深圳，一个庞大创客生态圈正逐步形成。

打造创新2.0版本

市科创委相关负责人分析，创客活动成为新时期下科技创新的一种新模式探索，即以用户为中心、以社会实践为舞台、以共同创新和开放创新为特点的创新2.0模式。

创客更形成了新的裂变效应。大量个体借助于完备的创新生态系统，在无需过多协作配合的情况下，即可完成独立的创新产品，这让万众创新有了更肥沃的土壤。

意识到创客发展之于城市的重要意义，深圳在支持创客的发展上，更是起早床、赶早集。

深圳现有柴火空间、开放制造空间、创客工场等创客机构107家。同时，各区（新区）及相关机构亦争先布局，着手规划建设一批创客空间载体。按规划，每年至少还要新增50个创客空间。到2017年底，全市创客空间数量将达到200个。

深圳市科技创新委主任陆健表示，政府在科技研发资金等相关的财政资源方面给予大力倾斜，以促进创客的发展。2015年6月，市政府出台了“三年行动计划”及“促进创客发展的若干措施”。2015年9月，赛格创客汇、华强北国际创客中心等21家创客空间，获2015年创客专项资金拟资助，总额达2800万元；同时，中芬创意产业园、矽递科技等15家公司成为创客专项资金首批资助的企业，共获得1980万元资助。

创客的崛起，使深圳的创新链有了更丰富、递进式的创新层次：既有华为、中兴等大型知名科技企业，也有一大批如大疆、光启等新近崛起的中小创新型企业，还有柴火空间等创客空间，在大、中、小、微企业和个人之间，在上下游产业之间，形成了完善的生态链和良性循环。

2015年工艺美术行业1-8月经济运行情况

据对国家统计局相关资料统计，2015年1-8月，工艺美术行业规模以上企业整体经济效益增速比2014年同期均有所放缓，主营业务收入、利税总额增速均跌至个位数，企业的亏损额比去年同期水平增长25.26%。

工艺美术品制造业本月增加值增速为15.1%，累计增加值增速9.4%。截止至8月，规模以上企业4880个，亏损企业479个，主营业务收入约6371.2亿，比上年同期增长8.2%；利税总额约468.4亿，比上年同期增长7.86%；利润总额约310亿元，比上年同期增长6.47%，应收账款净额约739.1亿元，比上年同期增长10.34%，产成品存货约566.2亿元，比上年同期增长6.48%；资产总计约4684.2亿元，比上年同期增长7.74%；负债约2505.4亿元，比2014年同期增长4.52%；主营业务成本约5696.2亿元，比上年同期增长8.53%，亏损企业亏损额约10.5亿元，比上年同期增长25.26%，出口额247亿美元，比2014年同期减少123亿美元，进口额33.5亿美元，比2014年同期减少60多亿美元。

由此可以看出，综合2015年PPI和CPI上涨因素，受全国经济增长放缓的影响，工艺美术行业增速比去年有所放缓，企业整体效益增势比去年有所下降。

总体来讲，工艺美术行业总体经济运行虽然仍在稳定区域发展，主营业务收入同期增长率、累计增加值增速虽略高于轻工行业，但经济下行压力加大，结构调整加快，利润空间进一步压缩，经济下滑趋势明显，不容乐观。

行业论点

“互联网+”催生工业电商创新营销模式

利用“互联网+”的思维方式和技术手段，促进工业产品采购和营销从线下转为线上交易，催生出一种工业产品、工程服务在线选型订购的工业电子商务平台，正成为工业装备和产品制造商降低营销成本、提升企业利润和竞争力的有利平台。

在上海举行的“第七届中国（上海）国际化工技术装备展览会”上获悉，工业品将成为未来三到五年内电子交易市场的主力军。

据了解，长期以来，工业产品采购、营销成本高、效率低的问题，严重制约了工业企业的快速发展。过去，工业企业营销主要依靠业务员四处奔波，寻求合作，精力大多花在差旅、产品技术对接以及“做关系”上，造成了大量资源的浪费。随着互联网和电子商务在国内渐趋成熟，工业产品的价格越来越透明，营销变得更加艰难，加上采购程序异常复杂，工业企业急需一个像快消品一样的平台，来解决目前遇到的问题，以便改变行业现状。

在此次展览会上，备受关注的北京向导科技有限公司经过4年潜心研发，推出了一种垂直电商平台——VOCOOR 工业网（www.vocoor.com），将数学中的排列和多维数组复合运算融合在一起，应用于电商数据核算中，实现了非标准品、工业设备及工程服务网上选型配置订购，并结合在线招投标业务，形成采购和营销“无缝对接”。

“传统采购2个月流程的工作，在‘VOCOOR 工业网’上10分钟即可生成采购合同。”北京向导科技有限公司董事长贺三龙介绍，该工业电商平台充分利用在线视频，使得远隔千里的技术咨询和客服咨询能够面对面进行，并直接看到工厂环境和产品“真容”，实时解决售前及售后问题。

“以前，需求对接、点对点销售、信息不畅通、对接不灵活等难题，通过工业电商平台迎刃而解。”参展商河北永信石油机械有限公司总经理贺捷说。

业内人士认为，工业产品制造商可以把营销和技术对接工作交由专业化的工业电商平台处理，而把更多的精力投入到产品研发、生产质量管控、服务完善等方面，着力于提升市场份额和企业竞争力；采购企业也因此大大提高了效率、降低了成本，采购流程变得更加透明化、公开化。

打造智能家居生活 创新是第一生产力

未来的生活会是怎么样?每天早餐,到了起床的点,悠扬的音乐响起,起床时,窗帘已经拉开,有一个小音箱在旁边告知当天的天气如何,提示当天应该穿的衣服,洗漱结束,门口门铃响起,原来在昨晚发现冰箱里没食材了,预约了一下第二天送来最新鲜的食材,配送员早晨送来,没过多久,咖啡煮好了,烤箱里的三明治也烤好了,完美的一天就此开启。

这种美妙的生活体验是不是令人神往,智能家居如今已经成为最热的话题,无数企业开始布局智能家居这片还没开发的“蓝海”,离未来生活并不久远。

智能家居听起来是一个有点熟悉,但是如果讲讲对它的看法,肯定会觉得“雾里看花”,就是这样一样正在飞速发展的产业,其实早在1994年,它已经在国内长出萌芽,那个年代整个行业还处在一个概念熟悉、产品认知的阶段,这时没有出现专业的智能家居生产厂商,经过十几年的酝酿,在2014年进入爆发期,各大厂商开始大力布局智能家居,这两年智能家电在国内可谓是有着翻天覆地的变化。

智能家居发展前景巨大

据奥维统计数据显示,智能家居生态产值在2010年为50亿元,到2014年就急速拉升至1600亿元,预计2015年产值将达2300亿元,而到2020年整个智能家居产值将破万亿元,届时全球联网设备将达2500亿部。

单看2015年的白电发展,2015年上半年,冰箱市场实现零售量1856万台,同比增长2.7%,零售额498亿元,同比增长5.5%,智能冰箱销量渗透率0.2%。

2015年上半年家用空调终端零售市场销量,规模2550.9万台,同比增长0.5%;销额规模845.5亿元,同比下降6.6%,智能空调销量渗透率达15.2,同比增长13.4%。

2015年上半年,洗衣机市场实现零售量1558万台,同比增长6.7%,零售额290亿元,同比增长8.0%,智能整体市场零售量增长158.3%,零售额增长166.0%。

阿里巴巴、360、京东、乐视、小米等互联网公司，以及海尔、美的、TCL等家电企业，相继发布智能家居战略，但行业“内热、外冷”特点明显。调研数据显示，对智能家居感兴趣的用户占比95.2%；同时，87.5%的用户对智能家居现状表示不满，但是毫无疑问，大多数消费者对智能家电兴趣很浓厚。

智能家居作为一个新生产业，处于一个导入期与成长期的临界点，市场消费观念还未形成，但随着智能家居市场推广普及的进一步落实，培育起消费者的使用习惯，智能家居市场的消费潜力必然是巨大的，产业前景光明。正因为如此，国内优秀的智能家居生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。

产业体系复杂，智能家居面临巨大挑战

现在智能家居产业的发展面临着不少挑战。首先，行业自主创新能力偏低，对国外厂商依赖性强。传感器是智能家居的核心部件，几乎每个智能家居应用都离不开传感器设备，而国内传感器产业化水平较低，产品种类不全，高端产品为国外厂商垄断；RFID等高端芯片也无法产业化。其次，标准不规范，处于起步阶段。国内外都没有统一的标准，企业产品互不兼容，制约了智能家居应用的快速推广和规模化发展。再次，市场处于培育期，缺乏产业化合作。

智能家居产业体系非常复杂，涉及多个行业和应用领域，如家电行业、医疗行业，电力行业、建筑行业，装修行业、物业管理等。纵向又有芯片厂商、软硬件平台提供商、智能家居集成商、家电厂商、电信服务提供商、终端厂商等，资源互联与信息共享困难，缺乏组织协调、统领、整合产业链的主导。

智能家居真谛：实现产品之间的互相联通

近年来，智能家居作为新兴科技行业，正通过智能终端普及愈加深入的改变着人们的日常生活，引发行业一轮又一轮的关注。面对智能家居诱人的市场前景，

很多家居企业开始投入其中，希望通过开发智能产品分一杯羹。前有小米、乐视等互联网公司齐挖生态圈，后有海尔、美的等传统企业紧随其后。

但尽管目前智能家居企业满天飞，却并未切实给很多消费者的生活带来实质性的改变和提高，这让很多商家开始思考，难道是智能家居的发展方向错了吗？并不是，在海尔 U+平台看来，智能家居不仅需要从概念到落地普及，更需要用更好的创新技术和全方位的产品研发来切实提升消费者的使用体验。

像海尔 U+平台，它一直致力于全方位打造智慧家庭，实现产品之间的互相联通。并且，通过利用空气、用水、美食、娱乐、社区、护理、安防等七大智慧生态圈，实现一站式、全方位的智慧生活解决方案。

U+平台，用户不再为单个品牌单个产品单个服务所绑架，目前，包括微软、阿里巴巴以及近期的天翼等在内的众多厂家多个品类的产品已经成功接入，U+平台可以随意选择，它想要的产品、品牌、解决方案，然后通过跟这个平台交互互动不断更新自己想要的解决方案，不断升级迭代。举例来说，未来用户可以在下班前用微信给汽车通风，然后看看冰箱当温度与食材；顺手通过本来生活网下单购买晚饭的食材，查询好菜谱，最后也不忘了再看看哪些食品临近保质期了；当做好饭后，通过烤圈分享自己在美食和烹饪方面的经验，顺便认识了漂亮的邻家单身女孩。

创新 创新 创新！重要的事情说三遍

移动互联网的爆发用户互联网习惯形成、互联网企业进入，智能硬件智能家居成本大幅下降、上下游产业环境已经成熟分工协作显现、国内外大量资本涌入，巨头杀入布局成为了这两年智能家居火爆的四大驱动力。

物联网时代是一个生活的智能化时代，智能硬件配合智慧服务让用户体验全新的智能生活享受，智能家居不是一个企业也不是两个企业所能敲定的事情，一个智能家居生态能否成功实现，取决于是否有足够多的合作伙伴，例如海尔 U+

和创客之间合作，U+提供一个平台，而创客在 U+平台创造产品，两者形成一个正向循环。

前阵子，创客们联合 U+推出了咕咚(codo)手持洗衣机。据悉，这款洗衣机是全球首款手持洗衣机，高 176mm，直径 46mm，重 200g，仅仅手掌大小，可随身携带，实现意外污渍随时洗涤，利用 3 节 7 号电池，每分钟 700 次震动敲打，只洗污渍 1 点，减少干净部位磨损。咕咚洗衣机能够有效处理 24 种常见污渍，普通污渍仅需 30 秒就可以解决，顽固污渍 120 秒见笑，甚至可以解决大姨妈、唇印等顽固污渍。这款手持洗衣机十分好用，还可以随身携带，生理期女性的福音，经常在外应酬难免有个汤汁油水滴在身上，如果不立即清洗。等到回家再清洗难上加难，咕咚就能很好解决这个问题。

小智超级音响也是创客们创造的，它是中国第一个真正拥有类人类智慧的智能设备，具备学习能力，能够识和主人进行语音交互，更能进行和智能家居的交互，笔者认为它是一个非常适合作为智能家居入口的一项产品。

2015 年上半年中国陶瓷出口情况及分析

据海关统计，2015 年前 7 个月，中国进出口总值 15.67 万亿元人民币，比 2014 年同期(下同)下降 7.7%。其中，出口 8.95 万亿元，下降 1.6%;进口 6.72 万亿元，下降 14.6%;贸易顺差 2.23 万亿元，扩大 80.8%。

据了解，中国陶瓷砖出口地区分布方面，上半年中国陶瓷砖出口主要集中在广东省。1~6 月广东陶瓷砖累计出口 28.03 亿美元，占中国陶瓷砖出口总额的 72.93%，与上年同期相比，占比下降了 4.4 个百分点。

据海关全国出口统计，2015 年上半年中国卫浴产品出口同比增长 45%。

据德国《世界报》网站 9 月 1 日报道，8 月 28 日公布的最新经济数据表明，印度经济 2015 年第二季度增长了 7%。现在基本可以确定的是，2015 年印度的经济增速将首次超越中国。

综合以上数据不难看出，中国陶瓷出口贸易放缓，进出口额普遍呈下降趋势，这种情况将成为中国经济未来长期存在的现象，是一种“新常态”，中国社会、企业需要努力、尽快适应“新常态”。

这种“新常态”倒逼着中国进行经济结构调整，不能再依靠进出口拉动经济增长，而要通过结构调整，寻找新的增长点。

面对“新常态”，应该做好以下几项策略：

创新为驱动策略

创新是制造业发展的生命线，是产品研发的核心，因此，企业必须把创新作为企业的发展战略，加强陶瓷产品研发、专利保护、设计、软件开发，培育新技术、新产业、新业态和新模式。创新的突破点与核心是“智能制造”，将信息化互联网与陶瓷工业、行业相融合，将自动化升级成智能化，将装备、工艺、品检和管理智能化，从此次佛山举办的互联网+博览会不难看出智能制造的重要性和必要性，带给消费者无限的视觉冲击。我们也应该从中发现新的契机，努力将智能化发展至普遍化，这必将提升质量、效率和综合效益，从而降低研发周期、运营成本和产品不良率。

产品差异化策略

目前，中国为陶瓷生产大国，一直以来产品都主要以中低档为主，中国陶瓷行业出口附加值过低，企业急需尽快转型。在低端产能不断扩张，在生产线不断扩充、生产总量不断扩大的过程中，极易导致产能过剩，从而导致供求失去平衡，让陶瓷企业陷入不堪的局面。当然也有不少陶企丝毫未对市场分析，就盲目设计、研发超高档产品，从而导致超高档化产品无处可销，所以陶企在产品设计制造方面要结合中国国情、结合国外市场行情。产品差异化是从产品质量、性能等方面实现区分，从而体现产品的特殊性。从行业竞争方面看，产品的核心价值趋于一致，所以陶瓷行业应该着手于产品的质量和性能，这样将会为企业带来竞争优势，缓解企业压力，以便更好的满足消费者的需求。

正确的市场竞争策略

目前中国很多陶瓷企业为了提高销量抢占市场份额不惜压低产品价格、从而使得陶瓷行业陷入“价格战”的恶性竞争，对内加大企业竞争成本，对外则极易遭受反倾销，对陶瓷行业的发展有害而无利。众所周知，陶瓷是我国出口产品中遭遇国际贸易壁垒的“重灾区”，相信陶瓷行业早已了解到，中国陶瓷先后遭遇印度、韩国、欧盟、墨西哥、巴西等多个国家地区的反倾销调查，行业出口受到重创。价格战其实并不是市场竞争中获取胜利的唯一手段，中国陶瓷行业互相压

低价格、恶性竞争，最终得利的终将是国外同行，古语说的好，“鹬蚌相争渔翁得利”。

陶瓷行业长久发展的唯一出路就是以质取胜，陶瓷企业何不把价格战转向质量战呢。

品牌定位策略

加强品牌效应，创造国际知名品牌，提升品牌价值。再则，加强产品设计，提高产品质量，做好配套服务及设施，掌控从产品研发设计到终端销售及后期服务的各个环节，向产业链高端发展，做出世界知名品牌！

“老工艺”发展 “旧瓶”要装“新酒”

广绣、铜印、剪影、蛋雕……这些曾经辉煌一时的广州民间工艺，在规模化工业生产的当下备受冲击，这些老工艺日渐凋零，从盛极一时转变为无人问津，甚至成为所谓的“老古董”，以老工艺为生的民间工艺人、工匠也走向年迈，老工艺的生存与传承也成大家关注的重点。

众所周知，由于社会进步，工艺水平提高，传统工艺逐步被淘汰、被取代是大势所趋，是社会进步的正常表现。一方面，“老工艺”一定程度上代表着过去特定阶段生产力水平，后继乏力。时代在发展，“老工艺”逐渐与时代疏离，而随着电子信息化、科技化发展，越来越多的手工业被机器取代，“老工艺”处境就更加“严峻”。更不要说珠三角工业发展已经进入“机器换人”时代，工业化发展带来的高效率跟低价格优势等，都对“老工艺”带来冲击。另一方面，“老工艺”面临后继乏人窘境。现在，老手艺人搵食艰难，“老工艺”很难成为一个人赖以生存的职业，如果说连吃饭这个基本问题都无法解决，那没人愿意接棒学习这些老手艺也就在常理之中。

那就任由这些“老工艺”自生自灭吗？当然不行。虽然说社会进步取代很多手工工艺，但仍有一些是机器无法比拟的，比如雕刻、刺绣等等，大家更看中手工魅力，手工制作凭借其追求极致的独特魅力而不乏拥趸。另外，“老工艺”代表某一时期工艺水平成就，有些老工艺甚至是珍贵的艺术瑰宝，在历史文化长河中占有一席之地，像广绣等等，如不好好保护继承，将会真正失传。

要如何让这些“老工艺”不失传？首先离不开创新，重视与市场融合，现实

困境是“老工艺”失去了市场，老手艺人的日子举步维艰，也就是说“老工艺”的“旧瓶”要装上“新酒”，将“老工艺”与新元素对接，寻找突破口，让老工艺发挥新魅力，“老工艺”可以在传统的基础上，引入时尚元素，培育新的欢迎点，结合市场的喜好，与时俱进，但如果还墨守成规、一成不变，将会被市场抛弃。广州不少“老工艺”就做得不错，民间工艺大师铜印艺人冯建辉用创意赋予铜印新生命，开发的小件铜印旅游产品备受市场欢迎就是一个很好的例子。

另外，“老工艺”最重要还是要靠人来传承，如果大家不愿学，聊什么“老工艺”传承发展都是天方夜谭，因此要在培育“老工艺”传承人上下工夫。其实政府有责任在老工艺的传承发展中出一把力，在关键时候推“老工艺”一把，让他们在市场竞争中能够发挥竞争力，比如有些地方通过评选“工艺大师”并给予一定的补贴等，这样一来，有利于提高“老工艺”从业者的收入跟职业荣誉感，也吸引了不少年轻人。

所以说，“老工艺”发展不能抱守残缺。既要与时俱进，重视与市场融合，创新活化思路，“老工艺”的“旧瓶”要装上“新酒”；又要培育好传承人，提高他们的收入跟职业荣誉感，这样“老工艺”的传承才后继有力、后继有人。

小商品跨境电商出口持续升温

“小商品与跨境电子商务走到一起，肯定会红红火火。海关不断推出相适应的便利通关举措，让我对未来发展更有信心。”谈起小商品跨境电子商务出口的前景，早已在此领域布局的义乌潘朵电子商务有限公司总经理赖万兴显得信心十足。

来自海关的数据显示，从2014年12月24日义乌跨境电子商务出口试点启动以来，小商品跨境电子商务出口业务量呈现逐月快速上涨之势，日出口量从启动初期的每天2000票增长至目前的5万票左右。截至10月22日，海关累计监管小商品跨境出口包裹突破1000万个。

除了出口量快速攀升，出口市场也在迅速扩展。杭州海关隶属义乌海关邮件监管科科长尹犇介绍说，试点之初，小商品跨境电子商务出口的国家仅有美、英、法等少数国家，发展到如今出口目的地已扩大到全球127个国家和地区。

面对小商品跨境电子商务出口快速增长的势头，杭州海关“向科技要效率”，

在风险可控的前提下提高通关速度。针对小商品跨境电子商务出口品种繁多而且单笔销售量较小的实际情况，实行了“清单核放、汇总申报”的通关监管模式，电商企业只需每月向海关集中申报出口小商品清单，简化了手续，提升了效率。

与此同时，杭州海关联合浙江电子口岸对通关服务平台进行技术升级，并联络邮政速递等现场作业部门增设扫描台席，不断提升现场单日通关量。“借助系统升级，现在我们的现场关员可以在6秒钟内快速比对商品信息和清单信息并决定是否发出查验指令。原来我们每小时放行清单2000票，现在已经上升到10000票。”尹犇说。

目前，义乌跨境电子商务监管中心的通关能力已经提升到每天10万票，基本满足当前及未来一个时期义乌小商品跨境电子商务出口的通关需求。

政策指引

关于组织实施深圳市发展改革委2015年第五批文化创意产业资助专项的通知
各有关单位：

为贯彻落实我市文化创意产业振兴发展规划和政策，加快发展文化创意产业，根据市政府的统一部署，我委决定组织实施2015年第五批文化创意产业资助专项。现就项目申报有关事项通知如下：

一、重点支持领域

重点支持创意设计、文化软件、动漫游戏、新媒体及文化信息服务、数字出版、影视演艺、文化旅游、非物质文化遗产开发、高端印刷和高端工艺美术等领域。

二、专项计划类别

仅限于核心技术研发和公共技术服务平台资助项目等两类。

三、具体要求

（一）请项目申报单位提前到所在区（新区）发展改革部门做好项目备案或核准工作。相关情况请咨询项目实施所在区的发展改革部门。

（二）申报项目必须符合申报指南和文化创意规划重点支持领域，项目申报单位应按照申报指南的要求，结合本单位实际情况，认真组织编写项目资金申请报告（可自行编写或委托具有资质的工程咨询机构编写），并按要求编列目录、

填写规范表及进行装订，否则不予受理。

（三）项目申报单位须列明本单位所获的各级政府部门尤其是市级部门的资助情况。同一单位建设内容相同或部分相同的项目不得向市有关部门多头申报。经核实属多头申报的项目，将取消申报资格并追究申报单位责任。

（四）项目单位提交的工业总产值、营业收入等经营指标数据，应确保与报送市统计部门保持一致，经市统计部门认定超出误差的，将取消项目申报资格；多次超出误差的，将列为“不诚信企业”，且三年内不得申报相关专项。

（五）我委从未委托任何单位和个人协助企业办理我市文化创意产业专项资金申请，请申报单位自主申报。我委将严格按照有关标准和程序受理文化创意产业专项资金申请，不收取任何费用。如果发现中介机构和个人假借我委领导和工作人员名义向企业收取费用的，请向我委或纪检监察部门举报。

四、受理部门及咨询电话

受理部门：市发展改革委社会发展处

咨询电话：82105735

五、申报方式、时间

（一）项目申报单位应登录深圳市战略性新兴产业发展专项（市发展改革委）在线申报系统填报单位和项目相关信息。在线申报系统网址 <http://203.91.46.81:8012/>。在线申报时间：2015年8月24日至2015年9月25日。

（二）项目单位通过在线申报系统完成项目申报后，应通过该系统打印项目资金申请报告及项目单位基本情况附表，并将该项目资金申请报告和相关附件、附表（用A4纸正反面打印/复印，非空白页需连续编写页码），按照目录要求胶装成册并在封面加盖单位公章，同时附上全部文件电子版的光盘一张，一式8份报送我委收文窗口（市民中心行政大厅3-4号）。书面材料受理时间：2015年8月24日至2015年9月25日。

特此通知。

深圳市发展和改革委员会

2015年8月20日

深圳市文化创意产业资助专项申报指南

第一项：深圳市文化创意产业核心技术研发资助项目

一、资助对象

资助对象：创意设计、文化软件、动漫游戏、新媒体及文化信息服务、数字出版、影视演艺、文化旅游、非物质文化遗产开发、高端印刷和高端工艺美术等领域的核心技术研发项目。

二、资助数量、额度、方式和用途

数量：有数量限制，受深圳文化创意产业发展专项资金年度总额控制。

额度：对市级工程实验室项目，专项资金可给予最高 500 万元资助。对配套资助项目，专项资金可按国家或省资助资金予以 1:1 配套，最高 1500 万元；但配套资助项目获得国家、省、市资助资金的总和超过项目总投资 40%的，不再配套资助；未超过 40%的，可补差至 40%。

方式：无偿资助。

用途：仪器设备购置等。

三、申报类别

（一）市级工程实验室建设资助项目

1、申报条件：

（1）项目单位应长期从事相关领域的研发，具有主持国家、省、深圳市级科研开发研究项目的经历，拥有一批较高水平的研发成果和技术储备，具备良好的产学研合作基础；

（2）项目单位应在文化创意领域有较明显的创新资源优势，有较好的技术研发、系统集成和工程化能力，有相应的基础设施配套条件和技术创新团队；

（3）研发机构的定位明确，发展思路清晰，任务、目标合理，管理体制和运行机制规范，能从依托单位获得稳定的资金、技术支持和后勤保障；

（4）申报项目总投资不低于 1000 万元，其中固定资产投资（主要是研发仪器设备、软件购置及场地工程建设等）不低于 70%，且实际投资额已完成超过 20%（实际投资中研发仪器设备和软件购置投入不得少于 60%），新增投资不低于申

报项目总投资的 60% (新增投资中研发仪器设备和软件购置投入不得少于 80%)，建设周期一般为 2 年 (建设期需与项目总投资、固定资产投资、新增投资等统筹考虑)；研发机构人数不少于 20 人，其中专职研发人数不少于 10 人；研发场地建筑面积不少于 300 平方米，并且统一管理、开放使用；

(5) 符合国家、省及深圳市的其他相关规定。

2、申报材料:

(1) 申报项目及项目单位基本情况表 (申报系统中填写好并打印盖章)；

(2) 资金申请报告 (申报系统中填写好并打印，编制规范见附注)；

(3) 企业法人营业执照、组织机构代码证、法定代表人身份证复印件；

(4) 银行开具的三个月内的自有资金存款证明文件，或银行开具的贷款承诺文件或已签订的贷款协议或合同 (用途需是申报项目)，自有资金存款证明文件金额+银行贷款金额 \geq 项目总投资，以证明项目单位即使未获政府资助，也有实力独立实施项目建设；

(5) 项目单位 2014 年度、2013 年度财务审计报告、申报项目的最新审计报告，缺一不可；

(6) 项目单位取得的具有自主知识产权科技成果，以及与申报项目相关的具有自主知识产权科技成果，分别按附件 2 中的附表 7、8 进行整理，并附相关证明材料；

(7) 申报项目的备案或核准文件 (因申报指南规定项目建设期一般为两年，但申请项目备案或核准时，相关部门对项目进行备案或核准的建设期是不含项目已实施的时间，因此在申请备案或核准时，其建设期应为两年减去已实施时间，投资应为项目总投资减去已投入部分的投资。但是在申请报告中，项目总投资应为已投入部分加新增部分，项目建设期应为两年)；

(8) 工程实验室的相关管理制度；

(9) 场地证明文件，还需附功能平面图 (图上需文字备注面积、布局等相关情况说明)；

(10) 如涉及生产环节的，需环保部门出具的环境影响评价文件的审批意见；

如暂不涉及生产环节的，按附件 2 中的附表 9 的要求提供。

(11) 申报项目的专职研发人员情况表，按附件 2 中的附表 6 整理，并附学历学位复印件、职称复印件、近一年以来的养老社保清单等证明材料；

(12) 申报项目已有的仪器设备清单（注：已有的仪器设备应统一放置在独立的场地，并建立单独台账，仪器设备上标明名称、类型等信息）及拟新增仪器设备清单，按附件 2 中的附表 1、2 的要求填报。该清单将作为核拨申请资金的重要依据；

(13) 项目单位自 2010 年至今获得各级政府部门的资助情况，按附件 2 中的附表 3 的要求填报；

(14) 项目单位如获得过其他市级工程实验室、重点实验室、工程（技术）研究中心批复及资助的，按附件 2 中附表 10 的要求填报，并须附上一套完整的当初申报材料；

(15) 深圳市文化创意产业专项申报项目使用政府补助资金招标事项计划表，按附件 2 中附表 12 的要求提供；

(16) 申报单位承诺书，承诺所申报的材料（除注明保密外）市发展改革委可自行允许有需要的第三方查阅，按附件 2 中附表 4 的要求提供；

(17) 项目单位认为对项目申报有利的其他材料；

(18) 项目单位对项目资金申请报告内容和附件真实性负责的声明，按附件 2 中附表 5 的要求提供。

以上材料属政府相关部门出具的，均需验原件存复印件（A4 纸），并按上述顺序装订成册，一式八份。项目单位需将所提交的申报材料列成目录并放于封面次页。申报材料中如有需保密的部分，请予以注明。

附注：资金申请报告编制规范

一、项目摘要（4000 字以内）：项目名称、法人概况、编制依据、组建理由、发展战略与经营计划，建设内容、规模、方案和地点，主要建设条件、取得的成绩、结论与建议。

二、项目建设的依据、背景与意义：相关产业发展状况及趋势预测，产业发

展面临的瓶颈问题，工程实验室对产业发展、结构调整将产生的影响、作用和意义等。

三、技术发展与应用前景分析：国内外技术发展状况、方向分析与趋势预测；技术发展的比较（包括本单位技术水平优势和劣势、关键技术突破点）。

四、主要方向、任务与目标：发展战略与思路；主要发展方向；主要任务；近期和中期目标。

五、组织机构、管理与运行机制：

（一）项目法人单位概况：单位性质、基本结构、财务状况、运营情况，现有研发条件和产学研工作基础，近年来取得的相关重大研发成果，在行业发展中的贡献、影响和作用情况等；

（二）工程实验室机构设置与职责；

（三）工程实验室主要技术带头人、管理及技术团队情况；

（四）工程实验室运行和管理机制。

六、建设方案：建设内容、建设规模与建设地点（包括技术方案、设备方案和工程方案及其合理性）；原材料、动力、供水等配套及外部协作条件；项目招标内容。

七、节能及环境影响：节能分析；环境影响评价。

八、项目实施进度与管理：建设周期（一般为2年，建设期需与项目总投资、固定资产投资、新增投资等统筹考虑）；项目实施进度安排；建设期项目管理。

九、投资估算及资金筹措方案：项目总投资估算表；建设投资估算；（按照附件2中附表11、附表11.1、附表11.2的要求填报）分年投资计划表；项目资金筹措方案及其落实情况；申请市政府资助资金的具体使用方案。

十、项目经济和社会效益分析：经济效益分析；社会效益分析。

十一、项目风险分析：技术风险；技术应用及市场风险；其它风险。

十二、其它需说明的情况。

（二）配套资助项目

1、申报条件：已获国家、广东省有关部门资助，但尚未获得我市相关部门

资助的文化创意产业工程实验室（重点实验室、工程（技术）研究中心）及其他研发机构。

2、申报材料:

(1) 申报项目及项目单位基本情况表（申报系统中填写好并打印盖章）；

(2) 项目资金申请报告（申报系统中填写好并打印，编制规范见附注）；

(3) 企业法人营业执照、组织机构代码证、国家与地方税务登记证、法定代表人身份证复印件；

(4) 当初申请组建国家、广东省和深圳市文化创意产业工程实验室、重点实验室、工程（技术）研究中心及其他研发机构时的一整套申报材料；

(5) 国家、广东省和深圳市的相关主管部门批复组建文件或资金下达文件；

(6) 国家、广东省和深圳市的相关主管部门对资助项目出具拨款经费进账凭证；

(7) 按规定需签署任务书或合同的项目，提供与国家、广东省和深圳市的相关主管部门签订的任务书或合同书；

(8) 银行开具的三个月内的自有资金存款证明文件，银行开具的贷款承诺文件或已签订的贷款协议或合同（用途需是申报项目），自有资金存款证明文件金额+银行贷款金额 \geq 项目总投资，以证明项目单位即使未获政府资助，也有实力独立实施项目建设；

(9) 项目单位 2013 年度和 2014 年度财务审计报告、申报项目的最新审计报告，缺一不可；

(10) 项目单位取得的具有自主知识产权科技成果，以及与申报项目相关的具有自主知识产权科技成果，分别按附件 2 中的附表 7、8 进行整理，并附相关证明材料；

(11) 申报项目的备案或核准文件(因申报指南规定项目建设期一般为两年，但申请项目备案或核准时，相关部门对项目进行备案或核准的建设期是不含项目已实施的时间，因此在申请备案或核准时，其建设期应为两年减去已实施时间，投资应为项目总投资减去已投入部分的投资。但是在申请报告中，项目总投资应

为已投入部分加新增部分，项目建设期应为两年）；

（12）研发机构的相关管理制度；

（13）申报项目的专职研发人员情况表，请按附件 2 中的附表 6 整理，并附学历学位复印件、职称复印件、近一年以来的养老社保清单等证明材料；

（14）申报项目已有的仪器设备清单（注：已有的仪器设备应统一放置在独立的场地，并建立单独台账，仪器设备上标明名称、类型等信息）及拟新增仪器设备清单，按附件 2 中的附表 1、2 的要求填报。该清单将作为核拨申请资金的重要依据；

（15）项目单位自 2010 年至今获得各级政府部门的资助情况，按附件 2 中的附表 3 的要求提供；

（16）深圳市文化创意产业专项申报项目使用政府补助资金招标事项计划表，按附件 2 中附表 12 的要求提供；

（17）申报单位承诺书，承诺所申报的材料（除注明保密外）市发展改革委可自行允许有需要的第三方查阅，按附件 2 中附表 4 的要求提供；

（18）申报单位认为对项目申报有利的其他材料；

（19）项目单位对项目资金申请报告内容和附件真实性负责的声明，按附件 2 中附表 5 的要求提供。

以上材料属政府相关部门出具的，均需验原件存复印件（A4 纸），并按上述顺序装订成册，一式八份。项目单位需将所提交的申报材料列成目录并放于封面次页。

附注：资金申请报告编制规范

一、项目摘要（3000 字以内）：项目名称、法人概况、编制依据、组建理由、发展战略与经营计划，建设内容、规模、方案和地点，主要建设条件、取得的成绩、结论与建议。

二、项目建设的依据、背景与意义。

三、申报项目已获国家、省及市的资助资金使用情况项目进展情况。如已实施完成的，需附上验收报告复印件。

四、申请本次政府资助的主要理由及依据。

五、投资估算及资金筹措：项目总投资规模、资金使用方案、资金筹措方案及贷款偿还计划、资助资金招标计划等。其中，资金使用方案需列出项目建设所需购置的主要设备、技术及软件等清单（设备种类、数量、预计单价等）以及土建、流动资金等资金用途。

六、项目实施进度与管理。

七、项目经济和社会效益分析。

八、项目风险分析。

九、其它需说明的情况。

第二项：深圳市文化创意产业公共技术服务平台资助项目

一、资助对象

资助对象：创意设计、文化软件、动漫游戏、新媒体及文化信息服务、数字出版、影视演艺制作、新媒体文化旅游、非物质文化遗产开发、高端印刷和高端工艺美术等领域的公共技术服务平台。侧重于资助技术服务类开放性平台，物业管理服务及以提供资讯、办公服务为主要功能的行业信息网络系统一般不纳入本资助范围。

二、资助数量、额度、方式和用途

数量：有数量限制，受深圳文化创意产业发展专项资金年度总额控制。

额度：对建设类平台，专项资金可给予不超过总投资 40%的资助，最高资助 800 万元。对运营类平台，按平台年度运营投入给予 30%以内或按平台年度技术服务收入给予 50%以内的补贴，最高补贴 300 万元。对配套资助项目，专项资金可按国家或省资助资金予以 1:1 配套，最高 1500 万元；但配套资助项目获得国家、省、市资助资金的总和超过项目总投资 50%的，不再配套资助；未超过 50%的，可补差至 50%。

方式：无偿资助。

用途：建设类平台主要用于仪器设备等硬件购置，运营类平台主要用于升

级更新相关专业设施设备和人员经费，配套类主要用于升级更新相关专业设施设备。

三、申请类别

(一) 公共技术服务平台建设资助

1、申报条件：

(1) 申报项目具有明确的专业方向和技术服务定位，技术服务内容对文化创意产业有直接促进作用；

(2) 申报项目总投资 1000 万元以上，其中固定资产投资(主要是仪器设备、软件购置及场地工程建设等)不低于 70%，新增投资不低于申报项目总投资的 60% (新增投资中仪器设备和软件购置投入不得少于 80%)，相关公共技术服务设备原值 500 万元以上(该部分设备投入如需计入申报项目总投资，需在建设期内)；建设周期一般为 2 年(建设期需与项目总投资、固定资产投资、新增投资等统筹考虑)，场地建筑面积 300 平方米以上，具有开展一定公益性、较大开放性和较强专业性服务的管理机制；

(3) 拥有对外提供技术的专业队伍，固定从事专业服务人员 10 人以上，足够的后勤辅助人员、人才梯队；

(4) 具有良好的运行机制和完善的内部管理制度，操作程序规范。财务实行独立核算，可通过开放性服务收入维持日常运行，或能从依托单位获得稳定的资金、技术支持和后勤保障；

(5) 符合国家、省及深圳市的其他相关规定。

2、申报材料：

(1) 申报项目及项目单位基本情况表(申报系统中填写好并打印盖章)；

(2) 项目资金申请报告(申报系统中填写好并打印，编制规范见附注)；

(3) 企业法人营业执照、组织机构代码证、法定代表人身份证复印件；

(4) 银行开具的三个月内的自有资金存款证明文件，银行开具的贷款承诺文件或已签订的贷款协议或合同(用途需是申报项目)，自有资金存款证明文件金额+银行贷款金额 \geq 项目总投资，或项目依托单位出具的项目总投资资金保障

承诺书，以证明项目单位即使未获政府资助，也有实力独立实施项目建设；

(5) 项目单位 2014 年度、2013 年度财务审计报告、平台最新审计报告，缺一不可；

(6) 项目单位取得的具有自主知识产权科技成果，以及与申报项目相关的具有自主知识产权科技成果，分别按附件 2 中的附表 7、8 进行整理，并附相关证明材料；

(7) 申报项目的专职研发人员情况表，按附件 2 中的附表 6 整理，并附学历学位复印件、职称复印件、近一年以来的养老社保清单等证明材料；

(8) 申报项目的备案或核准文件（因申报指南规定项目建设期一般为两年，但申请项目备案或核准时，相关部门对项目进行备案或核准的建设期是不含项目已实施的时间，因此在申请备案或核准时，其建设期应为两年减去已实施时间，投资应为项目总投资减去已投入部分的投资。但是在申请报告中，项目总投资应为已投入部分加新增部分，项目建设期应为两年）；

(9) 公共技术服务平台的管理、开放、收费和运营等制度；

(10) 场地证明文件，还需附功能平面图（图上需文字备注面积、布局等相关情况说明）；

(11) 申报项目已有的仪器设备清单（注：已有的仪器设备应统一放置在独立的场地，并建立单独台账，仪器设备上标明名称、类型等信息）及拟新增仪器设备清单，按附件 2 中的附表 1、2 的要求填报。该清单将作为核拨申请资金的重要依据；

(12) 项目单位自 2010 年至今获得各级政府部门的资助情况，按附件 2 中的附表 3 的要求填报；

(13) 深圳市文化创意产业专项申报项目使用政府补助资金招标事项计划表，按附件 2 中附表 12 的要求提供；

(14) 申报单位承诺书，承诺所申报的材料（除注明保密外）市发展改革委可自行允许有需要的第三方查阅，按附件 2 中附表 4 的要求提供；

(15) 申报单位认为对项目申报有利的其他材料；

(16)项目单位对项目资金申请报告内容和附件真实性负责的声明,按附件2中附表5的要求提供。

以上材料属政府相关部门出具的,均需验原件存复印件(A4纸),并按上述顺序装订成册,一式八份。项目单位需将所提交的申报材料列成目录并放于封面次页。

附注:资金申请报告编制规范

一、项目摘要(4000字以内):项目名称、法人概况、编制依据、组建理由、发展战略与经营计划,建设内容、规模、方案和地点,主要建设条件、取得的成绩、结论与建议。

二、项目建设的依据、背景与意义:相关产业技术、产品及市场发展状况及趋势预测,产业发展存在的共性问题,公共服务平台对产业发展、结构调整将产生的影响、作用和意义等。

三、项目主要方向、任务与目标:发展战略与思路;发展方向;主要任务;近期和中期目标(阶段考核、验收指标)。

四、组织机构、管理与运行机制:

(一)项目法人单位概况:单位性质、基本结构、财务状况、运营情况,已有技术服务条件、工作基础和取得的成果,近年来为行业内企业、科研机构提供公共技术服务的实际情况,在行业发展中的贡献、影响和作用情况等;

(二)公共技术服务平台机构设置与职责;

(三)公共技术服务平台主要技术带头人、管理及技术团队情况;

(四)公共技术服务平台运行和管理机制。

五、建设方案:建设内容(包括技术方案、设备方案和工程方案及其合理性,技术研发平台、信息平台、认证平台、试验检测平台等)、建设规模与建设地点;原材料、动力、供水等配套及外部协作条件;项目招标内容。

六、节能及环境影响:节能分析;环境影响评价。

七、项目实施进度与管理:建设周期(一般为2年,建设期需与项目总投资、固定资产投资、新增投资等统筹考虑);项目实施进度安排;建设期的项目管理。

八、投资估算及资金筹措方案：项目总投资估算表；建设投资估算；（按照附件 2 中附表 11、附表 11.1、附表 11.2 的要求填报）分年投资计划表；项目资金筹措方案及其落实情况；申请市政府资助资金的具体使用方案。

九、项目经济和社会效益分析：经济效益分析；社会效益分析；

十、项目风险分析：技术风险；技术应用及市场风险；其它风险。

十一、其它需说明的情况。

（二）公共技术服务平台运营资助

1、申报条件：

（1）申报项目具有明确的专业方向和技术服务定位，技术服务内容对文化创意产业有直接促进作用；

（2）申报项目相关公共技术服务设备原值 500 万元以上，场地建筑面积 300 平方米以上，具有开展一定公益性、较大开放性和较强专业性服务的管理机制；

（3）拥有对外提供技术服务的专业队伍，固定从事专业服务人员 10 人以上，足够的后勤辅助人员、人才梯队；

（4）具有良好的运行机制和完善的内部管理制度，操作程序规范。财务实行独立核算，可通过开放性服务收入维持日常运行，或能从依托单位获得稳定的资金、技术支持和后勤保障；

（5）符合国家、省及深圳市的其他相关规定。

2、申报材料：

（1）深圳市文化创意专项申报项目及项目单位基本情况表（申报系统中填写好并打印盖章）；

（2）项目资金申请报告（申报系统中填写好并打印，编制规范见附注）；

（3）企业法人营业执照、组织机构代码证、法定代表人身份证复印件；

（4）项目单位 2013 年度和 2014 年度财务审计报告、平台投入及运营 2014 年度审计报告，缺一不可；

（5）申报项目的备案或核准文件（因申报指南规定项目建设期一般为两年，但申请项目备案或核准时，相关部门对项目进行备案或核准的建设期是不含项目

已实施的时间，因此在申请备案或核准时，其建设期应为两年减去已实施时间，投资应为项目总投资减去已投入部分的投资。但是在申请报告中，项目总投资应为已投入部分加新增部分，项目建设期应为两年）；

（6）平台的管理、开放、收费和运营等制度；

（7）申报项目的专职研发人员情况表，请按附件 2 中的附表 6 整理，并附学历学位复印件、职称复印件、近一年以来的养老社保清单等证明材料；

（8）项目单位取得的具有自主知识产权科技成果，以及与申报项目相关的具有自主知识产权科技成果，分别按附件 2 中的附表 7、8 进行整理，并附相关证明材料；

（9）场地证明文件，还需附功能平面图（图上需文字备注面积、布局等相关情况说明）；

（10）申报项目已有的仪器设备清单（注：已有的仪器设备应统一放置在独立的场地，并建立单独台账，仪器设备上标明名称、类型等信息）及拟新增仪器设备清单，按附件 2 中的附表 1、2 的要求填报。该清单将作为核拨申请资金的重要依据；

（11）项目单位自 2010 年至今获得各级政府部门的资助情况，按附件 2 中的附表 3 的要求填报；

（12）深圳市文化创意产业专项申报项目使用政府补助资金招标事项计划表，按附件 2 中附表 12 的要求提供；

（13）申报单位承诺书，承诺所申报的材料（除注明保密外）市发展改革委可自行允许有需要的第三方查阅，按附件 2 中附表 4 的要求提供；

（14）申报单位认为对项目申报有利的其他材料；

（15）项目单位对项目资金申请报告内容和附件真实性负责的声明，按附件 2 中附表 5 的要求提供。

以上材料属政府相关部门出具的，均需验原件存复印件（A4 纸），并按上述顺序装订成册，一式八份。项目单位需将所提交的申报材料列成目录并放于封面次页。

附注：资金申请报告编制规范

一、项目摘要（3000 字以内）：项目单位的性质、基本结构、财务状况、运营情况、技术优势、产业化优势、在本项目相关领域已有工作基础和取得成果等。

二、平台运作情况：近年来为行业内企业、科研机构提供公共技术服务的实际情况，项目负责人和项目主要参加人员的情况，人员规模和结构，项目现有资源使用效率等包括收费标准，盈亏情况等。存在的问题及解决建议。

三、申请市政府资助资金的具体使用计划及招标方案。

四、平台中长期发展规划：五年内平台在建设、运营方面的思路。

五、其它需说明的情况。

（三）公共服务平台配套资助

1、申报条件：已获得国家、广东省等有关部门的专项资助的公共服务平台。

2、申报材料：

（1）申报项目及项目单位基本情况表（申报系统中填写好并打印盖章）；

（2）项目资金申请报告（申报系统中填写好并打印，编制规范见附注）；

（3）企业法人营业执照、组织机构代码证、国家与地方税务登记证、法定代表人身份证复印件；

（4）当初申请国家和广东省平台资助时的一整套申报材料；

（5）国家和广东省相关主管部门批复组建平台的文件、下达资助计划的文件；

（6）国家和广东省相关主管部门对平台资助出具的拨款经费进账凭证；

（7）按规定需签署任务书或合同的项目，提供与国家和广东省相关主管部门签订的任务书或合同书；

（8）项目单位 2013 年度和 2014 年度财务审计报告、平台投入及运营最新审计报告（含对已获资助资金使用情况的审计），缺一不可；

（9）项目单位取得的具有自主知识产权科技成果，以及与申报项目相关的具有自主知识产权科技成果，分别按附件 2 中的附表 7、8 进行整理，并附相关证明材料；

(10)申报项目的备案或核准文件(因申报指南规定项目建设期一般为两年,但申请项目备案或核准时,相关部门对项目进行备案或核准的建设期是不含项目已实施的时间,因此在申请备案或核准时,其建设期应为两年减去已实施时间,投资应为项目总投资减去已投入部分的投资。但是在申请报告中,项目总投资应为已投入部分加新增部分,项目建设期应为两年);

(11)公共服务平台的管理、开放、收费和运营等制度;

(12)申报项目的专职研发人员情况表,按附件2中的附表6整理,并附学历学位复印件、职称复印件、近一年以来的养老社保清单等证明材料;

(13)申报项目已有的仪器设备清单(注:已有的仪器设备应统一放置在独立的场地,并建立单独台账,仪器设备上标明名称、类型等信息)及拟新增仪器设备清单,按附件2中的附表1、2的要求填报。该清单将作为核拨申请资金的重要依据;

(14)项目单位自2010年至今获得各级政府部门的资助情况,按附件2中的附表3的要求填报;

(15)深圳市文化创意产业专项申报项目使用政府补助资金招标事项计划表,按附件2中附表12的要求提供;

(16)申报单位承诺书,承诺所申报的材料(除注明保密外)市发展改革委可自行允许有需要的第三方查阅,按附件2中附表4的要求提供;

(17)申报单位认为对项目申报有利的其他材料;

(18)项目单位对项目资金申请报告内容和附件真实性负责的声明,按附件2中附表5的要求提供。

以上材料属政府相关部门出具的,均需验原件存复印件(A4纸),并按上述顺序装订成册,一式八份。项目单位需将所提交的申报材料列成目录并放于封面次页。

附注:资金申请报告编制规范

一、项目摘要(3000字以内):项目名称、法人概况、编制依据、组建理由、发展战略与经营计划,建设内容、规模、方案和地点,主要建设条件、取得的成绩、结论与建议。

二、项目建设的依据、背景与意义。

三、公共服务平台已获国家和广东省相关部门资助的资金使用情况及项目进展情况。如已实施完成的，需附上验收报告复印件。

四、申请本次政府资助的主要理由及依据。

五、投资估算及资金筹措：项目总投资规模、资金使用方案、资金筹措方案及贷款偿还计划、资助资金招标计划等。其中，资金使用方案需列出项目建设所需购置的主要设备、技术及软件等清单（设备种类、数量、预计单价等）以及土建、流动资金等资金用途。

六、项目实施进度与管理。

七、项目经济和社会效益分析。

八、项目风险分析。

九、其它需说明的情况。

协会大事记

协会协助完成采集企业情况综合数据工作

9月30日，协会协助完成采集企业情况综合数据的填报工作。

应广东省经济和信息化委员会、深圳市经济和信息化委员会要求，我协会7月底起开展协助“2015年全省企业情况综合数据采集”工作。期间，我协会秘书处工作人员通过走访企业、电话调查、数据跟踪等多种形式采集企业综合数据。截至9月30日，协会协助完成800家企业情况综合数据的填报工作。

协会秘书处一行参观第118届广交会

10月17日，协会秘书长吴雅琴及协会秘书处工作人员一行参观了第118届广交会。此次展会，吴雅琴秘书长一行重点参观了进口展区，了解了国际企业推出的新产品。

协会秘书长吴雅琴表示要认真研究广交会的展会特色，结合协会工作实际和国际市场的发展趋势，进一步强化服务，组织更多的企业、产品踊跃“走出去”，参与国际竞争，积极主动地寻求国内外合作伙伴，在对外合作中取得更加丰硕的成果。

广交会是中国进出口贸易的最大平台，汇聚了庞大的市场供需信息，发挥着重要的桥梁作用。协会秘书处此次参观广交会，既是为了了解市场情况，也是向广交会学习办展经验。

协会走访第二十三届深圳礼品家居展

10月20-23日，第二十四届中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会在深圳会展中心举行。展会期间，协会秘书处走访了多家参展的深圳企业。

此次展会，协会秘书处工作人员分别前往各个展馆，走访了多家深圳企业，了解企业的参展情况和企业的最新产品。从现场企业反馈来看，通过适应需求、加强研发、提高质量，能有效增强产品在市场上的竞争力。作为国内礼品行业规模最大、最具品牌影响力的行业展会，深圳礼品家居展为企业提供了开发市场的最佳契机。