



张德江：贯彻落实两会精神 大力推进中央企业科技创新

□周文林

中共中央政治局委员、国务院副总理张德江3月18日上午在中国航天科技集团公司调研时强调，中央企业要认真贯彻落实全国“两会”精神，加快建立和完善科技创新体制机制，加大科技创新投入，增强自主创新能力，加快突破核心技术，培养造就创新型科技人才，推动企业走向科学发展、创新发展轨道，为加快转变经济发展方式和建设创新型国家做出更大贡献。

18日上午，张德江来到中国航天科技集团公司中国空间技术研究院，详细了解了“天宫一号”目标飞行器和“神舟八号”飞船研制情况，听取了航天重大工程进展和航天科技工业发展的情况汇报。他高度赞扬我国载人航天与探月工程依靠自主创新实现的一系列重大突破，充分肯定中国航天科技集团公司取得的可喜成绩。他指出，载人航天工程空间交会对接任务已进入关键阶段，中国航天科技集团公司要全力以赴，精益求精，绝不放过每一个环节、每一个部件，把困难和问题想足，把疑点和漏洞弄清，切实做好测试试验等各项准备工作，确保我国首次空间交会对接任务取得圆满成功。

张德江强调，科技进步和创新是转变经济发展方式的重要支撑。中央企业要认真贯彻

落实全国“两会”精神，勇于承担起引领科技创新的重任，始终坚持以科技创新推动企业科学发展，在建设创新型国家中发挥骨干表率作用。要大力推进体制机制创新，加快形成鼓励企业科技创新的政策体系和激励机制，加快形成产学研用相结合的创新体系，加快形成技术研发的有效模式。要继续加大企业科技创新投入，大力推进国家重点科技专项任务实施，着力加强核心关键技术研发能力，争取在重要技术领域取得重大突破。要深化用人制度改革，建立企业优秀科技人才脱颖而出的良好环境，加快培养造就一大批创新型科技人才和科技领军人才。要把科技创新情况作为考核中央企业的重要指标，作为考核科技型中央企业的核心指标，引导中央企业把更多资源要素投入到科技创新活动。

张德江要求，中国航天科技集团公司要作国家创新型企业的优秀代表，大力弘扬“两弹一星”和载人航天精神，坚持自主创新，推进战略转型，深化国际合作，加强人才培养，全面完成载人航天与探月工程等重大科技专项，大力提升企业的科学发展能力，大幅度提高中国航天的综合竞争实力，推动我国由航天大国向航天强国迈进。

工业和信息化部副部长苗圩、国资委主任王勇等一同调研。

董明珠：创新是企业家肩头的责任

□姜炯

这几天，珠海格力电器股份有限公司副董事长、总裁董明珠一直在琢磨着一件事。3月14日上午，全国“两会”刚刚闭幕，下午总书记和政治局常委就参观了“十一五”国家重大科技成就展。董明珠反复琢磨，全国“两会”刚刚结束，总书记就去参观这样的展览，意味着什么？她认为，总书记是用这样的方式来倡导事关“十二五”格力电器乃至未来中国发展的一件带有根本性的大事。也就是总书记说的“我国‘十二五’时期发展蓝图已经绘就，完成‘十二五’时期经济社会发展的目标任务，在激烈的国际竞争中赢得发展的主动权，最根本的是要靠科学技术，最关键的是要大力倡导、提高自主创新能力。”

总书记勉励科技战线、牢记使命、再接再厉，坚持把科技进步和创新与国家发展战略、经济社会发展目标，人民日益增长的物质文化需要紧密结合起来，着力突破制约我国产业升级的核心技术、关键技术、共性技术，下大气力解决影响我国未来发展的重大科学技术问题。

不断突破核心科技，就能提升中国产业的全球影响力；不断突破核心科技，就能使更多的中国产品成为世界名牌。中国企业应当有志气、也应当有能力，为全球消费者创造出更多的绿色节能、环保低碳的高科技产品，为全球消费者带来福祉。这也应该是中国企业界的永恒追求。



大集成创新能力。

董明珠认为，总书记、总理的这些话语，既是对科技界的殷切期盼，同样也是对中国企业界的殷切期待。作为中国企业界的一员，她深切地感到了肩头的责任。

不断突破核心科技，就能提升中国产业的全球影响力；不断突破核心科技，就能使更多的中国产品成为世界名牌。中国企业应当有志气、也应当有能力，为全球消费者创造出更多的绿色节能、环保低碳的高科技产品，为全球消费者带来福祉。这也应该是中国企业界的永恒追求。

责编：刘梅 编辑：林萌
版式：张彤 校对：陈梅
2011年3月22日 星期二

JINGYINGCHUANGXIN

经营创新

编者按

“‘舍得’是我们的企业理念之一，企业有舍才能有得。”众美集团河北地区总经理孙晓辉说，“我们舍弃的是前端一定比例部分商品房的利润，得到的是项目的快速开发、配套的快速到位和区域快速成熟。”这也是众美地产近年来坚持不懈的一项经营创新之举。

“舍得”创新 众美地产助力“夹心层”

□钟健 柯余宽

“夹心层”，有人把其定义为游离在保障与市场之外的无能力购房群体的代名词。这一群体的基本特征是，经济能力不足以承受大城市日益上涨的房价，而国家的保障房政策又涵盖不到，或者对他们不适用。

当“夹心层”深陷求购困境时，谁愿意来满足这部分市场需求？又该如何满足？

经营创新“制造”众美模式

就在广大“夹心层”求购困难之时，2011年春节前夕，河北省石家庄市却上演着热火朝天的收房一幕：同一天，有来自几个单位的几千户“夹心层”业主开心地拿到了新房钥匙。而创造这一切的正是河北众美房地产开发集团。

从2001年开始，经过10年的探索和持续创新，众美集团先后开发了众美·凤凰城、众美·现代城以及众美城等多个项目，开发规模近300万平方米，已获得住房和城乡建设部颁发的一级资质。最新项目众美城目前正在施工阶段，规划住宅7400户左右。而这些项目有一个共同的特点，就是其建设模式非常独特——创新型商品房合作建设，众美集团用这一新模式为河北师范大学、河北科技大学、河北电视台、石家庄市第43中学等近20家单位的几千名职工解决了住房问题，形成了独特的众美模式。

“‘舍得’是我们的企业理念之一，企业有舍也有得，”众美集团河北地区总经理孙晓辉说，“我们舍弃的是前端一定比例部分商品房的利润，我们得到的是项目的快速开发、配套的快速到位和区域快速成熟。”

用他的话解读众美模式，就是以企业的信用、实力为基础，以对客户、对社会负责的态度，采取高效运作型的经营模式为部分“夹心层”解决住房难题。

一波三折克服困难

创新获得双重认可



而众美模式给合作客户带来的远不止低于市场价的住房这么简单。当人们只看到众美模式的成就时，在合作单位职工争相要买之时，谁能想到，这一模式酝酿之初，又是何等波折与困难重重。

“开始我们根本不信，众美集团来访多次，我们还是半信半疑。”一个合作单位负责人告诉记者，“后来即使签了合同，我们也会不停派人到工地上盯着，看看我们的钱是否用到这个项目上。其他合作单位也和我们一样。”由此可见，当初信任机制的建立来不易。

而中期沟通过程也是一波三折。“几乎两天就开一次沟通会，在会上我们拍桌子、争吵，都有过。”一合作单位负责人事后回忆说，“可是众美的人很奇怪，我们朝他们吵他们也不急，能满足的要求基本上都满足了，还有一些实在满足不了，就和我们讨论很多次，耐心地进行解释，最终取得了谅解和共识。”

困难与问题不止这么多，但再多困难波折过后，众美集团换来的是客户从不信任到充分信任与认可，从不理解到非常理解与支持。

创新获得双重认可

众美集团这一创新型商品房合作建设模式不仅已使1万余户夹心层客户获得了优质低价商品房，而且其对于行业模式的影响、对住房问题解决路径的思索以及对和谐社会的意义，都引起了河北省、石家庄市两级政府及行业协会的高度重视。

众美模式不仅为“夹心层”谋福利，同时有利于地方政府的收入保障、产业升级和持续发展。“‘创新型商品房合作建设模式’是一种高级的合作建设模式，是公租房等住房保障形式的有益补充。”

在政府、专家鼓励与市场双重认可下，众美集团这个负责任、有追求、有实践的创新型房地产企业，会沿着创新型商品房合作建设模式的道路，继续为“夹心层”住房问题不懈努力。

中国房地产业协会秘书长苗乐如认为：众美模式符合“十二五”规划中改善民生的政策方向和民生地产的视角，在高房价的市场形势下有助于解决“夹心层”住房问题。市场化运作与定制相结合，这本身就是一种创新。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

国企发展潜能巨大 唯创新可抱稳“西瓜”

□赵建华

过去5年间迅速“做大”的中国中央企业相信，自己今后同样可以“做强”。全国人大代表、中石化长岭分公司经理李华近日接受采访时说，国有企业经过多年发展，积累、沉淀了很多资源。但受体制等因素制约，它的潜能远远没有发挥出来。

国务院国资委提供的统计数据说，2005到2010年，120多家中央企业资产总额由105万亿元人民币增长到243万亿元；营业收入由6.79万亿元增加到16.7万亿元；净利润由4642.7亿元增加到8489.8亿元。30家中央企业进入2010年美国《财富》杂志500强，比2005年增加20家。其中，中石化、国家电网、中石油进入前十名。

李华认为，中央企业已经做大，但没有做强。今后将不再只是通过简单的投资、扩大产能，追求规模效益。包括中石化在内，许多中央企业将把国际同行的先进指标作为标杆，寻找自己的差距。通过精细化管理，不断挖掘潜力，降低成本；依靠科技进步、技术创新，提高产品附加值。

他解释说，精细化管理，可以让企业“捡了芝麻”。但要想抱住“西瓜”，就必须依靠科技创新。改革可以释放国有企业科技创新潜能，提升企业竞争力。李华所在的中石化，是中国两大石油巨头之一。

李华的观点，得到了其他中央企业的支持。

全国人大代表、东方电气集团董事长王计表示，过去走的是产能驱动之路，今后五年应走科技驱动之路。“十二五”期间应引导企业拿出更多资金提高创新能力。东方电气集团是中国最大的发电设备制

商务部：促进老字号创新发展

纳入国家级非物质文化遗产名录，商务部每年还选择部分老字号企业比较集中的省市开展老字号创新试点，为老字号创新发展注入了活力。

下一步，商务部将进一步加大支持力度，努力培育一批社会影响广、发展潜力大的知名老字号成为具有较强竞争力的著名品牌；改造一批具有一定品牌影响力和市场认知度的老字号，不断提升其市场竞争力；恢复发展一批具有优秀文化传统但目前经营困难的老字号，使之焕发生机。

（韩叙）

众美集团这一创新型商品房合作建设模式不仅已使1万余户夹心层客户获得了优质低价商品房，而且其对于行业模式的影响、对住房问题解决路径的思索以及对和谐社会的意义，都引起了河北省、石家庄市两级政府及行业协会的高度重视。

众美模式不仅为“夹心层”谋福利，同时有利于地方政府的收入保障、产业升级和持续发展。“‘创新型商品房合作建设模式’是一种高级的合作建设模式，是公租房等住房保障形式的有益补充。”

在政府、专家鼓励与市场双重认可下，众美集团这个负责任、有追求、有实践的创新型房地产企业，会沿着创新型商品房合作建设模式的道路，继续为“夹心层”住房问题不懈努力。

专家看法

中国房地产业协会秘书长苗乐如认为：众美模式符合“十二五”规划中改善民生的政策方向和民生地产的视角，在高房价的市场形势下有助于解决“夹心层”住房问题。市场化运作与定制相结合，这本身就是一种创新。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

希望“做强”的还有全国人大代表、中国葛洲坝集团总经理杨继学。杨继学表示，今后参与国际市场竞争时，将更加注重增加企业核心竞争力。“十二五”期间，将由单一的承包商身份，转向承包商和投资开发商的双重身份；由劳务型转向管理和资本密集型，由经营粗放型转向经营集约型。葛洲坝集团是三峡工程建设的主力军，是“全球最大225家国际承包商”的前百强企业。

（韩叙）

国内钻石销售走向价格透明时代

□周文林

钻石饰品是许多消费者钟爱的商品，但面对价格不菲的钻石，到底自己花的钱值不值，往往是许多消费者购买时犹豫不决的原因。近日，京城出现的全城热恋钻石商场这一新的钻石销售模式，使得钻石销售开始进一步走向价格透明。

据悉，全城热恋钻石商场是中国珠宝玉石首饰行业协会指定放心示范商场。与以往的钻石专卖店、大型商场钻石柜台等不同，这个全新的钻石商场首创了“奢侈品快消”的概念，对传统的工厂-品牌商-商场-顾客的模式进行了重大创新。它使用一种新的价格销售模式，即采用国际钻石报价单与托托分离计价模式销售钻石。国际钻石报价单是每周五由纽约钻石交易所提供的全球珠宝商、钻石商与钻石切割厂之间进行交易的价格依据，是国际钻石交易标准价。

据全城热恋钻石商场相关负责人介绍，作为产品款式多、购物环境高档、服务优质的专业钻石商场，全城热恋钻石商场的商业目标是使钻石业能真正从百货商场中剥离出来，通过具有竞争力的价格，使钻石这种一向作为奢侈品的商品，能进入更多的普通消费者家庭。据悉，全城热恋钻石商场将与中国民生银行合作推出钻石分期付款服务。

据了解，钻石的传统销售模式是通过中间商将钻戒加价放在商场中销售，商场采用流水倒扣方式进行。一般钻石成本价为钻石售价的33%。中间商赚取钻石售价的42%作为利润。商场则采用扣点方式赚取钻石售价的25%作为利润。

据了解，钻石的传统销售模式是通过中间商将钻戒加价放在商场中销售，商场采用流水倒扣方式进行。一般钻石成本价为钻石售价的33%。中间商赚取钻石售价的42%作为利润。商场则采用扣点方式赚取钻石售价的25%作为利润。

据了解，钻石的传统销售模式是通过中间商将钻戒加价放在商场中销售，商场采用流水倒扣方式进行。一般钻石成本价为钻石售价的33%。中间商赚取钻石售价的42%作为利润。商场则采用扣点方式赚取钻石售价的25%作为利润。

据了解，钻石的传统销售模式是通过中间商将钻戒加价放在商场中销售，商场采用流水倒扣方式进行。一般钻石成本价为钻石售价的33%。中间商赚取钻石售价的42%作为利润。商场则采用扣点方式赚取钻石售价的25%作为利润。

据了解，钻石的传统销售模式是通过中间商将钻戒加价放在商场中销售，商场采用流水倒扣方式进行。一般钻石成本价为钻石售价的33%。中间商赚取钻石售价的42%作为利润。商场则采用扣点方式赚取钻石售价的25%作为利润。

据了解，钻石的传统销售模式是通过中间商将钻戒加价放在商场中销售，商场采用流水倒扣方式进行。一般钻石成本价为钻石售价的33%。中间商赚取钻石售价的42%作为利润。商场则采用扣点方式赚取钻石售价的25%作为利润。

