

企 業 家 日 報

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第324期 总第10634期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:方文煜 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2022年12月30日 星期五 壬寅年 十二月初八

每周时评 | Observation

打好“组合拳” 让经济暖起来

■ 新华社记者

东部多个省份“包机出海”抢订单、中部不少城市集中开工重大项目、西部一些地方忙着招商推介……年末岁尾,各地抢抓时间、鼓起干劲,经济活力加快升腾,市场信心持续恢复。我国经济长期向好的基本面没有变,面对多重压力,需打好“组合拳”,不断增强发展信心和动力,让经济加快暖起来。

当前,我国疫情防控进入新阶段。要按照党中央部署,因时因势优化调整疫情防控政策,保障好群众的就医用药,重点抓好老年人和患基础性疾病群体的防控,着力保健康、防重症;要保障产业稳定运行,努力确保产业链供应链运转顺畅,关键环节不能中断;要做好药品、重要民生商品的保供稳价,加强统筹衔接,有序组织实施,顺利渡过流行期,确保平稳转段和社会秩序稳定。

我国经济恢复的基础尚不牢固,需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大,外部环境动荡不安,给我国经济带来的影响加深。但我国经济韧性强、潜力大、活力足。优化疫情防控措施将给经济恢复带来重大积极影响,加速释放经济活力。今年已经出台实施一系列扩大有效需求、促进结构优化的政策,政策效应将持续显现。明年还将根据实际需要陆续出台新政策、新措施。存量政策、增量政策叠加发力,将给经济恢复发展带来重大积极影响,明年经济运行有望总体回升。

打好“组合拳”,要按照中央经济工作会议部署,积极的财政政策要加力提效,稳健的货币政策要精准有力,产业政策要发展和安全并举,科技政策要聚焦自立自强,社会政策要兜牢民生底线。加大宏观政策调控力度,加强各类政策协调配合,形成共促高质量发展合力。近期,从深入抓好稳经济一揽子政策措施落地见效,到着力做好稳物价、稳就业工作,从印发《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》,到出台关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见……一系列立足当前、着眼长远的政策、规划接力推出,各地要紧抓时间窗口,狠抓政策落实,扛起发展是第一要务的责任,加力巩固经济恢复发展基础。

超1.6亿市场主体是保就业、保民生和稳经济的关键。要打好“组合拳”,为广大市场主体创造良好的发展环境。当下,不少企业特别是民营经济、中小微企业生产经营困难较多,发展预期偏弱,信心不足。要切实落实“两个毫不动摇”,从政策和舆论上鼓励支持民营经济和民营企业发展壮大,为他们解难题、办实事;要围绕构建高水平社会主义市场经济体制、推进高水平对外开放,谋划新一轮全面深化改革。

2023年即将到来,各地各部门拿出时不我待的紧迫感,担当实干的责任感,全面贯彻落实党的二十大精神和中央经济工作会议部署,攻坚克难、勇毅前行,推动经济运行整体好转,以高质量发展新成效为全面建设社会主义现代化国家开好局起好步。

休刊启事

本报 2022 年 12 月 31 日、
2023 年 1 月 1 日、2 日休刊三天。

本报编辑部

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621
企业家日报社

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

从抢订单到抓招工 ——全国多地出实招稳增长



●浙江省外贸企业在阿联酋迪拜与采购商交流。(受访者供图)



●在南京宝色股份公司生产一线,工人正在忙碌。(受访者供图)

■ 新华社记者

外贸大省抢订单行动初见成效,多地出台政策助企业招工招工,消费市场回暖、投资加快落地……时至年末,各地落实中央经济工作会议决策部署,更好统筹疫情防控和经济社会发展,采取一系列扎实举措推进稳增长,为明年经济运行整体好转奠定基础。

政企联动拓市场,订单多起来

平均每个展商对接客户数量超50家,总成交额(含意向)达1.52亿美元——12月初,浙江在全国率先启动“千团万企拓市场抢订单行动”,由省级政府部门带队的首发团赴欧洲参展洽谈。

浙江省商务厅对外贸易发展处副处长、商务团秘书长李琳认为,政府带队“走出去”,将进一步释放助力企业拓展市场的积极信号,增强其发展预期。

12月中旬开始,山东省商务厅也分批次组织企业赴日韩、越南、马来西亚、欧盟开展系列经贸促进活动,“出海”抢订单成为一些

地方稳增长的先手棋。

目前,“出海”的“先头部队”已斩获颇丰。鲁维制药集团市场开发部经理薛峰在3天的巴黎展会中,接洽了100多个客户,展位上等待洽谈的客户一度需要排队。

“效果超出预期。过去参展接洽的客户中,以老客户居多,这一次新客户占到约70%,十几个新客户已初步达成合作意向。”薛峰说。

政企联动,对拓市场抢订单十分关键。江苏省南京市打造“南京国际商务班机”,并提供机票费用补贴、办证绿色通道等一站式服务,让全市数千家外贸企业和商务团组“无忧出海”。目前,南京已组建约270个外贸企业商务团组出境开展经贸洽谈,足迹遍布全球16个国家和地区,累计签约和意向订单金额达26亿元。

“真金白银”抓先机,招工忙起来

订单多了,企业用工也必须得到保障。12月19日,一辆大巴从广东省中山市缓缓驶出,准备开往广西贺州。岁末,大多数车辆都是返乡,而这趟专车的目的却是“逆向招工”。

中山市人社部门组织10家重点企业及人力资源机构,赴邻近的广西对接招工,第一时间为企业解决用工难题。

中山市人力资源管理办公室副主任冯北桂说,参与此次对接的明阳智慧能源、格兰仕等企业均为中山的重点企业。在疫情防控政策优化的背景下,企业的生产经营及订单数量都出现不同程度回暖,同时也带来了旺盛的用工需求。此次中山共提供4500多个岗位。

帮助企业招工招工,不少地方拿出了“真金白银”。浙江义乌提出,春节期间连续生产的规上工业企业,满足一定条件的,每家企业奖励10万元。上海提出,2023年1月28日至2月5日期间,对组织外来务工人员返岗的相关包车行为,按照实际包车费用的50%给予补贴。

作为传统劳务输入大市,绍兴是浙江省内最早发布稳岗留工措施的地方之一。调研显示,绍兴全市有86.5%的企业计划在春节期间保持正常生产,也希望将员工留在当地。

位于绍兴市的上虞泰精精细化工有限公司有700余名员工,四分之三来自外地,现已有400多名员工自愿留下过年。一名员工算了一笔账:“政府补贴和企业补贴相加,春节

加班起码可以拿到5000元奖励。”

消费投资渐回暖,信心强起来

“我手里拿的是即食海蜇,口感清脆,携带方便。”最近,山东省滨州市沾化区冯家镇王尔庄村村民王希龙又恢复了直播带货工作。“订单特别多,但是之前很多货都发不过去,只能干着急。现在物流顺畅了,四五天时间,我们已经往上海、福州等地发了3吨货。”

在河南洛阳,当地文旅企业推出系列个性化旅游产品,涵盖元旦、春节等重要节点。“已经有不少外地旅行社联系我们,咨询跨区域旅游恢复情况,大家对市场复苏很有信心。”洛阳文旅集团办公室副主任郑金旭说。

瞄准国内消费需求,总部位于上海的盒马首席执行官侯毅12月带队赴欧洲考察。除了学习一些欧洲折扣店同行的优秀经验,他还计划把更多全球好商品引进中国销售。“包括啤酒、糖果、饼干、西餐,还有各种海鲜等。”

除了消费复苏,各种招商和项目投资也快马加鞭。12月下旬,2022粤港澳大湾区全球招商大会在广州举行,吸引了埃克森美孚、巴斯夫、强生等跨国企业参加。初步统计,大会共达成合作项目853个,投资总额2.5万亿元。浙江省经信厅的统计显示,截至12月5日,该省605个制造业重大项目完成投资1745.8亿元,实现年度投资计划的110.1%。

需求的回暖,很多市场“细胞”都能感受到。在国家级专精特新“小巨人”企业南京宝色股份公司,近期车间里十分忙碌,一台重达1250吨的高压精馏塔刚刚完工即将发运。这是公司成立以来生产的最重的石化装备。

宝色股份总经理吴丕杰说,年底订单交货期较紧,为保障企业正常运转,公司整合不同部门在岗员工,采用“三班倒”形式,确保机器不停、生产不断。“2022年企业产值预计同比增长10%以上,市场需求稳定,生产经营就能稳定,这让我们对未来充满信心。”

(记者 何欣荣、魏董华、孟盈如、杨绍功、邵琨、刘振坤)

杨求良:故事里的事 丝丝入心

■ 本报记者 李代广

作为中国的“时尚之都”,上海一直引领着全国的时尚风潮,成为中国时尚业发展的风向标。无论是国际时尚大牌,还是国内时尚企业,都竞相抢滩布局上海,将其作为品牌全球化战略起步的“落脚点”。对中国丝绸行业的领军者杨求良而言,上海同样是他的起点,他在这里以敏锐的时尚嗅觉创立了知名丝绸品牌“上海故事”,并一步步站稳脚跟,走向全国,不仅引领了丝绸行业的新风尚,更成为中国时尚业发展的推动者。

创新模式,一头扎进时尚圈

70后杨求良是那个年代少有的大学生,毕业时,他直接被分配到了老家的银行工作。但是,他的心却始终在商海里蠢蠢欲动,思想斗争了很久,还是决定辞职,南下闯荡。“我学的是金融,脑子里一直有本‘生意经’,不去打个实践,总觉得遗憾。”

为此,杨求良游走各地寻觅商机,但都没有扎下根,直到一次探访上海,被形形色色的丝巾吸引了注意。“我老家在贵州,从没见过大街上会有那么多穿戴丝巾的女士,当时就觉得实在是太摩登了。”杨求良形容这个场景给自己带来的视觉冲击,丝巾那种飘逸和丝滑的触感,不仅成为女性形象的装饰品,更装点了上海的街道,形成了独一无二的都市风



光。于是,他萌生在了这个小小的螺蛳壳里做道场的念头。

“我第一家店是开在上海石门二路的一个巷子里的,一开张生意就很好。”转攻上海,30岁的杨求良有着自己的坚持。过去,丝巾行业主要是以专柜模式进行销售,而专柜的展示空间比较有限,要在有限的人流量中抓住消费者的视线并不容易。而丝巾本身的装饰属性,需要有充分的展示空间,才能让人领略到丝巾的美,并产生购买欲。因此,杨求良直击丝巾行业的痛点问题,把售卖地点从商场的专柜,改到繁华的商业街,主打专卖店的销售模式。商业街的流量是传统商场专柜所

不能比拟的,同时有足够的空间进行丝巾的展示。在创新模式的基础上,杨求良更在传统的丝巾图案中注入紧跟潮流的时尚元素,并融入独特的海派文化情怀,牢牢锁住了广大女性的目光。

事实证明,这条和商业街共生共荣的路子,杨求良走对了。他的丝巾店在上海的时尚圈迅速走红,短短两年的时间就开到了20多家,创下了一个多亿的营业额,国民度急速攀升,成了上海乃至全国女性耳熟能详的丝巾品牌——上海故事。

用心良苦,讲好上海故事

上海故事,这是杨求良精挑细选的名字。创业之初,杨求良就意识到,要想把丝绸产品做大做强,就需要进行品牌化运营。而一个好的品牌名称就成为了成功的先决条件。杨求良联想到自己最初在上海街头被丝巾所吸引的那份时尚感和故事感,将品牌命名为“上海故事”。

“这个名字朗朗上口,很抓人。”杨求良笑着说。“上海故事”这个名字的确彰显了品牌独一无二的风格调性和文化底蕴,也成了品牌的一个核心竞争力。只要提到这个名字,就会让人想到百年来上海十里洋场发生的种种传奇故事,她从小渔港发展为闪耀世界舞台的“时尚之都”。而丝巾的主人既是故事的参与者,也是故事的讲述者,她们在如今上

海最繁华的商业街,成为独一份儿的美景,也在自己的人生中谱写出全新的故事。

杨求良手上的另一张“王牌”,就是产品品质。他立志要让丝巾这个看似不起眼的配饰,产生最大化的市场反应,从不吝啬在研发上的投入。“我们每年会投入差不多两三百万元的资金用于研发,像那次和海派艺术家的合作就投入了一百多万。”杨求良曾邀请海派艺术家创作独属于上海故事的丝巾图样,那次合作为杨求良带来了一千多万元销售额的市场反馈,也让他再一次感受到了坚持创新的无穷魅力。

杨求良的坚守带领上海故事走向了成熟。2005年起,全国各地的加盟店以席卷之势推动上海故事成为了一个家喻户晓的丝巾品牌,鼎盛期直营店和加盟店合计有100多家,辐射全国三四十个城市,年销售额达到了数亿元;2008年起,上海故事开始登陆电商平台,直至2012年,已形成直营店和加盟店齐头并进的良好态势,有效挽回了大环境下实体经济被分流颓势。在此期间,上海故事和海派艺术家合作,作品参展了上海世博会,和故宫文化合作,作品传递了中国特色文化,受邀参加央视时尚品类的直播,一个小时的销售额达到了40万元……

但是,所谓“人红是非多”,上海故事的红火,带来了消费者,也引来了竞争者。“2008年是我们竞争最激烈的一年,像北京故事、橘子红了,

[紧转 P2]



千年福祿寿
万家海葫芦

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997(张先生)

广告



双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味

广告