

2 关注 Focuses

又见东风浩荡时——天津滨海新区“两加一减”打造“民企 10 万 + ”

■ 新华社记者 杨维成 刘元旭 邓中豪

东风风来满眼春,万紫千红竞芳菲。从北京向东南约 140 公里的渤海湾畔,民营经济正进入又一个发展春天。过去一年,天津滨海新区民营企业数量同比增长近两成,首次突破 10 万户,民营经济税收超过 500 亿元,同比增长近 18%。

+ 科技平台构筑“创新高地”

春意渐浓,在滨海新区旗下的天津港保税区,我国第二大金融自助设备厂商——恒银金融科技公司里一派忙碌景象。实验室内,研发人员正对自主研发的循环机芯进行测试。

“作为 ATM 机核心部件,公司的自主机芯已打破国外垄断。”刚刚带领恒银金融在 A 股上市的董事长江浩然说,“如果没有新区和天津港保税区的扶持,公司发展不到今天的规模。”

而在滨海新区五大功能区之一的天津开发区,一台台具有自主知识产权的磁悬浮轴承正在飞旋科技公司内加紧生产。董事长洪申平介绍,作为新区大力支持的创新型企业,公司的自主创新产品已打入欧美市场。

通过加大载体、平台、金融、服务等联动配套力度,滨海新区正构筑起民营企业“创新高地”。从一家员工仅 200 余人的民营企业,发展成为特斯拉等世界车企配套的全球最大汽车模具厂商之一,天津汽车模具股份

▶▶▶[上接 P1]

晏平：远大梦想已经开花结果

2017 年,晏平的心里满满都是国六,逢会必说国六,经他主持召开为国六专题会不下十次。会上关于国六的句句箴言激荡人心,催人奋进!

“我们这代玉柴人要知耻而后勇,加强对标学习,勤学善思,赶超世界一流水平。”“国六时期,玉柴不强则衰,不进则退。我们要站在巨人的肩膀上变革创新,实现脱胎换骨的自我超越。”

“我希望,国六全面投放市场之后,玉柴研发人员中,出现数十甚至上百个因为国六而获得百万元奖励的工程师!”

……他在向上级党委、政府的汇报中,说得最多、最透彻的是国六的重要意义和玉柴的国六战略。在 2017 年全国两会上,晏平再次斩钉截铁地向李克强总理表了“把握国六发展机遇,与国际知名品牌同台竞技”的决心。

2017 年,在玉柴,创新像大海一样奔涌;成果像雨后春笋喷薄而出。继年初 4 款国六发动机诞生后,7 月 13 日,玉柴又有 7 款国六发动机诞生,短短一年内,玉柴国六发动机已达 10 多款,玉柴全系列国六发动机全部准备到位,玉柴又一次将行业的话语权牢牢握在手里,玉柴国际化又向前迈进了一大步。

在今年 1 月 8 日的玉柴国六新品发布会上,晏平铿锵有力地說:“我们用铁的事实证明,玉柴已经具备了赶超国际内燃机工业一流水平的能力和实力!”话音刚落,云集业内外专家、合作伙伴代表和国内多家主流媒体记者的会场掌声雷动。

今年春天,晏平马不停蹄地带领玉柴高管团队走访了东风柳汽、东风商用车、东风特种商用车、东风专底、湖北大运、湖北三环、陕汽宝华等多家玉柴战略合作整车厂,首次开启了与主机厂深化国六合作的共赢之旅,探索、构建国六产品配套、营销新模式。

使命在肩,征程又起。2018 年 1 月 22 日,大寒刚过的北京寒潮刺骨,然而晏平的心里却暖流涌动,一份更大更强的使命感激励着他的心潮。这一天,他收到了很多信息,都是祝贺他当选中国内燃机工业协会理事会会长的。

站在中国内燃机工业协会理事会会长舞台上的晏平,平台更大了,眼界更宽了,目标更高了,“把我国绿色内燃机工业推到世界一流水平,引领我国民族工业参与全球竞争,打造中国制造国家新名片,不辜负内燃机行业和国家赋予的使命”的鸿鹄之志更加坚定!

风劲潮涌,自当扬帆破浪;任重道远,更需策马加鞭。晏平说:“我们这一代人要以振兴民族工业为己任,让世界爱上中国制造。然而必须清晰地看到,中国民族工业,包括玉柴在内的中国机械制造企业仍与世界一流制造企业有一定的差距,只有抓住新一轮科技革命和产业变革的机遇,全面推进工业化与信息化的融合互动,努力实现中国制造向中国创造、中国产品向中国品牌的转变,才能在未来的国际竞争中立于不败之地。”

陶行知先生有这样一句名言:“人生天地间,各自有禀赋。为一大事来,做一大事去。”新时代,新使命,新征程,晏平不忘初心,继续昂首阔步,逐梦前行!

有限公司是其中的一个“缩影”。

一汽模董事长常世平说,汽车模具设计需要大量算力,如自行搭建基于高性能计算能力的模具研发平台,至少需要千万级投入和不菲的软件、运维成本。现在公司每年只需几十万元,就可使用“天河一号”超级计算机的算力。

“在新区政府的支持下,‘天河一号’超级计算机已服务近千家企业。”国家超级计算天津中心研发部部长孟祥飞说。

截至 2017 年年底,滨海新区已拥有市级以上研发中心 464 家,其中重点实验室 111 家。产业技术创新战略联盟达到 33 家,成员单位超过 1000 家。大批科研平台的辐射带动,汇聚起创新发展的“众力量”,民营科技企业达 2.83 万户,同比增长一成多,年专利授权量近万个。

+ 精准服务打造创业“生态湿地”

在 2018 美国电子消费展上,天津深之蓝海洋设备科技有限公司的水下平衡车和智能水下拍摄机器人引人注目。作为滨海新区土生土长的民营科技企业,公司董事长魏建仓对滨海新区的“创业湿地”有着深切的感受。

“在这里,政府主动做好企业的‘服务员’,民企可以专心搞研发、拓市场,不用想别的。”他说。

从建立密切联系企业家常态化制度到建立企业家维权机制,从完善企业家安居落

户政策到建设高层次人才公寓、实施人才补贴政策……按照“产业第一,企业家老大”的理念,滨海新区从区级层面到旗下五大功能区,不断以精准服务打造民营企业发展的“生态湿地”。

“环境就是生产力,就是竞争力,就是吸引力。”滨海新区区长杨茂荣介绍,2017 年,新区组织千部对 5797 家企业进行帮扶。今年将再组织 2200 余名千部,帮扶近万家实体企业和 500 余个投资项目。

“去年我们要盖办公楼,员工出现停车难,帮扶千部很快就帮助协调到 30 个临时停车位。”飞旋科技公司办公室主任李晓佳说,“这件事虽小,但能看出政府对民企的重视。”

“我们在参与一个海外项目时,遇到因费用变更导致 3200 万美元销售额无法退税。”博迈科海洋工程股份有限公司副总裁王新回忆道,帮扶千部得知企业困难后,立即成立帮扶小组,最终帮企业解决了难题。

天津市委常委、滨海新区区委书记张玉卓说,在帮扶活动中,新区要求各级领导干部“既挂帅又出征”。“我们把服务企业作为对千部作风的一次现实检验,看一看到底哪些部门还在不作为不担当,到底哪些千部还在玩‘磨蹭闪避绕’。”他说。

— 制度成本营造“双创上地”

着眼于营造低成本、高效率、讲公平的营商环境,滨海新区出台 50 条措施,真心实意地为企业解难题、办实事。

中国酒业“青酌奖”榜单发布 仰韶龙中龙入选年度十佳

本报讯 (记者 李代广 文/图)3 月 26 日,2018 中国国际酒业博览会期间,中国酒业协会在酒城泸州发布了 2017 年度“青酌奖”酒类新品 TOP10 榜单。仰韶龙中龙凭借卓越的产品品质、厚重的品牌文化入选“青酌奖”年度十佳,成为仰韶酒业继仰韶窖香产品两度拿下“青酌奖”之后的又一殊荣。

作为中国白酒的骨干企业,河南仰韶酒业一直崇尚中国白酒的工匠精神,先后联合江南大学酿酒中心、河南白酒博士后研发基地等诸多科研单位,积极推进白酒复合香型的研究工作,并在此领域发表论文多篇,成果斐然。

仰韶龙中龙是仰韶酒业坚决落实河南省白酒业转型发展工作会议中提出的“鼓励我省重点酒企以资产、品牌为纽带,实施跨地区兼并、收购和重组,打造龙头企业”的讲话精神,与产酒大县濮阳南乐进行积极接触,为满足品质升级、消费升级下的政商务接待需求而做出的重大举措。

作为仰韶黄河酒业首款新品,龙中龙



酒属于兼香型,在产品设计中借鉴了超级大单品“仰韶彩陶坊”的成功经验,以仰韶酿造技术为支撑,以龙乡文化为内核,巧妙

地将“仰韶文化”“龙乡文化”“白酒文化”融为一体,是送给龙乡人民的一份厚礼,也是豫酒振兴新时代的献礼产品。

转型趁早·份额抓牢·投资向好——从上市险企年报看变局中的保险业

■ 新华社记者 谭谟晓

上市险企陆续交出 2017 年成绩单。记者梳理发现,同一个竞技场,你有“三板斧”,我有“杀手锏”,各有千秋。但也存在一些共性,比如转型脚步更快、竞争更有序、投资更稳健……透过这些保险领域佼佼者的点滴变化,依稀可见今年中国保险业的发展轨迹。

转型:长痛不如短痛

转型很痛苦,但不转型是没有出路的。2017 年,保险公司深刻感受着回归保障带来的变化,转型成功的,“病”去一身轻,日子明显比其他公司好过一些。

好日子是苦日子换来的。2016 年,新华保险开始大幅削减低价值的银保趺交业务,提升长期期交和保障型业务占比。业务调整的直接后果就是保费收入下滑,这对以“保费论英雄”的保险机构管理者来说,压力可想而知。

新华保险董事长兼 CEO 万峰表示,趺交保费确能帮助公司快速做大规模,但无益于公司持续发展。寿险公司如果侧重于发展银保趺交业务而忽略长期保障型业务,无异自废武功。

经过两年转型,新华保险基本甩掉了趺交包袱,初步形成了续期拉动的保费增长模式,2017 年续期保费同比增长 19.4%,占总保费的比例由 2015 年底的 53%上升至 71%。

新华保险的转型历程是上市险企发展的缩影。实际上,中国平安、中国太保等也经历了类似的“蝶变”,而业务结构尚未调整到位的,感受着“阵痛”,转型步伐也在加快。

“以前银行争着要,现在没人买。”中国

人寿总裁林岱仁说,2008 年 3000 亿元保费收入里有一半是银保趺交业务,这个比例在逐年下调,但在去年 5000 多亿元保费里,仍有 600 多亿元银保趺交业务,今年要再压缩 100 亿元。

竞争:看似风平浪静,实则暗流涌动

在中国人寿近几年的业绩发布会上,“市场份额”已成必答题,将其与中国平安进行对比让记者们乐此不疲。今年,记者把同样的问题抛给了中国平安和中国人保。

一切都源于中国平安多年前启动但又秘而不宣的“超人计划”,这一计划目标之一就是要在寿险市场上超过中国人寿。在 2016 年业绩发布会上,林岱仁曾这样表示,“不追求总保费在市场上的份额,但底线是保持市场第一。”2017 年,中国人寿市场份额约为 19.7%,林岱仁称“稳居国内寿险行业第一,2018 年市场份额不会有太大变化。”

“我们不太关注市场占有率。”中国平安首席保险业务执行官李源祥说,中国寿险市场潜力巨大,我们愿意和同业相互协作,共同把中国市场做好。

从曾经的“欲说还羞”,到现在的大方方,管理层给出的答案耐人寻味。

数据可以清晰地描述竞争态势的变化。2017 年中国人寿、平安人寿保费收入分别为 5119.66 亿元、3689.34 亿元,同比增长 18.9%、34.1%,两家公司保费总规模差距不断缩小。

“超人计划”的另一目标是要在财险领域超过人保财险。2017 年,平安财险、人保财险保费收入分别为 2159.84 亿元、3503.1 亿元,市场份额为 20.5%、33.1%。

“我们会想办法保持住这个市场份

在将审批机构由原来的 18 个变为 1 个,审批印章由 109 颗变为 1 颗基础上,滨海新区“放管服”改革持续加力,积极推行“最多跑一次”,落实注册登记便利化新举措,实现全程网上登记。

如今,滨海新区行政审批局受理的 151 项行政审批事项,都已经能够通过互联网进行申报,办事人只需将要件通过网络上传,批复完成后就可以直接到大厅领取证照。

“没想到只是向微信客服问了一下物流企业如何增办机动车维修证,竟一次就拿到了新的营业执照和许可证。”滨海新区一家物流企业负责人黄南良说。

黄南良享受到的便利来自于天津开发区区行政审批局的线上统一服务平台。在她提出问题后,行政审批局的公益代理人员便主动指导她在官网上传相关核心要件,并帮其代为填报其他表格。黄南良来现场完成网办件的签字、盖章及核验原件无误三步后,便直接取走了证照。

“没有行政审批的减法,就没有市场主体的加法甚至乘法。”张玉卓说,为提升市场主体准入便利化水平,新区主动以“减证”促“简政”,将 5 个部门的 9 个涉企备案事项与营业执照合并登记。

在提高效率的同时,滨海新区还积极在降成本、讲公平上出实招,实施企业公积金浮动比例改革,推动大用户和发电企业直接交易,加强对非税收费的规范和管理,下大力量减少制度性交易成本。

从“小鲜肉”到老央企 中国企业涌现管理创新

■ 许晟 张萌

小米把工业设计做成其科技产品核心竞争力,中航科工用“两套打法”激活企业双创造力,国家能源集团大渡河公司用“智慧”概念全面升级企业……记者近期采访企业发现,为了追求高质量发展,不少企业已演化了许多创新的管理形式。

“要实现高质量发展,企业不仅要提高产品和服务的质量,更重要的是通过理念、目标、制度、业务、产品,一直到具体工作的全方位管理变革和创新,全面增强企业综合素质和发展能力。”中国企业联合会会长王忠禹说。

在众多勇于创新的企业中,可以看到许多不同方向、类型的创新性管理变革正推动企业自身发展。

比如,小米科技有限责任公司结合“硬件+新零售+互联网”的创新优势,设置专门研究机构吸引世界级设计人才,在内部实现研究机构与产品研发、生产等部门的无缝合作等,迅速打造了以工业设计为主的产品核心竞争力。

不仅“小鲜肉”,老央企也有新打法。中国航天科工集团公司明确“两条战线、两套打法、两个目标”总体思路,构建适应双创的运行管理体系,搭建内外部双创协同创新的线上双创平台等,最大限度释放创新活力。企业创新能力稳步增强,效益大幅提升。

也有企业抓住数据化潮流,及时升级管理。如,国家能源集团大渡河公司将公司所属 22 个基层企业,划分为智慧工程、智慧电厂、智慧检修、智慧调度四大业务单元,使企业管控效能、决策管理、风险管理等进一步升级,经济效益明显提升。

实际上,伴随时代发展,我国企业一直在推进管理创新,当前有些创新做法受到国内外同行较多认可。

3 月 29 日在北京举办的 2018 年全国企业管理创新大会上,全国企业现代化创新成果审定委员会发布了 205 项“国家级企业管理现代化创新成果”,包括小米科技、航天科工等优秀企业的创新做法。

中国企业联合会常务副会长朱宏任介绍,全国企业管理现代化创新成果审定和推广活动 1990 年开展以来,已审定发布 24 届共 3050 项国家级企业管理创新成果。“这些成果对推动我国企业深化改革、加强管理、促进创新发展起到积极作用”。

入选“BrandZ2018 最具价值中国品牌 100 强” 洋河全国化进入“中盘阶段”品牌势能彰显

3 月 28 日,全球最大传播服务集团 WPP 与旗下调研机构——凯度华通明略(Kantar Millward Brown)共同发布“BrandZ 2018 最具价值中国品牌 100 强”排行榜。其中,洋河股份入选该榜单并列第 49 位,品牌价值增至 20.32 亿美元,较去年增长 32%,位居酒业增速第 3 名。

据悉,“BrandZ 全球品牌价值榜单”目前已成为国际公认的最权威的品牌排行榜之一。2008 年首次发布,其榜单与报告成为中国品牌发展及行业观察的风向标。BrandZ 在排名上既考虑消费者对所购品牌的看法,同时也对其财务数据、市场估价、分析师报告及风险预测进行了缜密分析。由于品牌是经营绩效、产品交付、定位清晰度与领导力的综合体,因此,消费者品牌认知是确定品牌价值的关键依据。

据业内专家分析,洋河股份入选该榜单,不仅显示出洋河品牌在市场上溢价能力得到逐渐增强,也证明了消费者对洋河提供的卓越消费体验表示认可。The Store WPP 欧洲、中东、非洲及亚洲区首席执行官大卫·罗斯(David Roth)表示:“我们很高兴看到有越来越多像洋河这样的企业,在为消费者体验的提升不断做出努力和创新。”此次榜单相关评委也认为,持续为消费者提供匠心绵柔产品、注重消费者体验,是洋河此次脱颖而出且获此殊荣的关键所在。

2017 年,洋河股份以“走三步,练六力,再谱苏酒新篇章”为总体工作思路,积极把握消费升级趋势,扎实推进各项工作,实现了中高端产品销售持续并快速增长。据业绩快报显示,全年实现营收 197.7 亿元,同比增长 15.05%;实现归属上市公司股东的净利润 65.98 亿元,同比增长 13.23%。同时,洋河“梦之蓝”一举跻身国内高端白酒百亿元大单品“俱乐部”。

与此同时,洋河在品牌塑造上延续“大手笔”“大动作”,“梦之蓝”无论是年初奏响国家大剧院新年音乐会、冠名央视《经典咏流传》,还是亮相“一带一路”高峰论坛,都不遗余力地把品牌向“上”推,并从“绵柔品质、新国酒故事、消费者体验”等角度,讲出洋河真实动人的品牌故事,让广大消费者认识真正的洋河。

据悉,截至目前,洋河产品销售范围已覆盖全国 2800 个区、县,经销商超过 8000 家,全国化布局进入“中盘阶段”,蕴藏着厚积薄发的潜能。(张紫尘)