

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 288 期 总第 9331 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元 2018 年 12 月 26 日 星期三 戊戌年 十一月二十

唐家河是东方生态密码箱

■ 李后强

很高兴参加唐家河国家级自然保护区建设发展 40 周年研讨会,也坚决支持四川省社会科学院参与举办这次研讨会!

习近平总书记在庆祝改革开放 40 周年大会上强调,“我们要加强生态文明制度建设,实行最严格的生态环境保护制度”。省委十一届四次全会要求,在 2019 年开展纪念大熊猫科学发现 150 周年活动。1869 年,法国科学家在四川雅安宝兴县的邓池沟(穆坪)科学考察时发现“黑白熊”是一个新物种,鉴定报告发表在 1869 年《巴黎自然历史博物馆之新文档》第五卷,从此,匿居荒野的猫熊(大熊猫)进入人类文明的视野。我们这次来唐家河也是调研大熊猫国家公园建设情况。我与唐家河有很深情感。1995 年夏天,我第一次来到唐家河,感觉特别好。体会是,唐家河是野生兽类遇见率最高之地,也是生物多样性热点之地,还是珍稀植物隐长之地,更是东方生态密码箱!她蕴藏着中国生态密码,也蕴含着中国人文密码,是解读世界生物演化历史的钥匙。东方与西方的价值观不同,生态理念也不同,唐家河装有新旧密码和整套方案。对于四川说,唐家河无疑是一个生态文化的宝地,也是生物基因的宝库。研究唐家河,能给我们提供无数生态答案。她的内涵极为深刻,外延极为广泛!

有专家说,秦岭是中国南北分界线,中央公园。从地理上讲,大秦岭是中国腹心、中国绿心。从功能上讲,大秦岭是中国绿肺、中央空调。唐家河保护区地处川北秦巴山区腹地,川陕甘交点,是青藏高原的东大门,是中国地理第二阶梯的过渡带,地形复杂,气候独特,物种极为丰富。胡锦矗教授 1974 年带领科考队进入唐家河,形成的报告促进了保护区的建立,他是历史性的功臣。我第一次在唐家河登山,是这里的老职工鲜方海同志手拿砍刀开路的,至今记忆犹新。唐家河是世界遗产,中国亮点,人类财富,四川名片。保护区在 1978 年正式建立时,适逢中国自然保护区正规化建设的开端,40 年来无论是晋升国家级自然保护区,还是探索自然保护区行政主管部門与地方政府双重管理机制、科研平台建设和社区共管等工作,唐家河都在全国率先试点。唐家河人锐意改革、勇于开拓所积累的经验不断走向全国,唐家河保护区因此也成为全国的示范保护区,入选全球最佳保护地绿色名录。唐家河是自然和历史留给我们的丰厚遗产,我们要关爱和保护她,让她保持原生态和本来面目。

四川省社会科学院是省委、省政府的思想库和智囊团,是集科研、教学、传播、咨询服务于一体的社会科学研究机构,建院已经 60 周年。我们愿意为唐家河保护区的建设发展提供智力服务,共同办好“唐家河生态论坛”,共同解读唐家河生态密码,共同创新保护与发展的协调机制,共同整合生态、社会、经济、文化效应。生态文明建设任重而道远,唐家河保护区在未来发展中,如何为大熊猫国家公园试点和四川省的全面建成小康社会做出更大贡献?中国的自然保护区在实现社会主义现代化进程中怎样才能发挥重要的作用?这些问题需要自然科学家和社会科学家、理论家与实践家加强交流并紧密合作。

唐家河保护区建立 40 年了。古人说,30 而立,40 而不惑,50 而知天命,这说明唐家河没有什么思想困惑和理念障碍了,将来一切顺利!唐家河辉煌的历史让我们今天聚集在一起,“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念是我们谋划未来的共同指导思想。感谢各位领导与嘉宾在年终繁忙的工作中来参加这次由四川省社会科学院与唐家河自然保护区管理处共同举办的研讨会,衷心祝愿大会取得丰硕的成果,祝愿以唐家河保护区为代表的中国自然保护区管理不断取得新的成绩,并祝各位与会嘉宾身体健康,2019 年一帆风顺,再创辉煌!(作者系四川省社会科学院党委书记、教授、博士生导师)

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台二维码



中国企业家网二维码

陈峰:海航屡过难关 离不开党和国家的关怀

◎在危机中不断成长壮大 ◎累计出售近 3000 亿非主业资产

◀◀◀P2

财经高层解析2019高质量发展路径图



■ 班娟娟 张莫 孙韶华 郭倩

21 日闭幕的 2018 年中央经济工作会议传递出下一阶段我国经济政策的新动向:坚持稳中求进总基调,进一步做好“六稳”工作;聚焦“八字方针”,坚持以供给侧结构性改革为主线不动摇;三大政策协同发力,打造“最优政策组合”;针对突出问题,继续打好三大攻坚战;明年抓好七大重点任务,坚定迈向高质量发展。

在 22 日的“2018-2019 中国经济年会”上,包括中央财经委员会办公室副主任韩文秀、全国政协经济委员会副主任杨伟民,以及来自发改委、工信部、银保监会等部门官员权威解码中国经济工作会议精神,详细解读了 2019 年我国宏观经济形势和政策的重点,勾勒出 2019 高质量发展路径图。

“八字方针” 打造供给侧结构性改革“升级版”

中央经济工作会议认为,我国经济运行主

要矛盾仍然是供给侧结构性的,必须坚持以供

给侧结构性改革为主线不动摇,更多采取改革的办法,更多运用市场化、法治化手段,在“巩固、增强、提升、畅通”八个字上下功夫。

“八字方针”是当前和今后一个时期深化供给侧结构性改革,推动经济高质量发展的总要求。”中央财经委员会办公室副主任韩文秀说,面对形势的变化,特别是经济下行压力有所加大,有两种政策取向:一是坚持深化供给侧结构性改革,二是强化需求刺激。在经济运行主要矛盾仍然是供给侧结构性矛盾的情况下,我们选择进一步深化供给侧结构性改革。

全国政协经济委员会副主任杨伟民说,供给侧结构性矛盾的根源是要素配置扭曲。必须坚持供给侧结构性改革不动摇,坚持用改革的办法矫正要素配置扭曲,增强应对不确定性的能力,增强经济发展韧性,保持经济长期向好的基本面。

“深化供给侧结构性改革,就是要打造供给侧结构性改革的升级版,推动经济的高质量发展。”国务院发展研究中心副主任王一鸣说,

中央经济工作会议明确提出八字方针,指明了方向,很有针对性。从根本上说,强调的是要深度推进市场化,让市场在更大范围、更深层次上发挥作用,凡是市场能自主调节的都要交给市场,凡是企业能干的就让企业去干。

一揽子促制造业高质量发展政策有望出台

在中央经济工作会议部署的 2019 年七大重点工作任务中,推动制造业高质量发展位列首位。

中央经济工作会议指出,要推动先进制造业和现代服务业深度融合,坚定不移建设制造强国。要稳步推进企业优胜劣汰,加快处置“僵尸企业”。要增强制造业技术创新能力。加大对中小企业创新支持力度。

工信部副部长辛国斌表示,制造业是实体经济的主体,是经济高质量发展的关键。“总体上我国制造业大而不强特征明显,关键核心技术和装备受制于人的局面没有根本改

变,整体处于全球价值链中低端的格局没有根本改变。”

一揽子促制造业高质量发展的政策有望出台。据他透露,下一阶段,将补齐关键短板和弱项,组织实施关键新材料突破,工业互联网基础技术和产品突破,大飞机等关键领域创新重大工程。同时,加快建设制造业创新中心,搭建一批面向重点行业的知识产权运营公共服务平台,鼓励企业运用知识产权参与市场竞争。继续开展智能制造试点示范,完善智能制造国家标准体系。培育发展先进制造业集群,鼓励大型企业进一步做大做强,注重培育发展创新能力强的小巨人企业和单项冠军企业,推动形成大中小企业融通发展的局面。

发改委副秘书长任志武说,2019 年,普惠性创新政策体系将加快构建。将加大政府投资力度,建设瞄准世界科技前沿发展需要的重大科技基础设施等。

金融防风险 与增加融资供给并举

金融业也要服务于供给侧结构性改革以及经济高质量发展。一方面要支持高质量经济发展增加融资供给,另一方面也要防范风险,推动高杠杆企业去杠杆,加大风险管理。

中国银行保险监督管理委员会副主席梁涛表示,当前我国经济已经由高速增长阶段转向高质量发展阶段,金融体系必须以供给侧结构性改革为主线,以优质高效的服务推动经济发展的质量变革、效率变革、动力变革,为转变发展方式和转换增长动力,提供有效服务,创造有利条件。

梁涛表示,要引导银行保险业机构强化对民营企业、小微企业、三农领域的金融服务,支持基础设施领域的短板,推动有效投资稳定增长,保持经济运行。

“加大信贷投放的力度,不等于弱化风险管理,要重点支持未来有发展前景、但遇到暂时困难的优质企业。同时,继续打好化解风险的攻坚战,把握结构性去杠杆主线,针对突出问题、重点领域和高风险机构,分类制定风险管理的方案,防范金融市场的异常波动和共振,严守不发生系统性风险的底线。”他说。

中国企业开启数字化采购时代

■ 秋岩

12 月 18 日,工业和信息化部赛迪研究院、中国国际电子商务中心研究院正式发布《中国企业电商化采购发展报告(2018)》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2018 年我国企业电商化采购市场规模约为 3600 亿元,同比增速达 80%。

从采购物资类型看,企业对消费通用型产品和服务的电化采购青睐有加,交易额超过 1500 亿元,增速达 62%;从采购平台看,综合型平台大于垂直型平台,交易额已经接近 2000 亿元,复合增长率 83%。《报告》认为,企业电商化采购表明,互联网平台由个人消费市场扩大至企业消费市场。

业务模式基本成熟

近年来,随着数字经济时代的加快发展,产业互联网蓬勃兴起。“互联网+”正显示出愈发重要的价值,中国企业正在加速迈入数字化采购时代。

《报告》抽样调查显示,企业电商化采购综合型平台中,市场占有率最高的是京东企业购,占整体采购样本的 51.2%,其次是阿里企业采购,占比 29.8%,再次是苏宁企业购,占比 13.9%。作为行业代表,京东的服务模式以自营为主,致力于无缝衔接上游品牌商和下游企业用户需求,进而快速了解企业市场的需求变化,利用技术优势实现资源整合,响应企业用户的需求。

据介绍,企业电商化采购综合型平台的业务模式已经基本成熟,即将进入一个规模增长、技术精进、商业模式加快创新的全方位高速发展新阶段。京东集团副总裁、企业业务负责人宋春正表示,随着物联网、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术在电子商务平台上的应用,数字化智能采购将发挥越来越大的价值。

连接消费与产业两大市场

企业电商化采购一端链接丰富的互联网技术资源,一端链接企业内部复杂的供应链

管理系统,成为连接消费互联网与产业互联网两大市场的通道。

《报告》指出,一种由采购行为驱动、数据和技术赋能、供应链协同而实现的全流程在线化 B2B 电子商务模式正在形成。这一模式源于采购又赋能采购,一站式地在线上完成企业采购管理从供应商匹配、下单、审批、执行,到后续的交付、结算等全部过程,极大促进企业降本增效,成为推动传统企业实现数字化转型的切入点。

“电商化采购的实现,使面向所有企业级用户的全流程在线交易成为现实。B2B 电子商务在经历了以信息汇聚为主的黄页时代、以撮合交易为主的 2.0 阶段,以及以寄售和代买为主要形式的 3.0 阶段之后,到了彻底改变企业生产生活方式、改变产业游戏规则的新阶段,将迎来真正高速增长。”中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛表示。

推动数字经济发展

电商化采购对企业发展意义重大,是企

业消费的一次重大升级。《报告》显示,企业电商化采购能够使大型企业的分散采购集中化、复杂流程集成化、采购过程透明化、采购全流程可控化,最终使企业采购综合成本降低 15%—20%,采购业务效率提高 60%以上;能为中小企业提供公平竞争的市场环境,提升其议价能力、采购效率和信息化能力。企业电商化采购是企业供给侧结构性改革的推动力,是支持民营经济及中小企业发展的抓手,是数字经济发展的新引擎。

以京东为例,基于自身对企业市场 10 多年的理解,京东提出一体化开放战略,通过发挥自身技术、产品、服务等基础设施优势,推动企业供应链及管理全流程数字化的蝶变,打造出推动企业采购管理升级的“京东模式”,成为《报告》中客户满意度最高的电商化采购平台。

未来几年,企业电商化采购平台模式及相关服务生态会进一步成熟,逐步突破发展瓶颈,企业电商化采购交易规模还将进一步扩大,到“十三五”末期有望超过一万亿元。

1995 棒棒鸡传奇
川味熟食经典
热线电话:400-6867-887



www.bangbangji.com

合作商家



纯正美国味
来自 Smithfield
进口 Smithfield 猪肉原料



美式培根 美式火腿 美式香肠