

做中国企业的思想者



东滩煤矿: 全员创新,天天都有“新花样”

[详见 P2]

非破产情形下股东出资 加速到期制度的适用问题

[详见 P3]

“抢不到”的文创产品

有人为了它每天六点大排长队,有人为了它专程从外地千里奔赴,二手价飙升依旧供不应求……

[详见 P4]

探寻“小雪花”里的“大商机”

新华社记者 张晓洁 张辛欣 王帆

入冬,各地滑雪场陆续开板,新一轮冰雪“热”蓄势待发。随着我国冰雪运动加快普及,消费者对冰雪运动服装、器材等的需求与日俱增。记者了解到,小到冰刀、雪板,大到造雪机、压雪车,产业向“新”力不断增强。当前,不少企业、园区加快布局,推动冰雪经济发展驶入快车道。

新赛季来临,位于吉林省的辽源市德弘冰雪运动科技有限公司生产车间内,今年新建的滑雪靴自动化生产线正加速运转。一双双自主设计研发的滑雪靴从这里发出,成为滑雪爱好者飞驰雪场的滑雪利器。

近年来,冰雪领域的新产品呈现越来越多科技元素。使用智能滑雪鞋垫,滑雪过程中的双脚压力、运动加速度、滑行路径等数据轻松掌握;穿上发热雪地运动鞋,其中内含的柔性电池和弹性加热片可以在零下25摄氏度的雪地中持续供热2.5小时至5小时……以5G、人工智能、虚拟现实等为代表的新技术持续推动冰雪产业发展。

加快材料、零部件等技术突破,加强跨领域跨学科融合。例如,航天材料及工艺研究所联合中国一汽等企业将航天领域先进的碳纤维复合材料技术和气动外形设计技术应用于雪车,研制出碳纤维雪车。随着创新深入,冰雪产业发展的活力和内生动力进一步增强。

国新办近日举行的国务院政策例行吹风会上的信息显示,我国已形成15大类冰雪装备器材产品体系,基本覆盖了从头到脚、从个人到场、从竞技竞赛到大众运动全产业链的冰雪装备器材。企业数量从2015年的约300家增长到2023年的900家左右。截至目前,我国有冰雪装备器材领域制造业单项冠军企业6家、专精特新企业21家。

一些国产冰雪品牌已然崭露头角。卡宾在冬奥会现场发布全自动造雪系统及全自动造雪机鲲鹏SU8,华冰体育加快浇冰车研发创新……

加快发展冰雪产业,有关部门和地方纷纷打出政策“组合拳”。例如,工业和信息化部成立冰雪装备行业标准化工作组,加强冰场、雪场用装备标准研制,加快适用国际标准转化,填补国内冰雪装备器材标准空白。在张家口高新区,冰雪产业主题基金为冰雪装备企业融资发展提供支撑,冰雪运动装备产业园推动产业规模化集群化发展。

国务院办公厅近日印发的《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》明确,到2027年冰雪经济总规模达到1.2万亿元,到2030年冰雪经济总规模达到1.5万亿元。意见提出,围绕冰雪竞技与冰雪旅游需要,发挥重大专项资金引导作用,组织产学研用协同攻关,推动研发一批运动员竞技、训练、测试、康复急需的装备器材,加快推动缆车等冰雪装备“卡脖子”关键技术突破。

工业和信息化部装备工业一司负责人郝立顺说,下一步,工业和信息化部将研究出台推动冰雪装备在内的体育器械高质量发展有关举措,进一步优化发展环境,同时持续推动冰雪装备企业专精特新发展,鼓励企业联合高等学校、科研院所、用户单位加强关键技术攻关和创新产品研发。



责编:方文煜 版式:黄健
新闻热线:028-87319500 13811660079
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jrwbj 投稿邮箱:qib490@sina.com



弘扬优秀企业文化 助力企业高质量发展 2024年企业文化与品牌建设创新发展大会在成都召开



胡雪峰 刘建平 蔡莹 本报记者 李友军

为深入学习贯彻党的二十大精神,大力弘扬优秀企业文化,交流研讨企业文化与品牌建设的新思路、新方法、新成果,助力企业高质量发展,由四川省企业联合会、四川省企业家协会、四川省企业管理协会主办的“2024年企业文化与品牌建设创新发展大会”11月8日在成都召开。

四川省企业联合会党委书记、四川省企业联合会企业家协会第九届理事会会长、第十二届四川省人大常委会副主任彭渝,中国企业联合会、中国企业家协会企业文化建设委员会秘书长王建军,中共四川省委、四川省人民政府决策咨询委员会副主任、成都市社会科学界联合会主席李后强,四川省经济和信息化厅总工程师袁冰,四川省政府国有资产监督管理委员会二级巡视员肖代勇等领导出席会议并致辞。来自四川省经济界、文化界、学术界的专家学者以及企业和企业家代表、企联系统代表、行业协会代表、新闻媒体代表等200多人参加了大会。

大会由四川省企业联合会党委副书记、四川省企业联合会企业家协会第九届理事会驻会副会长、四川省国资委原副主任、一级

巡视员李继郁主持。中国企业联合会、中国企业家协会企业文化建设委员会秘书长王建军在会上致辞。他指出,习近平总书记强调:“高质量发展是‘十四五’乃至更长时期我国经济社会发展的主题。”本次大会以“弘扬优秀企业文化,助力企业高质量发展”为主题,研讨企业文化与品牌建设的新特征,探索新时代企业文化与品牌建设的新思路、新方法、新途径,这对于提高广大企业和企业家对企业文化与品牌建设重要性的认识,促进企业高质量发展具有重要意义。他结合近期企业调研和全国企业文化工作开展的情况谈到三点体会:一是坚持守正创新,聚焦企业文化的价值引领。要在企业文化工作开展的过程中,深刻领会和把握习近平新时代中国特色社会主义思想,以先进文化引领支撑企业高质量发展。要始终坚持党建引领,以坚定的文化自信提升对我们自身文化内涵和价值的认知认同,积极践行社会主义核心价值观,通过构建先进有效的企业文化体系规范企业和员工行为,更好引领和支撑企业高质量发展。二是坚持服务发展,聚焦企业文化的价值创造。企业文化建设要坚持把文化理念导入战略、融入管理、切入业务、植入行为,推动文化进思想、进业务、进行为,发挥企业文化的价值创造功能;坚持围绕中

心、服务大局,推动企业文化建设融入公司发展各领域全过程各方面,不断增强企业核心功能和核心竞争力;坚持以文化内聚力量、外塑形象,巩固广大干部职工团结奋斗的共同思想基础,多渠道、多形式传播企业文化,树立企业良好形象,提升企业文化软实力。三是坚持责任担当,聚焦企业文化的价值追求。在企业高质量发展过程中,企业不仅要承担服务经济发展的责任,创造经济价值,还要承担服务社会的责任,追求社会价值的实现。要以中国式现代化作为企业文化建设的方向重点,将企业文化建设的着力点放在引领和支撑落实国家战略部署和融入国家大局上,努力打造具有中国式现代化特征的、具有中国式管理特点的优秀现代企业文化,更好体现企业文化的价值引领、价值创造、价值追求,更好为中国式现代化建设实践服务。

王建军说,四川企联打造了若干四川省企业文化建设研究与交流的平台,为四川省企业文化建设发挥了积极作用,进一步提升了四川企联的社会影响力和品牌知名度,也为全国省级企联更好开展工作树立了标杆。希望广大四川企联同仁向先进企业学习,加强经验总结,不断提升自身文化和品牌建设水平。中国企联将与四川企联一起,一如

既往支持广大企业开展企业文化和品牌建设实践,围绕新时代我国企业文化和品牌建设的新使命、新任务共同开展各种活动,带动全国企业加强企业文化建设,推动企业高质量发展。

四川省经济和信息化厅总工程师袁冰在会上致辞。他结合会议主题就加强企业文化建设谈到三点认识:一、要进一步坚持党建引领企业文化发展。党的二十届三中全会强调要完善中国特色现代企业制度,深化国资国企改革,支持引导民营企业完善治理结构和管理制度。加强企业文化建设就是要进一步坚持党建引领,把党的建设与企业文化建设有机结合起来,引领企业建设先进文化,培育积极向上的企业精神。一方面,要以企业党建“带”企业文化建设。用党的科学理论和先进文化引领企业文化建设的正确方向,以党建工作带动和提升企业文化的层次和水平。另一方面,要以企业文化建设“促”企业党建工作。把企业文化建设作为企业党建工作的重要载体,通过企业文化活动宣传党的方针政策,展示党建工作成果;通过用先进的企业价值理念激励广大党员,提升党员思想境界,提高党员高质量发展的能力;通过开展形式多样的企业文化活动丰富党组织生活,不断创新党建工作内容和形式,增强党建工作的感染力和实效性。二、要进一步提高对企业文化建设战略意义的认识。要把企业文化作为企业核心竞争力的重要组成部分和改革发展的助推器,摆到企业发展战略的高度来推进;要把企业文化纳入企业发展战略,形成战略清晰、目标明确、有序推进的企业文化工作思路,以优秀企业文化引领和支撑企业文化高质量发展。三、要坚持以社会主义核心价值观引领企业文化建设。企业的核心是企业的使命、愿景和价值观。培育优秀企业文化,要坚定文化自信,坚持以社会主义核心价值观为根本指导,以培养担当民族复兴大任的时代新人为着眼点,结合企业的发展现状和自身特点,把社会主义核心价值观融入企业发展各方面,使之成为企业文化的硬核。

[紧转 P2]

“双11”16年了,今年有何不同?

邵鲁文 李明辉 王雨萧

“双11”16年了。这一见证电商行业飞速发展的“购物节”,已成为影响力极广的消费盛事。

作为观察中国消费市场的重要窗口,今年的“双11”有哪些新亮点?

周期长、力度大、势头劲

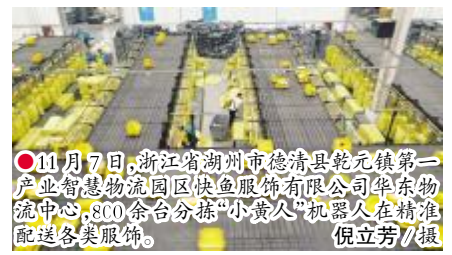
今年的“双11”,比以往来得更早一些。10月8日,抖音、拼多多便启动了大促预热;10月14日,天猫和京东同时开启“双11”活动。这意味着,今年“双11”时间跨度持续约一个月,刷新了自“双11”概念诞生以来的购物周期。

超长预售期,使得商家备货发货,优化库存的时间更充裕。济南中通仓储服务有限公司临沂分拨中心网络管理负责人孙德成说:“消费高峰在10月22日、11月1日、11月11日等节点多次出现,大大减轻了瞬时流量的压力。”

不少平台推出多项扶持政策,在优惠力度上也持续加码,“砸”出真金白银。“双11”期间,抖音电商有针对性地推出“四个降低”“两个优化”等多项扶持政策,帮助商家提质增效。对于新商家和中小商家,平台也推出一系列利好政策。抖音电商负责人说,本次商家免佣是历年扶持政策中力度最大的一次。

政府补贴首次“入场”也成为今年“双11”一大亮点,“以旧换新”热度高涨。“平台优惠加上政府补贴,补上加补后,家电、家装的一些商品优惠在六折左右,确实很‘香’。”购买了多款家电产品的贾女士说。

苏宁易购升级“国补、厂补、苏宁补”三重



11月7日,浙江省湖州市德清县乾元镇第一产业智慧物流园区快鱼服饰有限公司华东物流中心,800余台分拣“小费人”机器人在精准配送各类服饰。

补贴,优惠不止五折,推出200款家电一口价;“双11”全面开启以来,“以旧换新”订单同比增长超110%。“双11”期间,全国超过90%的县域农村地区均有消费者通过京东进行“以旧换新”。

线上线下消费势头强劲,消费热情持续升温。

记者在北京、济南、沈阳等多个城市看到,实体商超、餐饮店铺等,也积极加入“双11”促销队伍。在济南一家自助火锅店,69.9元一位的单人套餐近期已售7000余份。店铺负责人张刚说,线上享受优惠,线下享受服务已成为消费常态,间接促进了业绩增长。

相关平台数据显示,截至10月30日,2024年“双11”全网累计销售额达8450亿元。“参与平台范围不断扩大,物流等电商基础设施不断完善,商家对消费者的洞察更精准,国内市场依然存在消费潜力。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

缘何保持活力?

业内人士分析,今年“双11”表现不俗的背后,是多重政策利好、平台着眼服务、商家深耕市场等因素的结果。

“消费品‘以旧换新’政策”先期出台是重

要利好。”中国家用电器协会副理事长徐东生说,不少品牌抓住“双11”促销时机,展现出强劲增长势头。数据显示,天猫开启“双11”预售活动首小时,大家电整体成交额较去年预售同期上涨765%。

今年“双11”,平台将竞争焦点从价格战更多转向服务升级。

电商平台开始意识到“做减法”的重要性,不再以价格战为噱头。今年,微信支付全面接入淘宝、天猫,存在多年的支付“壁垒”首次被打破;菜鸟等快递公司多个平台达成合作。

“平台做减法,并不意味着销量会下降。相反,消费者获得更多实惠和更优体验,会助推消费市场‘升温’。”中国人民大学商学院市场营销学副教授丁晔说。

商家也更多回归注重产品和用户体验的本质。

“喜欢什么样都可以告诉我,我会帮你把这块玉打造成独一无二的样子……”“双11”前,记者走进辽宁岫岩一家个性化定制玉器工作室时,“00后”负责人唐校正正在直播。他说:“年轻人更懂年轻人,‘DIY+电商’的路子,让岫岩玉走出大山,被更多人爱上。”

“消费者的选择渠道更多了。对商家来说,产品品质如何、能否带来实惠,是决定销量的关键。”山东优可熊母婴用品有限公司负责人王大龙说,通过完善产品供给,今年“双11”期间,公司产品销量较平常增长了3倍。

推动电商行业转型升级

“双11”不仅是观察消费市场的一个重要窗口,也是观察消费趋势变化的重要节点。业内人士认为,支付、物流方面的互联互

通等举措,意味着服务将更加回归消费者本位,让消费者享受到实实在在的优惠。

随着“双11”购物节的不断发展,消费者对购物体验、退换货等售后服务有更高期待,这也意味着电商平台的服务能力要进一步提升。

推进诚信建设也有助于释放更多消费潜力。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说,平台应通过建立良性的消费信任,兼顾消费者和商家的公平规则,持续激发消费市场活力。商家自身也要重视品牌建设,平衡短期利润和长期收益。

利用技术赋能,有助于进一步推动电商发展,提升消费体验。

借助AI助手,AI数字人直播等技术,平台可有效增加内容供给,提升竞争力。“人工智能技术在电商场景的应用将进一步拓展,对全行业的赋能也将进一步提升。”李鸣涛说,在尊重消费者隐私的同时,可以利用大数据、技术分析等手段,优化购买咨询、商品选购、售后维权等消费全链路。

此外,更多市场空间值得期待。今年“双11”,县域市场消费火热,带动不少商家整体销量上升;兴趣消费和情绪满足类产品也表现不俗。业内人士认为,通过丰富消费场景、深挖文化内涵、聚焦情绪价值,电商平台不断打造市场新增量,促进消费市场持续回稳向好。

在李鸣涛看来,随着数字化技术的深入应用,中国电商行业的新形态、新模式层出不穷,如直播电商、融合线上线下优势的即时零售等,这也一定程度上代表了全球电商行业的发展趋势,未来海外市场将带来更大的增长空间。