

企业家日报

做中国企业的思想者

清洁能源巨轮破浪前行 ——内蒙古伊泰集团发展新质生产力纪实

■ 本报记者 彭慧

在 2024 年中国企业 500 强榜单上,内蒙古伊泰集团有限公司位列第 449 位,同时在中国民营企业 500 强中高居第 227 位。这背后,是伊泰集团从 1988 年创立以来,始终扎根内蒙古,以煤炭产业为根基,通过持续的科技创新与绿色转型,向清洁能源和化工产业集团迈进的不懈努力。如今,面对“双碳”目标新机遇,伊泰集团正以新质生产力为引擎,奋力书写高质量发展的新篇章。

科技创新筑基 点燃新质生产力核心引擎

37 年的发展历程,伊泰集团深刻领悟到科技创新的决定性作用,将其视为锻造新质生产力的基石。

煤矿开采智能化升级。伊泰集团淘汰落后产能,打造酸刺沟、红庆河、塔拉壕三大千万吨级现代化矿井,采掘机械化率达 100%。更携手华为等科技巨头,推进新一代信息技术与煤炭产业深度融合,加速实现煤矿智能化全覆盖,打造“安全、绿色、高效、集约化”的现代化煤炭生产基地(年产能超 6000 万吨),并多年保持煤炭生产零死亡的安全纪录。酸刺沟等三座煤矿获评国家级“绿色矿山”。

煤化工技术自主突破。早在 2002 年,伊泰便前瞻性地携手中国科学院山西煤化所进军煤液化领域。2006 年牵头成立中科合成分油技术有限公司,推动我国自主知识产权煤间接液化技术产业化。2009 年建成国内首套 16 万吨/年煤间接液



化工业化示范装置,并率先达产。其以具有自主知识产权的“煤基液体燃料合成浆态床工业化技术”为核心的重大项目,荣膺国家科技进步奖一等奖,奠定了坚实的技术根基。

高端材料研发前瞻布局。依托伊泰上海科创中心、煤基新材料研究院等平台,公司构建了强大的研发创新机制与团队。在“双碳”背景下,瞄准 α -烯烃、特种油品、功能材料等石化稀缺领域,成功建成 2 万吨/年高碳醇、50 万吨/年费托烷烃精细分离、10 万吨/年费托蜡等项目,开辟差异化发展路径。公司积极开拓全球化工事业合伙人平台,与国内外顶尖机构合作攻关碳基高端共聚材料、生物可降解材料、新能源材料等前沿领域,推动产业向“煤到材

料”“多碳到低碳、零碳”的战略转型。

产业深度协同 构筑新质生产力生态体系

伊泰集团深耕产业协同效应,构建了极具韧性和竞争力的“产运贸”一体化运营模式。**高效物流网络赋能。**公司打造了覆盖矿区、铁路、港口的完整公铁联运体系。自营呼准铁路等 4 条铁路(集运能力超 1 亿吨/年),参股浩吉铁路等 5 条干线,拥有多个核心发运站、快速装车站及矿区公路(如 152.49 公里的曹羊公路),并在秦皇岛、曹妃甸等港口设立货场与转运站,确保能源供应链高效畅通。 [下转 P2]

深圳大鹏新区工商联 举办民营企业 融资洽谈活动

本报讯 (记者 陈琼泉) 7 月 9 日,深圳市大鹏新区工商业联合会联合交通银行深圳大鹏支行举办民营企业“四进”之进银行谈融资活动,聚焦民营企业发展中的融资难点痛点。通过政策解读、产品推介与面对面交流,切实将“精准对接、按需匹配”融资理念落到实处,助力民营企业健康、高质量发展。

活动现场,氛围浓厚。交通银行大鹏支行产品经理围绕普惠金融专属产品与特色服务展开详细讲解,重点介绍了针对不同企业类型的科创信贷、科创鹏飞贷、普惠 e 贷、交银人才贷和跨境电商贷等五大特色产品,精准匹配企业在不同发展阶段的资金需求,切实助力企业降本增效。

交流环节,银企互动热烈。民营企业代表结合企业经营情况踊跃提问;银行团队从贷款额度、利率、申请条件等方面耐心解答,并现场安排专人点对点跟进企业后续申请进度。会后,企业代表纷纷表示,这场银企对接活动干货满满,收获颇丰,现场适配了符合企业发展的金融产品,有效缓解了企业融资难题,为企业高质量发展注入强劲动力。

大鹏新区工商联主席李建齐表示,民营企业“四进”系列活动是新区工商联服务民营企业的品牌活动之一,通过组织民营企业进机关、看园区、访银行、会企业“四进”活动,将企业服务窗口前移、服务触角延伸,打破信息壁垒,提高办事效率,提升服务质量。接下来,新区工商联将充分发挥桥梁纽带作用,瞄准企业发展的困难、需求,整合资源搭建多维服务平台,助力民营企业做强做优做大,促进民营经济“两个健康”发展。

责编:王萍 版式:黄健
企业家日报网:www.zgceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jrwb 投稿邮箱:cb490@sina.com

中国储能行业优秀企业家、 平高集团储能事业部总经理白雪杰

他认为,当前国内储能市场的无序竞争,造成行业内卷现象严重。如何破解这道行业难题?企业必须苦练内功,提高产品的更新换代速度、提高消防保障水平。精心打造一些行业高端产品,在满足国内市场需求的同时,扬帆起航进军国际市场。

白雪杰因销售业绩突出,被平高集团多次评为劳动模范和先进生产者,并获得 2020 年、2024 年度中国储能产业功勋人物奖等荣誉。他注重加大科技投入,研发高精尖产品,靠不断增加产品的科技含量,创新营销理念,有力推动了平高储能在国内外市场的快速发展。

本报通讯员 孟繁祥 杨红亚 摄影报道

党建引领 创新赋能 智能公司调研党建工作和创新工作室建设情况

本报讯 (通讯员 胡云峰) 看一看党建工作规不规范,想一想创新工作室如何建。7 月 8 日上午,皖北煤电集团智能公司党委书记、董事长徐辉,党委副书记、纪委书记刘磊在综合办公室、政治工作部、群团部、机电信息中心负责人陪同下,深入掘进区、采煤区、机电信息中心调研党的建设及创新工作室建设情况。

在掘进区党员活动室,徐辉、刘磊查看了掘进党支部“三会一课”记录,了解了党员积分制考核实施情况、谈心谈话记录情况以及党务公开栏规范使用情况,并详细询问了党建工作与中心工作深度融合的思路和做法。要求掘进区党支部要切实加强党建工作,充分发挥党支部战斗堡垒以及党员先锋模范作用,利用共产党员工程、党建课题攻关、党员示范岗等载体,形成“党员示范、攻坚克难、推高质量发展”的合力。做实做细党员积分制考核等工作,调动激发广大党员亮身份、树形象、做表率,推动掘进区各项工作进入高效发展的快车道。

在采煤区、掘进区、机电信息中心创新工作室,徐辉边参观边进行优劣势对比,并根据建设情况给予了十分中肯的建议,要求几家创新工作室要向全国具有影响力的创新工作室学习,敢于对标一流、敢于超越一流。同时要在创新工作室的实用性上下功夫,将其打造为集实操培训、工艺优化、设备维护保养于一体的创新基地。此外,还对几家创新工作室的布局提出了优化改进建议,从顶层设计上进行了宏观性指导,表示应加快建设具有实际应用价值的创新工作室,停止建设课题不多、优势不足、创新点较少的创新工作室。

将基层党建工作与创新工作室建设同检查、同部署、同推进,这在智能公司尚属首次。充分表明了公司对于党建工作和创新工作的重视,为在党建赋能之下,实现企业的创新性发展寻找到了新路径。对于在煤炭市场持续下行的“新常态”下,引导各单位以党建赋能激发工作活力,以创新创造推动各项目标任务优质高效完成提供了新思路、新方法、新模式。

在广告界,关于内容的“创意者”并不少有,但像胡凯一样的“革新者”却是数年难得一见。当整个行业都崇尚秩序与流程时,他却以高效产出为核心,独创广告“策划+创意+制作”一体化的经营模式;当广告人热衷明确分工,强调不同岗位属性时,他执意打通上下游链路,在业内掀起第一股“创意热店”之风;当客户执着于老牌导演、经验团队的知名度时,他摒弃成见,勇敢撕碎旧思想,大胆起用年轻人才,打造出完备的培养体系,并屡获广告业大奖。

作为上海中好文化传播有限公司(以下简称“中好”)创始人,胡凯在规则密布的广告丛林中,硬生生以革新之姿闯出一条新路,以打破常规的锋芒,将一个广告推向一座座高峰;也正因此,成就了和互联网公司高效响应需求相匹配的全新广告业务模式,推动行业进入全新的生态模式。

专业支撑 成为个性的起点

胡凯本科学的是美术,出于对广告业的热爱,一毕业便加入了一家制片公司,从事制作助理一职。初入职场的胡凯便展现出了超强的学习能力,短时间内便掌握了广告的拍摄、制作流程,更是牢牢抓住每一次实践过程,潜心钻研广告相关后期技术,成为当时业内少有的既有内容生产能力,又有后期制作技术,还懂广告拍摄流程的“综合专家”。

因为身负多项技能,那几年,胡凯开始在圈里小有名气,还有一些广告片制作项目主点名要求他来操盘。凭借着深厚的客户沟通经验和专业技术水平,更是吸引了阿里、支付宝等互联网大型企业前来找他合作。

发展势头一片大好,胡凯便萌生了创业想法。2011 年,中好正式诞生,而“质量”成为公司的第一张名片。由于处于起步阶段的公司无法与市场上根基深厚的传统广告公司比较,胡凯便另辟蹊径,前期承包了前期对接、沟通工作,后期便针对客户诉求给出了专业方案,还会从技术出发,对于广告制作中涉及的所有细节问题反复推敲,向客户解释。

在一家公司就能完成创意、脚本、制作等多道流程,这对于当时分工明确的广告业而言实属罕见,市场上很难找出另一家制作公司可以提供这样“一条龙”式的专业服务。更难得的是,胡凯在招募团队成员时的第一要求便是要“热爱广告”,因此,公司

张蓉鹰:顺势而为 以数字化赋能企业转型升级

■ 聂静

“从创业之初到企业规模化发展,‘以诚为利,以信为赢’始终是刻在百合居基因里的信条。”百合居装饰执行总裁张蓉鹰在接受采访时强调说,百合居扎根成都 19 年,通过设立成本核算部门强制核查方案,建立总部直采全品类建材体系,以及构建独立质检与工程交叉管理机制,期望系统性破解恶意漏项、材料掺假等行业痛点,以“真材实料+透明交付”来赢得客户信任。

“积极拥抱变化,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现可持续发展。”张蓉鹰笃信,变才是不变的生存法则。

从早期社群营销到如今全链路数字化管理,百合居以“深耕四川”为战略支点,将光电系统的专业灯光设计、材料系统的千款新型建材、配色系统的美学方案、交付系统的工艺标准有机整合,让“装好房子”的朴素追求在数字时代进化为可感知、可追溯的品质体验。

“不以见利为利,以诚为利”

2013 年百合居 800 余平方米展厅亮相,公司从粗放式运营转向规模化经营;2014 年依托人才储备扩容至 1500 平方米;2015 年百合居旗舰店开业,奠定连锁总部雏形。一次次扩店不仅推动企业规模发展,更沉淀了核心人才团队,推动产值持续攀升。

“心对了,世界就对了。”张蓉鹰认为企业价值观是可持续发展的根基。百合居以“不以见利为利,以诚为利;不以赚赢为赢,以信为赢”为经营理念,将“诚”与“信”融入经营管理全流程。

针对消费者普遍担忧的“增项陷阱、材料造假”等痛点,张蓉鹰直言,“解决方案取

胡凯：互联网时代的广告革新者

■ 本报记者 王海亮



内部从来不会出现挑三拣四的情况,每一位员工每天只会担心自己没有尽力把事情做好,100%的热情也成了公司产品的质量保证。

胡凯清楚地记得,虽然最开始那段时间,中好承接的项目常常是其他公司挑剩的“边角料”,但专业的支撑和热情很快就让中好展现出了不同于其他制作公司的优势。越来越多的客户开始主动找中好寻求合作,持续积累的好口碑也为公司赢得了可贵的合作机会。

打破常规 首创广告业 “一体化模式”

2015 年 12 月底,阿里旗下的农村淘宝提出,希望以“团圆”为线索创作一支贺岁电影短片,并在第一时间就找到了胡凯,提出合作意愿。可难题是,“贺岁电影短片”模式在当时的中国广告业算是新的尝试。客户提出这个要求时,时间紧,任务重,要理清需求,还要想出合适的内容,拍好、做好,难度可想而知。

但胡凯二话不说便接下了这个活,因为彼时,他的内心已经有了不一样的想法。他曾测算过,按照正常广告片的节奏,从出创意、调资源、找导演到开始拍,起码需要 3 个月的时间,如果客户有足够的时间,制作出高质量的广告片,市场上的传统广告公司比中好文化明显更有竞争力。而以阿里为代表的新兴互联网科技企业却偏好“高频响应和拥抱变化”。因此要想赢得客户,必须“以快制胜”;不但有质量,还要更高效。这样的想法也彻底点燃了胡凯革新的勇气,提出了一套名为“策划+创意+制作”一体化的模式。 [下转 P2]



决于企业的价值观与管控力度。”百合居在设计报价阶段设置“双保险”,即设计师出方案后,成本核算部门二次复核遗漏项,从流程上杜绝低开高走。另外,材料采购实现源头统一管控,所有板材、乳胶漆均可追溯来源;施工环节建立巡检、监察、质检、工程四部门联动监管体系,以透明运营消除客户疑虑。

在内部管理中,百合居实施股权激励制度,让员工共享长期回报;坚持 11 年为五年以上老员工父母发放抚恤金;同时持续开展公益活动,关注山区留守儿童。公司实施制度化管理,通过动态更新的规章制度系提高效率,“所有问题按制度办,不以人情判断”,张蓉鹰表示,百合居配合清晰的资金管理机制,确保全部业务收支进入对公账户,强化风险隔离。 [下转 P2]