



寻商机 促合作

厦门市侨资企业协会组织会员活动走进侨企



厦门至澳门 定期往返航班复航

从澳门国际机场起飞的澳门航空NX132航班,10月16日平稳降落在厦门高崎国际机场,停航一年多的厦门至澳门定期往返空中客运航线由此实现复航。

厦门边检总站高崎边检站相关人士介绍说,这是厦门至澳门定期客运航线自2021年8月受疫情影响停航后,时隔14个月首次恢复。边检部门严格落实疫情防控和口岸管控要求,开足验证通道,优质安全高效保障此次航班的通关。

来自澳门航空的消息称,该航班由澳航执飞,每周暂执行三班,分别是周三、周五、周日。

疫情发生以来,高崎边检站在严格落实疫情防控要求的同时,多措并举,提升客货运航班服务保障效能。

(杨伏山 林舒洁 来源:中新社)

厦门“科技集群”和“科技强度”排名 跻身全球百强

近日,世界知识产权组织(WIPO)公布了《2022年全球创新指数报告》。信息显示,厦门的“科技集群”、“科技强度”分别位列全球第91位、全球第93位,均为首次跻身全球百强。其中厦门“科技集群”的全球排名较去年提高12个位次,成为该榜单中位次跃升最快的中国城市之一。

全球创新指数由世界知识产权组织、康奈尔大学、欧洲工商管理学院共同创立,每年对全球约130个国家和经济体的顶层创新能力进行排名。从2007年起,该报告已发布了15版,被认为是全球经济创新创造的风向标,也是各国经济决策的重要参考。其中,自2017年起,报告开始对全球排名前100位的科技集群城市进行跟踪分析,发布“科技集群”和“科技强度”排名,对世界上发明人和科学作者最集中的地理区域进行梳理,研究国家层面创新表现的决定因素。“科技集群”是通过分区域专利申请活动和所发表的科技文章来确立的,“科技强度”是通过分区域每百万人口专利申请活动和每百万人口所发表的科技文章来确立的。

(李奕佳 来源:福建网络广播电视台)

京东(龙岩)数字经济 产业园在厦推介

10月18日,由龙岩高新区(经开区)主办,京东(龙岩)数字技术有限公司承办的京东(龙岩)数字经济产业园招商推介会在厦门波特曼七星湾酒店举行。

福建省内50余家电商企业参加本次推介会,其中包括多家厦企,行业覆盖电子电器、食品生鲜、鞋服等领域。会上,福建讯禾华翎信息科技有限公司等11家企业签约进驻该产业园。

“借助闽西南协同发展效应,此次推介将促进厦门与龙岩两地企业形成资源互通互补,打造共享电商产业带,推动厦龙两地电商产业资源数字化,为建设‘数字福建’注入新动能。”龙岩高新区(经开区)管委会相关负责人表示。

(蔡绵绵 来源:厦门日报)

究,开发平衡血糖、血脂、血压等功能性食品、保健食品、药茶和药妆,努力打造“免疫健康”为主、“文化健康”为辅的药用植物中草药产业链。

在侨商们考察调研现场,塔斯曼生物创始人卢绍基说,厦门塔斯曼发挥企业优势,抓住产业振兴为重点,开展“药食同源产品开发、牛油果三产融合、林下经济推广”系列乡村振兴工作,通过“领军企业+”的模式,构建现代产业体系,实现产业特色化、规模化、绿色化、标准化和品牌化,为厦门乡村振兴做出应有的贡献。

塔斯曼生物还致力于打造牛油果全产业链,积极推广辅助降血脂、辅助降血糖等系列食药物质产品,由“农业科技型”向“生物科技型”企业转型。

厦门市侨企协会常务副会长、东太集团董事长胡清林感谢会员单位的支持,他说,在疫情常态化的新形势下,侨企协会将开展更多丰富多彩的活动,欢迎会员单位积极参加活动,合作共赢。

厦门市委统战部一级调研员、海外处处长曾文健,市侨资企业联络中心主任林希参加活动。



料的研制方法,构建了一条涵盖“膜材料-膜组件-膜设备-膜软件-膜应用”的膜产业链,服务涵盖特种分离与水处理两大应用领域,是国内领先的集先进膜材料研发、特种分离膜技术应用和水务投资运营为一体的科技创新型企业。

力品药业(厦门)股份有限公司

厦门力卓药业有限公司是力品药业(厦门)股份有限公司的全资子公司。力卓药业由国家特聘专家带领的海归博士团队管理,致力于创新制剂及高端制剂的产业化生产,占地面积约5万平方米,建筑面积4.5万平方米。公司建立符合高质

量的药品生产要求的质量体系,注射剂、膜剂、片剂、胶囊剂等六条生产线已通过GMP认证。拥有一类创新药注射用全氟丙烷人血白蛋白微球(力达星),打破了进口产品在中国的长期垄断。公司产业化基地建设项目完成后,口服制剂产品年产能达到2亿片,口服制剂产品年产能达到8亿片(粒)。

塔斯曼生物工程有限公司

厦门塔斯曼生物工程有限公司成立于2010年,秉承中医药“用药有效、平衡养生”的传统,以药茶、药妆及功能性大健康全产业链食品研发为触点,积极开展植物中药材应用与研

中国车企集体发力欧洲市场

板印象。这样的产品和品牌,未能帮助中国汽车叩开通往欧洲的大门。此后在2013年闯荡欧洲市场的观致汽车,虽然碰撞测试拿下高分,产品质量大幅提升,但也未能打开市场局面。

在传统燃油车时代,中国自主品牌在国内与合资品牌对抗尚处劣势,去欧洲竞争更是难上加难。但电动车转型浪潮让欧洲车企的堡垒不再如以往牢固,给了中国汽车重新开启欧洲征途的新契机。

事实上,在比亚迪和蔚来近期宣布欧洲战略之前,自去年以来,已经先后有十多家中国车企开始进军欧洲市场。

其中,既包括吉利领克、比亚迪、上汽名爵、上汽大通、红旗等传统势力,也包括蔚来、小鹏、爱驰等造车新势力。

目前在欧洲市场认可度最高的两个中国品牌是名爵和极星。

上汽大通也是最早进入欧洲市场的中国车企之一,目前已经在英国、挪威等20多个国家拥有销售网点。据悉,上汽大通MAXUS在欧洲市场的总销量已经突破3万辆。

蔚来和小鹏都将欧洲布局

的首站选在了挪威。

小鹏汽车2020年进入欧洲,并于次年在阿姆斯特丹设立欧洲总部,今年以来,陆续在瑞典、荷兰、丹麦等地开设直营体验店。

蔚来则在2021年6月发布挪威战略,今年则更进一步进入德国、瑞典、丹麦、荷兰四国,将在当地建设服务及补能网络。

不过,目前,小鹏汽车和蔚来汽车在欧洲的销量表现欠佳。

体系竞争力

从十几年前以低价产品闯入欧洲市场折戟而归,后又集体将目标锁定在东南亚、中东、拉丁美洲、非洲等地区的发展中国家,到如今大规模反攻欧洲市场,中国汽车出海已经进入了新的发展阶段。

除了产品力提升之外,这一轮,中国车企在商业模式创新上也有了更多的尝试,希望在当地形成一种体系化的竞争力,而不只是纯粹地将车卖出去。

蔚来采用了订阅式的模式。蔚来在德国、瑞典、丹麦和

荷兰市场,提供了短期和长期两种订阅服务。

短期订阅,可提前两周随时取消当月订阅,可以任意更换车辆,随着车龄增加,月费将相应降低。长期订阅,则只可选择一款车型,但享受较低的固定订阅价格,订阅周期12-60个月不等。订阅到期后用户不终止订阅,按照灵活订阅条款自动续订。

之所以在上述国家采用不同的卖车策略,蔚来创始人李斌回应称主要是因为各国的政策不同。在德国的高端汽车市场,leasing(租赁)模式非常普遍,这主要是因为税收制度的差异。蔚来选择采用订阅模式的决策,是根据税费和用户习惯而决定的。

不同于直面消费者的蔚来,更为稳妥的比亚迪一方面选择了接洽Sixt这样的企业用户,从B2B角度打开市场,另一方面比亚迪也选择了在欧洲拥有230家经销商的瑞典Hedin Mobility Group集团负责销售和售后服务。

对于中国品牌来说,进入欧洲是全球化的必由之路。

(左茂轩 来源:21世纪经济报道)



当地时间10月17日,阔别四年之后,巴黎车展再次拉开帷幕。

和过去几年绝大多数国际车展类似,电动汽车成为巴黎车展最重要的元素,奔驰、雷诺等欧洲车企都展出了全新的电车型。而更受中国媒体关注的则是准备大举进攻欧洲市场的比亚迪和长城汽车。

今年“十一”前后,比亚迪、蔚来陆续宣布进入德国、瑞典等国汽车市场,东风岚图则将500辆汽车发往挪威。

借电动化转型之势,中国汽车正向全球传统汽车工业最强的地区之一发起进攻。

集体出击

早在2005年的法兰克福车展,中国品牌就曾集体出现。当时,吉利、陆风和华晨三个品牌试水欧洲之路。陆风试图以低价杀入市场,却在ENCAP碰撞测试中以零分收场。ADAC德国汽车俱乐部对华晨尊驰、华晨骏捷的碰撞测试则分别给出了“一星”和“零星”的成绩。

“低端和低质”也成为了当年欧洲媒体对于中国汽车的刻