

# 企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 259 期 总第 10239 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:戴琳 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 10 月 21 日 星期四 辛丑年 九月十六



## 周海江出席 2021太湖人才峰会 畅谈人才支撑城市发展

■ 文章

为深入贯彻落实习近平总书记在中央人才工作会议上的重要讲话精神,深入实施新时代人才强国战略,10月19日,以“新时代、新人才、新生态”为主题的2021太湖人才峰会在锡举办。活动围绕长三角一体化发展和太湖湾科创带建设,发挥人才第一资源作用,把“无比爱才、锡望您来”的邀约带到全球,让人才成为无锡最闪耀的“星”。

会议期间,中外院士、专家学者、业界精英等300余高端人才共同出席了“慧聚新时代,赋能新发展”2021中国人力资本国际管理理论论坛暨太湖圆桌思想荟,无锡市政协副主席周敏炜出席并致辞。深圳人才集团总经理翟斌、中国人事科学研究院副院长柳学智等专家学者做主题演讲。红豆集团董事局主席周海江、智联招聘CEO郭盛等人以圆桌对话方式畅谈人才,为无锡高质量发展的人才引领贡献更多智慧。

无锡作为人均GDP排名在国内居领先地位的城市,在城市群交错纵横,基础设施互联互通的现状下,企业面临打造产业分工优势互补、创新生态共生共荣、思想文化开放包容、体制机制相互融合等不同的诉求,周海江就无锡需要什么样的人才,以及人才从哪里来等问题提出了自己的见解。

周海江认为,无锡立足“打造第一工商名城”的城市定位,就需要大量的人才从各个方面来支撑,包括品牌、资本、创新、企业家等方面。

在品牌人才支撑方面,周海江表示,无锡的城市特点是市场资源“两头在外”,占地小、人口少但又是制造业强市,因此更需要依靠自主品牌,才能掌握分工的主动权和主导权,整合资源,成为品牌之城;在资本人才支撑方面,他指出,人才选择就业的考虑因素,排第一位的是企业,第二才是城市。由于虹吸效应而向大城市集聚的,但在长三角一体化中,无锡不是能量最大的城市,无锡要产生反虹吸效应,只能依靠企业,这就需要无锡在对标上海等大城市的同时,做强做大上市公司;在创新人才支撑方面,他表示,无锡的主战场还在制造业上,需要利用好各个行业特点,比如利用好物联网产业高地这个优势,利用生物医药等产业优势,引进高层次领军人才,获得创新优势,不断提升全市制造业水平,加快转型升级,赋能无锡经济发展。

周海江表示,除了品牌、资本、创新人才之外,无锡更需要的是大量企业家人才。人才是最大的资源,而企业家更是最稀缺的人才。如何培养更多创新型企业家也是必须重视的一个问题。那些成功进入高收入经济体的国家,最终都进入了一个“企业家经济”的阶段。另外,人才的来源,一个很重要的途径就是企业家整合起来的。企业家擅长整合优秀人才,并把他们聚集起来发挥巨大作用。

论坛上还发布了四项无锡市“太湖人才计划”跟奖补支持对象名单,红豆集团成功入围“无锡最佳聚才单位”名单,同时还荣获“2021年度无锡优秀人事经理”称号。

本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893

新闻热线:028-87319500

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

## 走进三一重工“灯塔工厂”: 机器人“学会”熟练工技能

■ 陈杭

走进位于北京市昌平区南口产业园的三一重工北京桩机工厂,设备总数、作业人数、自动化率等数据在数字化平台上清晰可见,不少机器人正在4万平米厂房内热火朝天地高效作业。

今年9月27日,世界经济论坛(WEF)正式发布新一期全球制造业领域“灯塔工厂”名单,三一重工北京桩机工厂成功入选,成为全球重工行业首家获认证的“灯塔工厂”。

“灯塔工厂”是指在第四次工业革命尖端技术应用整合工作方面卓有成效,堪为全球表率的领先企业,代表当今全球制造业领域智能制造和数字化最高水平。

### 实现多品种、小批量柔性制造

三一重工智能制造研究院院长董明楷称,重工行业最典型的特点就是离散制造,多品种、小批量,自动化升级其实是一个很大的挑战。在升级过程中,他们用了大量技术探索来解决很多难题,这种能力不仅可以在三一集团内部应用,还可以对外部实现更好的赋能。

以某道焊接工序为例,三一方面结合工人长期工作经验与2D/3D视觉传感等技术,实现自动化机器操作,使得原来只有两名工人能够完成的焊接工序,在智能工业机器人的自动操作下提高了一倍以上的效率,并实现了焊接技术质量的优化。

经过自动化、数字化、智能化升级后,三



一重工北京桩机工厂共有8个柔性工作中心,16条智能化产线,375台全联网生产设备。总体生产设备作业率从66.3%提升到86.7%,平均故障时间下降58.5%。

董明楷表示,三一重工北京桩机工厂将5G、人工智能、工业互联网与工业技术深度融合,实现了多品种、小批量的柔性制造和全方位的智能制造。

### 生产周期从30天缩短至7天

数据显示,面对多品种、小批量的工程机械

械市场不断变化、日益复杂的需求,三一重工利用先进的人机协同、自动化、人工智能和物联网技术,将劳动生产率提高85%,将生产周期从30天缩短至7天,减少77%。

董明楷表示,提质增效、降本增存是智能制造的目标。这些制造技术的提升,使得工人数量减少,产品质量提升,制造成本下降,有效提升了企业应对市场变化的能力。将在此基础上进行优化和提升,希望未来能够达到“黑灯工厂”、“无人工厂”的水平,实现全方位的制造升级。

三一集团董事、高级副总裁代晴华提到,作为全球重工行业第一家获认证的“灯塔工厂”,三一没有前例可依,也没有标杆可学,投入是巨大的,但回报也是很可观的,“改造升级投资基本上在三年左右,就可以与节约的人工成本相抵”。

三一集团总裁唐国表示,“灯塔工厂”是制造业的骄傲,在三一发展的历史上也是非常重要的一笔。它是一种标志,为装备制造业在第四次工业革命与第三次能源革命的交汇点上树起了一座灯塔,指明了方向。(中新社)

## “乱云飞渡仍从容” ——从130届广交会看外贸企业的活力与韧性

■ 黄政 卢鉴 李庆招

10月广州,秋风正爽。第130届中国进出口商品交易会(广交会)作为新冠肺炎疫情下全球规模最大的实体展会,65年来从未中断,吸引了全球的目光。本届广交会线下参展企业达7795家,线上约2.6万家企业参展,上展展品超过300万件,创历史新高。

尽管疫情依然有所反复,原材料、海运成本升高不利全球经贸复苏的因素“乱云飞渡”,但参展企业“依然从容”。新华网走访了家电、能源、纺织类的多家参展企业,他们以不同的方式,展现出积极拥抱新发展格局,显现出应对全球经济不确定性的韧性和信心。

### 创新办展方式 “老展会”展现“新活力”

今年以来,中国外贸展现较强韧性。商务部数据显示,1-9月中国外贸进出口、出口、进口金额分别为28.33、15.55和12.78万亿元,均创历史同期新高。海关总署数据显示,今年前三季度我国货物贸易进出口总值达28.33万亿元,比去年同期增长22.7%,我国外贸进出口继续保持较快增长,韧性较足、稳中提质。

创新成为本届广交会的高频词和新亮点,一方面是广交会自身的办展模式在创新,首次实行线上线下融合办展的全新模式;另一方面,广交会引导鼓励带动企业创新展销,参与外贸新业态。

线上线下同步推广、跨境电商、离岸贸易、海外仓等外贸新业态在广交会上不断展



现。中国国际经济交流中心副理事长王一鸣认为,外贸新业态新模式对疫情下外贸逆势上扬发挥了重要作用,体现了新科技革命下国际贸易发展的新趋势,已经成为我国外贸发展的新生力量。

格兰仕北美外贸相关负责人曹诗鹏说,本届广交会是格兰仕与惠而浦第一次共同联合参展,也是格兰仕内销外销两品牌首次一起联合办展,采取了线上和线下融合直播等形式对全球客商进行推介。

广交会副主任兼秘书长、中国对外贸易中心主任储士家说,在疫情防控常态化的背景下,中国将利用广交会等平台出口更多更优质的产品,从而满足中国和国际社会生产生活的需要,促进国内外双循环。

“本届广交会首次对境内采购商全面开放,对于公司开拓国内市场是个很好的机会。”虎头电池集团总经理周松毅说,在政策

支持下,目前企业内销业务占比已经超过10%,下一步将持续拓展电源领域新赛道,进一步开拓国内市场。

### 参展企业勤练“内功” 积极应对全球化多元挑战

当前,作为疫情之下率先复工复产的国家,中国制造业强力复苏,承接了全球海量的订单,企业同时也面临着原材料涨价、市场需求多样化的挑战。

“海运费贵了十倍”“仓储费贵过产品成本”……广交会上不少参展企业表示。

当前,我国外贸发展面临的不稳定不确定因素仍然较多,疫情起伏反复、海运物流不畅、原材料价格上涨、部分中间品供应紧张,外贸主体经营发展仍面临较大压力。

面对“双循环”发展新格局,越来越多的

中国参展企业增强国内市场战略,依托自主研发,用技术创新做支撑,在广交会上“打品牌”“出新品”成为“新常态”。储士家介绍说,本届广交会参展的品牌企业超2200家,优质企业占比跟历届广交会相比显著提升。

珠海格力电器股份有限公司总裁助理白荣耀表示,面对海运费用升高的挑战,格力电器今年前三季度出口依然增长超10%,同比去年上升约5%,这背后与格力电器多年来坚持研发新品,做自主品牌分不开。本届广交会期间,格力电器推出了光伏(储)直流空调系统等新品,而格力电器目前50%是自主品牌。

美的家用空调海外市场部长张云异说,美的应对原材料和运输成本上升的策略是苦练内功,加强研发,推出新品。美的目前在海外已设立18个研发中心,在本届广交会上,美的推出的一款中央空调产品,它能够搭配原有的空调系统进行工作,在北美市场较受欢迎。今年前三季度,美的家用空调海外出口销售的复合增长率为14%。

海尔海外电器产业有限公司副总裁张庆福表示,面对疫情和全球贸易的不确定性,海尔坚持在全球“创品牌”的布局,在130届广交会上,海尔智家公司展示了从高端品牌、场景品牌到生态品牌的生态圈,并利用在全球已有的十大研发中心“苦练内功”。

65载春秋,广交会正在以实际行动,向世界展示中国对外开放的决心与信心,它也见证了中国统筹推进疫情防控和经济社会发展的新成果,实体经济和数字经济“双驱动”迸发的新活力,也传递了中国外贸稳进担当、中国制造业提质增效以及中国企业的蝶变成长的韧性和活力。