

湖北老河口市委书记、市长王世荣向稻花香抛出“橄榄枝”

近日,老河口市市委书记、市长王世荣率领考察团来到稻花香集团参观考察,并向董事长蔡宏柱抛出“橄榄枝”,欢迎稻花香集团到老河口投资兴业、诚挚邀请蔡宏柱为老河口市机关干部和企业负责人集中授课。

王世荣首先参观了稻花香集团部分成员企业及在建项目——三峡科技包装工业园,随后听取了董事长关于近年来企业发展的情况介绍。

了解到相关情况后,王世荣对稻花香集团在品牌打造、文化培植、团队建设等方面的独特做法给予了高度评价,尤其对稻花香精神中的“创造机遇”深有感触,他认为:概括得很精辟、很经典、很受启发。他表示,将把稻花香集团创造机遇谋发展的经验带到老河口进行推广,并诚挚邀请董事长蔡宏柱为老河口市机关干部和企业负责人集中授课、为老河口经济发展理清思路。王世荣还向蔡宏柱赠送了赴索马里海域执行维和任务的169武汉号导弹驱逐舰模型。

(雷克军)

医疗器械市场巨大 华南首届行业展欲从中分羹

中国医疗器械庞大的市场,对于3000多家规模较小且市场支配力有限的国内医疗器械生产企业而言,却只能说是喜忧参半。将于6月23日在广州琶洲展馆举行的华南首届医疗器械展,欲从在华的跨国医疗器械企业觊觎之下蓄势分羹。

根据医疗器械行业“十一五”规划的预计,今年中国医疗器械行业总产值将达到1000亿元。未来几年,中国医疗设备产业每年增长20%,其中在中低端医疗器械方面的增长率更达30%。

主办方广州市医疗器械行业协会秘书长廖炳纯表示,长久以来,中国医疗器械高端市场一直被外国企业占据,国内企业只能在低端市场靠价格战竞争。但因为新医改方案主要针对基层甚至是农村医疗市场,这无疑给拥有价格优势且有成熟渠道和网络的内企企业提供了较好进入利器。但另一方面,新医改初现大幕以来,在华的跨国医疗器械企业觊觎新医改方案多带来巨大商业利益,都在试图通过低价医械产品等不同策略,,加大对农村医疗市场的渗透力。业界急需借助大型展会或论坛举行的契机,就大家所关注的焦点筹谋应对之策。

据主办方介绍,本届展会设有医院设备、残疾康复理疗用品、家用医疗用品三大展区,迄今已有来自内地广东、上海、山东、江苏、浙江地区及瑞士、美国、日本等海外10个国家 and 地区的200多家公司已经率先报名参展,展示当今最先进的医疗技术和设备。预计展出总面积达1万平方米,展位达500个,与会前来参观的海内外专业观众将逾2万人。

展会同期,主办方将举办基层医疗单位建设管理论坛、医疗器械与耗材阳光采购说明会、医疗器械管理与维修讲座等活动。同时将组织考察团参观一些珠三角地区的医院药店,了解珠三角地区的医疗水平和医疗器械的科技水平,给企业挖掘新的发展市场空间。

(索有)

石横特钢：打造文化品牌 构建和谐企业

□ 马庆明 杨克强 李海静

一个企业的发展离不开企业文化,山东石横特钢集团有限公司的发展就是很好的例子。该集团公司自创建以来,从小到大,从弱到强,迭逢困境而终能突破,成长为一个大型钢铁企业集团,这其中一个主要的因素就是在公司成长过程中,致力于打造文化品牌,努力构建和谐企业,企业文化起到了强有力的助推作用。

企业家精神植根于企业文化之中

该集团公司在企业文化建设过程中,实现了企业家与企业经营诸要素(其中尤其是人的要素)的高度匹配,企业家精神有效植根于企业文化土壤,为企业文化的培育、发展、成熟注入了强力基因,从而使企业孕育出强大的精神动能,帮助企业走上了一条规模持续扩大、实力持续增强、能耗持续下降、效益持续提升、环境持续改善的科学发展之路。

石横特钢的发展过程自1992年起至今可概括为三个阶段:1992年至2000年是生存维持阶段,一是改变有钢无材的局面,先后投资5000万元建设了小型、普线生产线;二是组建了股份制的民营企业。期间以董事长张武宗为首的公司领导层,困境求变,锐意改革,以产权制度改革为核心,实行多元化投资和技术改造,大胆探讨企业体制创新,成功地创造出了“一厂两制、国企民营共同发展”的企业管理模式。这种管理模式,被企业界、经济界、新闻界称之为“石特模式”在全国推广。石横特钢企业文化建设有了好的开端。

2001年至今为规模发展阶段和结构定位阶段。规模发展阶段主要体现在投资40多亿元,分四期进行了大规模的建设,即铁、钢、材、焦四大系统的生产匹配和最佳结构优化。这些改造和建设,以科学发展为统领,确立了规模、要素结构、循环经济、环保等方面的工艺装备水平,奠定了今后发展的物质基础。

结构定位阶段,即经过多年的实践、探讨、争论,至2005年确立了“产

品四化”(小规格化、微合金化、专业化、精品化)方针,2008年确立了以建材为主要方向,完善为“产品五化”(增加高强度化)方针,并得到了公司上下比较高度的统一认识。产品定位取得了明显的经济效益,指明了发展的方向,增强了发展的信心。石横特钢企业文化建设逐步走向成熟。

运行支撑体系实现文化品牌战略转变

20多年来,伴随着企业的发展,石横特钢企业文化建设实现了由自发到自觉、由单一到综合、由表象到深层、由一般文化活动到文化品牌战略的根本性转变。

2005年集团公司整合建立了企业文化理念识别体系,该体系囊括了企业核心价值观、企业精神、企业作风、企业战略以及10条基本理念,涵盖了企业的方方面面。2007年推出了企业文化行为识别体系,即《员工行为规范》。2008年规范了企业文化视觉识别体系,理念体系中又增加了企业愿景、企业使命内容。2009年制定了《企业文化建设管理考评办法》和《企业文化建设年度考评细则》,完善了考评体系;2010年又着手创建企业文化子系统。到目前为止,该集团公司企业文化三大体系(理念体系、行为体系、视觉体系)、

支撑体系(组织保障、管理考评办法)、运行机制(教育培训机制、监督检查机制、考评激励机制)已经全面建立起来。特别是集团公司成立了企业文化推进委员会,二级单位建立了43个企业文化建设领导小组,构建了全覆盖的企业文化网络系统,为推进企业文化建设提供了组织保障。

教育培训营造浓厚企业文化氛围

全员推进教育培训是提高员工对企业文化认知度的重要途径。通过内部媒体《石横特钢报》、广播站、电视台、宣传栏等,大力宣传企业文化理念。向8000多名员工发放《企业文化员工手册》读本,对新进厂员工进行企业文化系统培训,定期更换企业文化长廊,评选十大影响力品牌集体和员工,学习借鉴优秀企业推进企业文化的典型经验等。这些措施和活动,营造了浓厚的企业文化氛围。

文体活动是企业文化建设的重要传播载体。多年来,石横特钢不断提高活动的科技含量和文化品位。如由离退休职工成立的威风锣鼓队,在泰山国际登山节、泰安迎奥运火炬传递仪式、肥城桃花国际旅游节、济南品桃节上激情表演,向社会展示了钢铁工人威武雄壮的精神风貌,成为集团公司一张靓丽的文化品牌。同时,他们不断

加强企业文化硬件建设,在现有文化设施基础上,开展丰富多彩的文化娱乐活动。

企业文化打造名企常青基业

石横特钢企业文化建设硕果累累。2004年申报的《建设先进企业文化,为做大做强企业提供不竭动力》成果,获山东省优秀企业文化成果二等奖,泰安市优秀企业文化成果一等奖。2009年申报的《以企业家精神引领企业文化建设》成果,获山东省企业文化建设创新成果奖,泰安市企业文化创新成果一等奖。他们编纂制作的《企业文化员工手册》、《石特年鉴》、《企业宣传画册》、《石横特钢报》、电视专题片等,多次获得省市企业文化单项创新成果特等奖、优秀奖。同时,该集团公司还被授予庆祝新中国成立60周年“山东省最具幸福感的企业”荣誉称号。

企业要发展,就必须建设强大的、优良的企业文化,只有抓好企业文化建设,才是打造基业常青的百年名企。正如该集团公司党委书记、总经理纪伟所说:“企业运营与发展,差的企业靠权力,一般企业靠制度,好的企业靠文化。”

我们有理由相信,有了强力的“文化助推器”,山东石横特钢集团有限公司将勇往直前地发展下去。



临涣煤电修旧利废成效显著

今年,该公司加大了修旧利废、回收复用工作力度,增加了对干部奖励挂钩标准,并将全年修旧利废回收复用任务分解到基层单位,每月下达修旧利废指标,按标准给予奖励。对完不成复用修旧指标的予以处罚,做到奖罚结合,双向促进。仅2月份全公司就完成修旧利废1067860元。

图为临涣煤电公司两名工人正在对从井下回收升井的通风设备进行修复。

郁宏田摄影报道

周耀庭:以工促农建设新农村

□ 红 轩

“红豆集团通过品牌化运营红豆杉,成功实现了红豆杉的农业现代化、农业工业化。现在红豆牌盆栽红豆杉走进中南海、走进世博会,这既是巧合,也是必然的,因为它代表了人类生态开发的杰出成果。”近日,在红豆集团的红豆杉走进世博会的启动仪式上,红豆集团董事长周耀庭如是说。

《国家十一五规划纲要》指出:“坚持把解决‘三农’问题作为重中之重,实行工业反哺农业、城市支持农村,推进社会主义新农村建设。”红豆集团作为乡镇企业的排头兵,在保持经济健康、快速发展的同时,不忘反哺农业、回馈社会。而1997年,周耀庭与有“植物活化石”美誉的红豆杉相识,而后他带领着红豆集团经历了从研究、培育红豆杉,到规模种植红豆杉,再到对红豆杉“深度开发”——盆景销售、提炼紫杉醇的10多年不凡历程,为促进农业、农村发展,增加农村收入方面做出了突出贡献。而这时的红豆集团凭着周耀庭的独特经营思路,经过20多年艰苦努力,红豆这个名不见经传的乡办小厂已发展壮大成为国务院120家深化改革试点企业集团,江苏省重点企业集团,拥有10家子公司,其中一家为上市公司,85家三级企业及美国纽约、洛杉矶两个分公司,2007年在柬埔寨建立了西哈努克港经济特区。集团有员工22万名,产品涉及服装、橡胶机车、生物制药、地产等五大类。2009年产销达到223亿元。

发展现代农业,促进农民增收

温家宝总理曾指出:“建设社会主

义新农村,首先要发展现代农业,促进农民增收。”

多年来,周耀庭带领红豆集团积极发展现代农业来反哺农村,促进农民增收。那是1997年,随着对红豆杉的了解,周耀庭感觉到,发展红豆杉是一项意义重大的社会公益项目,于是他开始研究并引进南方红豆杉种子培育,用高科技手段掌握了红豆杉快繁技术,使原来需要几十年成材的红豆杉缩短为4至5年,解决了红豆杉种苗严重短缺的问题,使大量提取紫杉醇制成抗癌药物成为可能,该项技术2004年申请为国家发明专利。通过技术测定,无锡种植的红豆杉含紫杉醇比云南红豆杉要高。红豆还将采用酶联免疫法(ELISA)进行紫杉醇含量检测并进行高紫杉醇含量基因型红豆杉的选育。2003年7月,红豆杉项目被列为江苏省科技攻关项目;2004年被列为国家星火计划项目。现在红豆杉播种面积已3万亩,3500万株红豆杉。

可以说,红豆集团的红豆杉种植及提炼紫杉醇项目,集高效农业、改善生态环境、高科技项目于一体,是农业增效、农民增收的“民心项目”。仅就红豆杉种植每亩的纯收入就有3250元左右,远远高于种粮食每亩300元的纯收入,这还不算红豆杉形成生态林、提炼紫杉醇制成抗癌药物后的更高收入。

红豆杉紫杉醇提炼厂已于2007年投产,先后已提炼几十公斤在紫杉醇出口世界各国。该工程投资8000万元,工厂占地50亩,厂房面积为28800平方米。一期工程投产后将,将逐渐形成100公斤到300公斤的年生产能力,最终可达500公斤。

红豆按照GMP标准建针剂厂房,目前已进入设备试运行阶段,旨在制造紫杉醇针剂,并力争降低成本,价格下降,为民造福。完全投产后可实现年销售收入50亿元以上。

该项目对租用土地的农民进行了合理补贴,目前有500多名中老年农民参与种植,4500余名年轻农民进入红豆集团的工厂工作,他们的年收入在1万元以上。红豆杉种植面积的扩大及紫杉醇提炼项目的投产,将进一步促进东港经济发展,解决当地农民就业,促进农民增收。

发展生态产业,促进人与自然和谐

当年决定投资红豆杉产业时,周耀庭第一个想到的就是农民,出身农民的他始终对农村、农业、农民怀有深厚的感情,所以他努力发展红豆杉这个现代农业来提高农民的收入。而且,红豆杉产业还是生态产业,能够促进人与自然和谐。

红豆杉大面积的种植,还能更好地保护环境,净化空气、土地及水质,使人类的发展和环境的保护达到和谐统一。2000年开始周耀庭领导下的红豆集团整合当地的土地资源,规模化种植红豆杉。目前东港镇周围的10个村(湖塘桥、勤新村、三联、港东、新港、港南、陈市、张寥舍、黄土塘、东青河)都将把红豆杉作为“一村一品”的重点种植品种。苏南工业发达,不少地方污染严重,而红豆集团所在地周围种植的大片红豆杉,不仅改变了当地传统农业的经营方式,调整了农村经济结构,为农村寻找了新的经济增长点,还改善了局部的生态环境,久违了的野鸡、野鸭

等又出现在了红豆杉林。

开发红豆杉盆景,打造生态产业,让更多人拥有健康。江苏省环境监测中心出具的关于红豆杉净化空气的报告表明:“红豆杉对室内空气中的二氧化硫的净化效率为31.8%,二氧化氮的净化效率为49.0%,一氧化碳、可吸入颗粒物、总挥发性有机物的净化效率分别为22.2%、39.9%、65.1%。”正是红豆杉优异的空气净化功能,使它于2008年9月20日进入中南海国家领导人、国家机关人员的办公室、会议室,2010年,红豆杉还走进了世博会,装点中国馆,和清明上河图一起接受了全世界民众的参观。而周耀庭也正是借着这股东风,面向全国推广红豆杉盆景,受到市场的广泛好评,而盆景的制造同样带动了大批农民就业。在销售过程中,红豆注重“品牌化”经营,公司全力打造“红豆”牌红豆杉,进行注册保护;在终端市场,统一形象设计,使“红豆杉,健康馆”的形象深入人心,红豆也在全国花木行业里率先走出了品牌化经营的道路。现在,在全国不少大中城市,特别是北京、上海、南京等一线城市,办公室、家庭摆放红豆杉盆景来净化空气已经成为一种潮流。这说明,生活富裕起来的人们越来越重视健康。目前已有几十万盆红豆杉走进了千家万户,公司的产品也不断丰富,已有普通盆、精品盆、极品盆三大系列30多个品种,占地400亩的大棚有存量红豆杉100万盆。

周耀庭还计划把红豆杉培植、生物制药、康复疗养、旅游度假为一体,使红豆杉达到科学利用、开发,真正造福人类。目前,红豆已形成红豆杉种植培育、药物提炼、制剂生产、苗木销售、生态旅游、后继开发的庞大产业链。

浙商欲寻新“奶酪” 转型升级求新商机

□ 柴燕菲 倪幼杰

据一项调查显示,有41%的浙商对未来的经济形势持乐观态度,有近50%认为一般,9%的人持消极态度。近日,在浙商春季论坛上,浙商研究会会长胡祖光表示,2010年将是经济形势最为复杂的一年,浙商想要在起伏跌宕的经济大潮中稳立潮头,乘风破浪,就必须尽快转型升级。

寻求新“奶酪”

金融危机的“后遗症”还未完全消除,山西煤矿重组余波未止,房地产“崩盘”愈演愈烈,行走在后危机时代的浙商亦步亦趋。“我们的思维可以再广一些,投资可以再活一些。”胡祖光认为,目前浙商对教育科技方面的投资不够,还存在很大的空间。“独立学院应该要跟企业合作,形成双赢,但现在只有浙江财经学院得到了企业的投资,而且还是在政府的‘撮合’下完成的。”胡祖光说。

在会上,胡祖光还给在场200余名浙商代表算了一笔账。他说,以浙江财经学院为例,企业的教育投资回报率将近10%,但一些企业还是热衷于那些回报率高、风险大的项目,如房地产。“有资料显示,超市巨头沃尔玛每年的净利润率也只有3%左右,他们靠的就是长期有规模的发展。”

浙江中大集团副总裁胡小平也表示了同样的看法。他说,2009年美国在如此萧条的经济形势下,仍有将近3%的GDP增长,就是美国长期的教育科技投资在发挥作用。”

转型升级势在必行

“当前,经济发展正处于关键阶段,放在世界经济的版图上,浙商或将迎来一个高速发展期,其中转型升级必不可少,可能有牺牲,可能有一段很煎熬的过程。”胡小平说。

浙江大学公共管理学院院长姚先国指出浙商转型升级的必要性。过去,各地都缺钱,浙江资本被看成是各地发展当地经济的重要生产要素,但现在中国“富有”了,浙商对各地政府的吸引力将逐步下降。“所以浙商自谋发展,从科技含量上取胜。”

“我们企业已经看到资源紧缺的问题了,所以我们正在调整生产结构,将目标瞄准低碳和科技。”杭州名企圣奥集团产品开发部经理朱礼刚对记者说。据悉,该公司通过科技创新,将纳米技术和竹炭材料运用到其上,同时,还把传统家具与现代前沿科技结合,打造智能化家具。

记者了解到,目前已经有些先行者揭起了“改革风暴”。杭州正泰太阳能公司组建了一支世界级研究水平的研发团队,并模仿硅谷模式,杭州晟元技术有限公司自行研发DSP,既降低了成本,也保护了知识产权的完整性。

浙商前行路在何方

浙商,这个被誉为中国最具希望的商人群体,冠之以“中国的犹太人”的商业部落,用自己的实力在金融危机的风口浪尖上迎难而上。2009年中国民营500强企业,浙江民企就占161席,局全国榜首。入选企业营业收入总额总计409589亿元,户均8178亿元,同比增长161.8%。另据悉,浙江省90个县中,有82个拥有年销售收入超过10亿元的块状经济。

“但金融危机过后,浙商的确受到了不小的冲击,也对今后的发展提出了更高的要求。”胡小平认为,随着产业不断从发达区域向不发达区域的转移,浙江制造将面临人力资源、人才欠缺的问题,另外,就是要积极推动实业资本证券化,走上公司道路,促进浙商做强、做大、规范发展。

浙江省工业经济研究所所长兰建平曾多次提出,浙江不能老停留在“散”和“小”的层面,应该挤进国家级的战略大项目。

最后,胡祖光认为,浙商还应积极在海外寻求资源,积极走出去,这是一种趋势。