

## 中国太保转型 2.0 力攻坚破局

■ 向家莹

历经近三年规划,中国太保的转型 2.0 从起跑转向途中跑。中国太保党委副书记、总裁贺青在深圳举行的媒体见面会上表示,将力争在 2019 年实现转型 2.0 的攻坚破局。

2018 年,中国太保集团总部完成了自上市 11 年以来的首次总部组织架构改革。总部 1400 余位员工通过架构改革和人岗适配,在一个多月时间内完成了所有岗位和人员的到位。架构改革从原先的一二级部建制进行改变,整体组织架构更加扁平,例如在总部层面成立了九大中心,包括战略管理、协同发展、科技运营、投资管理等方面。同时成立了资产负债管理、财务等五个集团层面的专业委员会。

值得注意的是,中国太保组织架构改革人随事走,新设部门采取公开竞聘。对此,贺青表示,架构不是万能的,比架构改革更为重要的是围绕新的组织架构所配套的机制设计和流程优化,适才配置。所以从这个角度,中国太保的组织改革才刚刚开始。

中国太保 2018 年保费收入显示,太保寿险过去一年累计收入 2013.43 亿元、同比增长 15.73%,太保产险为 1186.01 亿元、同比增长 12.85%,集团总保费收入 3199.44 亿元,同比增长 14.64%。

“2018 年中国太保总保费收入首次突破 3000 亿元大关,公司偿付能力充足,资本实力雄厚,寿险公司双双创保险公司服务评价 AA 级和经营评级 A 级,均为行业年度最高评级。”贺青表示。

据中国太保副总裁、董事会秘书马欣介绍,中国太保增长的客户总数已连续三年超过 1000 万,2018 年两张以上保单的客户数量首次超过 2000 万,增长幅度是总客户数增长速度的 2 至 3 倍,说明有更多存量客户愿意持续加保。

在转型 2.0 至关重要的年份,养老产业成为中国太保重要发展抓手之一。中国太保养老产业投资公司总经理魏琳表示,早在去年 7 月,中国太保发布的养老产业三年规划中便明确提出要聚焦于一线城市和资源禀赋比较丰富的一些旅游型城市。据悉,中国太保已完成了覆盖四大战略领域的发展规划,即养老社区的投资布局规划与开发建设,打造“太保家园”系列养老社区产品;培育高端养老社区的运营管理能力、积极服务保险主业、开展与养老产业相关的医疗、健康等投资业务。此外,中国太保还将完成“专属保险产品+高端养老社区+优质专业服务”的新型业务模式,增强保险产品市场竞争。

“未来 3 至 5 年将在上海、成都、大理、杭州、武汉、海南、厦门等落地 6 至 7 个城郊型和度假型高端养老社区项目即‘太保家园’,累计拓展 8000 至 10000 套高端养老公寓,床位 1 万至 1.2 万张。”魏琳介绍,投资养老社区可作为保险业务的重要配套,延伸保险产业链,拉动保险销售,长期可获取不动产增值收益,未来还可运用养老和健康大数据,支持养老健康保险产品创新。魏琳表示,下一步养老投资公司将着力在医养结合方面下功夫,构建“线上+线下”全方位的健康管理闭环,促进保险业与健康服务业的深度融合发展。未来,养老投资公司还将从负债、资产和服务三方面全方位发力。在负债端,配合寿险公司开发更多的针对中老年人的保障型、储蓄型产品;在资产端,将快速投资布局一系列高起点规划、高标准设计的养老社区;在服务端,高位起步,直接对接欧洲最成熟的养老运营机构水准。

## 梦之蓝搭配《国家宝藏》何以多姿多彩

■ 张紫尘

近一段时间,央视历经两年打造的扛鼎之作《梦之蓝·国家宝藏 2》开播以来,便占据各大网站的热搜榜。在最近一期的节目中,流量小生鹿晗挑战“纯白气质”,演绎江南才子沈德符,守护明衍圣公朝服;更有老戏骨王学圻演绎运筹帷幄的大军师——古代军事奇才孙膑,为观众呈现孙膑与庞涓这对生死敌手针锋相对的故事。网友纷纷发微博感叹:国宝原来也可以这么多姿多彩!

与此同时,作为《国家宝藏》合作伙伴的梦之蓝品牌也持续受到关注,其传承古代文化的责任与担当获得网友高度点赞。此次,《梦之蓝·国家宝藏 2》致力于文化的传播与传承,通过“国宝+明星”形式深入浅出的演绎,在全国范围内引发了各个年龄层次人群对博物院(馆)的追捧,并再现文化综艺类节目收视高峰。

据悉,梦之蓝携手央视打造全新一期《国家宝藏》,可谓一次成功的探索。在节目中,明星嘉宾担任“国宝守护人”职责,首先以戏剧表演方式演绎国宝的前世传奇,再邀请考古学者、文博人员、讲解员、研究人员等作为“今生人物”讲述国宝的今生故事,从而取得纵贯古今的效果。

据了解,从前两年的《梦想星搭档》《经典咏流传》《知识就是力量》,再到现在的《国家

# 多地酝酿新一轮文化旅游规划

## 政策利好促业绩向暖,行业并购重组趋势明显

■ 班娟娟 王文博 马静怡

近来,文化和旅游消费再度成为关注焦点。在 1 月 30 日国新办举行的新闻发布会上,文化和旅游部相关负责人表示,2019 年旅游人数仍处增长态势,春节假日将较往年“更火爆”。相关报告显示,2019 年国内旅游人数将达 6.06 亿人次,国内旅游收入 5.6 万亿元。春节预计超 4 亿人次出游。冰雪旅游、研学游等消费新趋势凸显,国内游增速将超过出境游。今年春节国人预计可能花费超过 5000 亿元在国内旅游上。此外,北京、广州、上海等反向春运目的地依然很热门。

2018 年以来,促消费新政密集落地,带动文化旅游消费火爆升级,不少文旅业上市公司业绩向好。2019 年开年,地方也纷纷出台新一轮文化旅游规划,有些还在加快推动旅游集团重组。业内称,利好政策加持下,文化旅游行业将保持中高速增长态势,未来两到三年并购重组趋势将愈发明显。

### 国内游增速将超过出境游

文化和旅游部数据显示,预计 2018 年国内旅游人数 55.39 亿人次,收入 5.13 万亿元,分别增长 10.8% 和 12.3%;入境旅游 1.41 亿人次,实现国际旅游收入 1271 亿美元,分别增长 1.2% 和 3.0%。文化和旅游部党组成员王晓峰表示,今年旅游人数仍处于增长态势,“我们判断,这个节假日应该比往年更火爆。”

携程发布的《2019 春节长假旅游趋势预测报告》显示,今年春节长假预计将超过 4 亿人次出游,出境游人次约 700 万。携程旅游研究专家表示,景区门票降价优惠、高铁开通、

航线增多、免签或落地签目的地增多等有利因素,有力助推国内民众的出游意愿。

“距离春节还有 1 周时间,出境游市场进入尾期。”众信旅游直客营销中心总经理王振明对《经济参考报》记者表示,2019 年春节旅游目的地呈现一冷一热趋势,去冷的地方感受冰雪,如阿拉斯加、北欧等地;去温暖的地方躲避寒冷,如东南亚海岛。

值得一提的是,携程订单显示,国内游热度明显升高,预计增速将比出境游更快。今年春节国人预计可能花费超过 5000 亿元在国内旅游上。此外,北京、广州、上海等反向春运目的地依然很热门。

今年旅游消费还将呈现一些新特点。文化和旅游部资源开发司负责人张吉林表示,旅游方式从观光型向度假休闲型转换,自驾游、自助游等旅游方式应运而生。此外,文化和旅游部正在研究制定研学旅游的一系列产品标准,今后将进一步扩大供给,来适应各个层次、各个阶层、各个年龄段的游学需求。

促旅游消费政策也将加码。文化和旅游部产业发展司司长高政透露,春节期间,上海、重庆、长春、杭州等多个国家文化消费试点城市将安排丰厚的“惠民大礼包”,对本地居民和外地游客进行文化和旅游消费予以适当补贴。

### 新一轮旅游规划密集出台

2019 年开年,地方纷纷出台新一轮文化旅游规划。比如,北京市提出扩大文化、体育、旅游消费,制定建设国际一流旅游城市意见。福建提出,打造“全福游、有全福”品牌,引进国内外大型旅游集团,开发中高端旅游精品,

推进全域旅游、深度旅游,发展红色旅游、康养旅游。黑龙江则依托原生态优势,大力发展旅游、休闲、康养等产业。

不少地方还在加快编制具体行动计划。据悉,今年海南将在顶层设计上下功夫,编制出台旅游文化体育方面的若干规划。海南省旅游和文化广电体育厅厅长孙颖 1 月 27 日透露,《国家体育旅游示范区总体规划》已通过专家终审,准备上报。1 月 29 日,甘肃省对《酒泉市全域旅游发展规划(2018-2030)》进行评审,强调突出全域旅游核心主题,全力打造重点旅游产品。

“我国服务业发展潜力巨大,文化旅游是现代服务业重要板块。各地纷纷出台相关规划,既符合经济发展趋势和政策导向,也符合消费升级趋势。通过政府搭台,引入社会资本进行多元投资,也有利于加快推动文旅行业供给侧结构性改革。”劲旅集团总裁魏长仁对《经济参考报》记者表示。

对于各地如何落实规划,加快建设旅游市场,商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊对《经济参考报》记者表示,在供给侧,

也将保持较快增长态势。预计未来两到三年,文旅行业并购重组速度将加快。

中国国旅日前公告显示,2018 年报告期内,公司实现营业总收入 470.12 亿元,同比增长 66.23%,实现净利润 31.48 亿元,同比增长 24.39%。宋城演艺 2018 年度业绩预告显示,该年预计净利润 12.28 亿元-13.88 亿元,同比增长 15%-30%。

“处于充分竞争的一些实体企业,以及部分在线旅游企业,只要是在产品、营销、品牌方面做得好,盈利都非常可观。未来,随着旅游行业竞争日趋激烈、供给侧结构性改革不断深化,凡是资源整合到位的企业,业绩仍将保持较快增长。”魏长仁说。

盘古智库高级研究员吴琦告诉《经济参考报》记者,我国旅游行业已经进入高速发展期。随着居民可支配收入增长,旅游消费意识增强和消费习惯改变,旅游业市场空间将不断扩大,加之利好政策的推动,行业将持续保持向暖态势。

文化旅游行业并购重组步伐也在加快。云南旅游 2018 年底发布公告,计划收购云南世博旅游控股集团有限公司所持云南省国际旅行社有限公司 51% 的股权。宋城演艺调整六间房重组方案后,近期已迈出了重组第一步。公司预计 2019 年 4 月 30 日前与密境和风完成第二次股权转让。海南省日前也提出推动省旅游集团重组。

“预计未来旅游产业集中度将进一步提高,并形成一批资产规模较大、核心竞争力较强、具备产业链和区域整合能力的行业龙头企业。”吴琦表示。

### 行业并购重组步伐或加快

业内专家指出,当前经济下行压力对居民消费产生了一定影响,但是高品质的文化和旅游产品依然有很大市场,相关企业业绩

## 董事长鼓励咱们养生态猪

“大家快来看看咱们家的柚子,个头不好看,吃起来很甜……”1 月 22 日,四川省开江县讲治镇大雄村困难户邓秀忠 70 多岁的母亲一边用刀削开柚子,一边告诉川煤集团党委书记、董事长景宏年说:“自从你们川煤集团来到我们村子,全村就发生了翻天覆地的变化,真要感谢你们川煤集团的领导,感谢共产党。”

自 2018 年初川煤集团与大雄村结对帮扶以来,这已经是景宏年第三次从成都来到大雄村看望慰问自己的联系户了。来到联系户邓秀忠家里,景宏年走进邓秀忠家厨房,抬头查看了腊肉香肠准备情况,进入卧室摸了摸被褥厚薄,又来到客厅看了看去年收获的稻谷。景宏年看了看邓秀忠家的新房外墙说,房子修得很漂亮,为什么外墙还不是水泥面呢?当得知邓秀忠家由于经济原因没有粉刷

时,景宏年立即吩咐川煤集团驻村干部,要尽快帮邓秀忠家把外墙粉刷了,让他们家过一个快乐祥和的春节。

景宏年走出邓秀忠的新居,又来到院坝与邓秀忠拉起家常。邓秀忠喜滋滋地告诉景宏年说,2018 年他们家是个丰收年,养了三头大肥猪,卖了两头,自己杀了一头,养的黄牛下了一个崽,也卖成了钱,还有就是养的鸡鸭也都卖了个好价钱,都供不应求,这些都是川煤驻村干部帮忙联系人来买的,要感谢川煤集团。听了邓秀忠说的这些高兴事,景宏年露出了会心的微笑,他鼓励邓秀忠说:“你们养的生态猪、环保鸡大家都喜欢,看到你们家的收入越来越高,我也感到很高兴,在保重身体的同时,今年争取再多养一些,我们川煤的职工都来订购生态猪、环保鸡,增加你们的家庭经济收入,争取娶个老婆好不好?”

## 威远页岩气田首个单井 CNG 工程正式投运

1 月 29 日,四川页岩气勘探开发有限公司自 204 井开始充装 CNG (压缩天然气),标志着威远页岩气田首个单井 CNG 工程正式投入使用,为冬春天然气保供再添“底”气。

自 204 井位于四川自贡市荣县过水镇,是四川页岩气勘探开发有限责任公司第一口页岩气评价井。这口井构造位于威远中奥构造西南翼,钻探目的是为了评价威远区块自 201 井区龙马溪组压力系数 1.2-1.4 范围内页岩气水平井产能,完钻井深 4816 米,水

平段长 1136 米。经过压裂改造,目前这口井正处于放喷排液、测试求产阶段,井口压力 19.8 兆帕、返排率 30.18%,日产气 5.3 万立方米。

自 204 井距离龙马溪组剥蚀线仅 5.5 千米,是川南页岩气田首口距离剥蚀线不足 6 千米的评价井,其评价效果对页岩气建产区优选意义重大。针对这口井距离成熟管网较远的实际情况,经过广泛调研和认真研究,四川页岩气勘探开发有限责任公司采用 CNG 方式开展试采,根据钻井、压裂实施进度及时启

动 CNG 工程建设,强化质量控制,及时开展“三查四定”工作,抓好启动前安全检查,认真编制应急预案并组织应急演练,确保安全投运。

这口井的正式投产成功实现了页岩气评价井试气期间放空气体的回收利用与绿色、清洁生产,同时也为自 201 井区开发方案报批、探明储量申报提供了重要资料支撑。

四川页岩气勘探开发有限责任公司 2017 年 3 月在内江注册成立,由中国石油天然气股份有限公司、四川省能源投资集团有限责任公司、内江投资控股集团有限公司、中国华电集团清洁能源有限公司、北京市燃气集团有限责任公司、自贡市国有资产能源投资有限责任公司六方共同出资组成。主要从事合作区块内的页岩气勘探、开发、生产与销售,勘探开发区块主要位于内江市、自贡市、泸州市、乐山市、资阳市和宜宾市等 6 市 23 县,面积约 1.28 万平方千米,是目前国内最有利的页岩气富集区之一。预计这家公司明年页岩气产量将达到 5 亿立方米,2025 年达到 50 亿立方米。

望你在新的一年里取得更大的收获,祝福你们全家过一个幸福、祥和的春节。”

(周承红 张万川 唐天 文/图)



● 图右二为川煤集团党委书记、董事长景宏年

临别前,景宏年拿出一个大红包,递到邓秀忠手上说:“我们专程来看望慰问你,倾听你们家的高兴事,顺便带来了大米和清油,希



唐口煤业:“一把手”访谈助安全

为抓好特殊时期安全生产工作,山东能源淄矿集团唐口煤业公司开设了“一把手”访谈栏目,邀请基层区队负责人、党支部书记结合工作实际,畅谈抓安全生产工作的好做法、好经验、好成果等,使好经验大家共享、好做法大家共用。同时他们还将录制好的节目及时利用副井口及文化广场大屏幕进行循环播放,为各区队之间相互交流、提升工作质量搭起沟通桥。截至目前,共有 6 名区队负责人及党支部书记参与了访谈。

图为该公司提升中心主任赵韶亭(右)参与“一把手”访谈录制。

张超 摄影报道



复兴中国传统文化之重任的载体。

近年来,梦之蓝的市场表现也极为抢眼,2018 年一举跻身百亿销售“俱乐部”,逐步夯实了白酒行业“茅五梦”高端品牌前三格局。而在品牌建设上更是全面发力,不仅联手央视打造《梦之蓝·国家宝藏》“传递经典”、做时代文化的“酿造师”,而且与国内文学名家跨界合作,推出文化艺术酒,花样演绎传统文化,一次让充满历史底蕴的传统文化融入现代社会。

此外,作为中国白酒行业的领军品牌,梦之蓝凭借过硬的品质,在赢得国内消费者广泛认可和青睐的同时,还成为一张香飘世界的中国名片。近日,更是入选胡润“2018 最青睐的国际投资家吉姆·罗杰斯在看到“梦之蓝·手工班”产品后表示:“很荣幸看到,你们(洋河)在培育白酒消费新贵,我也是其中一员。如果你也是白酒新贵,来喝洋河吧!”

据行业专家分析,此次梦之蓝搭配“国家宝藏”气质,不但为观众奉献了一档优质的人文艺术节目,更激发了白酒行业领导者的情怀;节目和品牌相得益彰,让“时代新国酒——梦之蓝”的品牌内涵再上台阶,进一步夯实了作为文化引领者的品牌形象。