▶▶▶[上接P1]

企业家精神引领高质量发展

新华通讯社副社长刘正荣说:“这两天在与企业家们的交流中,大家都深切地感受到企业家们满怀创新驱动发展的决心,对我国经济实现高质量发展充满信心。”

中国一重集团有限公司党委书记董事长张振戎在谈到高质量发展时表示,跟着党的政策走,跟着市场走,跟着世界科技发展的趋势走,企业一定会获得高质量发展。

中国中铁四局集团有限公司副总经理耿树标表示,责任和共享是当今国有企业家精神的体现,大家共同发展,共享发展成果,这样一定能推动社会可持续发展。

一个国家的崛起,往往是一批拥有高质量、大品牌产品企业的强势崛起。

“国家内需市场潜力巨大。区域发展和乡村振兴战略快速提升了三四线城市和广大乡镇的消费力,产生了高性价比产品的需求,同时一二线城市更多的中产阶层崛起,高端化升级需求明显。我们希望康师傅的产品能够成为中国人美好生活的一部分,我们将继续增加投入,带动产业链实现高质量发展。”康师傅控股有限公司执行长韦俊贤对未来信心满满。

世界盾构的中心已经由欧美转移到中国,中铁工业的盾构机产品出口到法国、丹麦、意大利等19个国家和地区,盾构年产销量连续两年位居世界第一。

来自中铁高新工业股份有限公司党委书记、董事长易铁军介绍称,在“超级工程”港珠澳大桥建设中,中铁工业旗下中铁山桥率先引入焊接机器人,应用在钢箱梁制造中,延长桥梁使用寿命至120年。“这项技术是世界首创,被誉为钢桥制造的一场革命,完美体现了从中国制造向中国创造转变的不懈追求。”易铁军表示。

与此同时,是中铁工业在研发方面持续不断的投入,才终于迎来“打破了洋盾构垄断中国市场的被动局面,率先拉开了盾构国产化序幕”。正是这种不服输的优秀企业家精神,为中国经济的高质量发展和崛起留下了浓重的一笔。

北京汽车集团有限公司党委书记、董事长徐和谊则从中国汽车工业的弯道超车、换道超车探讨了汽车工业的历史、当下和未来。他指出,中国汽车工业,首先要有换道的信心,还要有择道的智慧,也要有筑道的能力。

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司党委书记、董事长李保芳从品质、品牌、品格三个维度围绕实体企业的创新和高质量发展与参会嘉宾进行经验分享。

李保芳表示,茅台会始终围绕品质、品牌、品格,老老实实、认认真真地做好实事,做强实业。

“高质量发展,是新发展理念的本质要求,也是不断满足人民日益增长的美好生活需要的要求。”西凤集团董事长张正认为,对于企业来说,就是以高效率、高效益的生产方式为全社会持续、公平地提供高质量的产品和高质量的服务。

正是因为心系人民,不断满足人民日益增长的美好生活需要的要求,中国的白酒行业才历久弥香,源远流长。

在制造业领域,对于转型升级和高质量发展领悟最深的莫过于家电企业。如果缺乏敏锐的市场洞察力,一定走不远。如果心里不想着服务,同样走不久。

创立35年来,海尔历经多次转型。海尔集团副总裁李华刚表示,在传统经济时代海尔强调产品品牌,把服务做到了有口皆碑。进入互联网时代,海尔用互联网改造自己,把自己发展成一个平台,在这个平台上,利益攸关方可以共同创造价值。如今5G到来,海尔要变成一个物联网生态平台。

作为家电科技企业,想着“人心”,做好服务的,更有明星企业家——珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠。她表示,要高质量发展就要掌控其产品品质,消费升级带动消费者转向高质量产品需求,只有更得人心的产品才会使其更加有获望去购买。

董明珠表示,在探索高质量发展的道路上,格力也曾遇到险阻。格力的创新与高质量发展从企业内部武已从上到下贯彻实施,但想要获得成功就一定要耐得住寂寞,内心有支撑。制造业最大的使命是它可以真正改变这个世界,向着更好的未来迈进。

毋庸置疑,企业家精神在创新和高质量发展方面对企业有着何等的引领作用。

当前,中国正在从中国制造向中国创造转变,由中国速度向中国质量转变,由中国产品向中国品牌转变。

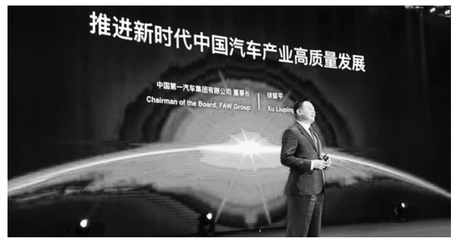
“我们每一家企业都要立志使自己的品牌走向全国、走向世界。”这是安徽迎驾集团股份有限公司党委书记、董事长倪永培在论坛期间的声音,这也是2019中国企业家博鳌论坛所有企业家的共同心声。

遗失启事

南湖国际社区二期业主向阳的车位45-1690和45-1691合同遗失,声明作废。

徐留平:推进汽车产业高质量发展 红旗品牌向愿景目标阔步前进

■ 刘芳宇



12月1日-2日,2019中国企业家博鳌论坛在海南省博鳌举行。在开幕式及学者分享会上,中国第一汽车集团有限公司董事长、党委书记徐留平做了主题为“推进新时代中国汽车产业高质量发展”的主旨演讲,介绍了红旗品牌的高质量发展之路。

喜忧并存 中国汽车产业直面新的挑战和机遇

中国汽车产业喜忧并存,一方面,中国是世界最大的汽车市场,2018年,中国汽车市场共销售整车2808万辆,连续10年全球第一,占全球汽车销量的30.6%,“汽车大国”地位无人企及。另一方面,随着2018年全球车市遇冷,中国汽车产业在经历了多年的高速增长之后,产销量出现了28年来的首次负增长。遇冷行情延续至今依然没有回暖,中国汽车市场从2018年7月开始,已经连续16个月下滑。与此同时,中国品牌乘用车的价格区间也连续下移,溢价能力进一步削弱。

在严峻的挑战面前,“坏市场”上未必没有好机会。有见地、敢担当的企业就是要在变革中抓住新机遇,在困境中走出勃勃生机。徐留平强调,对于未来汽车产业在中国呈现的特征是:一、全新的汽车产业政策。二、全新的消费。三、全新的技术驱动。

徐留平表示,当下以及未来一段时间,汽车产业面临消费的巨大变化,人群更加年轻化,市场容量进一步增长,消费渠道融合化,同时消费内容升级。而在新能源、新工艺、新材料、大数据以及人工智能、区块链等等这一系列的新技术的驱动下,汽车产业正在向新四化方向发展,即电动化、网联化、智能化与共享化。

总之,面对汽车产业当下的喜与忧,以及汽车产业未来的机遇与挑战,汽车企业只有适应变革、把握机遇、抢占先机,才有可能进入世界一流强企行列。

敢于担当 牢筑中国汽车产业高质量发展基石

汽车业是制造业的皇冠,凡工业强国,则是汽车强国,反之亦成立。徐留平认为,中国汽车产业要想实现转型升级,要想实现高质量发展,必须紧紧抓住“三个”核心与关键:

一、开放发展。汽车产业是资本、技术、人才、信息等优质资源的集大成者,汽车产业的不断融合与协同发展是大势所趋。徐留平也提到,中央提出的进一步扩大开放,特别是针对汽车产业推出进一步扩大开放的政策,从中长期或是从一个更长远的未来看,对中国汽车产业健康良性的发展,无疑具有非常重要的意义。当然,新一轮的对外开放,也将给中国汽车产业的生产方乃至消费者,带来更大的帮助。

二、全新技术驱动。产品创新是汽车产业的王道和根本,技术创新是产品的新的基础。徐留平认为,创新是驱动汽车产业,以及汽车企业发展的一个关键和根本。无论是在关键技术、核心技术,以及单项的技术、系统集成技术、平台技术、基础技术领域当中,一个企业乃至一个行业都应各有所长。

三、合作共赢。徐留平说,目前汽车产业所面临的技术变革、消费变革,都需要整车厂、零部件厂、供应链等所有细分领域的协同合作。无论是传统的整车厂还是新的造车势力,无论是芯片还是软件,无论是操作系统还是电池等一系列企业,无疑都要在合作当中实现共赢。

以梦为马 新红旗品牌谋振兴发展之路

中国人的骄车梦是从红旗开始的,红旗品牌对于国人来说,绝非一般意义上的汽车品牌,她承载着深深的民族情怀和神圣的历史记忆。2017年9月,中国一汽掀起了全面振兴红旗品牌的热潮,2018年1月,发布了全新红旗品牌战略,在新战略指引下,新红旗品牌进入了快速发展新阶段。

近两年来,新红旗品牌实现了跃迁式发展。2018年,新红旗品牌首战告捷,市场表现令人振奋。

徐留平认为,新红旗品牌成绩的取得,离不开六个“坚持”:

一、坚持客户中心。新红旗品牌坚持以客户为中心,倾力打造极致的产品和服务。两年内投放5款全新产品,快速完成了对主流豪华细分市场的覆盖。实施特色体验式营销,为消费者提供全场景、全生命周期的贴心出行解决方案,取得了爆发式的销量增长和良好的用户口碑。

二、坚持品牌为纲。新红旗坚持以品牌战略引领,加速塑造国际一流品牌形象。2018年1月,新红旗品牌战略发布,按照“中国式新高尚精致主义”理念,全力打造“中国第一、世界著名”的“新高尚品牌”。一年多来,通过精彩亮相2019央视春晚吉林长春(一汽)分会场舞台,登陆国际消费类电子产品展览会,参加法兰克福车展等一系列重大活动,新红旗品牌朝着年轻化、市场化和国际化的战略目标不断迈进。

三、坚持创新为要。新红旗着力构建全面、全过程、全员创新体系。发布并实施红旗“纲旗·计划”,组建“一部四院”研发体系和“三国五地”研发布局,打造“魔方·云创”“双创”平台,新红旗在创新的道路上坚定前行。

四、坚持机制为先。“红旗”坚持把改革作为品牌振兴的先手棋,大刀阔斧改革管理体制和运营机制。明确集团总部直接运营“红旗”,承担“红红旗”的重大战略任务,集聚优势资源加快振兴新红旗品牌。通过深化改革,新红旗已构建了一套完整的业务体系,并制定了创新转型的数字化发展战略规划,加速打造全球最先进的管理体系。

五、坚持人才为本。新红旗努力壮大人才资源。开展干部能上能下、新酬能高能低、人员能进能出、机构能增能减的“四能”改革,以市场化为导向,积极探索实施多元激励模式,初步达到增强动力、传递压力、激发活力、提高能力的“四力”目标。全球引智、前劳斯莱斯全球设计总监泰勒等一批世界顶尖人才加入红旗。优势人才资源的汇聚使得红旗品牌在新能源、智能网联、移动出行等新兴业务领域的创新能力不断增强。

六、坚持合作为基。新红旗通过广泛合作吸纳全球优质资源。与华为、阿里、腾讯等科技公司建立29家协同创新实验室,构建了红旗品牌创新生态圈联盟。与兵装集团(长安汽车)、东风汽车联合筹建科技平台公司,发挥央企协同优势,努力实现我国自主汽车核心技术的整体突围。建立全球化供应链体系,引入625家全球优质资源,搭建了高质量供应商资源平台。

徐留平为新红旗品牌的振兴深谋远略,既提出了近期目标:力争2020年实现20万辆级,到2022年实现40万辆级规模;又规划了宏伟蓝图:打造新红旗成为“中国第一、世界著名”的“新高尚品牌”,满足消费者对新时代“美好生活、美妙出行”的追求。在中国一汽人的努力奋斗中,新红旗品牌正在向着愿景目标阔步前进。

2019中国企业家博鳌论坛吸引了近千名企业家参会,所属企业既有汽车、家电、重工、快消等实体经济,也有电商、金融等新经济企业;既有石油、电力、环保等资源型企业,也有健康、文化等服务型企业。为期两天的大会,设开幕式及学者分享会、主论坛;中国企业家博鳌论坛圆桌会议、民族品牌之夜、新华·红旗夜话以及7场平行论坛。与会嘉宾共同探寻企业高质量发展的路径,交流和分享企业创新和高质量发展的经验,助力新时代中国经济高质量发展。

全国首单粤港澳大湾区科创债务融资工具发行

■ 本报记者 李代广

11月27日,“珠海大横琴投资有限公司2019年度第一期中期票据”发行,规模45亿元,期限5年,由浦发银行牵头主承销、工商银行联席,募集资金中的25亿元用于支持科创企业发展,企业类型涉及高端装备制作、新型显示、芯片等新兴产业;其余20亿元用于横琴口岸等重点项目的建设。

记者获悉,本期中期票据是全国第一单支持粤港澳大湾区建设及科创企业的债务融资工具,票据发行受到投资者高度认可,认购倍率2.46倍,票面利率为4.10%,创近期同期限同评级同类企业发行价格最低,很大程度上降低了企业融资成本。

本期中期票据将支持横琴新区双创企业发展和涉澳重点项目建设,为横琴开发建设提供了有力保障,有助于深入推进粤港澳更紧密合作,促进澳门经济适度多元发展,进一步助力横琴建设粤港澳深度合作示范区。

近年来,浦发银行积极响应《粤港澳大湾区发展规划纲要》相关要求,通过“股债贷一体化”综合服务,创新适用于大湾区科创企业培育孵化的科技金融服务方案,以及具有领先优势的自贸区金融服务,对大湾区跨境金融需求响应,同时集团子公司协同,区域内深圳、广州、福州、厦门、香港等分行密切联动,多元支持粤港澳大湾区建设。截至10月末,浦发银行已为大湾区建设提供信贷支持超过1500亿元、承销债券近1000亿元。

据浦发银行相关负责人介绍,浦发银行将充分发挥上海国际金融中心的区位和优质资源集优势,持续参与并加大金融资源在科创以及大湾区建设方面的支持力度,加速因地制宜的产品研发和服务升级,为横琴新区更加积极地对接粤港澳大湾区国际科技创新中心建设,更有力地参与“广州-深圳-香港-澳门”科技创新走廊建设贡献更大力量。

又讯 浦发银行郑州分行举办“浦发卓信贵宾文化之旅”客户论坛活动

11月30日上午,浦发银行郑州分行在建国饭店成功举办“浦发卓信贵宾文化之旅”客户论坛活动。邀请央视《百家讲坛》主讲人之一纪连海,为到场嘉宾讲述“大秦帝国兴衰启示录”。浦发银行郑州分行党委副书记、副行长刑雷出席活动并致辞,重点存量或潜力私人银行客户、私营企业主、同业机构高管共二百余人参加论坛。

在论坛活动上,邢雷副行长在致辞中表示,18年来,郑州分行根植中原、服务河南,秉承“笃守诚信,创造卓越”的理念,依托上海经济金融中心的区位优势,聚焦河南“六大国家级战略”和“三区一群”建设,将自身发展与中原经济同频共振,实现了支持地方经济建设和加快自身发展的良性互动,构建起涵盖全省9个地市、82家营业网点、110家自助银行的综合化科技金融服务网络。截止2019年10月末,浦发银行郑州分行的业务规模、资产质量和经营效益位居河南省股份制银行首位,为感谢社会各界的大力支持,特别是一直以来支持信任浦发的客户,特举办“浦发卓信贵宾文化之旅”客户论坛活动,旨在为长期以来关心支持浦发银行发展的各界朋友提供一个交流的机会和平台。文化之旅活动既是浦发银行响应习总书记提出的以高度的文化自信、努力推动中华民族文化复兴的号召,也是积极践行“金融为美好生活创造价值”的理念,使客户在浦发获得有品质、有价值的金融及非金融服务,增强获得感和幸福感。央视《百家讲坛》主讲人纪连海讲述秦帝国兴亡的历史,聚焦河南“六大国家级战略”和“三区一群”建设,将自身发展与中原经济同频共振,实现了支持地方经济建设和加快自身发展的良性互动,构建起涵盖全省9个地市、82家营业网点、110家自助银行的综合化科技金融服务网络。截

▶▶▶[上接P1]

你好,新十年——求解转型升级

“穿刺变,变则通,通则久。”经验告诉我们,只有依靠科技进步,才能保持企业长久竞争力,也才能在波谲云诡的市场环境中,赢得竞争主动权。

消费升级,转型升级的方向指引

凡是与人口相关的产业,中国都有天然的优势;凡是与美好生活相关的产业,中国都有巨大的空间和未来。

有一种转型升级是由消费升级驱动的,老字号品牌稻香村靠转型,拉近了与时代的距离。

“把中式文化、中式糕点、中式美食结合世界和行业各方面的技术,打造适应更多消费场景的产品,这是我们的愿景。”稻香村集团总裁周广军在采访中说。面对消费在升级,时代在变化,稻香村也在变,变得更时尚、更开放。

在九牧厨卫公司内部,消费者被叫做“生活者”。“如何给消费者提供更好的产品,这是九牧赖以生存的根本。”九牧厨卫股份有限公司副总裁严桢说,九牧发展30余年来,一直坚守以消费者满意为企业使命,企业创新与高质量发展就是要迎接时代变化,迎接消费者的变化。

没有哪个行业像当下的汽车产业这样,喜忧参半。其中,喜的一面更多来自于全新的消费升级。

“当下以及未来一段时间,汽车产业面临消费的巨大变化。”中国一汽董事长、党委书记徐留平在大会发言中说,从人群来看更加年轻化,从市场的容量来看进一步增长,汽车产品的消费已经改变了过去到4S店这种单一模式的消费方式,实现线上线下融合消费。

红旗作为中国一汽最重要的品牌,无疑是一系列发展当中的重点。今年以来,一汽红旗品牌销量快速攀升,2019年将突破10万辆大关,2020年预期翻翻番。取得这一成绩与一汽树立以客户为中心的理念,顺应消费升级密不可分。

事实表明,在每一次经济形势的变化中,有些企业销声匿迹,而完成升级换代的企业将迎来一个大规模扩张的新时代。

坚守初心,转型升级的信念所在

每当重大外部环境变化之际,社会各界对制造业发展的期望就愈加迫切。

越是外部环境复杂,诱惑越多,转型越需要心无旁骛。但近年来,一些制造企业却投身房地产或金融业,影响了企业的升级进程。

“你要砸得住宝贝。”中国第一汽车董事长、党委书记徐留平在大会发言中说,从人群来看更加年轻化,从市场的容量来看进一步增长,汽车产品的消费已经改变了过去到4S店这种单一模式的消费方式,实现线上线下融合消费。

董明珠不仅这么说,格力更是这样做。格力城市(江门)总部,一座高耸入云的工业大厦,在这里,一个个工人在生产家用电器产品,更瞄准国家的制造短板——高端装备,展开自主研发和生产制造。格力一直转型,企业的每一个决策、发展路径都与国家、社会需要紧密联系。

与格力类似,海尔的每一次转型都踏着时代的节拍,每一步都和中国经济的阶段性发展相契合。

创立35年来,海尔历经多次转型。海尔集团副总裁李华刚说,在传统经济时代海尔强调产品品牌,把服务做到了有口皆碑。进入互联网时代,海尔用互联网改造自己,把自己发展成一个平台,在这个平台上,利益攸关方可以共同创造价值。如今5G到来,海尔要变成一个物联网生态平台。

每家企业面临着相同的外部环境,没有谁的转型比谁更容易。企业之所以不同,在于各自的选择,尤其是企业掌舵人的选择。

“工匠精神正是中国制造急需补上的‘精神食粮’,是孜孜不倦、勇攀第一的追求。”国务院发展研究中心原主任张玉台表示,企业家是企业发展的掌舵人,企业家的理念决定了企业命运。中国企业要一步未雨绸缪、追求卓越、做事做到极致、具有工匠精神的企业家。

转型升级不可能“齐步转”,每家企业在转型路上“各显神通”。如果说今天的工业企业有何共同行动方向,那么向产业链高端跃升是他们的共性之一。从依靠要素规模扩张,转向高质量发展,这些参会企业正走在这条道路上。

法院公告

陈大连:
本院受理原告卢晓腾诉你同居关系子女抚养纠纷一案已审结。依法向你公告送达(2019)黔2728民初842号民事裁定书。自公告之日起60日内来罗甸县人民法院第三法庭(茂开法庭)领取,逾期视为送达。

贵州省罗甸县人民法院
二〇一九年十二月三日

杨秀兴:
本院受理原告龙梅诉你离婚纠纷一案已审结。依法向你公告送达(2019)黔2728民初1036号民事判决书。自公告之日起60日内来罗甸县人民法院第三法庭(茂开法庭)领取,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南州布依族苗族自治州中级人民法院。逾期发生法律效力。

贵州省罗甸县人民法院
二〇一九年十二月三日

周中华:
本院受理吴爱玲申请执行你民间借贷纠纷一案,现依法向你公告送达(2019)豫1621执1337号执行通知书、报告财产令、被执行人财产申报表,自公告发出之日起60日即视为送达。限你自公告期满之日起三日内履行本院(2017)豫1621民初147号民事判决书所确定的偿还借款10万元及利息、负担诉讼费2300元及公共费600元的义务并报告财产,逾期不履行,本院将依法强制执行。

河南省扶沟县人民法院
二〇一九年十二月三日

贵州省普安县财政局(延续)建设项目

环境影响评价公参与公示
根据(环境影响评价公众参与办法)(部令第4号)规定要求,现将贵州省普安铝矿(延续)建设项目环境影响评价相关信息公告如下:
一、建设项目情况简介:
项目名称:贵州省普安铝矿(延续)
建设地点:贵州省普安县兴中镇
项目概况:普安铝矿属国有矿山企业,至今矿山一直处于停产状态;有效期限:10年,自2011年8月至2021年8月,面积为6.3314km2,准采标高为:1500~1331m,生产规模为3万吨/年(矿石)。
二、建设单位联系方式
建设单位:贵州省普安铝矿
联系人:郑主任
联系电话:13888937389
地 址:贵州省普安县兴中镇
三、评价单位联系方式
环境影响评价机构名称:河南金环环境影响评价有限公司
联系人:何工
联系电话:13639097065
地址:河南省郑州市金水区农业路东62号27层2744号-2745号
四、公众意见表的网络链接
http://www.mee.gov.cn/xxgk2018/xxgk/xxgk01/201810/t20181024_665329.html
五、公众提出意见的方式和途径
在环境影响报告书征求意见稿公示期间,公众均可向建设单位提出与环境影响评价相关的意见。
发布单位:贵州省普安铝矿
发布时间:2019年12月4日

拍卖公告
受委托,定于2019年12月12日上午10时至12月12日下午3时(如发生自动延时的,截止时间以延长后的结束时间为准)在淘宝网阿里拍卖资产处置平台(网址:http://zc-paimai.taobao.com,户名:江苏华林拍卖有限公司)公开拍卖下列标的:
1、拍卖标的:
1、南通中江国际广场1-121室商铺,产权面积约78.61㎡、2、南通中江国际广场1-126室商铺,产权面积约129.69㎡。
二、展示时间:标的物开拍之日前接受咨询与现场看样,须电话预约。
三、拍卖方式:采用线上增价拍卖方式。
四、报名及竞拍事项:本次拍卖在淘宝网阿里拍卖资产处置平台线上进行,竞买人须在线上报名及支付参拍保证金后参与竞拍(具体参拍保证金缴纳流程可咨询淘宝客服,客服电话:400-822-2870)。竞买人请提前做好线上报名及支付参拍保证金的工作,准备及缴纳工作。
五、本次网络拍卖公告等拍卖文件已在淘宝网阿里拍卖资产处置平台线上发布,本公告未尽事项,请自行在线上查阅。
联系人:杨先生 13851371620
陆先生 13912261688
联系地址:南通市工农路33号金融汇18楼

江苏华林拍卖有限公司
拍卖公告
河南省郑州高新技术产业开发区人民法院将于2020年1月5日10时起至2020年1月6日10时止(延时的除外)在郑州高新技术产业开发区人民法院淘宝网司法拍卖网络平台上对郑州勤丰实业有限公司名下位于郑州市惠济区长安路路西、福利院路北河南易谷艺术品储运仓库A6号仓库1117号房产一套进行公开拍卖活动,详情请见网址:http://sf.taobao.com/0371/13(部分页面上法院简称为“开发区”)。现公告通知当事人按时参加拍卖活动,拍卖标的相关权利人及时向法院主张权利,逾期主张视为放弃权利。

郑州高新技术产业开发区人民法院
2019年12月4日

房屋买卖公告
向庆杨,夏华会于2019年3月9日将其所有的位于贵州省遵义新民镇振兴街农贸市场商住楼房屋(建筑面积115平方米,遵房预遵义县字第201001810号)及房屋内所有家电家具以22.8万元的价格转让给夏沛昌,向应学,特此公告。
●遵义县南白镇民光拖车坊遗失营业执照副本,注册号:5203216000184490,声明作废。
●张金璜遗失保险执业证0200014115008000201400125 1,声明作废。

联系方式
手机:18201652045
QQ:2669823565
E-mail:dzrbz@126.com

中小企业营商环境究竟该怎么改?

■ 刘世锦

近日,全国政协经济委员会副主任刘世锦发表演讲。就如何进一步优化营商环境,为中小微企业提供更好的发展环境,给出建议:第一,基础产业——包括能源、电信、铁路、金融等行业放宽准入;第二,土地制度改革,尤其是集体建设用地入市;第三,包括医疗、教育、文化、娱乐、体育等的服务业进一步放宽准入—— 一方面是对外资要放开;对外资放开以前,对内资也得放开。

以下为演讲实录:

按照世界银行的评价标准,中国营商环境的名次最近几年一直在上升,对作为研究中国经济的人来讲,还是感到很鼓舞。

但我想提个问题:从企业规模来讲,对营商环境怎么评估?因为现在讲营商环境,更多的是对中小企业、特别是小微企业,一个地方的营商环境好不好,得看那个地方的中小企业、特别是小微企业的感受怎么样?这些企业是不是发展起来了?这些企业活跃了,发展起来了,应该说这个地方的营商环境就是好的。这是非常明显的具有可观察性和衡量性的直观指标。

这两天我仔细看了一下今年世界银行发布的关于中国营商环境改进的报告,和其他国家也进行了比较,我感到这个结构很有意思。我们需要分析这个结构,中国的环境和医疗板在什么地方。中国的长项有好几条,比较突出的有三条:第一条是创业环境真不错,在全世界排在靠前的位置;第二条是供电,我们的电用起来很方便,成本也不高;第三条是合同的执行情况,过去大家是有争议的,中国法治环境有一些地方可能不太健全——合同能不能有效执行呢,从现在的评估来看,还不错,排名并不低。

有没有短板?我觉得比较突出的有三个:

第一个短板是信贷,特别是信用的获取情况,得分比较低。最近,我们正在做一个调研,关于小微企业、特别是民营企业获取金融服务的状况。经过调研发现,这个问题确实是存在的,而且相当普遍——尽管这么多年有很大的改进,特别是去年习总书记召开民营企业座谈会以后有很大的改进,民营企业相比过去,金融服务的条件有一定的提升,但基本的问题仍然存在。我们过去的金融体系,主要是给大企业,特别是国有企业、传统业务服务的,真正为中小企业特别是小微企业服务的机构,包括金融产品都很缺乏。其实,为中小企业服务,核心是解决中小企业信息不对称的问题,怎么很好的评估风险,实际上是一套技术,需要很强的专业能力,我们的金融机构目前在这方面的专业能力是比较差的。

第二个短板是税收。中国企业上交的“五险一金”的负担,从国际范围来讲,是比较高的,整个纳税这一项我们的排名不是那么高。这个问题国内讨论的比较多,特别是最近两年,企业进行减税降费,这方面有一定的进展。“五险一金”怎么能降下来,是很实际的降低企业负担的一项措施。这方面过去提了很多的建议,比如说怎么把国有资本以更大的力度、更大的份额转入社保基金,最近国务院在这方面采取了一些措施。这个领域确实是我们的短板,怎么往上补,方向也是明确的。

第三个短板的是企业破产。中国经济正由高速增长转入中速增长,整个市场大的出清过程中,有些企业比较困难,日子不太好过,其实有它的规律性,相当一批企业是要出局的。比如说,有些行业过去有100个企业,以后可能就50个企业甚至是20个企业,出清过程是正常的。有些企业要退出,就涉及到破产的程序,我们在这方面有短板。而且特别要注意的一点是,由于现在事实上存在竞争不公平的情况,有可能劣不能退、优不能胜,这就比较麻烦。所以我们讲高质量发展,一定要有一个结构调整的阵痛期;一方面要高质量发展,一方面又不愿意结构阵痛,这是不可能的。但这方面怎么往前走,破产退出这套程序需要健全。

刚才讲的几个长项和短板,长项继续保持,短板能补上,方向其实是明确的。下一步,就是怎么把现在已经明确的措施朝前推。

第三个问题,中国讲的营商环境概念比世界银行还要更宽一点。在中国特定的情景之下,经济在转型,整个体制在转型,有很多特定的问题。下一步改善整个大的营商环境,特别是在做建设用地入市;第三,包括医疗、教育、文化、娱乐、体育等的服务业进一步放宽准入—— 一方面是对外资要放开;对外资放开以前,对内资也得放开。

以下为演讲实录:

按照世界银行的评价标准,中国营商环境的名次最近几年一直在上升,对作为研究中国经济的人来讲,还是感到很鼓舞。

但我想提个问题:从企业规模来讲,对营商环境怎么评估?因为现在讲营商环境,更多的是对中小企业、特别是小微企业,一个地方的营商环境好不好,得看那个地方的中小企业、特别是小微企业的感受怎么样?这些企业是不是发展起来了?这些企业活跃了,发展起来了,应该说这个地方的营商环境就是好的。这是非常明显的具有可观察性和衡量性的直观指标。

这两天我仔细看了一下今年世界银行发布的关于中国营商环境改进的报告,和其他国家也进行了比较,我感到这个结构很有意思。我们需要分析这个结构,中国的环境和医疗板在什么地方。中国的长项有好几条,比较突出的有三条:第一条是创业环境真不错,在全世界排在靠前的位置;第二条是供电,我们的电用起来很方便,成本也不高;第三条是合同的执行情况,过去大家是有争议的,中国法治环境有一些地方可能不太健全——合同能不能有效执行呢,从现在的评估来看,还不错,排名并不低。

有没有短板?我觉得比较突出的有三个:

第一个短板是信贷,特别是信用的获取

小地方一样能出大企业

很多大公司出在小地方,这是走访中最让我们受刺激的,也是觉得有意思的一件事。佛山很多企业都建在小地方,比如世界五百强美的也是建在小地方,它们都有草根基础。这样来看,不同国家的企业可能有一些共通的规律。

我们第一站是德国的斯图加特,参观距离斯图加特七八十公里一家公司。这是一家村办企业,做的产品也并不是多厉害,就是卫浴的淋浴器、水龙头。这家企业叫汉斯雅雅,总规模也只是一年10亿欧元,约为80亿元人民币。看他们的销售业绩仿佛是在看一张世界地图,他们在“打”全球市场,总销售额有77%来自全球其他国家。

在这之后看到的公司也很有意思。例如巴斯夫,它是全球知名的化工公司,口号是“我们创造了化学”,这个话口气不小。参观后才知道,原来当年诺贝尔化学奖获得者就是从他们公司的小房子里走出来的,对人们的生活影响深远。在路德维希港这样一个只有约16万人的小城里诞生,就是这样一个小地方的企业,去年在全球市场达到625亿欧元的销售额。

在荷兰,我们去了一个很小的城市——埃因霍温,导称荷兰第五大城市,总人口约22万,面积约为88平方公里。这个地方出了一群企业,其中有一家特别有名,就是飞利浦。

飞利浦最早是做灯泡、做照明起家,后来做电子,现在主打医疗设备。一路走过来,早已成为百年老店。本来,我们在荷兰还要参观一家叫阿斯麦的著名公司,但是由于种种原因没有成行。阿斯麦是制造芯片的上游企业,主要生产制造芯片的光刻机,全世界所有大的芯片厂都要用它的设备。

还有一件意思的事,总人口约为9万,面积为24平方公里的荷兰代尔夫特镇出了一家瓷器公司,叫做皇家代尔夫特。这家企业每年600万欧元的销售额,做的也是全球生意。这是一个很小的公司,虽然在全世界范围来看,其实它没卖出多少产品,但是仍然坚持全球销售。大家看它的策略与战略,美国、欧洲、中国都是它的销售对象。60名员工,居然做到了600万欧元的生意额。

瑞典虽然地方大一点,但是离北极圈很近了,人口很少,他们的宜家公司在做全世界的生意。

瑞士也是一个小国家,生产的手表在低价表的冲击下,市场地位依然屹然不倒。雀巢也是来自瑞士的一个小城市,也在全世界做生意。

大市场、好东西,这两个理念中国企业家最欠缺

这些现象让我们进一步讨论,有什么东西是中国的企业家要把自己“摆进去”,并从反差中学习的?

第一,因为国家小,国内市场很小,这些企业从一开始就必须面向世界。而中国刚好相反,国内市场很大,眼光和注意力都放到国内了,一讲行业情况就是国内的行业情况,很少有讲全球怎么样的。

第二,中国文化悠久,这让我们很容易有一种先入为主的想法:很多我们喜欢的东西别人欣赏不来。其实好东西是给全人类的。很多优秀的小国家、小公司后来之所以变得那么大,那么强,起因就是他们开始的想法不一样。好产品不仅丹麦人需要、荷兰人需要,而是全世界的人都需要。

我们在飞利浦的博物馆,看到的第一个标题就是“真以来全世界”,那时候灯泡刚发明不久,飞利浦就已经成为第三大生产商。追根溯源,这是飞利浦的世界观;好的产品是给人类造的。

荷兰代尔夫特瓷器,中国人一看就觉得很熟悉。瓷器不是荷兰的东西,而是中国特产。虽然瓷器不是丹麦原创,但是通过消化、吸收,加上自己的元素,更重要的是跟荷兰的文化结合起来。这样一个优质瓷器产品人类都喜欢。

丹麦奥迪康,是世界一流助听器企业。上世纪初,奥迪康创始人的太太失聪,听说英国女皇买了一个美国的助听器,千方百计给太太买来。后来,他发现很多人听力也不好,就开始经销这个产品,之后又下功夫制造,不断研发,最终成就了世界一流的助听器企业。

刚刚谈的都是为2C,直接为消费者服务的,而2B端也是德国的拿手好戏。

汉层是德国做液压缸的企业,现在大概做到每年2200万欧元的年收入,已经做了三代。他们一个气缸可以用40年不坏、不渗漏。所以说德国汽车工业强,强大车企的背后有很多强的零部件供应链。没有这个能力,一家公司是强不起来的。

周其仁:中国企业家最欠缺的是什么?

最近,我们跟着企业家去看看别国制造业发展。我们一行50多人,去了国内4个城市,国外3个国家,共26家企业。过去,我们学哲学认识论,提到人怎么认知外部世界,我还记得一句话,“人脑是一个加工厂”。我们这次等于是50多个流动加工厂,一边看一边听。接下来,我向大家汇报几点感悟。

小地方一样能出大企业

很多大公司出在小地方,这是走访中最让我们受刺激的,也是觉得有意思的一件事。佛山很多企业都建在小地方,比如世界五百强美的也是建在小地方,它们都有草根基础。这样来看,不同国家的企业可能有一些共通的规律。

我们第一站是德国的斯图加特,参观距离斯图加特七八十公里一家公司。这是一家村办企业,做的产品也并不是多厉害,就是卫浴的淋浴器、水龙头。这家企业叫汉斯雅雅,总规模也只是一年10亿欧元,约为80亿元人民币。看他们的销售业绩仿佛是在看一张世界地图,他们在“打”全球市场,总销售额有77%来自全球其他国家。

在这之后看到的公司也很有意思。例如巴斯夫,它是全球知名的化工公司,口号是“我们创造了化学”,这个话口气不小。参观后才知道,原来当年诺贝尔化学奖获得者就是从他们公司的小房子里走出来的,对人们的生活影响深远。在路德维希港这样一个只有约16万人的小城里诞生,就是这样一个小地方的企业,去年在全球市场达到625亿欧元的销售额。

在荷兰,我们去了一个很小的城市——埃因霍温,导称荷兰第五大城市,总人口约22万,面积约为88平方公里。这个地方出了一群企业,其中有一家特别有名,就是飞利浦。

飞利浦最早是做灯泡、做照明起家,后来做电子,现在主打医疗设备。一路走过来,早已成为百年老店。本来,我们在荷兰还要参观一家叫阿斯麦的著名公司,但是由于种种原因没有成行。阿斯麦是制造芯片的上游企业,主要生产制造芯片的光刻机,全世界所有大的芯片厂都要用它的设备。

还有一件意思的事,总人口约为9万,面积为24平方公里的荷兰代尔夫特镇出了一家瓷器公司,叫做皇家代尔夫特。这家企业每年600万欧元的销售额,做的也是全球生意。这是一个很小的公司,虽然在全世界范围来看,其实它没卖出多少产品,但是仍然坚持全球销售。大家看它的策略与战略,美国、欧洲、中国都是它的销售对象。60名员工,居然做到了600万欧元的生意额。

瑞典虽然地方大一点,但是离北极圈很近了,人口很少,他们的宜家公司在做全世界的生意。

瑞士也是一个小国家,生产的手表在低价表的冲击下,市场地位依然屹然不倒。雀巢也是来自瑞士的一个小城市,也在全世界做生意。

在这之后看到的公司也很有意思。例如巴斯夫,它是全球知名的化工公司,口号是“我们创造了化学”,这个话口气不小。参观后才知道,原来当年诺贝尔化学奖获得者就是从他们公司