



【编者按】:十八大是我国在全面建设小康社会关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式攻坚时期召开的一次十分重要的大会，承载着 13 亿民众对未来福祉的期望。随着十八大的隆重开幕，企业家们对企业未来发展充满信心和希望，纷纷畅谈新的发展规划与愿景。

十八大带来新动力，参会企业家畅谈发展愿景



甘肃大禹节水集团于 2009 年 10 月 30 日在深圳创业板上市，是立足高起点、高技术、高速度建设的以农业节水灌溉产品为主，集生产与科研开发为一体的综合性民营企业，被国家经贸委列为国家重点高新技术创新项目企业。

甘肃大禹节水集团董事长王栋：民企要想发展必须跟党走

记者：对于党组织在非公企业发展中的作用，现在社会上已经有基本共识，但也还是有不同声音，认为党组织在纯市场化的企业中难以发挥作用。大禹节水在这个问题上是怎么看的？怎么办的？有没有好的经验？

王栋：民营企业党建不是可有可无的。我们在这十几年的发展过程中，深深感觉到在具有中国特色的社会主义的经济体制和人文背景下，民营企业要想健康、稳步、科学、持久地发展下去，还必须有一个核心组织来凝心聚力。中国共产党作为执政党领导中国持续发展 60 年，尤其是改革开放 30 年来，实践证明我们的党是一个伟大、光明、正确的党。民营企业在发展过程中要想和中国实际结合，和中国的发展步伐结合，融入到国家发展的大环境中去，必须要跟党走，听党话，按照党的战略和宏观决策去走，就要在民营企业中建立党组织。只有这

样才能让员工思想上、认识上、行动上统一到党的发展战略上来。我认为民营经济建立党组织、发展党建是至关重要的事情，这次在党章修正案的讨论会上我也提出来，希望把鼓励民营经济设置党组织的议题写入新的党章中。

记者：在 6 月 26 日召开的东北四省区节水增粮行动项目工作会议上，您作为唯一的企业代表发言，提出了三项承诺，在全国节水灌溉行业引起了很大反响。那么您对此次东北四省区节水增粮行动项目是如何认识的？您的三条承诺体现了公司什么理念？

王栋：东北四省区节水增粮工程，计划用 4 年时间，投资 380 亿元，在东北四省区集中连片建设 3800 万亩高效节水灌溉精品工程，实现新增粮食综合生产能力 200 亿斤，年均增收 200 亿元。东北四省区节水增粮工程是党的惠民政策、粮食安全政策、

可持续发展政策的重要体现，也是贯彻落实中央水利工作会议精神的重要标志。大禹节水作为唯一的企业代表发言，我们主要体现的就是服务三农，以高标准工程和高标准的产品质量以及全面的建后服务来服务于国家的重大节水增粮工程。体现民营企业关注三农、服务三农、奉献于三农，为国家粮食安全工程做出我们民营企业应有的贡献。我们在会上代表参会的节水灌溉企业宣誓：以优良工程、以优质工程让东北人民放心，让三个部委的投资按照国家的标准得到应有的结果。来体现我们民营企业不仅要谋求企业的发展利益，更重要的是还要追求企业的社会责任，参与国家的公益工程，为国家粮食安全做出我们应有的贡献。

记者：据我了解，大禹公司已经参与了东北四省区节水增粮行动项目、敦煌生态

建设项目等，请您谈谈目前工程的进展情况以及取得的效果。

王栋：我们从 2009 年就开始在东北设立农业节水灌溉示范田，通过 3 年多的努力，已经让东北人民认识、接受了节水灌溉事业，并逐步开始了实施农田节水灌溉。从去年开始进入了高速增长期，今年的增长更快。截至 6 月 20 日，我们已经在黑龙江五常市、九三农场等，吉林长岭、辽河等，辽宁朝阳、建平等市县实施农业节水灌溉面积 41 万多亩，设立了 17 个项目部，开工建设 32 个项目。项目实施后，每亩节水 90 立方以上，每亩增产 600 斤以上，每亩为农民增收 400 多元。这项工程的实施，也将极大地推动甘肃节水产业的发展。这些工程陆续开工，对我们公司是一个千载难逢的机遇，我们也会抓住这个机遇，使我们在今后几年取得长足的发展。



长春欧亚集团股份有限公司是国内大型商业企业，行业知名企业。1984 年起步发展。1992 年 8 月以定向募集方式成立股份有限公司。1993 年 10 月转为社会募集公司，同年 12 月 6 日，公司股票在上海证券交易所挂牌交易。

欧亚集团董事长曹和平：企业要成为社会正能量的磁场

记者：您是企业界的明星，欧亚集团在您的带领下，企业在诚实守信的基础上与消费者形成互动关系，得到消费者的高度认可，企业精神与企业文化在企业的发展中不断提升。请您谈一下欧亚集团的“三星战略”的主要内涵是什么？

曹和平：欧亚集团由过去单一门市的商业小店，目前已形成了 7 省 15 市 55 店的企业规模。并形成了以现代时尚百货、现代摩尔生活馆、综超连锁为三大主力业态的经营格局。控股子公司欧亚卖场单体面积世界第一，以 60 万平方米的经营规模，向世界吉尼斯英国总部申报了世界单体面积最大购物中心世界纪录，并已顺利通过预审进入终评。

战略是一种定力，欧亚的目标就是一种商贸，多种经营做大，专业化做强，欧亚是由

强而大。欧亚集团的发展分三条线，一条以欧亚商都为模式，做高端的模式；一条以欧亚车百为模式，以大众、民生为主要对象；最后一条以欧亚卖场为模式做大，以长春为中心对外辐射，形成长春、乃至吉林的名片。

我们提出的“三星”是三个点，具有稳定性。以主商业区为腹地，小商业区为依托，由一个个点形成一条线，小三星已经基本成型；以长春为腹地，到全国，由松花江流域推进到了黄河流域，中三星在稳定推进；大三星就是走向国际，一体化。

记者：近几年金融危机对经济的冲击、消费购买力的影响比较大，但欧亚集团的发展却能在这样的困境中把握机遇，请问个中秘诀是哪些？

曹和平：近几年金融危机对经济的冲击、消费购买力的影响比较大，但我对危机中

的“机”更感兴趣，不同的危机都是有机遇。纵观欧亚的发展，都是在危机中进行大幅度的发展。量力而行，尽力而行，超力而行，这个三力原则对我们在危机中的发展起到了很大的作用。我们在危机中的量力而行，使整个企业不慌，可以进行良好的发展。

记者：还想和您聊一聊企业的社会责任，您谈到的为股民分红，这都体现了您的一种社会责任，您能否和我们讲讲欧亚参与社会活动怎么做的？

曹和平：就是看员工对企业的预期。企业要发展，员工要富裕，二者互为因果。企业的发展依靠员工，员工要分享企业发展的成果。这也是经营团队与员工的相互信任。员工与经营者需要互相理解，多一些正面的磁场，少一些负面的磁场。同时，也需要给员工进行精神方面的需求，创造良好

的环境氛围。

一个企业和社会最好的互动就是依法经营，创造更多的税收。企业要向社会传达一种正能量的磁场，通过这样的行为来影响社会。当一些群体有困难的时候，作为企业要有社会责任感，员工有困难的时候，要形成互助关系，献出自己的爱心。

我们将在继续做好自己的企业的同时，更好地履行自己的社会责任。

记者：您作为十八大代表，谈谈您的寄语和期待？

曹和平：作为基层代表，每个代表都应该反映他所代表的那个面的人群的心声和意见，把本职工作做好。城市的强势、企业的强势不是一个人的，若干强势的企业会支撑一个强势的城市，很多强势的城市才能构成一个强大的国家。



徐工集团成立于 1989 年，23 年来始终保持中国工程机械行业排头兵地位，目前位居世界工程机械行业第 5 位，是中国工程机械行业规模最大、产品品种与系列最齐全、最具竞争力和影响力的大型企业集团。徐工集团年营业收入由成立时的 3.86 亿元，发展到 2011 年突破 870 亿元，保持行业首位。

徐工集团董事长王民：徐工集团朝着世界顶级企业再起航

记者：2012 年，徐工集团跻身全球工程机械前 5 强，提升了中国高端装备制造的全球分量和品牌影响力。您认为，助力徐工不断前行，成为世界级企业的原因有哪些？

王民：在当前国际经济环境严峻，内外需增速放缓的形势下，徐工集团依靠“三大法宝”，实现逆势增长。

一是技术创新。技术创新是徐工集团连续 23 年稳居中国工程机械行业第一位的法宝。近年来，徐工通过技术改造与技术创新，掌握了一系列核心技术，实现了从低端加工组装环节向产业价值链高端的发展。

二是国际化战略。国际化是徐工发展的战略核心，目前，徐工集团在波兰、巴西等国建设海外制造基地，拥有斯里兰卡、委内瑞拉等 10 个海外备件中心、100 多家国际经销商和 500 多家签约服务商，海外服务网络日趋完善，服务能力得到显著提高，产品已销售到世界 147 个国家和地区，出口创汇保持行业第一。

三是人才支撑。徐工集团有 4000 多人专门从事产品研发和工艺研究，汇集了 80 多名国内最高端工程机械技术人才，徐工

国家级企业技术中心在国家发改委历年评价中始终位居行业第一。同时，徐工积极面向全球布局研发中心，利用全球化的人才资源为徐工的发展服务，为实现世界顶级企业的目标提供强有力的智力支持。

记者：徐工集团在超越利勃海尔，晋升全球移动式起重机十强排行榜首位后，明确提出打造“全球起重机第一品牌”。在高手林立的全球起重机市场，徐工何以敢于问鼎“第一品牌”？

王民：多年来，徐工潜心起重机核心技术研究，深度融合工程应用和客户需求，持续打造核心竞争力。通过做强“六大支撑”，向“全球起重机第一品牌”目标发起冲击。

记者：作为中国工程机械行业最重要的创新主体，徐工集团对行业技术革新起着至关重要的作用。您认为，研发平台的建设在徐工的发展过程中起着何种作用？

王民：加大自主创新力度，加快国内外各个研发平台建设，面向全球布局研发中心，是徐工“十二五”重要战略方向。在国内成立徐工南京研究院的同时，上海临港出口制造基地和徐工上海研究院也已开工建设。这些平台将推动徐工加快集聚全球技术资源和海内外高端人才，掌握更多的核心技术，牢牢占据国内行业的技术制高点，为实现进取世界行业技术之巅的目标注入新的动力。

记者：近年来，在欧美经济陷入危机和衰退的时候，徐工集团将目标瞄向了跨国同行，开启海外并购战略。请问徐工在全球刮起并购旋风是出于哪些考虑？

王民：2011 年，徐工收购荷兰 AMCA 有限公司和德国 FT 公司这两家研发制造基础零部件的欧洲企业，把触角伸到了高端零部件领域。这两家欧洲企业在高端液压件制造领域拥有核心技术，徐工希望能够通过并购完善自身的产业链，弥补自身在一些高端零部件和关键配套的核心技术方面的缺失。

今年 4 月，徐工又控股了全球混凝土机械著名公司——德国施维英公司。已有 78 年历史的施维英公司曾被称为全球混凝土成套设备“领导者”，是世界顶级混凝土机械设备生产及输送方案提供者。并购施维英，将使徐工核心板块之一的混凝土机

械业务得到实质性的大幅提升，进一步巩固徐工在国内的行业领导地位，加速徐工国际化进程。

记者：“十二五”期间，徐工集团有着怎样的愿景规划？

王民：徐工将紧扣国家崛起、全球化和新产业革命历史机遇，面向全球拓展产品和资本市场，面向客户拓宽工程机械、重卡主机产品和核心零部件领域，面向未来进入高端装备制造领域。

徐工将进一步加快向“现代型、服务型制造业”的升级转型，全力进取世界工程机械技术之巅——2015 年实现规模 3000 亿，进入全球工程机械制造商前 3 强、世界企业 500 强。



北京二商集团有限责任公司是以食品冷链物流、食品制造、肉类屠宰加工、现代分销与专业市场为主导产业，以食品科研、教育、信息技术以及房地产开发经营、酒店服务、物业管理为重要支撑的大型国有企业集团。

北京二商集团董事长孙杰：打造安全健康便民的食品供应体系

记者：您这次当选为“十八大”代表，对您个人和企业有什么样的规划或者目标？

孙杰：二商集团事业发展现在进入了一个转型升级、加快发展这样一个新的阶段。我也想借这个机会，认真学习贯彻和落实好党的“十八大”的精神，用“十八大”精神凝聚力量，加快我们转型升级，求强创新，跨越发展。特别是我们也确立了这样的目标：在“十二五”期间，要把北京二商打造成中国食品产业的强势集团，要跨入百强，构建首都现代食品产业的体系，真正把二商集团从一个区域性的企业向全国知名企业转型发展，为建成国际一流的都市型食品生产商、供应商和服务商。

记者：现在二商大红门公司，还有糖业烟酒公司，可以说是二商集团的龙头企业，二商集团是如何打造这些龙头企业的呢？

孙杰：首先是营造了一个干事创业、争创一流、追求卓越、敢于超越的一个良好的干事的氛围和环境。我们二商集团不仅仅就这两个企业，其他企业也都有一个为我们二商事业，为我们中国的食品产业的发展，为我们的老百姓提供更优质、更好的产品，这样的一个使命。因为我们始终谨记“提升民生品质，引领健康生活”。大家都愿意为这个事业去奋斗，体现在我们企业的发展上。

第二，我们不断地培育和发展我们的品牌。这两个领军企业也是不断地去适应市场经济发展的需要，在产业的延伸和发展上，采取了很多有效的措施，特别是在转方式、调结构，从区域性企业向全国知名企业转型发展当中，我们也加大了对它的支持力度。

第三，强化执行力，对这几个企业来说，集团确立了企业发展的战略，发展的目标，他们在执行过程当中采取了强有力的措施，能够按照我们既定的目标，能够让它沿着我们确定的方向加快发展。比如说，我们的大红门公司，现在从市场的布局分布上，它已经不是一个北京市的市场，无论资本层面还是产业上下游的延伸上，乃至产业规模上，都有 40%到 50%已经分布到了全国各地。

记者：二商集团在生产过程当中，如何把这些老字号的品牌转化为一些国内外深受消费者喜欢的新品牌呢？

孙杰：老字号要让它传承创新，我们说叫经典而又时尚，传统而又现代。这几年我们也加大了新产品的研发力度，尤其是用新的技术，新的工艺和现代的生物技术来不断提升传统产业的水平和现代化水平。一方面，就是要研发需求；另一方面，要从引领健康的角度来研发新的产品，使老百姓能够品尝到更多的老字号的品牌。

记者：那么企业怎样去做强这个品牌，并且把它的优势给发挥出来呢？

孙杰：我认为，先作为一个集团，应该把这个品牌的建设放在头等重要的位置。大家知道，21 世纪是一个品牌经济的时代，我们北京二商也把品牌建设作为集团发展战略的一个重要组成部分，因为品牌，首先它是一个标识，同时又是一个金字招牌。