

报告显示 我国餐饮行业连锁化率 持续提升

中国连锁经营协会等机构日前发布的《2022 年中国连锁餐饮行业报告》显示,我国餐饮行业连锁化率持续提升,从连锁化率增速看,饮品、烧烤及小吃快餐增速位居前三,其中饮品店连锁化率提升最快。

报告显示,2021 年,饮品、烧烤及小吃快餐连锁化率分别增长 4.5 个、3.9 个和 3.7 个百分点。饮品独特的零售产业特性,使其较易实现标准化复制,拓店成本相对较低,国内饮品店连锁化率从 2019 年的 31.5%增至 2021 年的 41.8%,提升 10.3 个百分点。

此外,中餐品类门店占比稳步上涨,品牌连锁呈加速发展态势。报告指出,从门店数增长情况看,特色菜、烧烤是 2021 年增长比例较高的品类,连锁门店数同比分别增长 33.2%和 27.6%。

报告还显示,由于疫情等因素催生的家庭消费需求,预制菜等即烹、即配食品迎来快速发展,预制食品烹饪成为新趋势。此外,随着减少餐饮浪费、绿色环保等消费理念更加普及,典型门店餐厨垃圾量逐步下降,近 80%的样本企业表示门店餐厨垃圾量与往年相比有所减少。

当前,国内餐饮等服务消费逐渐回升。国家统计局数据显示,6 月份,全国餐饮收入同比下降 4%,降幅比 5 月份收窄 17.1 个百分点。

中国连锁经营协会常务副秘书长王洪涛表示,随着消费升级和数字技术发展,餐饮业逐渐进入以新产品服务和新技术为突破口的运营模式。餐饮业应完善门店数字化管理等手段,进一步提升餐厅运营效率,并通过为消费者提供高质量服务体验,实现产品与服务的创新,进一步促进餐饮消费升级。(王雨萧)

北重集团专汽公司 全新多功能洒水车 受到客户青睐

近日,北重集团专汽公司 2 台 Z5 吨级全新多功能洒水车顺利交付鄂尔多斯市乌审东之润园林绿化有限公司,产品一亮相就受到了客户的一致好评。

上半年,专汽公司市场营销人员本着“用心做产品、诚信经营”的经营理念,结合客户使用需求,迅速反应,连夜配合,设计出图到产定型,仅用 7 天时间为客户成功开发了个佳伙。“驾驶室自带控制后洒水装备”,该装备通过电控开关、气控阀与气缸的巧妙配合,可实现 1 人完成驾驶和洒水作业,不仅提高了作业效率,且降低了人工成本,预计单台车每年可为用户节省成本 3 万元。(马兰)

鹤煤三矿为青工搭建 技术成才大舞台

8 月 5 日,笔者在河南能源集团公司鹤煤三矿了解到,近年来,该矿始终坚持以党建带团建,紧紧围绕“党建+3+X”工作新模式、人的安全行为治理、青年队伍建设“三项重点工作,培养青工技术力量,为矿快速发展提供保障。

人才培养不断线。该矿经常组织青工广泛参与各类技术比武和岗位练兵活动,引导青工积极参与“五小”创新,强化“绝技绝活”修炼,全面提升青年职工的专业技能水平,营造了“比、学、赶、帮、超”的浓厚氛围,为科技人才队伍创建创造良好条件。

围绕中心抓团建。该矿不断创新青工安全工作形式,开展“安全无事故、青年在行动”主题活动,以现场和岗位管理为重点,健全青年安全监管网络,每位青年安全监管青岗岗位工作情况进行考核,实施奖罚分明,末位淘汰等措施,激励青岗人员在矿安全生产中发挥积极作用。

提升意识保安全。该矿广泛开展以“安全”为主题的研讨论题,同时引导青工积极参与与安全生产月,“百日安全无事故”、安全承诺、安全文艺演出、安全示范岗创建等活动,引导全矿青工青年树立正确的安全价值观。

打造特色文化。该矿积极组织青工开展篮球、劳动、植树、义务辅导课、关爱老人送温暖、免费家电维修等一系列义务活动,充分弘扬雷锋精神,展现了青工积极向上的精神风貌。(姜世军)

淮北矿业综采安拆分公司举行新分配高校毕业生见面会

为促进新分配高校毕业生快速转换角色融入企业,增强对企业的归属感、认同感,近日,淮北市集团综采安拆分公司举行 2022 年新分配高校毕业生见面会。该公司领导、机关部门相关负责人与 6 名高校毕业生欢聚一堂,面对面谈心交流,征求准毕业生、话入感感悟,说透初择期。

该公司对新分配高校毕业生来到安拆大家庭表示热烈欢迎,展望了淮北矿业集团和综采安拆分公司美好的发展前景,进行了成长历程的经验分享与交流,希望新分配高校

“纸扎大王”夏中建： 有华人的地方就需要扎作

■ 陆芸 王旭

在高层林立的香港中环,一座别样的“建筑”吸引了路人的目光:一座四层楼高的巨型烟花灯色彩斑斓,为充满现代气息的中环平添了一分传统美感。

这座主体由竹子、铁线和纱布制成的如意宫灯高 13.08 米,宽 9.03 米,打破了世界最大吊挂花灯的吉尼斯纪录。从 7 月初开始,这盏大型花灯在中环一处广场持续展出 3 个月,庆祝香港回归祖国 25 周年。

花灯的创作者是被誉为香港“纸扎大王”的夏中建。从业 40 多年,这位手艺人见证了香港扎作行业的起伏伏,为保护和传承这项香港非物质文化遗产做出了不懈努力。

夺回来的世界纪录

夏中建的工作坊“天宝楼扎作”位于香港中西区一条小巷里。工作间内摆满了竹篾、砂纸等材料 and 工具,稍显凌乱的台面上,两张精心装帧的证书格外显眼。

2017 年,夏中建曾经制作了一个超过 9 米高的花灯,打破了当时世界最大吊挂花灯的吉尼斯纪录。但这个纪录很快被日本人打破了。

“扎作工艺是我们中华民族自古流传下来的东西,我们不能被比下去。”夏中建下决心一定要把这项世界纪录夺回来。

纸扎起初用于古代民间宗教祭祀活动,逐渐发展成为庆祝节日的一种装饰艺术,并传入一些亚洲国家。

此次在中环展出的如意宫灯,刷新了世界最大吊挂花灯的吉尼斯纪录,得到了世界纪录协会的认证。

花灯制作完成的第一天,香港报纸八号风报。“我的电话响个不停,所有人都来问‘夏师傅,花灯会不会弄坏啊’。我告诉他们:



放心,肯定没问题。”

台风过后,花灯果然完好如初。夏中建说,他在设计时就考虑到了台风等因素,选材用了上好的布料,组件产造精细,保证花灯牢固。

夏中建是香港“一代霸王”夏国章的儿子,爷爷夏汉雄是武术门派“柔功门”的创始人。从武术、舞狮到扎作,祖孙三代人倾其一生发扬和传承中国传统文化,并把它发展成为联结香港和内地的重要纽带。

夏中建说,他常去广东佛山与当地朋友交流,在非遗传上还往往在能够碰撞出火花。他在东莞还设有一个扎作工厂,生产纸扎用品满足香港和内地的需求。

“要想扎作技艺传承下去,香港和内地一定要合作。”夏中建说。

夏中建说,有华人的地方,永远都存在扎作的需求。每逢中国传统佳节,海外华人只要看到色泽艳丽、热闹非凡的舞龙舞狮,就会想起他们共同的节日。

夏中建说,他负责制作鱼头,而孩子

们负责制作鱼鳞。

“每天放学后都会做一片鱼鳞放上去,现在已经一个多月了。再过一个月就可以做好一叠两米的锦鲤花灯,刚好能赶上中秋节。”夏中建说。

夏中建在表里想破了头。电视里正放着神舟五号飞船返回地球的新闻,突然间夏中建就有了主意。

“看到电视里杨利伟从太空返回地球,灵感一下子来了:我要做一个航天主题的作品,表现中国航天精神。”他说。

想好了,创作就变得容易。夏中建马上拿起画笔,15 分钟,一个包含神舟飞船、航天员、太阳系天体的设计雏形就完成了。作品展出后,许多市民前来拍照留念。

夏中建是香港“一代霸王”夏国章的儿子,爷爷夏汉雄是武术门派“柔功门”的创始人。从武术、舞狮到扎作,祖孙三代人倾其一生发扬和传承中国传统文化,并把它发展成为联结香港和内地的重要纽带。

夏中建说,他常去广东佛山与当地朋友交流,在非遗传上还往往在能够碰撞出火花。他在东莞还设有一个扎作工厂,生产纸扎用品满足香港和内地的需求。

“要想扎作技艺传承下去,香港和内地一定要合作。”夏中建说。

夏中建说,有华人的地方,永远都存在扎作的需求。每逢中国传统佳节,海外华人只要看到色泽艳丽、热闹非凡的舞龙舞狮,就会想起他们共同的节日。

夏中建说,他负责制作鱼头,而孩子

们负责制作鱼鳞。

“每天放学后都会做一片鱼鳞放上去,现在已经一个多月了。再过一个月就可以做好一叠两米的锦鲤花灯,刚好能赶上中秋节。”夏中建说。

夏中建在表里想破了头。电视里正放着神舟五号飞船返回地球的新闻,突然间夏中建就有了主意。

“看到电视里杨利伟从太空返回地球,灵感一下子来了:我要做一个航天主题的作品,表现中国航天精神。”他说。

想好了,创作就变得容易。夏中建马上拿起画笔,15 分钟,一个包含神舟飞船、航天员、太阳系天体的设计雏形就完成了。作品展出后,许多市民前来拍照留念。

夏中建是香港“一代霸王”夏国章的儿子,爷爷夏汉雄是武术门派“柔功门”的创始人。从武术、舞狮到扎作,祖孙三代人倾其一生发扬和传承中国传统文化,并把它发展成为联结香港和内地的重要纽带。

夏中建说,他常去广东佛山与当地朋友交流,在非遗传上还往往在能够碰撞出火花。他在东莞还设有一个扎作工厂,生产纸扎用品满足香港和内地的需求。

“要想扎作技艺传承下去,香港和内地一定要合作。”夏中建说。

夏中建说,有华人的地方,永远都存在扎作的需求。每逢中国传统佳节,海外华人只要看到色泽艳丽、热闹非凡的舞龙舞狮,就会想起他们共同的节日。

夏中建说,他负责制作鱼头,而孩子

们负责制作鱼鳞。

“每天放学后都会做一片鱼鳞放上去,现在已经一个多月了。再过一个月就可以做好一叠两米的锦鲤花灯,刚好能赶上中秋节。”夏中建说。

夏中建在表里想破了头。电视里正放着神舟五号飞船返回地球的新闻,突然间夏中建就有了主意。

中国企业与世界一流企业的差距及发展路径 ——500 强榜单中美企业比较

■ 李 锦

今年 2 月 28 日,习近平主持召开中央全面深化改革委员会第二十四次会议,审议通过了《关于加快建设世界一流企业的指导意见》,把建设世界一流企业作为一个阶段的行动纲领提出来,并且把它和建设社会主义现代化国家目标联系起来。日前,最新的《财富》世界 500 强排行榜公布,依据这个榜单的分析,深入了解中国企业和世界一流企业的竞争趋势、优劣势,了解中国企业差距在哪里,怎么缩短这个差距,做好这个分析,有利于明确加快建设世界一流企业的目标与发展路径。

从 1995 年公布世界 500 强榜单,到现在已经 27 年了,世界 500 强中国从 3 家到 145 家,实现历史性的跨越,到今年已经连续 3 年居于世界第一位。在这个时候,我们更要保持清醒的头脑,不能陶醉于企业数量的世界第一。从发展质量上看,世界一流企业差距还是不小的,尤其从利润指标这一角度考虑,差距显得非常明显。与 2020 年 500 强企业比较,中国企业数量企稳,质量差距仍然明显,结构需要调整,增强创新能力尤为急迫,企业竞争力急需强化。

世界经济在疫情中重启,中美企业都在跃升

2021 年是全球抗击新冠疫情的第二年,新冠疫情对全球产业链和各国经济仍有重大影响。但世界经济在疫情中艰难重启,从财富世界 500 强排行榜看到形势之好,确实出人意料。今年《财富》世界 500 强排行榜企业的营业收入总和约为 37.8 万亿美元,比上年增长 19.2%,总资产 3,580 亿美元,平均净资产 431.8 亿美元,均超过世界 500 强的平均水平。从近十年来看,中国的世界 500 强入围数基本上每年增加五六家是正常现象。现在一年增加两家,也表明中国世界 500 强的增加数已经到达了顶峰,不会出现大幅度大的变化,稳居榜首是毫无疑问的了。然而,量的增长潜力也是有限的。

分析今年中国企业在全世界 500 强企业榜单,可以发现一个鲜明的特点,中国企业仍然处在重组扩张阶段,大企业时代的形成是中国建设现代国家必然阶段。

此次《财富》世界 500 强排行榜一共有 44 家新上榜和重新上榜公司,其中有 14 家中国公司,它们是:中国中化控股有限责任公司、苏酒建设集团有限公司、杭州钢铁集团有限公司、蜀道投资集团有限责任公司、中国航空油料集团有限公司、湖南钢铁集团有限公司、潞安化工集团有限公司、新疆中泰(集团)有限责任公司、比亚迪股份有限公司、顺丰控股股份有限公司、山东高速集团有限公司、成都兴城投资集团有限公司、上海德龙钢铁集团有限公司、台湾中油股份有限公司。可以发现,重组为中国进入世界 500 强与名次上升的强大动力。去年中国中化和中国化工分为 151 名、161 名。2021 年 5 月,两家企业合并,组建为新的中国中化,企业规模实力提升明显,位列 2022 年榜单的 31 名,跃升一百多步。除了航空燃料是自然上升,其余几乎全部是省属国有企业。2022 年的世界 500 强企业,共有 39 家地方国企入围,山东高速,就是由两家省属企业合并而成。蜀道投资由四川省委投资集团、四川省铁路产业投资集团有限责任公司和新锦成集团、2020 年新疆粮油集团整体划归中泰集团。

这告诉我们一个趋向,在今后一些年,在世界 500 强中,央企的总数增长基本上是在静止状态,主要靠地方国企和民企,而国企主要是省管企业。随着大范围的重组,各省内国有企业按主业集中到一两个大企业,按行业分别集中到一个企业去。在今后 3 年内,这种势头在继续增长。

世界 500 强,说明世界经济在恢复快速增长阶段。当前,我国经济发展面临多年未见的需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力,而实际形势比人们印象中的哀鸿遍野要去甚远,也有企业因为抓住机遇而发展。中远海运抢抓全球运力短缺市场机遇,集团销售收入已经连续两年排名全球航运业第一。2021 年,中远海运资产、收入、利润 50%以上来自境外,用 118 运力承运了全球 110 万货运量,净利润突破千亿美元。世界 500 强的排名比去年去的 231 前进位 127,进步超过现在名,是今年世界 500 强排名增长排在第一位的企业。

这四个维度上比较,我们就可以得出更加清晰的认识来,容易立得到一个比较的坐标系。通过中国与美国进入世界 500 强的企业比较,可以看出中国企业与世界一流企业比较,科技水平低,发展质量低,盈利能力弱,实体经济盈利能力弱,竞争力不强,产业结构陈旧。

通过纵向不同年份和横向不同行业的比较,人们既可以了解企业的兴衰,也可以了解企业的销售收益率、净资产收益率、全员生产效率等经营质量的变化。利润增长是质量的重要标志,或者说是主要标志。这几年,高质量发展的导向鲜明树立。国务院国资委构建起以“两利四率”为主的高质量发展指标体系。“两利”是利润总额、净利润,“四率”就是营业收入利润率、资产负债率、研发投入强度、全员劳动生产率。这四个指标,非常清楚,利润是一个高质量的导向,人们所说最高质量增长,利润指标也是高质量增长的第一指标。我们可以围绕利润指标来分析中国 500 强企业,

由此是和美国作为参照,我们可以非常明显的发现这种差距。这点,可以从四个维度来看中国 500 强企业与世界一流企业的差距。这里主要以美国企业为比较对象,当然也包括其他发达国家。

第一个维度,中国企业和美国企业利润上的差距。我们从利润这一最重要指标比较,中国公司盈利能力与世界 500 强公司平均水平的差距拉大。中国 145 家企业上榜公司平均利润的 41 亿美元,虽然与自身相比有所提升,然而世界 500 强平均利润同时上升至 62 亿美元。以部分国家作为比较对象:例如,上榜的德国企业平均利润 44 亿美元,美国企业 69.6 亿美元,加拿大企业 47.5 亿美元,法国企业 48.5 亿美元,巴西企业 84.8 亿美元等,均高于中国企业。与上榜美国企业相比,中国企业利润差距更加明显。2022 年《财富》世界 500 强上的美国 124 家企业平均利润高达 100.5 亿美元,几乎接近中国上榜企业的 2.5 倍。中国上榜企业利润及其增速远低于美国和世界平均水。

第二个维度,中美实体经济和虚拟经济差距。在中国上市公司中利润率排前十的公司,除了腾讯、谷歌公司和华为外,全部是商业银行。现在进入榜单的中国银行共有 10 家,这 10 家银行利润占全部上榜中国企业的利润总额的 41.7%。上榜银行利润率比仍然很高。而银行利润过高必然挤压非金融企业的利润。如果不计算银行所得利润,2021 年中国大陆上榜的非银行企业 126 家平均利润只有 26 亿美元。作为对比,117 家美国非银行企业平均利润近 92 亿美元,相比去年差距增大,超过中国大陸非银行企业的 3.5 倍。

第三个维度,中国的国企和民企盈利情况对比。今年,中国大陆(含香港)企业的平均营业收入达到 809.8 亿美元,与自身去年数字相比大幅提升;此外,平均总资产 3,580 亿美元,平均净资产 431.8 亿美元,均超过世界 500 强的平均水平。我们对中国大陆国企和民企进行比较:今年有 86 家国企上榜,平均营业收入 923 亿美元,营业收入 39.5 亿美元,总资产 4,153 亿美元,净资产 508 亿美元。此外,上榜的企业 50 家民企占四个数字分别为 614 亿美元、44.2 亿美元、2,608 亿美元和 349 亿美元。根据这些数据,我们可以计算出上市民企的销售收益率为 7.2%,总资产收益率为 1.7%,净资产收益率为 12.7%。上榜国企的三个指标分别为 4.3%、0.95%和 7.8%。显然,上榜民企的经营状况优于国企,盈利能力高于国企。当然,我们应当看到,中国的国有企业承担着社会责任,非市场因素使得国有企业付出重大代价,而民企中大型企业盈利能力强但不代表整个民企盈利能力,民企中两极分化严重,出现冰火两重天现象。国企中盈利能力强的在少数。譬如中油集团建立按照全球一流企业的标准和市场化国际化的方向不断改革,而中石油又大大提高了企业的全球竞争力。2022 年中海进入世界 500 强排行榜第 65 位,当年利润 92 亿美元,其销售收益率达到 7.2%,总资产收益率达到 4.3%。中海油的经营状况优于不少国企和民企,与埃克森美孚、英国石油等世界著名石油公司的经营水平接近或持平。

第四个维度,从行业结构看中美经济区别。通过中美行业结构对比可以发现:中国有 19 家金属制品业上榜企业,平均利润只有 11 亿美元。美国在该分类下仅有铝矾一家钢铁企业,其利润达到 70 亿美元。中国有 14 家建筑业工程公司和 6 家煤炭开采公司,美国在这些企业下均无上榜公司。同时,榜单上的房地产企业均来自中国,但是今年中国房地产企业一共只有 5 家,比上年少了 3 家。相比之下,这些房地产公司平均营业收入有所上升,达到 678.8 亿美元。但是平均利润下降,减少到 28.7 亿美元。

这三个维度上比较,我们就可以得出更加清晰的认识来,容易立得到一个比较的坐标系。通过中国与美国进入世界 500 强的企业比较,可以看出中国企业与世界一流企业比较,科技水平低,发展质量低,盈利能力弱,实体经济盈利能力弱,竞争力不强,产业结构陈旧。

通过纵向不同年份和横向不同行业的比较,人们既可以了解企业的兴衰,也可以了解企业的销售收益率、净资产收益率、全员生产效率等经营质量的变化。利润增长是质量的重要标志,或者说是主要标志。这几年,高质量发展的导向鲜明树立。国务院国资委构建起以“两利四率”为主的高质量发展指标体系。“两利”是利润总额、净利润,“四率”就是营业收入利润率、资产负债率、研发投入强度、全员劳动生产率。这四个指标,非常清楚,利润是一个高质量的导向,人们所说最高质量增长,利润指标也是高质量增长的第一指标。我们可以围绕利润指标来分析中国 500 强企业,

由此是和美国作为参照,我们可以非常明显的发现这种差距。这点,可以从四个维度来看中国 500 强企业与世界一流企业的差距。这里主要以美国企业为比较对象,当然也包括其他发达国家。

第一个维度,中国企业和美国企业利润上的差距。我们从利润这一最重要指标比较,中国公司盈利能力与世界 500 强公司平均水平的差距拉大。中国 145 家企业上榜公司平均利润的 41 亿美元,虽然与自身相比有所提升,然而世界 500 强平均利润同时上升至 62 亿美元。以部分国家作为比较对象:例如,上榜的德国企业平均利润 44 亿美元,美国企业 69.6 亿美元,加拿大企业 47.5 亿美元,法国企业 48.5 亿美元,巴西企业 84.8 亿美元等,均高于中国企业。与上榜美国企业相比,中国企业利润差距更加明显。2022 年《财富》世界 500 强上的美国 124 家企业平均利润高达 100.5 亿美元,几乎接近中国上榜企业的 2.5 倍。中国上榜企业利润及其增速远低于美国和世界平均水。

第二个维度,中美实体经济和虚拟经济差距。在中国上市公司中利润率排前十的公司,除了腾讯、谷歌公司和华为外,全部是商业银行。现在进入榜单的中国银行共有 10 家,这 10 家银行利润占全部上榜中国企业的利润总额的 41.7%。上榜银行利润率比仍然很高。而银行利润过高必然挤压非金融企业的利润。如果不计算银行所得利润,2021 年中国大陆上榜的非银行企业 126 家平均利润只有 26 亿美元。作为对比,117 家美国非银行企业平均利润近 92 亿美元,相比去年差距增大,超过中国大陸非银行企业的 3.5 倍。

第三个维度,中国的国企和民企盈利情况对比。今年,中国大陆(含香港)企业的平均营业收入达到 809.8 亿美元,与自身去年数字相比大幅提升;此外,平均总资产 3,580 亿美元,平均净资产 431.8 亿美元,均超过世界 500 强的平均水平。我们对中国大陆国企和民企进行比较:今年有 86 家国企上榜,平均营业收入 923 亿美元,营业收入 39.5 亿美元,总资产 4,153 亿美元,净资产 508 亿美元。此外,上榜的企业 50 家民企占四个数字分别为 614 亿美元、44.2 亿美元、2,608 亿美元和 349 亿美元。根据这些数据,我们可以计算出上市民企的销售收益率为 7.2%,总资产收益率为 1.7%,净资产收益率为 12.7%。上榜国企的三个指标分别为 4.3%、0.95%和 7.8%。显然,上榜民企的经营状况优于国企,盈利能力高于国企。当然,我们应当看到,中国的国有企业承担着社会责任,非市场因素使得国有企业付出重大代价,而民企中大型企业盈利能力强但不代表整个民企盈利能力,民企中两极分化严重,出现冰火两重天现象。国企中盈利能力强的在少数。譬如中油集团建立按照全球一流企业的标准和市场化国际化的方向不断改革,而中石油又大大提高了企业的全球竞争力。2022 年中海进入世界 500 强排行榜第 65 位,当年利润 92 亿美元,其销售收益率达到 7.2%,总资产收益率达到 4.3%。中海油的经营状况优于不少国企和民企,与埃克森美孚、英国石油等世界著名石油公司的经营水平接近或持平。

极应对新的竞争和新的挑战。

第一条,打造世界一流企业要加强结构调整,建立现代化的经济体系。不少上榜中国企业处于工业化城市化时期传统产业。房地产行业、建筑材料、金属制品、矿业、工程建设等行业迅速崛起。近年来,随着工业化和城市化基本完成,这些行业所属企业经营业绩下滑。房地产企业以及上述在工业化和城市化中崛起的企业发展空间受到挤压,因为制造业是工业中最为核心的产业,直接体现了一个国家的工业能力。在基础产业中,“中国制造”需升级。比如,工程机械领域,美国上榜 3 家,虽然中国徐州三一、三一集团、中联重科的工程机械产品越来越好,市场也越来越大,但是相比起美国的 CAT(工程机械)、帕卡(重载卡车)和约翰(农业机械),国内三家仍然没有进入 500 强。

第二条,打造世界一流企业要发展消费产业,提高中国消费贡献。世界 500 强企业,美国消费类企业有 19 家,中国只有苏宁易购和屈臣氏的母公司,李嘉诚的长江和记。而我们日常生活经常光顾的商超、饮料、食品、文娛、个人护理、服装等常见的消费品公司中,没有中国品牌的身影。工业革命之后的现代经济体系,必须离开消费。美国以科技为代表的高级制造业的确很强,但这并不是美国经济最大的支柱,实际上,美国 GDP 的 70%都是靠居民消费撑起来的。也就是说,3 亿美国民众的消费规模约等于整个中国的 GDP,而中国消费对 GDP 的贡献,只有 34%。

第三条,打造世界一流企业要专注核心技术与创新能力,掌握自主核心技术。核心技术仍然是最重要的。高科技产业已经成为中美竞争的“主战场”,以半导体为代表的科技产业无疑已经成为未来的发展方向。中国头部的高科技制造业企业中,有一半都是台资,半导体行业更是只有台积电一横霸当。而美国,已经到了产业发展的最后阶段,淘汰了基础产业,制造业完全渗透进入了国际市场,高科技产业成为了主要产业。延续去年对 ICT 公司(信息和通信技术产业)企业的关注,在这个全球竞争最为激烈的高新技术产业领域中,美国有 19 家企业上榜,平均营业收入 1,262 亿美元,平均利润达到 237 亿美元。中国有 12 家 ICT 企业上榜,平均营业收入 787 亿美元,利润 77 亿美元。按类别下美国公司平均利润是中国的 3 倍;考虑到美国及其他发达国家掌握着产业的核心零部件以及关键技术,并且对国企企业的监管持续加强,中国 ICT 企业需要持续努力以减小与美国西方企业家的差距。当中国企业巩固了世界 500 强的领先地位之后,特别需要看到我国企业的弱点,从而转换思路,更加关注打造“专精特新”的中小企业,而不是片面追求企业的规模。要支持引导行业龙头企业掌握关键技术,实施专精特新企业深化改革、强化创新,加大培育力度。

第四条,打造世界一流企业要抓住国计民生行业,快速做大。强大的基础产业可以保证一个国家不至于陷入空心化,但也意味着整个国家仍然处于粗犷低科技生产阶段。我们应当,世界四大粮商“ABCD”中,前三家都是美国企业。全球一半以上的粮食交易都掌握在美国手中,除了规模,“四大粮商”还掌握了从上游看到下游经营权的渠道,可以说是完全控制了全球的粮食市场,还掌握着粮食的定价权——如果中国没有“耕地红线”和战略粮食储备,那之后的日子不可想象。虽然中国的粮食安全有充分的保障,但我们在粮食安全上依旧必须谨慎小心,希望能有一家中国企业进入“四大粮商”的圈子之中。

第五条,打造世界一流企业要强化盈利能力,增强竞争力。世界一流企业必须是全球市场的领导者,各项经济指标都领先。世界一流企业不仅体现在资产、营业收入等规模指标上,而且要体现在效益、潜力等发展质量方面的指标上。我们要看到,由于不少国企是通过主管部门主导合并或重组,而不是在市场竞争中做强、做大,因而这些企业规模虽越来越大,但是盈利能力以及与盈利水平密切相关的销售收益率、总资产收益率和净资产收益率三个指标并没有同步提升。上榜的中国企业数量大,但所有上榜中国国有企业数量 60%以上。上榜国有企业经营业绩不佳,必然会拉大中国企业与美国等发达国家企业经营业绩的差距。

第六条,打造世界一流企业要坚持深化改革,全面激发企业活力动力。在排名位次的变化上,今年上升位次的被刷集团,跃升 183 位,位列第 217 位。被刷集团是美国国资改革三年行动中的典型。他们加强改革系统集成和有效运用,以“三责清单”为抓手完善公司治理机制,健全市场化经营机制,推动产业布局优化和结构调整,

麦肯锡在《完善系统对推动,推动管理转型,打造世界一流企业》的研究报告中指出,世界一流企业有三个特征:一是要大,在体量上要有足够影响,在行业甚至在全球范围内有显著影响;二是要强,在行业内通过不俗业绩来保持领先地位;三是要基业长青,企业要有在市场风云变幻中屹立不倒的长期性,并在发展中积累长盛不衰的国际声望,也就是说,世界一流企业都具有做大做强做久的共同特征。世界一流企业是具有国际竞争力、处于行业领先、经得起时间考验的标志性企业。建设世界一流企业,必须要在技术、管理、品牌、市场等方面具有全球领先地位,能够凭借这些优势对全球发展产生深刻影响。中国企业应该进一步融入全球经济,向世界一流的全球型公司,与他们合作,同他们竞争,在学习、合作、竞争中形成数量与质量皆过硬、硬实力和软实力皆强大的世界一流企业。

第七条,打造世界一流企业要深入开展国际化经营,开拓全球市场。只有面向全球市场和迎合全球流动资金的背景下,各国走向开放、走向合作的大趋势没有改变。各国经济彼此依存,利益交融前所未有,以诚相待、普惠共享成为根本大要。支持企业充分利用国际国内两个市场、两种资源,增强国际市场的资源配置和整合能力,将我国强大市场规模优势转化成为国际竞争优势。

第八条,打造世界一流企业要与国际通行规则接轨,推进企业“合规发展”。世界一流企业不仅规模大,拥有先进的技术、产品等硬实力,而且具有合规管理等软实力。当前全球产业链正在重构,中国企业应积极参与全球产业链,承认并遵循国际通行的经贸规则。一些企业在做大过程中由于违规扩张导致被处罚,例如 2018 年爆出《财富》世界 500 强的万达、海航、安邦、华信等四家企业以及近年被监管处罚的阿里巴巴等企业。如果说,过去中国企业强化合规主要是应对国际合规标准,那么,现在在中国企业强化合规管理不仅为了遵循国际通行的合规监管要求,而且也是为了遵循中国政府的合规监管要求。我们应该遏制企业的“违规扩张”,推进企业“合规发展”。

第九条,打造世界一流企业要在管理创新上领先,实现治理现代。公司治理结构能够为企业可持续发展提供坚实的制度保障,没有有效的公司治理结构,也许今年上去了,过几年就下来了,甚至要倒闭。为什么国企改革中包括混合所有制,是因为这是国有企业要成为世界一流企业的一个条件。因为我们要不断完善公司治理结构,混改仅仅是股权结构上的混合是不够的,关键是混改以后有没有形成一个真正的企业公司治理结构;混改改革并不在于股权的混,而在于后面有一个优秀的公司治理结构,才能够保证企业可持续发展。这方面世界一流企业有很多好的做法。美国杜邦公司在家族式的管理度过厄运后把单人决策改为集团式经营方式,全球都可以以榜样的“精益生产方式”,就是美国工业的教授总结丰富的管理经验提出的。

第十条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十一条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十二条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十三条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十四条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十五条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十六条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十七条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十八条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第十九条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业生存发展的基础地位,尽快扫清进入全球治理体系的障碍,力争在提升国际话语权、打造全球产业链主导力上取得重大突破。工业革命以来的品牌大部分分为三类:第一类是产品品牌,以产品溢价为主;第二类是平台品牌,以移动互联网的流量溢价为主;第三类是生态品牌,以体验溢价为主。企业应在品牌上具有驰名商标,打造具有全球知名度、影响力的品牌,为全球广大用户提供优质产品服务。

第二十条,打造世界一流企业要有世界知名品牌。建设世界一流企业,是一项长期的系统工程。特别是在当前国际竞争局势日趋复杂、机遇与挑战交织并存的特殊时期,打造品牌卓著的世界一流企业,需要密切关注国内国际两个大局最新动向,以品牌卓著统领世界一流企业建设,即努力实现在国内市场作为决定企业