

石横特钢位居 2010 山东民营企业百强第 8 名

1月11日,由山东省工商联、齐鲁晚报联合主办的 2010 年度“山东省民营企业 100 强”、“山东省(行业)十大品牌民营企业”、“山东省最具发展潜力民营企业”等三项评选活动结果公布,263 家企业分别获得殊荣。山东石横特钢集团有限公司跻身 2010 山东民营企业百强名单,位居第 8 位。

“三项评选”活动于 2010 年 11 月 10 日在济南启动,以“转方式、调结构、山东民企巡礼”为主题,山东省共有 600 余家企业报名参加。活动旨在树立山东民营企业品牌,提升山东民营企业形象,鼓励其为山东社会经济发展做出更大贡献。民企“三项评选”的评价指标不尽相同,百强企业榜重在“强”,十大品牌榜重在“好”,最具潜力榜重在“快”。山东石横特钢集团有限公司董事长张武宗在获奖感言中说:“获此殊荣,衷心感谢各方厚爱,我们将继续以创新为动力,乘风破浪,再创辉煌!”

(肖富君)

鞋企吉尔达年末再捐 20 万元慈善款

1月23日,在温州市鹿城区慈善总会举办的“鹿城十大慈善人物颁奖晚会”上,中国真皮领鞋王吉尔达鞋业有限公司再次向鹿城区慈善总会捐赠 20 万元善款,为鹿城区需要帮助的人送去了寒冬里的温暖。

据悉,今年 1 月 23 日是首届“鹿城慈善日”,主题为“全民慈善,情暖鹿城”,目的是为更多的贫困群众提供慈善服务。吉尔达鞋业公司为鹿城区的知名企业之一,企业宗旨确定为“源于社会,回报社会”。为了完成企业使命,吉尔达鞋业公司一直坚持为中国的教育、体育、慈善、救灾等公益事业奉献爱心,之前已经捐赠各类善款 2000 多万元。为了让鹿城区贫困群众今年春节过一个幸福年,吉尔达公司董事会决定,再向鹿城区慈善总会捐赠 20 万元善款。

(谭 儒)

月兔集团强化中层干部队伍建设

日前,江西月兔集团出台《中层干部管理办法》,以加强对全集团中层干部的管理,推动中层干部管理向科学、规范的方向发展,营造一个想干事、能干事、干成事的用人氛围。

该集团《中层干部管理办法》提出了干部选任的遵循原则,严格规定了中层干部的任职条件,明确了中层干部试用期制、岗位职责和岗位目标责任制、培训学习制度、外出报告制度、汇报制度、岗位轮换制度、监督制度等七种干部管理制度。《办法》规定,对中层干部的考核分平时考核、年度考核、试用期满考核及任职期满考核,考核内容分德、能、勤、绩、廉五个方面,重点考核工作实绩,并将结果分为优秀、称职、基本称职、不称职四个档次。根据考核结果,给予提拔、降职或免职等处理。

(江月轩)

“截留民工”显示人力流动出现转变

重庆市地方官员今年春节有一项新工作,设法把返乡过年的农民工截留一部分下来,以确保今年该市不出现“民工荒”。为挽留农民工,重庆市经济与信息化委员会旗下的重庆市笔记本电脑基地建设指挥部还破天荒地发了一封针对“全市外出务工朋友”的慰问信。在煽情的同时还给出了一些实质性承诺,“有公租房、子女入学等政策环境”。

重庆是民工外出务工的主要地区之一,当地政府出于解决就业压力,甚至一度鼓励民工外出打工赚钱,并创造出各种鼓励政策。但是,现在重庆却改变政策,开始挽留返乡民工,以确保该市不会出现“民工荒”,而与重庆类似的举措,在河南、湖北等省份也同时上演着,民工成为了各地争抢的香饽饽。

(刘 欣)

本报讯 锡柴春来早,销量节节高。1 月份,锡柴机销量突破 4 万台,同比增长 9.5%,继续位居国内同行前列,高质量实现了首月开门红,为工厂四次创业和“十二五”战略目标的实现开了一个好头。

今年 1 月份,锡柴系列发动机凭借功率大、油耗低、噪声小、安全性高、可靠性强、故障率低等诸多优势,在市场呈现重、中、轻全面开花,国内、国外市场全面丰收的喜人局面。在中重型车市场,锡柴机继续保持热销,CA6DM11 升柴油机更是供不应求,用户持币待购现象屡见不鲜;以 4DF3 柴油机为主配动力的客车成为广东、深圳、安徽、江苏等客运市场的宠儿。汕头市公交总公司公开招标的 200 台公交车大订单全部花落锡柴,常州公交 575 辆国Ⅳ客车全部选用锡柴 CA6DL1-26E4、CA6SL1-26E4 等国Ⅳ柴油机;在轻型车市场,4DX、4DW 柴油机也成为凯马、五征等国内主要轻型车的主配动力,锡柴机在凯马等厂的装机比例达 80%以上;1 月份,锡柴在海外市场也遍地开花。巴基斯坦、越南、哈萨克斯坦等传统市场保持着稳中有升的良好局面,仅巴基斯坦的单批订单就达到了 100 台。锡柴在海外市场还不断拓宽新疆土,

月销量突破 4 万台 锡柴高质量实现开门红

同时喜获 575 台国Ⅳ客车发动机大单,其自主品牌走红公交客车市场



图为锡柴员工拼搏奉献在岗位

锡柴机不仅批量出口到印度、印尼等国,而且还被“苛刻”的西欧市场接受,CA6DM2-39D 等柴油机批量出口德国。锡柴机出口配套范围遍及卡车、客车、发电机组、水泵机组等领域。

面对喜人的市场形势,锡柴生产战线员工以“团结、拼搏、奉献”的铁军精神,积极投入到生产中。CA6DL 机加工车间,研发部中试室实行四班三运转、装配车间总装开设中班,最大限度地满足市场需求。生产线还向科技要效益,通过对新材料、新工艺的研究,将 CA6DM 柴油机的校车时

间由原来的 1 小时压缩为 45 分钟,大大提高了柴油机的出产率。1 月份,锡柴最高日产量由 2010 年的 1670 台/天,上升至 1870 台/天。

科技是第一生产力。如果说,今年锡柴实现首月开门红,是得益于近年来锡柴坚持走技术创新之路,把技术优势转化为产品优势,提升了市场竞争力,那么今年 1 月份,锡柴继续加大的科技创新步伐,必将为锡柴的未来发展提供不竭的动力。1 月份,锡柴在 2010 年成功搭建国Ⅳ平台的基础上,加大了国Ⅳ产品的研发力度,CA6DF4 国Ⅳ柴油机、CA6DL2-35E4R

到了上级和有关部门的支持。村电灌站经改造后,解决了群众“用水难”的问题;老赵还十分热心公益事业,村通镇原来是坎坷不平的土路,晴天尘土飞扬,雨雪天泥泞不堪,群众盼望早日铺上“水泥路”。老赵向村干部建议尽快铺路,并逐户做群众工作,筹措配套资金。经过不懈努力,铺设了 4 公里“别花路”,解决了群众“行路难”的问题。

别洼大桥年久失修,险象环生,事故频发,老赵看在眼里,急在心头。他主动请缨为村里起草报告,向上级申请重建别洼新桥。经过镇人大代表考察,采取撰写题案和可行性报告等方式,向上级和有关部门申请立项。功夫不负有心人,经过工程技术人员

柴油机顺利通过厂级评审;4DW 国Ⅳ项目通过阶段性评审;CA6DL-26E4 国Ⅳ柴油机通过一代评审并批量生产;CA6DL2-32E4R 国Ⅳ两级增压柴油机已成功改装到宇通客车上。锡柴还将重大、关键、疑难科技项目以承包的形式落实到科技人员中,柴油机冷试工艺研究等科技承包项目和科技创新项目都已落实了责任人,这必将为锡柴下一轮腾飞,插上有力的翅膀。

又讯 迎着 2011 新年的第一缕阳光,锡柴自主研发的国Ⅳ系列产品延续了去年客车市场上升势头,继去年深圳、南京公交国Ⅳ发动机获大订单后,元月又如愿拿到了 2011 年公交客车市场第一个“绿色大订单”——常州公交 575 台国Ⅳ发动机订单。

如此顺利地赢得竞争,与锡柴强大的自主创新竞争优势密不可分——

自锡柴国Ⅳ系列产品进入客车市场以来,其绿色环保的高品质一直是被国内公交客车市场用户称道的亮点,也是其占据市场制高点的一个重要砝码。此次喜获的 575 台常州公交订单均为国Ⅳ机发动机,其中有 380 台是锡柴(CA6SL1-26E4)国Ⅳ天

然气发动机,据锡柴天然气发动机设计项目组负责人林峰介绍,该批具有完全自主知识产权的锡柴国Ⅳ天然气发动机,融入了最新国际设计理念,每处优化设计均以“低碳”为目标,设有专门的进气混合系统,可确保空燃比的稳定性,实现各缸均衡燃烧;其先进的电控节气门、氧传感器和电控排气放气阀组成的空燃比闭环控制系统,可实现天然气燃料的精确控制;通过精确标定和采用氧化催化器,排放达国Ⅳ标准,无烟排放,且气耗极低,运行成本可比柴油机降低 30%。特别是通过对零部件材料和结构的优化升级,彻底解决了国内天然气发动机运动部件易磨损的问题,确保了发动机的可靠性和长寿命。

“先进的技术、高效低耗的性能、完善的售后服务,最终让锡柴国Ⅳ机从众多竞争对手中脱颖而出!”锡柴江苏分公司经理杨勇告诉记者。短短几年时间,锡柴国Ⅲ、国Ⅳ机发动机就凭借着自主品牌的技术实力,有近 600 辆匹配锡柴机的黄海客车、江阴常隆客车进入常州数条“黄金公交线路”运行,其节能环保优势,已赢得常州公交用户的盛赞。

(许武英 陈燕 文/图)

老黄牛新传

——记江苏涟水县东胡集镇工办室退休干部赵必宏

□ 汪曙明 刘从九 陈裕

江苏涟水县东胡集镇别洼村赵必宏,在上世纪 60 年代至 80 年代初,曾担任 20 多年村会计、村支书等职务。在任期间,他带领广大群众修水利、种绿肥、早改水,改变了别洼村“一穷二白”的落后面貌。1984 年 4 月因工作需要,赵必宏被乡党委调任工办室会计。他勤勤恳恳工作,实实在在做人,多次受到县、乡级表彰,被人们誉为在乡镇企业辛勤耕耘的“老黄牛”。2006 年 12 月,老赵年届六旬,退

休回到了家乡。

退休后的老赵,生活得更加充实。他除了种好自家的七八亩责任田,让儿子、儿媳安心在外打工;还教育孙女和孙子认真读书,为家乡和亲友争光。孙女赵加欣不负众望,考上大学本科;孙子赵加顺在涟水圣特外国语学校就读,品学兼优。一家人和睦相处,其乐融融。

村里无论哪项工作,老赵都积极支持,并向村干部提出一些合理化建议。村电灌站破旧老化,群众用水困难。他建议及时维修,经多方努力得

王庄矿扎实开展创先争优活动群众得实惠

在创先争优活动中,山西潞安王庄煤矿党政领导班子把职工群众满意不满意作为检验工作的出发点和落脚点,通过认真调研,全面听取意见,着力解决职工群众反映的热点和难点问题,去年,一系列惠民工程、利民实事的实施,让职工群众切实感受到了创先争优活动带来的实惠。

随着企业的发展壮大,职工的“钱袋子”也渐渐鼓了起来,人们就把买房购车作为当前的大事来办。然而

车有了,大家却又不得不为寻找停车位而犯愁。创先争优活动开展以来,王庄矿领导班子在社区调研中了解到了这一问题,于是该矿领导召开专门的现场办公会,组织有关部门认真调研论证。结合光明南、北区实施的精品小区改造工程,对小区进行了重新规划,新增停车位 500 余个,同时还增设庭院灯、更换路灯,对两个小区的居民楼进行了修饰。

创先争优活动,就是要让企业发

展,让职工群众得实惠。围绕这一目标,王庄矿领导班子在抓好安全生产的同时,紧紧抓住影响职工群众幸福指数的事,进行专门调研,着力解决。后勤综合办公楼的建设,利用原有的废旧沉淀池而建,不仅节约了挖填土方工程,而且将后勤各部门集中办公,有效提高了后勤部门工作效率,缓解了矿区建筑用地紧张的难题。新建福利澡堂功能齐全,宽敞明亮,相当于原来旧澡堂的三倍,并设有桑

拿、搓澡、按摩、美容美发、超市等服务项目,大大方便了居民洗浴。

改造的班中餐配餐中心,在为井下一、二线员工提供班中餐就餐的同时,还可作为全矿生产区 24 小时营业餐厅和食品的超市,也即将投运。两个多月前完工的矿区生活污水系统工程,进一步提高了矿区各类污水处理能力和质量。改造一新的文体中心,增设了电视直播室、新闻发布厅、会客厅等,使这一文体活动场所功能

五粮液资本转身:或将发力走出去

□ 翁海华

经过 2010 年一系列复杂而务实的操作,在投资者眼里,五粮液实现了在资本市场的“转身”。由于资源稀缺性以及逐渐清晰的治理结构,如今,五粮液吸引了机构投资者的青睐。

五粮液股份公司内部人士坦言,股份公司与集团公司关系错综复杂。首先在股权方面,五粮液股份公司的控股股东为宜宾国有资产经营有限公司(持股 56.08%),并非五粮液集团,从股权关系上,五粮液股份公司隶属宜宾市国资委。

而在经营管理上,集团实际履行着大股东的职责。同时,在人事方面,五粮液集团董事长以及总裁由四川省委决定,集团其他高层的任命权在四川省政府,而上市公司的高层人事任免则由宜宾市决定。

相对复杂的治理和人事关系,引来了部分资本市场投资者对五粮液的望而远之。

为此,四川省政府专门于 2009 年 8、9 月份进行过一次调查。调查结果之一就是发现集团公司和股份公司并非隶属关系,集团公司没有持有股份公司股份。

此后,五粮液股份公司根据综合治理的需要,在上级批复后于 2010 年初成立了中共宜宾五粮液股份有限公司委员会。

同时在 2009 年底,随着证监会的调查,宜宾市国资委正式发文,解除原宜宾市国有资产管理局对五粮液集团公司的授权,对国资经营公司持有的五粮液股份公司的国有股权,由国资经营公司行使股东权利。

如此一来,五粮液股份公司与五粮液集团公司之间的产权关系得以厘清。

在公司治理完善的基础上,当地政府对五粮液股份公司的考核也增加了新内容。

2009 年底,宜宾市政府对五粮液股份公司实行单列考核,除了常规的税收、产值、资产收益率指标之外,2010 年把市值考核也列入其中。

“核心内容是,五粮液股份公司在一年当中,股价的上涨幅度要高于行业的平均水平。”五粮液内部人士告知。

记者注意到,在市值纳入考核指标后,五粮液股份公司在资本市场的风格也随之改变,其中包括主动接洽投资机构 and 中小投资者。董事长唐桥分别于 2010 年 5 月和 12 月份,在北京和深圳召开了“投资者沟通交流会”,通报公司经营情况,听取投资者的意见和建议。

在行业人士看来,五粮液股份公司要实现市值快速增长,产业收购是

最直接的一条途径。而且,五粮液的资金非常充裕。

事实上,五粮液在 2009 年已经错过了一次良好的并购机会。

2009 年中,五粮液计划收购枝江大曲,都做了尽职调查,结果维维豆奶半路杀出,“据说开价比我们高。”

五粮液股份公司内部人士透露,枝江愿意与该公司合作,双方都是同一产业,而且五粮液并购后,不仅有资金支持,还有技术支撑。

事实上,不仅枝江大曲,五粮液此前还在江苏洽谈过一家酒厂,因为当地政府不愿放弃控股地位而作罢。

资料显示,目前全国有 37000 多家白酒厂家,最高峰时的产量是 960 万吨,现在是 600 万吨左右。

在 3 万多家白酒企业中,真正有规模的,年销售收入在 500 万元以上的企业仅有 1100 家左右。业内人士表

更齐全、更专业,适应了大型赛事的需要,去年先后承办了山西省大企业篮球公开赛、中国乒超联赛、潞安杯篮球赛、中澳女篮对抗赛等大型赛事,进一步提升了潞安在全国的形象和影响力。尤其是王庄新井的投运,以及新井班车的开通,从根本上解决了职工穿黑衣服上班的难题,保证了职工精力更加充沛地安全生产。

(李宛玲 杨武军)

示,国内啤酒行业以及红酒行业都不同程度地进行了整合,张裕、王朝、长城三家企业已经占据整个葡萄酒行业的 70%市场份额。

省外扩张似乎更符合五粮液的扩张产能的需要。五粮液系列商品酒的产能在 40 万吨左右,而目前只释放出 10 万多吨,还有 30 万吨的提升空间。

但按照工艺,增加五粮液一级基酒的产量,二三级基酒的产量会大量增加,在目前五粮液系列产品中低端品牌销量有限的情况下,如何消化大量增加的中低端基酒?

在收购省外企业后,中低档基酒可以供应到被收购的品牌酒厂,“我们中低档酒的品质肯定要比当地的酒好。”事实上,在目前,五粮液出厂的二三级基酒中有 20%被外省酒厂收购,且作为对方的主力白酒上市。