



中华人民共和国六十年发展的亲历者、见证者、贡献者汪海

共和国骄子——汪海和他的中国双星 195

黑猫标准(上)

汪海在用人方面遵循了邓小平的“黑猫”理论——埋头务

按照汪海的话说,企业家要成为一只“好猫”,就要积极主动去捕抓“耗子”,抢抓机遇求发展。

汪海认为,在市场经济中,企业内部也必须形成一个具有市场特点的环境,即竞争。

双星选用干部看的就是绩效。在双星几起几落的干部大有人在。

铅期货开闸

金属“四大家族”聚齐

3月24日,铅期货在上海期货交易所正式上市,上期所

据了解,目前大商所已经下发通知,就焦炭期货合约及相关规则向社会公开征求意见。

随着铅期货的上市,市场开始期待新的期货品种上市。

CZJ 自磨型超微粉碎机

行家指出:非金属矿深加工的关键问题是物料的超微粉碎问题。

国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司为了给我粉体工程行业提供一种高效节能的新设备,

专家们认为 CZJ 自磨型超微粉碎机集卧式涡轮分级机和自转滚轮与磨盘组成的机械冲击式粉碎机于一体,

行业新锐 | HangyeXinrui

中山“智造”让欧洲市场成产业链一环

本报记者 彭慧 实习生 王煜雯

转变经济发展方式,促进专业镇的升级,一方面需要科技创新,另一方面,打造品牌专业镇,也是中国智造走向世界的必由之路。

中山市近年来积极引导企业加大技术研发的力度,促专业镇产业集群升级,推进中山制造向中山“智造”转变;

广东省专业镇的升级

广东省处于中国经济最发达的地区,目前拥有 200 多个专业镇,其经济总量足以笑傲全国。

广东省专业镇放开视野,站在全球的高度审视自己的发展之路,树立标杆学习的榜样,以创新的思维和眼光,打造世界级的专业品牌镇。

在各地政府部门的指导下,首先建立专业镇“面向国际,塑造品牌”走出去战略规划,充分利用广东省外经厅的平台,实现专业镇国际化品牌的塑造。

其次是从制造专业镇向品牌专业镇优化。营造品牌族群的政府运营环境,提升专业镇的城市文化和产业文化,以创新的产业发展模式引导产业企业品牌的升级与优化。

专业镇在走向世界的过程中,要以高附加值,高品质的产品,塑造“中国智造”的品牌新形象,培育出一批真正与世界品牌接轨的企业,从标杆模仿到标杆竞争,最终标杆超越。

在知识经济的时代,专业镇参与国际竞争,需要的不是廉价的劳动力,不是低价的产品,需要展示政府执政的智慧,需要展示中国智造所蕴含在产品上的智慧,需要展示产业化品牌的力量。

中山市专业镇的力量

珠江三角洲中南部的中山市,2010 年装备制造业实现总产值 1435.67 亿元,增长 30.9%。

“中国民营经济转变发展方式讲座”(五十二)

加快转变经济发展方式要防止哪些不良倾向?



在加快经济发展方式转变中,要注意防范和克服形式主义、经验主义、侥幸心理和照搬主义四种不良倾向。

一是形式主义倾向。由于加快经济发展方式转变涉及利益调整,一些民营企业以及地方政府部门为了局部或短期利益,以种种借口搞“变通”、搞形式



累计获得国家、省名牌名标、免检产品 500 多个,被评为“中国品牌经济城市”和“全国质量兴市先进市”。

中山市紧紧抓住全球产业转移和泛珠合作的机遇,扩大对外开放,利用外资结构不断优化。据海关统计,2010 年 1-12 月,中山市外贸进出口总值 311.2 亿美元,比上年增长 27.2%。

此外,中山市还拥有省产业升级示范区 8 个,10 家国家火炬计划重点高新技术企业,推出产业集群联盟标准 16 项;拥有 200 多家规模以上高新技术企业,1000 多家企业工程和技术中心,其中省级以上 46 家。

在国际打响中山品牌

从珠三角专业镇分布来看,中山市最为集中,具备充分的条件成为广东省打造走出去专业镇的样板工程。

通过世博会向欧洲整体宣传中山,宣传专业镇集群的品牌价值。

中山产业与欧洲市场对接,通过欧洲中国商品调拨中心,打造中山产业与国际(欧洲)市场对接的产业链。中山智造,欧洲消费,探索出专业镇创新发展的新思路。

中山制造,中山品牌,中山智造,为中山市专业镇进行产业化包装和宣传,塑造“中山智造”的品牌价值,打造中山专业镇高附加值的品牌体系。

转变经济发展方式的样板工程。以中山为试点,在广东省塑造专业镇走出去转变经济发展方式的样板工程,中山模式,搭建国际产业链。

中山市在专业镇品牌的塑造时,首先塑造学习型、战略型企业家品牌。

他们国际化竞争的前瞻性视野,产业链运营的新思维;接着,以企业家品牌带动专业镇产业文化;塑造一批学习型企业家标杆,整合专业镇龙头企业的品牌优势,宣传一批具备国际竞争力的企业标杆。

专业镇在欧博会上的“表情”

2010 年 9 月,荷兰面向欧洲 16 国采购商,举办了“首届中国品牌商品欧洲博览会”。

充分借助孙中山在世界的影响力,借助专业镇的产业化力量,向世界推销中山。将中山的 27 个国家级产业基地,15 个省级专业镇,8 个省产业升级示范区集体向欧洲市场充分展示,提升专业镇的国际影响力,助力专业镇实现国际化之路。

通过开展专业镇产业化经济与欧洲市场对接,为欧洲客户定制生产和策划,规避反倾销等风险,协助品牌企业拓展欧洲市场。

四是照搬主义倾向。有些民营企业喜欢跟风跟风,一看转变经济发展方式是舆论焦点,就忙于照搬一些所谓“先进模式”或经验,请一些国内外知名的“一流专家”来出谋划策,抑或不顾自身实际地出台一些“高新”政策。

五是侥幸心理倾向。有些民营企业以及地方政府部门,不是科学分析自身优劣势、发展阶段、区域资源等实际情况,而是热衷于搬用一些人已经喊得很响很久的口号,不怕说过头,只怕不够劲。

六是形式主义倾向。有些民营企业以及地方政府部门为了局部或短期利益,以种种借口搞“变通”、搞形式

以案说法 | Yianshuofa

协办单位:成都市青羊区人民法院

主张代销难证明 货款不付不得行

近日,四川省成都市中级人民法院审结一起买卖合同纠纷案,认定被告主张的代销关系不能成立,维持了要求其支付所欠货款的原判。

案例:

徐君是生产鞋子的个体工商户。徐易系其销售人员。吴力是从事鞋类批零兼营的个体工商户,与周芳系夫妻关系。

法律解释:

一审法院认为,《中华人民共和国合同法》第一百三十条规定,买卖合同是出卖人转移标的物所有权于买受人,买受人支付价款的合同。

本案双方当事人对口头协议内容的陈述不一致,但从交易行为来看,双方应为建立了买卖合同关系。因为吴力已接受徐君交付的货物,并以自己的名义加价售出,其销售方式、销售行为均是自主决定,且在销售过程中所产生的经营费用即运费已由其支付。

徐君对双方买卖合同关系的举证已经完成,而代销合同作为经济往来中一种特殊的经营方式,吴力对代销合同关系的确立负有举证责任,但其举证责任却未能完成。

按照民事诉讼法对诉讼主体的规定,徐易虽参与徐君的鞋子销售,但系履行职务行为的经营行为,其以个人名义对外主张债权,主体不适格,不予支持。

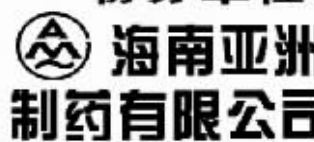
宣判后,吴力、周芳不服提起上诉,被二审法院判决驳回。

点评:

双方当事人对供货数量及已付货款均没有异议,争议的焦点是双方当事人之间是代销关系还是买卖合同关系。吴力主张是代销关系却无有力证据支持,其单方陈述,对方又不予认可。

从一定意义上说,市场经济是法制经济,打官司就是打证据。在贸易活动中,除即时清结外,应尽量避免口头协议,养成签订书面合同的习惯,很有必要(文中人物均为化名)。(成青法 张俊 陈莘 朱新朝)

协办单位:



海南亚洲制药有限公司 董事长 总经理: 楼金

地址: 海口市国际商业大厦12层 电话: 0898-66775933 传真: 0898-66700763