

订单普遍回暖 求新求变不停

——从外贸“晴雨表”看中国经济底气

■ 于佳欣 王攀 孟盈如

一季度我国进出口总值同比增长21.8%,表现“亮眼”。对于今年的外贸形势,企业如何看?怎样在“黑天鹅”频频的国际环境中求得更好发展?“一带一路”倡议给企业带来哪些发展新机遇?

在有着外贸“晴雨表”之称的第121届广交会上,记者采访了多家外贸企业,通过企业回暖的订单、求新求变的热情,和不断壮大的实力,感受着中国经济的底气。

企业订单普遍回暖 折射经济向好“春意”

截至4月27日,第121届广交会已经进程过半,记者在采访中感受到,无论从参展人流量还是企业订单量,企业都普遍对进出口形势持乐观积极态度。

在广东知名陶瓷企业蒙娜丽莎集团股份有限公司的展位上,企业参展人员李结贤告诉记者,这是他参加过最累的一届广交会,来展台询问的人数和客户质量都比上一届强很多。“可以感受到采购商对中国建材产品热度持续提高。”

对于外贸的“暖意”,不少公司是通过订单量上升感受到的。“上半年的订单还是小幅增长,下半年订单就涨了很多。”广东金源照明科技有限公司营销中心副总经理文作义说,年初招工还没那么多,现在感觉人手都不够用。

一季度经济数据也透露出外贸回稳向好的态势。根据国家统计局日前发布的数据,今年一季度,我国进出口总值增长21.8%。货物和服务贸易净出口对经济增长的贡献达到4.2%,实现由负转正。

企业订单增多,不仅折射外贸“暖意”,也反映了国内消费市场的旺盛。记者了解到,一些进出口企业开始把更多精力转向国内市场,因为国内需求大,而且消费升级



趋势明显,是“一块很大的奶酪”。

求新求变不停歇 创新让企业“如虎添翼”

订单的增多,一方面是国际市场出现一些复苏,另一方面是由于企业在产品升级上下了功夫。

成立于1956年的北京市珐琅厂有限责任公司是全国景泰蓝行业中唯一的一家“中华老字号”,如今这家企业推向国际市场的,已不仅仅是消费者十分熟悉的手工装饰品,而是适用于饭店、机场和会场的景泰蓝装修材料和工艺方案。

这一转型也让公司的业务量迈上了新台阶。公司在广交会上的销售人员告诉记者,广交会二期开幕首日,就有一位香港客户签下了约900多万元人民币的大订单。面对充满不确定性的国际环境,创新,既给出口企业吃了一颗定心丸,也成为企业俘获客户之心的密钥。

在海尔展厅内,既能保湿又能保干的干湿分储冰箱、高速运转却能立起硬币的紫水晶洗衣机、终结了空调机械送风时代的舒适风空调等创新产品,吸引了海外客商长时间的驻足。

近几年,在外贸“转动力、调结构”的努力

下,我国外贸创新发展转型升级的步伐正在加快。以高新技术、高附加值为特点的产品越来越成为出口市场的“香饽饽”。

商务部副部长房爱卿表示,外贸企业要瞄准市场需求和市场潮流,通过创新掌握前沿核心技术,生产出高质量、个性化、环保、绿色、节能的新产品,推动中国外贸转型升级。

国际布局步伐加快 借“一带一路”闯出新天地

近几年,随着“中国制造”跨国布局能力的持续增强,尤其是乘着“一带一路”东风,开展国际产能合作,“中国制造”正在加快走向中国投资,越来越凸显“国际范”。

在海尔、美的等知名大企业的展位上,看到被中国企业并购的东芝、通用等全球品牌旗下的各类型产品,已成司空见惯的“寻常事”。与此同时,越来越多的中小企业也对跨国并购和布局兴趣浓厚。

年出口额2000万美元的德州振华装饰玻璃有限公司通过加大研发投入和智能化改造,稳居全球装饰玻璃产业龙头地位,一家意大利企业已经主动上门寻求并购,希望将其捷克工厂出售给振华。公司副总经理邢化亭说,“我们已开始考虑并购事宜,同时也准备进入从没涉足过的美国市场。事实证



明,只要坚持创新,制造业就有闯出新天地的希望。”

以销售厨具为主的深圳市联创三金电器有限公司海外市场主要在欧美,公司总经理李晓川说,“伊朗、沙特、埃及等‘一带一路’沿线国家地区对我们的产品需求很大,但除了产品,他们更希望我们把工厂和生产基地建到那里去,公司明年可能会考虑布局。”

记者采访也发现,企业开拓“一带一路”市场正在向链条式、深入式发展。市场分布从点状向线面状延伸,合作方式从货物贸易向服务和资本合作拓展。

据了解,参加本次广交会的“一带一路”沿线国家和地区采购商直接邀请量,占采购商总邀请量的48%。而商务部4月27日公布的数据显示,一季度我国与“一带一路”沿线国家双边货物贸易总额超过16553亿元人民币,同比增长26.2%。

“必须要从单纯的商品输出走向商品输出与资本输出相结合。对外贸易与国际合作与投资更紧密的结合,既是我国企业走出去的必然,也是提升我国产业全球价值链地位的需要。”商务部研究院国际市场研究所副所长白明说,“一带一路”将不仅助力拓展我国外贸新空间,也将推动企业在国际市场上闯出一片新天地。

上海自贸区改革出新招:证照办理网上就搞定

“以往办理酒类零售许可证,需要来回跑窗口至少两次,路上的时间就要花掉不少。现在通过网上政务大厅办理,所有材料都在网上申报,最终的审批文书以快递的方式寄给我们,真是比以前方便了很多。”4月27日,负责为上海全家便利店办理证照的陈练超告诉记者。

陈练超感受的这种便利,来自于上海浦东新区政府和上海自贸区管委会最新启动的企业市场准入“全网通办”改革。今年3月召开的中央全面深化改革领导小组第三十三次会议,审议通过《全面深化中国(上海)自由贸易试验区改革开放方案》,其中提到:上海自贸区要以更大力度转变政府职能,提升政府治理能力。而“全网通办”,就是浦东和自贸区落实新方案要求推出的第一个重要措施。

浦东新区政府办公室副主任蒋红军介绍,包括金融贸易、食品药品、卫生、文化等

14个部门在内,目前浦东和自贸区涉及企业市场准入的营业执照及各类许可证共104个区级审批事项,已全部提供“全网通办”服务。其中,74个事项实现“网上全程,一次办成”,30个事项实现“网上申报,只跑一次”。

通过网上申报、网上审批,结合书面申请材料 and 证照文书快递传递,企业足不出户就能办成事情。从4月中旬试运行至今,在全网通办系统流转和办结的申请已达240余件。根据目录,全网通办涵盖的事项包括“出版物网上发行的备案”、“设立演出经纪机构(国内)许可”和“广告发布登记”等等。

“全网通办”的启动,不仅给企业带来了便利,也让政务服务更加高效和阳光。“网上的行为是全程留痕的,通过这个系统,再加上网上督查室机制,我们可以很清楚地看到证照申请流转到了哪个部门,办理花了多长时间,从而杜绝懒政行为的发生,并推动政府职能转变。”浦东新区区委常委、副区长、

上海自贸区管委会副主任陆方舟说。

“全网通办”“全区通办”和“全域共享”,是上海浦东新区正在推行的“三全工程”。这项工程不仅让企业受益,居民的感受度也在提升。针对个人社区事务,包括劳动就业、社保卡(居住证)办理和档案查询等,浦东新区将推出“全区通办”的服务,计划在今年年内,将170项个人社区事务从以往必须在户籍地办理的模式,向就近办理的“全区通办”转变。

“在浦东这样的新城区,户籍地和居住地分离的现象比较普遍。”浦东新区民政局局长黄宏表示,全区通办,就是要实现无论居住在哪里,户籍在哪里,工作在哪里,新区和自贸区的每个市民都可选择在任何一家街镇社区事务受理中心办理自己的个人事务。

支撑企业和个人感受上述便利的,是浦东正在升级的政务信息“全域共享”模式。这种模式打破以往政府内部“跨层级资源集成

难、跨部门信息共享难、跨领域业务协同难”的“三跨难”问题,依托浦东现有的“政务云”,通过与国家部委驻区单位、市级各部门之间的信息互联互通,推进浦东区域的政务信息在3年内实现“全域共享”。

比如,在金融领域,浦东将以市场全覆盖为目标,以信息互联互通为基础,以互联网金融风险专项整治、打击非法金融活动为工作重点,积极建设上海自贸区金融综合监管服务平台,通过信息归集、分析预警、共享披露、协调处置四大功能,促进自贸区和浦东的金融业健康稳定发展。

从去年年初开始,浦东和自贸区在全国率先试点“证照分离”改革,以解决企业“办证难”的问题。而包括全网通办在内的“三全工程”,将和“证照分离”试点等形成系统集成效应,从而推动上海自贸区朝着“提升政府治理能力先行区”的目标更进一步。

(何欣荣)

首届“央企楷模”发布仪式在京举行

中央企业首届“央企楷模”发布仪式日前在京举行。国资委党组书记郝鹏,国资委副主任黄丹华、刘强等出席活动,并为8位“楷模”颁发首届“央企楷模”奖杯和荣誉证书。

近年来,国务院国资委党委按照党中央关于挖掘中央企业先进典型的要求,寻找、选树、宣传身边的央企楷模。

从各中央企业推荐的候选人中,经媒体展播、评委会推选和职工网络投票,评选出了首届8位央企楷模。他们分别是邢继、张奕群研究室(集体)、洪刚、宋丽萍、杨春泽、白芝勇、林鸣、蔡斌。他们既有行业顶尖专家,也有业务能手,他们在岗位攻坚克难、默默坚守、持之以恒、深藏功与名,个个都是央企中的标兵和榜样。

据介绍,在首届“央企楷模”推荐评选过程中,为了扩大影响、加大宣传力度,国资委网站和“国资小新”两个端口平台同时开展“为‘央企楷模’点赞”的“微宣传活动”。在为期15天的活动时间内,对55个候选对象的基本事迹及图片资料进行展示,参与者可自由选择为候选人点赞。网络总参与人数有23万多,总点赞数近2800万个,总留言数6662条。

此外,出席发布仪式的还有中宣部、全总、全国妇联有关领导同志,有关中央企业党委(党组)、宣传部门负责同志以及媒体等约200余人参加。

(新华)

双汇集团召开 人本管理表彰会议

本报讯(记者 李代广)4月26日,2017年双汇集团人本管理会议在双汇大厦二楼多功能厅隆重举行,会议对企业2016年度人本管理工作进行总结表彰。双汇发展总裁游牧,企业高管、员工代表等近1000人参加会议。

双汇发展副总裁刘清德首先对企业2016年度人本管理工作进行总结报告,并宣读双汇2016年度“劳动关系和谐企业奖”和“名师名徒奖”表彰决定;公司领导为获奖单位和个人颁发奖牌和证书。武汉双汇、德州双汇、农牧事业部等获奖单位负责人先后分享了人本管理典型案例,交流人本管理经验。

双汇发展总裁游牧在讲话时指出,企业人本管理工作要坚持三个“不变”:升级人本管理,打造企业基层管理软实力的战略不变;持续流程创新,降低员工劳动强度、改善工作环境的做法不变;改善生活设施软硬件,让员工在企业中得到更高收入、享受更好生活、创造和谐劳动关系的方向不变。

员工是企业生存与发展的宝贵财富,双汇坚持“以人为本”的管理理念,持续推进“关心员工生活、关爱员工生命、关注员工尊严、关切员工发展”的人本管理,通过强化员工基本权益保护,加强员工素质培养和职业规划等举措,努力为员工营造一个安全、健康、可持续的工作环境,确保员工与企业共同成长、共同壮大、共享成果。

吐槽多、建议多 “互联网+高铁盒饭”能否满足旅客期待

■ 贾远琨 王原

高铁餐饮贵、选择少、味道差……成为不少网友的槽点,为何高铁餐饮如此“招黑”?其实,比起高铁餐饮本身,网友更加关注高铁餐饮的准入机制是否足够市场化、定价是否合理。近日,中国铁路总公司回应称,将加快市场化改革,搭建向社会开放的高铁餐饮供应信息服务平台。

“互联网+高铁餐饮” 中国铁总尝试准入制

针对社会舆论对高铁餐饮品质与价格的吐槽,中国铁路总公司回应称,按照开放合作、许可经营的思路,铁路部门将引入“互联网+”,尽快搭建向社会开放的高铁餐饮供应信息服务平台,将路内外符合条件的餐饮产品在同一互联网平台明码亮质标价,供广大旅客自主选择,形成公平开放的高铁餐饮市场。

目前,铁路部门正在加快研究实施方案的技术准备,将尽快推出网上订餐、站车配送供应服务;加强食品安全和高铁餐饮市场监管,依法执行食品安全准入制度,加大食品卫生监管力度,确保食品卫生安全;规范实施许可经营,完善合同约定,维护高铁餐饮有序竞争的市场秩序。

知情人士告诉记者,改革之后的方案是实行准入制,建立公开平台,让旅客在平台上自由选择,将不同于铁路部门以往的互联网探索。

2017年春运首日,1月13日,长三角地

区的25趟高铁列车上推出“饿了么”平台预定和即时订两种订餐服务,只需动动手指头,不用离开座位就可以吃上自己合意的餐食。旅客随身没带现金也没关系,高铁上购物可以使用微信、银联、支付宝支付。网上订餐进一步方便了旅客,但餐饮的选择范围仍然是在铁路部门通过公开招投标选定的商家。

据介绍,中国铁路总公司探索的“互联网+高铁餐饮”模式,是进一步向市场开放,实行准入制的尝试,只要符合要求的商家均可入驻平台,这意味着旅客的选择会更加多元化。

吐槽多、建议多 旅客期待怎样的高铁餐饮?

一直以来高铁盒饭作为舆论界的“网红”话题,时不时就会被网民吐槽。15元盒饭能否不断供?45元盒饭是不是太贵?高铁餐食为什么选择少、口味差?旅客来自五湖四海,口味和消费习惯各不相同,怎样的餐食供应才能够让旅客满意?

网民“深呼吸的言”就问:“去北京坐高铁,盒饭60元一盒,是不是太黑心了?”还有15元盒饭也成为大量网民永远买不到的“迷之存在”。“15?我就吃过40的,这还是最便宜的,摊手。”网民“比尔吉沃特弯刀ad”说。

除了价格,高铁餐食味道也是一大“槽点”。网民“雨白烟雨”说,“贵就贵吧,但是质量跟价格不成正比啊,饭菜都是凉的硬的,能不能把饭菜做好点?”

不过绝大多数旅客认为高铁盒饭的价格



不是问题,质量低且没有选择才是重点。有网友在社交媒体上晒出日本新干线铁路便当等“别人家的盒饭”,有寿司、牛肉饭、排骨饭等各式品种。“好吃又便宜,日本等地的铁路便当让人更愿意在列车上用餐。而我们的高铁盒饭谁都会想办法提前考虑不在车上吃。”网民“一正”指出了差距。

为了高铁盒饭质量提升,网民也是“操碎

了心”。“猫圆丸”就建议,把铁路盒饭作为各火车站经营的产业,一列车经过十个站,那么车上就同时供应十个站的盒饭,畅销的盒饭就加大供应,卖不出去就自负亏损。用质量和地方特色来赢取乘客口碑。

舆论也提出高铁盒饭定价应由反垄断部门评估。有媒体评论认为,“高铁盒饭定价,是否涉嫌滥用市场支配地位,相关部门似乎应

该尽早介入调查,给公众一个交代。让无尽的口水之争尽快结束。”

进一步市场化新探索 执行中有哪些难点?

铁路旅客来自天南海北,口味偏好与价格敏感度各不相同,要让旅客在高铁上吃饱、吃好不是一件容易的事。铁路部门针对旅客的不同需求,进行了品类的调整。

记者采访上海华铁旅客服务有限公司了解到,目前,15元和40元、60元的盒饭供应比例根据不同的线路也有所不同,以满足不同消费习惯的旅客需要。除了盒饭之外,上海铁路局管内高铁动车组列车上还增加了不少新品种。

比如,8元至15元之间的包子、微波水饺、鸡肉卷、面条、三明治、五芳斋粽子等品种,汤类也在过去单一的蛋花汤基础上增加了扬州狮子头汤、排骨萝卜汤等。

品种增加了、口味丰富了,而网民针对铁路部门对于供应商的选择是否足够市场化的质疑仍然存在,铁路餐饮的选择需要进一步市场化。

知情人士表示,目前来看,进一步市场化符合旅客的需求,但实施起来仍然有一些困难。主要体现在分拨、配送,以及食品安全的把控上。更多的商家进入平台,商品的选择是即时和随机的,如何高效且安全地配送到列车上是一大难点,目前,仍在调研实施的可能性,主要是解决流程问题。总体而言,引入竞争是方向,这对铁路部门对流程的管理提出了更高的要求。