

“大调研”指路 服务工商联会员企业

——访安徽省宣州市宣州区工商联主席丁光胜

□ 周末 本报华东首席记者 宗毅

2010年,中共中央、国务院出台了中发[2010]16号文件,2011年5月,安徽省委、省政府出台了皖发[2011]12号文件,要求加强和改进新形势下工商联工作。为了贯彻和落实相关文件精神,安徽省宣城市宣州区于2011年7月、8月对全区工商联工作和非公经济情况进行了大规模的调研,区委办公室、区政府办公室为此联合发文进行了部署。区委书记杨业峰对调研成果进行了批示。宣州区工商联主席丁光胜说:“经过调研摸清了‘家底’,让我们在加强工商联工作和促进非公经济发展两个方面更有针对性了。”

调研摸清了“家底”

据丁光胜介绍,宣州区成立了以区委副书记华祥林为组长,区政府副区长嵇文、原区政协副主席周金保为副组长,区委政研室、区工商联等20个部门负责人为成员的“加强和改进新形势下工商联工作”专题调研组,通过召开座谈会、发放调查表、个别走访等形式开展调研。在两个多月里,调研组分别召开了经济主管部门、基层商会、本地企业代表、招商引资企业代表、园区负责人、行业协会负责人等6个座谈会,就“有关职能部门如何加强和改进工商联工作”、“如何加强基层商会建设”、“如何加强行业协会建设”、“工商联会员企业如何在‘两个健康’发展中发挥模范带头作用”、“如何将乡镇工业集中区建设与乡镇商会建设结合起来”、“如何建立一支高素质的企业家队伍”等6个专题,进行了深入调研,分别形成了翔实的调研材料。

丁光胜介绍,这次调研的对象包括区委组织部、宣传部、统战部,区发改委、区经信委、区环保局、区商务局、区招商局、区国税局、区地税局、区工商局、区农委、区住建委、区金融办、区投资服务中心、区统计局等经济主管部门,宣州经济开发区及乡镇分区,有关



工商联领导及分会会长展开座谈。(资料图片)

乡镇街道办事处;基层商会,经济类行业协会,工商联企业家副主席单位,招商引资企业和中小企业代表等。宣城日报和宣城电视台分别多次进行了报道。

整合各种资源支持非公经济发展

随着改革的不断深入和市场经济不断完善,宣州区非公有制经济取得了长足发展,非公有制经济已占全区经济总量的95%以上。丁光胜认为:非公经济是宣州区经济增长的主要力量、财政收入的主要来源,是城镇就业、农村剩余劳动力转移的重要载体,更是皖江城市带承接产业转移示范区建设、宣州跨越崛起的战略支撑。正因为宣州区非公经济的主导地位,我们根据这次调研的情况确立了旨在促进非公经济发展的一系列举措。

非公有制经济快速健康发展需要一个良好的发展环境,丁光胜认为,政府及其职能部门、工商联和企业都要积极整合教育培训、维权、文化、产学研和劳动力等资源,服务非公

有制经济发展。

针对非公有制经济统计指标体系缺失,丁光胜提出,政府牵头,组织工商联、统计局、发改委、工商局、经信委、税务局、人社局等相关部门,联合建立健全非公有制经济统计指标体系、非公有制经济发展情况和统计信息的交流共享机制,加强和完善非公有制经济统计监测工作。由政府牵头,区人社、金融、工商联及相关部门密切配合,建立和完善信息服务网络,为企业发展提供快速、准确、及时的人才、技术、市场、融资等信息和政策导向,企业也可通过网络上报企业供求信息、用工信息等,达到信息的双向沟通。

丁光胜强调要总结宣州区的一些成功做法,通过区委宣传部牵头,区直有关部门配合,整合宣传资源,制定非公有制企业和非公有制经济代表人士宣传推介计划,充分利用“纸媒、电媒、网媒”等区内相关新闻媒体,不断加强对宣州区非公有制企业和企业家的宣传,重点宣传企业发展过程中的好做法、好经验。多次参加中国蚕丝业发展高层论坛一位专家表示,对于传统蚕丝企业亟待转型的现状,桐乡市作为行业风向标,已经意识到它的紧迫性。“近几年来,丝绵被产业的迅速发展,确实形成了一批有质量保证的厂家。但是因为蚕丝被生产工艺相对简单,入门门槛低,同样也造成了洲泉镇的蚕丝被市场产品质量参差不齐。”桐乡市蚕丝产品主产区洲泉镇党委副书记范惠清告诉记者,让人欣慰的是,通过专项整治行动的这次痛定思痛,洲泉镇的蚕丝企业利用这一次机会,化被动为主动,进行行业整改,更好地发挥洲泉蚕丝被服的品牌效应。

俗话说:“好酒还要勤吆喝”。为提高桐乡蚕丝被产业的知名度和影响力,更好地服务家

纺企业,由桐乡市蚕丝被服行业协会组织蚕丝被企业抱团参展各种家纺博览会,而桐乡市蚕丝产业聚集地的洲泉镇更是围绕“中国蚕丝被名镇”这一称号加快提高区域品牌的知名度。

加强工商联工作是重中之重

要促进非公经济发展,加强和改进工商联工作是重中之重。尽管宣州区工商联2011年度荣获安徽省工商联颁发的“全省工商联系统先进集体”荣誉称号,据丁光胜介绍,调研中仍然发现了工商联及商会工作的诸多问题,如基层商会软弱涣散,难以带动地方经济快速健康发展等。丁光胜说,这次的调研报告针对存在问题提出了对策建议。

比如,注意吸收外地在宣商会或行业协会及宣州在外地的商会或行业协会负责人进入工商联执委会。在换届中,已经将浙江商会负责人吸收为工商联执委。

探索建立异地宣州商会,首先在宣州区外出投资人士比较集中,已经成立“宣州籍老乡会”和有一定基础的上海、北京、南京、合肥、无锡等地探索成立异地宣州商会,维护在外投资宣州人士权益,为宣州区从外地引进人才、技术、资金、企业创造条件。

关于街道基层商会和行业商会,丁光胜认为乡镇街道和经济开发区党(工)委要主动履行对所在地商会组织的领导职责,明确副书记分管、经委主任联系商会工作,切实加强对商会的领导和支持力度。

丁光胜就筹建“宣州商会大厦”介绍了运作模式:结合“楼宇经济”发展,按照“政府供地、纪委监管、工商联筹资、企业参与”的模式,积极筹建“宣州商会大厦”,集中工商联组织、各行业协会(商会)(已建行业协会10家,现待建行业协会10多家)、重点企业营销平台、工商联民间融资机构、异地商会办事机构、中介服务机构(会计事务所、法律事务所、审计事务所、人才培训机构)等,努力把“宣州商会大厦”建设成服务经济发展和非公有制经济代表人士的“俱乐部”。

内忧外患 传统蚕丝企业亟须叫响品牌

□ 杨国华

今年4月,中国商业联合会组织有关专家在北京召开评审会,经过综合各专家评审意见,授予桐乡国际蚕丝城“桐乡中国蚕丝城”称号。

据中国产经新闻报报道,几年前陷入困境的桐乡市蚕丝行业,经过桐乡市行业管理部门以及众多的蚕丝被老板们共同努力,已形成集养蚕、制绵、生产、销售于一体的完整产业链。

不过,据国家统计局对351家规模以上企业统计显示,受多种因素波及,未来蚕丝企业运行将受到不同程度的影响。业内专家预计,以桐乡为主的传统蚕丝企业亟待加速转型。

“中国蚕丝城”的涅槃

今年4月,桐乡市国际蚕丝城被授予“桐乡中国蚕丝城”称号。一个县级市的蚕丝城能够获得如此高规格的认可,其背后所折射的则是桐乡市在蚕丝行业的巨大影响力。

国务院发展研究中心资源与环境政策研究所主任陶韬宇表示,桐乡是我国丝绸的一个重要产区,要把丝绸产业做大做强,使之成为桐乡的一项重要产业,进而成为全国乃至世界丝绸产业的研发中心。

然而,事实上,就在几年前,桐乡蚕丝行业的发展可以说是危机重重。据《中国产经新闻》记者了解,几年前的桐乡市,大多数蚕丝被企业多是以贴牌、定牌加工为主,而使用自有商标的比例较低,产品开发、技术研发、市场营销的资金投入很少,产品附加值较低等诸多问题更是困扰着产业的良性发展。

“桐乡蚕丝行业历经多年的高速增长,近年来才刚刚转入新的发展轨道。然而金融危机、民工荒、电荒、钱荒等又接踵而来,桐乡备感压力,传统粗放型发展模式的瓶颈也日益突出。”桐乡市有关负责人告诉记者,除了受外在因素影响,当初的“内部混乱”也为桐乡的蚕丝发展蒙上了阴影。

据上述负责人介绍,2010年,央视财经频道的金牌栏目《消费主张》播出了一则新闻:《你家的蚕丝被里是蚕丝吗?》。该新闻直指桐乡蚕丝被存在质量问题。因为虽然全国有蚕丝被生产企业近千家,但就桐乡洲泉一个镇,蚕丝加工企业就占据全国总数的17%。

显然,对用质量说话的企业来说,一场质量信誉危机对企业造成了恶劣的影响,但同时也敲醒了企业与行业管理者。随后,由桐乡市

政府牵头,超过200家企业及相关行业协会以及包括工商、质监、洲泉镇党委等一起,召开了质量整治会议。此次会议提出了让生产厂家真正了解“质量就是生命”。

据记者了解,为时一年的专项整治行动效果斐然。“这对加强创牌意识的宣传和培养,以及加强蚕丝被服行业的管理起到了奠基性作用。”桐乡市这位上述负责人告诉记者,目前,桐乡有蚕丝被生产企业359家,年产值达20多亿元,其中年产1万条以上的企业就有40多家,占全国同类规模企业的近50%。

市场倒逼企业转型

行业经营者虽然踌躇满志,但外部的环境也在发生着不断的变化。就在近日,国家统计局发布2012年一季度丝绸行业经济运行情况分析显示,继2011年茧丝价格创历史新高之后,市场出现了快速回落的态势。2012年一季度全国丝绸工业经济增速明显放缓,但整体运行基本平稳。不过报告预计,随着国际市场需求减少、用工成本上涨、人民币汇率波动频繁、原料生产增长有限以及融资成本高企等五大因素,未来传统蚕丝企业运行将受到影响。

“预计2012年上半年,国内丝绸工业生产增长压力较大,外贸出口形势严峻,加上国内丝绸消费市场短时间内难有大的增长,使得整个丝绸工业经济增速减缓态势明显。”该报告指出。

然而,事实上,除了上述因素影响,我国蚕丝企业自身的不足也是蚕丝行业易受波动的主要因素之一。作为开创了“丝绸之路”的国度,如今连一个国际知名品牌都没有,而无论做大做强,国内许多大型蚕丝企业也只是为国外企业做贴牌加工,利润微薄。

此外,随着纯棉与化纤等面料成为消费首选,蚕丝产品似乎已淡出消费者的视线多年,甚至连北京与广州这样的大城市,丝绸产品门店也少之又少。

“虽然蚕丝代表着高贵,但过于传统、整体的形象与国际流行潮流存在差距也是重要原因。”有业内人士指出,一个残酷的现实是蚕丝与丝绸产品开始在年轻人当中失去吸引力。

“中国蚕丝的历史是世界最早,一直以来也是世界最大的蚕丝生产和出口国。但是,从质量、设计、技术上来看,要意识到我们的蚕丝在国际上还是弱国不是强国。”浙江理工大学副教授刘胜在表示。

“毫无疑问,传统蚕丝企业亟待加速转



企业闻 | QiyeTuwen

雪龙公司成为“中国畜牧业百强优秀企业”

5月18日,第十届(2012)中国畜牧业展览会在江苏省南京市召开,吸引了来自20多个国家和地区畜牧业及相关行业的千余家企业参展。本次展会的重要内容之一是荣获“第二届中国畜牧行业百强优秀企业”和“品牌优质畜产品企业”称号的畜牧企业颁奖。雪龙黑牛股份有限公司被评选为“中国畜牧业百强优秀企业”,是4家养牛获奖企业中唯一以高品质牛肉培育及牛肉销售为主的畜牧企业。

图为雪龙黑牛股份有限公司董事长邢雪霖(中)在颁奖会上领奖。(钟蕾)



用“快乐指数”成就最佳雇主

青岛啤酒有限公司荣获山东省首届“最佳雇主”称号

□ 刘文剑

5月27日,山东省最佳雇主评选尘埃落定,青岛啤酒、青岛港、山东航空等多家优秀企业获此殊荣。自“雇主品牌”概念被职场及大众广泛认知以来,青岛啤酒已多次荣膺“中国年度最佳雇主、CCTV年度最佳雇主、中国最佳CEO摇篮公司、中国最佳领导力发展公司”等殊荣,青岛啤酒作为最佳雇主的责任与实践获得了社会的尊重与认可。

从操作工到首席技师的“青啤式蜕变”

“刚进工厂的时候我只是一名最普通的基层操作工,是青啤公司内部的品酒师选拔比赛改变了我的命运。”2012年,青岛啤酒寿光公司品管部部长齐保卿,站在了“山东省首席技师”的领奖台上。对于能够荣获山东省高技能人才的最高荣誉,齐保卿感慨地说:“是青啤给了我人生最大的舞台。对于我来说,青啤不仅仅是一家企业,更像是一个家、一个学校,让我不停地成长。”齐保卿说,他在青啤感触最深的就是,不管你做什么,只要你坚持把事情做好,你就能获得公司和社会对你的尊重和认可。

像齐保卿这样从最基础的员工成长起来的“金蓝领”,在青啤不在少数,如从一名普通车间工人成长为中国最年轻的国家级品酒师的朱雷、从一名操作工变成制麦专家的张云鸿……通过青岛啤酒搭建的技能培训和成长平台,越来越多的员工在获得公司和工厂的高额奖金外,还将被纳入青岛市高层次人才库,定期参加新技术新知识培训、有进入大学深造的机会。

用员工“快乐指数”完善制度

“‘用我们的激情酿造出消费者喜好的啤酒,为生活创造快乐’是青啤公司的使命,相对应的,人力资源管理的使命要与公司使命相匹配。员工快乐了,才可以生产出优质的啤酒给消费者。”青岛啤酒公司副总裁姜宏是这样解释青啤人力资源管理使命的。基于此,青啤建立了“以薪酬福利为基础,以职业发展为动力,以情感为纽带,以文化为核心”的全面激励体系,让员工分享企业的经营成果。

从员工生日一张“生日贺卡”,一条节日祝福短信,到公司对高考、中考成绩优秀的员工子女进行奖励,再到为员工班车、自助餐厅、带薪年假、定期的员工体检、结婚礼品酒,还有为奋斗在一线优秀员工组织的“回家看看”活动……青啤从一点一滴的细微之处,将对员工的关怀融入了亲情、体现在“家”文化中。青啤还自主研发了具有企业特色的“员工快乐指数”指标体系,通过对不同指数的分析,不断完善各项政策。

只要有本事,青啤给你搭台子

“作为一个健康成长的百年公司,员工培养一直是我们赖以生存和发展的基石,公司视员工为宝贵财富,倡导‘人人都是人才、合适的人干合适的事’的人才观,你有多大能力给你搭多大的舞台。”姜宏说,在青啤看来,员工是企业的第一资源,投资员工,便是投资企业的未来。

一般而言提到企业与员工之间的薪酬关系,某些企业会将员工纳入“企业成本”,将员工推到企业利益的对立面。而在青啤公司看来,员工是企业的第一资源,为员工提供广阔的职业发展空间和培训培养机制,让员工在一个企业找到归属感和成就感,帮员工规划自己的职业发展道路。

近年来,青啤公司连续荣获“最佳雇主”、“最受尊敬企业”、“人力资源管理最佳典范企业”等称号,通过多层次的方式激励员工成长,通过做大“企业”把“人”做大,通过做大“人”把“企业”做大。机制的力量,推动了青啤的成功,也成就了员工的成长。