

□ 吴宇 潘旭

“世界上伟大的城市,不是因时代的变迁而实施变革,而是充分理解变革的重要性,首先自我变革成为示范领导城市。而世博会就为上海提供了这种机遇。”

这是10日从第22次上海市市长国际企业家咨询会议上发出的声音。在中国2010年上海世博会临近闭幕之际,近80位知名的国际企业家和专家学者汇聚世博园,共议世博之后上海的新选择和未来发展道路,可谓正当其时。

上海能否成为低碳示范城市?

在日本东芝公司最高顾问、前会长冈村正看来,当今国际产业发展的一个新方向,就是借智能社区、智能城市的试验和验证,建设新一代低碳社会,而上海凭借世博会一系列新型环保节能科技的展示和应用,应进一步普及节能环保理念,率先建成面向中国的低碳示范城市。

他认为,世博会闭幕后,解析世博会相关科技项目的试验结果和数据极为重要,以此可让上海建设智能社区的关键要素得以明确,并编制好操作性更强的近期和中远期的城市环保蓝图,制定出符合实际的商用和家庭节能标准。

印度印孚瑟斯技术有限公司首席执行官兼执行董事克里斯提了一

赢家策略 | Yingjia Moulue

世博之后,上海选择什么?——来自国际企业家的智慧



日本东芝公司最高顾问、前会长冈村正



英美烟草集团主席理查德·巴罗斯



美国匹兹堡市市长卢克·雷文斯塔尔

个建议:上海能否以浦东陆家嘴金融贸易区为试点,对高层建筑安装灵敏的能源监测和管理系统,特别是用于检测能源消耗的传感器。

上海是全球高层建筑最密集的城市之一。克里斯说,上海的大部分高层建筑建于上世纪90年代,那时对气候环境的考虑并不像现在这么紧迫。将这些高层建筑改建为绿色建筑,不仅经济和社会效应可观,而且可以推动政府成为节能环保及相关信息科技创新、应用的倡导者、投资者和领导者。

借世博会创立城市新品牌、改变“人文气候”

面积528平方公里的上海世博园区,让英美烟草集团主席理查德·巴罗斯非常振奋。他认为,世博会实际上已创造了一个与文化、国际化和创新相关的强大品牌,做好“后世博”的文章,是一个为上海、中国乃至世界留下恒久遗产的机会。

巴罗斯进一步建议:世博会之后,世博园区可以转型为一个或多个

提供特殊配套政策的园区。例如,可以为企业家和新兴行业提供办公场所,为中国和国际一流的学术机构和商学院合作办学提供合作平台,为中国的艺术、音乐和电影工作者提供创作空间。

围绕世博园区的后续利用,西门子公司总裁兼首席执行官罗旭德提出了一个“人文气候”概念。他认为,“人文气候”是生活质量的同义词,而生活质量与经济竞争力和环境一起,是一座城市实现可持续发展的三大要素,三者相互依赖,缺一不可。

“上海将世博园区变为市民绿色休闲娱乐场所的决定,无疑将改善这里的人文气候,这一‘栽桐引凤’之举,又将吸引更多的创新型人才,提升城市的长远竞争力。”罗旭德说。

匹兹堡的启示:上海如何成功转型?

对于上海来说,如何借世博会推动产业结构优化升级和城市转型,是一篇急迫的文章。美国匹兹堡被称为“21世纪经济的成功典范”。作为“他

山之石”,被称为“80后市长”的美国匹兹堡市市长卢克·雷文斯塔尔以上海市市长国际企业家咨询会议的特邀嘉宾的身份,带来了三条城市转型的成功经验:

一是继续利用好制造、能源等传统产业优势,同时使之更好适应不断变化的全球市场。以西屋电气为代表,目前匹兹堡有多达700多家公司参与到全球能源供应链中,成为煤炭、天然气、核能、太阳能、风能、输配电和智能楼宇等七大能源相关行业的领军者,创造了全市主要的财富来源。

二是以公私合作方式加强教育投入,帮助更多年轻人实现求学梦想,同时建立企业与大学的合作关系,鼓励创新和创业精神,资助有发展前景的技术项目进行商业化开发。

三是政府发挥主导作用,努力提高市民生活质量。近年来,匹兹堡政府将原先的钢铁厂改建成多用途的文化场所和创意园区,用1%的销售税在艺术、文化和户外休闲娱乐领域进行投资,建立完善了自行车道、河岸步道和滨江公园。

雷文斯塔尔强调:“为了吸引和留住优秀人才,城市不仅要提供职业发展机会,创造优质的居住环境至关重要。”

这位目前全美最年轻的市长意味深长地说:“匹兹堡和上海在各自不同的时间和空间里,实践着各自的转型,甚至在某种程度上改变着世界。”

2010中国大舜文化节在诸城成功举办

本报讯(贺柏青 郭沛盛 记者王海亮)近日,在舜帝故里诸城市成功举办了“2010中国(诸城)大舜文化节”,山东省政协原副主席、山东省大舜文化研究会会长谢玉堂,市委常委、宣传部长刘明珂,市委常委、副市长胡延新,市政协副主席郑汝智等分别出席了相关活动。胡延新在致辞中说,“大舜是中华人文始祖之一,其首倡的德、信、诚、仁的道德文化是中国道德体系之脉、传统文化之源。希望诸城以举办大舜文化节为契机,让大舜文化走向全国并影响全世界,让全国、全世界更多的人走向诸城,认识大舜,感受大舜文化和舜帝故里的深厚文化底蕴。”

文化节期间在诸城市密州宾馆还举行了大舜文化研讨会,刘明珂出席并致辞。他说,“诸城将传承、弘扬大舜文化作为义不容辞的责任,做了大量卓有成效的工作。特别是近年来,围绕‘发掘大舜文化,积极发展文化产业和文化事业,使传统文化成为促进社会和谐、推动先进文化建设的积极因素,给整个经济的发展注入了新的生机和活力,实现了经济、社会发展和文化建设的和谐共进。”

据了解,山东省大舜文化研究会和潍坊市人民政府共同主办,诸城市人民政府承办的“2010中国(诸城)大舜文化节”,以“弘扬舜德,传承文明,共建和谐,促进发展”为主题,文化节期间还举办了特色文化旅游推介会、诸城市“十大道德模范”表彰大会等一系列活动。期间60多家知名旅行社与诸城签订“中国龙城·舜帝故里组团游”首批合作协议书,预计将接待国内外游客数十万人次。

马骏:创新所以成功

□ 刘香茗

可持续增长是2010年达沃斯论坛的主题,通过跟同行业一些知名企业家在此次论坛上的交流互动,天津市住宅集团董事长马骏感触最深的是,不管是一个国家还是具体到一个企业,要想实现可持续增长,就必须不断地尝试创新。

马骏说,达沃斯论坛绝对不是一个关于某个行业具体经营理念的交流会,而是一个思想交流的平台,论坛上最精彩的演讲都是对未来的预测。尤其是本次达沃斯论坛是在世界经济正处于后危机时代的背景下召

开的,专家学者面向未来、面向新兴市场给出的经济复苏的良方几乎都与创新有关,只有创新才能实现可持续增长,但是创新还必须关注环境、关注节能。具体到住宅行业今后的发展方向,也跟这个主题相一致,这次会议使他更加坚定了必须走节能环保这条路。这些年来,天津市住宅集团一直围绕“节能、环保、绿色、低碳、宜居”这十个字做文章,并据此进行产业结构调整,逐渐形成目前集团的四大主营业务:一是住宅的开发和建设,每年的开发建设规模都在300万平方米左右,已经成为天津住宅市场上最大的一家;二是专门

从事研究和制造新型节能材料的新型建材与住宅部品制造;三是建筑施工;四是科技与服务业,包括以住宅为主的科技设计和以住宅为主的产业链的末端,如物业、电梯、园林绿化等。从而逐步形成了一个从住宅科研、住宅设计、生产住宅建筑材料、住宅开发、住宅的装饰装修、一直到后期的物业管理,每一个环节都具有完备的完整产业链条,实现住宅产业链完整循环。国家建设部经过一年多的考察,授予住宅集团全国第一个住宅产业化基地。我们的目标就是通过住宅产业化实现节能、环保,降低成本,提高效率,最终使我们的住宅成为绿色、低碳的环境友好性住宅。

通过这些年的实践,马骏还敏

感地意识到,企业要想保持创新能力,就必须加强科技的投入,除了现在拥有的新材料、新技术之外,今后,集团还要在新工艺和新体系上做文章。他说,实际上,每当建筑材料发生变革的时候,建筑施工的体系也随之不同,比如,都是盖房子,使用传统的砖瓦和现场混凝土浇筑在施工工艺上肯定是不一样的。此次达沃斯论坛上,专家还列举了国外使用不同建筑材料盖出来的房子,比如用麦秸也可以盖房子,这是我们以前听都没有听过的,这说明,各种废弃材料经过再加工也能成为建材也许会成为未来建筑材料的一个发展趋势,它会在施工体系和施工工艺上带来哪些变革?这也是今后应该关注的。

着力培育成本领先优势 不断提高企业成本竞争力

嘉陵特装公司全面开展“成本领先行动”

为进一步提高企业的成本竞争力,实现企业持续、协调、健康发展,嘉陵特装公司积极采取措施,认真贯彻落实实兵装集团公司“211”战略以及嘉陵特装“1256”发展思路和2010年职代会精神,着力培育成本领先优势,全力推进成本领先行动,力争实现全年降低成本700万元的目标。

为确保“成本领先行动”真正取得实效,嘉陵特装公司在“五分开”后便编制完成了“成本领先行动推进方案”,并成立了以特装公司总会计师简然为领导的“成本领先行动计划”工作推进办公室。近日,通过全局统筹和大量调研,企业又编制了“成本领先行动2010年重点工作”,为全面推进“成本领先行动”确定了方针,提

出了具体目标。嘉陵特装“成本领先行动”工作将以“135”为指导方针,“1”即实现一个转变:转变成成本管理观念,强化“成本领先”意识;“3”即实施三项举措:强化过程监控、加强指导监督,建立长效机制、实施效能监察,完善考核激励制度、发挥牵引作用;“5”即提升五项能力:提高企业核心竞争力和盈利能力、提高企业自主创新和产品设计优化能力、提高财务管控和成本控制能力、提高精益生产和质量成本管理能力和提高生产效率和员工的综合能力。

2010年,嘉陵特装公司将通过完成精益生产与精益管理体系建设、DFC导入、建立完善以会计核算为基础的信息管理体系等11项重点工

作,努力实现降低成本700万元的目标。为此,嘉陵特装公司专门对各项重点工作进行了分解,明确了责任单位、时间节点、完成目标和具体措施等,并决定在公司本部及分、子公司开展“成本领先,我行动”的主题活动,使每个员工都成为成本管理的对象和主体,每个员工都承担成本控制指标,做到“人人关心成本个个创造价值”;成立“成本领先行动督导组”,每月对各项目组及分、子公司“成本领先行动”重点工作的推进情况进行检查、指导和监督;由纪检监察部对

各项目组及分、子公司的成本领先行动具体开展情况进行“效能监察”;将各项目组及分、子公司“成本领先行动”实施效果纳入其领导负责人

的经营业绩考核中,大力推进以成本中心为主体的成本责任体系建设,逐步完善基层责任主体考核和全员考核制度,有效发挥考核对成本管理的引导作用。同时,建立考核与激励的联动机制,对在“成本领先行动计划”中成绩突出的单位和个人结合公司“创先争优”及“劳动竞赛”的相关规定进行适当奖励。

嘉陵特装公司要求各部门及分、子公司要切实转变观念,强化“成本领先”意识,把“成本领先行动”贯穿到企业工作的各个方面,增强员工的主动性和自觉性,做到全员、全过程、全要素的开展“成本领先行动”,切实把把握好行动方式和推进速度,精心组织,强化落实,确保顺利实现“成本领先行动”的各项目标,为实现集团公司“211”战略和嘉陵特装“1256”发展战略做出积极贡献。

(嘉 宣)

“低碳”商机:绿色做加法 成本做减法

□ 李文川

10月4日至9日举行的天津会议是中国首次承办联合国框架下的气候谈判,同时也是12月坎昆气候大会前的最后一轮谈判,中国的低碳减排行动再次成为国际社会焦点。相关资料显示,发达国家的二氧化碳排放,三分之二是由居民产生的,而我国70%是来自企业。因此,如何把气候变化带来的巨大挑战转变为中国经济社会转型和构建未来核心竞争力的巨大机遇,成为时下国内企业面临的重大课题。

轻轻一点电脑键盘,整个企业各区域、楼层、办公室的二氧化碳排放量一目了然,并且数据实时更新——无论对于热衷节能减排、低碳经营的企业,还是相关统计、监管部门,这都是一项有诱惑力的技术。“我们已经可以做到。”山本忠人对记者说。

会社总裁山本忠人接受新华社记者专访时以切身所感表示:绿色做加法成本做减法,“低碳经济”商机值得中国企业深挖。

立足企业自身绿色做加法

哥本哈根会议之后,“低碳”逐渐成为社会行为规范的一个新标准。山本忠人说,作为一个具有战略前瞻性和社会责任感的企业,在全球经济迈向低碳时代的大背景下,必须从企业自身做起,绿色做加法。

轻轻一点电脑键盘,整个企业各区域、楼层、办公室的二氧化碳排放量一目了然,并且数据实时更新——无论对于热衷节能减排、低碳经营的企业,还是相关统计、监管部门,这都是一项有诱惑力的技术。“我们已经可以做到。”山本忠人对记者说。

山本忠人透露,为顺应全球范围内“绿色低碳”的环保诉求,履行企业的社会责任,公司已经在碳减排方面制定了两个“十年目标”:一是承诺到2020年,将产品生命周期中的二氧化碳排放放在2005年的水平上降低30%;二是到2020年将客户现场的二氧化碳排放量每年降低700万吨。山本忠人说,虽然是一个很简单的例子,但是希望能够借助更多企业所提供的更多绿色产品和服务,可以帮助中国降低二氧化碳的排放量。

加力技术创新成本做减法

“‘低碳经济’是一个在国际和国内都比较新的提法,是以低排放、低能耗、低污染为特征的新的经济发展模式。”中国科学技术发展战略研究院软科学处处长赵刚说,“低碳经济”发展

离不开各种创新的低碳技术,未来经济竞争很可能是低碳技术的竞争。

和富士施乐一样,国内企业所面临的挑战是,在一个以低价为竞争手段的市场上,“绿色低碳”在多大程度上可以成为“卖点”?如何在强调“绿色低碳”的同时又不断降低成本?

“我们不会也不可能将低碳技术的成本转嫁到客户身上。因为价格是由市场决定的而不是由成本决定的。”山本忠人说,“企业如果要在市场上更好地生存下来,就必须不断地通过技术和产品创新去成本做减法,以便提升产品的性价比,否则会被市场所淘汰。”

“低碳经济”商机有待企业深挖

2010年,无论是对国内企业还是对跨国公司来说,社会大环境的变化和巨大的市场需求让越来越多企业家相

信,“低碳经济”之路充满商机。包括富士施乐在内的不少企业都已经认识到,低碳转型已是不可逆转的全球大趋势,而在低碳转型的全球竞赛中,中国企业亦不能只扮演“追赶者”的角色,要力争成为新经济竞赛的全球领跑者。

而环境保护部研究发现,国家人均GDP达到1000—3000美元阶段后,消费将开始升级转型。随着经济的进一步增长,社会将进入生态需求阶段。而2009年,我国人均GDP已经达到3600美元,消费者的环境意识和绿色消费需求正快速提升。

“虽然环保技术不能够直接帮助产品的销售,但是确实有一部分顾客愿意购买节能环保的产品。”山本忠人说,“目前,中国政府也已经高度重视环保问题,并陆续制定和明确了节能减排的目标和具有指导性和推动力的相关法案。其核心是良性的、可持续的、注重各方面平衡的发展。”山本忠人认为,这些都与公司的经营理念和
 发展方向高度吻合。

东莞倾力打造动漫产业

衍生产品相关企业达5000多家

□ 李晓霞

东莞近年来结合自身的产业优势和经济发展方向,在产业结构调整升级过程中瞄准了动漫产业。以此为契机,日前东莞举办了有国内外236家动漫原创、创意设计 & 品牌授权企业和269家动漫衍生品企业参加的第二届中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会。欲通过该平台延伸东莞的动漫产业链,扩大影响力。

据介绍,本届博览会的国际化特色突出。除新加坡、希腊、古巴、泰国、英国、菲律宾、韩国、印度尼西亚、印度、奥地利、墨西哥等11个国家的驻穗总领事馆莅临本届动漫博览会外,一些国际知名动漫机构和港澳台地区企业也表现出强烈兴趣,近40家来自港澳台及海外的动漫原创企业、创意设计企业和品牌授权机构组团参展。其中包括澳大利亚漫画家协会、VHQ新加坡集团、美国XVIVO科技动画公司、韩国首尔动画中心、日本动漫协会、俄罗斯国际动漫游戏艺术节组委会及香港玉皇朝、台湾敖幼祥工作室等。

据了解,目前,东莞全市与动漫衍生产品相关的企业有5000多家,其中规模以上企业1000多家,95%以上的动漫衍生品生产企业为欧、美、日等动漫衍生品品牌加工,许多世界一流的玩具产品,都是东莞制造。例如备受孩子青睐的芭比娃娃,足迹遍布150多个国家,全球平均每一秒钟就有3个芭比娃娃售出,而这些芭比娃娃近1/3在东莞生产。东莞嘉辉玩具厂是迪斯尼产品的生产企业之一,米老鼠、唐老鸭等家喻户晓的动漫玩具在此生产。

除此之外,Hello Kitty、多拉A梦、史努比、流氓兔等世界上几乎所有知名动漫品牌的衍生产品都在东莞生产。奥运会福娃以及今年上海世博会的吉祥物——海宝,主要都是由东莞的厂家参与生产制作。而《阿凡达》《指环王》《终结者》《哈利·波特》《星战前传》《蜘蛛侠》《金刚》等风靡全球的好莱坞大片,其道具都是在东莞生产的。

在动漫衍生品企业蓬勃发展的同时,近年来,东莞的原创动漫企业也逐步发展,比较知名的有研达动漫模型设计制作有限公司,该公司在原创和制造对接的过程中,学习日本一些企业的先进经验,从2006年开始与上海玖峰数码科技有限公司合作,与该公司的代表形象悠嘻猴进行了原创性的商业企划,两年内共开发了8个系列的产品,产生将近千万元人民币的市场额度。

此外,东莞还计划将松山湖产业园区打造成中国动漫产业最佳对接平台,逐步建成“创新研发服务中心、版权交易服务中心、动漫影视渲染服务中心、衍生品展示交易中心、品牌授权服务中心和动漫企业认证服务”六个中心,通过发展动漫产业,力促东莞产业结构的升级转型。

据东莞市松山湖管委会副主任李航介绍,2009年12月,松山湖借助东莞首届动漫博览会,一举签下12个项目,总金额达158亿元。此次第二届动漫博览会在东莞国际会展中心主会场的基础上,又新增了松山湖分会场。广东省首个粤港澳文化创意产业实验园区也于9月30日正式落户松山湖。李航认为,松山湖动漫产业将依托松山湖及东莞强大的动漫衍生品加工制造能力,通过积极探索建立文化创意产业链经营模式,建立文化创意产业联盟,形成良好的文化创意产业集聚效应。