

■ 本报记者 王道海 王剑兰

2013年,云南铜业(集团)有限公司一个值得特别铭记的年份。

这一年,云铜集团营业收入超过550亿元,创集团公司历史新高。集团压缩库存占用和经营活动净现金流入两项指标,均名列中铝公司所属企业之首。

这一年,云铜自产铜精矿、电解铜、锌、黄金、白银、硫酸、铁精矿等主要产品产量均超额完成年初计划,有的超计划近30%。

这一年,云铜利润虽没有实现扭亏目标,但自10月开始持续盈利,云铜股份公司自11月开始也实现了持续盈利。

这一年,云铜生产经营多项工作均有明显起色,安全环保各项指标均控制在上级考核范围内,并被云南省安委会考核评定为“优秀”……

对于现有全资、控股企业34个,参股企业19个,总资产达445亿元的云南铜业集团,2013年的这些成绩似乎算不上辉煌更谈不上奇迹,但对有色金属市场形势和云铜集团实际情况有所了解的人都知道,集团董事长张程忠,集团总经理、股份公司董事长武建强,集团党委书记、副董事长施维勤等一班人率领两万多名云铜人,2013年以来已付出了太多的心血、汗水和智慧,如今正在持续开创扭转颓势向上攀升的良性局面。最近公布的云铜股份2014年上半年经济效益继续向好,一举实现当期扭亏的业绩,确乎正在诠释着这样一种喜人的趋势。

◎开始新的征程

2007年,中国铝业公司通过增资扩股拿下云铜集团49%的股权。2011年6月云南省国资委等经过两次股权转让后,中铝以58%的持股成为云铜集团的大股东。作为中铝产业升级、战略转型的重要组成部分,铜产业正在向中铝公司的主业迈进,云铜已成为中铝全局战略中的一枚重棋。

2008年世界金融危机爆发以来,中国企业界经历了从逆势冲高到转折走低、从先扬后抑到发展转型的一条史所罕见的起伏变奏之路,云铜集团更是由于种种难以尽言的原因,陷入了长达好几年的尴尬困境。2013年初,当云铜集团新一届领导班子挑起这副沉甸甸的担子时,摆在刚刚上任的集团总经理、股份公司董事长武建强面前的,既是自己人生和事业历程中一个新的机遇,更是冲破内外部诸多制约因素打好云铜翻身仗的严峻挑战。

1964年出生的武建强,1984年东北大学有色金属冶炼专业毕业后参加工作,逐渐成长为教授级高级工程师,经济学博士,并从1998年起先后担任山西铝厂副厂长、中国铝业山西分公司副总经理、山西华泽铝电有限公司党委书记、副总经理,山西华圣铝业有限公司董事长、总经理等职。2009年,他转战到中国铝业



●高原矿区矿山循环经济典范——羊拉铜矿

善战渡难关 聚力写新篇

——记云铜集团扭亏脱困的攻坚之战



●武建强总经理在大红山铜矿二选厂查看生产数据



●武建强到楚矿调研



●未来云铜

广西分公司(平果铝)任职总经理。2013年1月,年富力强的他再次转战到新的战场,始任中国铝业公司副总裁,云铜集团总经理、云南铜业股份有限公司董事长。

然而此时,云铜集团正面临着巨大的考验和挑战:有色金属价格一路下跌,高库存导致成本一路攀高,生产成本和三项费用总体高于行业平均水平,与竞争对手相比因地理位置每吨高出1000元的运输成本,历史遗留问题多且包袱沉重,集团主业赢利能力差,经营业绩日益下滑……在极为不利的主客观因素交互作用下,云铜集团陷入了前所未有的困境。

“临危受命”的武建强和班子同事们紧急行动起来。他们面对危难,勇于担当,沉着应对,经过深入研讨,确定了“强基础、控风险、增效益、提能力”的年度发展主题,作出了穷尽一切有效办法,调动一切积极因素,以市场化开放改革和运营转型为抓手,以加大业绩考核和干部考核力度为保障,众志成城渡难关,确保取得最好业绩的部署,打响了降本增效、控亏增盈攻坚战。云铜集团多年沉淀的矛盾和问题开始得到解决,生产经营整体形势开始发生向好的变化。

◎为冲出低谷而战

云铜集团新一届领导班子根据张程忠董事长提出的“三年大变样、五年创一流”的要求,努力干当前,精心谋长远,开始了齐心协力共图发展的顽强攻坚。一项又一项保生存、谋发展的改革发展措施开始深度实施。

明确发展思路,编制战略规划。确定了“抓

改革创新、抓管理提升、抓资源获取、抓项目建设,保利润增长、保快速发展、保和谐稳定”的“四抓三保”发展思路,并组织编制了以“2020年战略目标、三大业绩战略、四大健康战略”为主要内容的《战略发展规划》,充分发挥战略的引领、聚力作用。

开展运营转型,夯实发展基础。以“转观念、建系统、树模范、提能力、增效益”为重点,从“业绩提升、健康达标、着眼发展”三个维度,深入开展运营转型。通过不懈努力,办企业理念得到转变,管理基础得到夯实,并于年底实现了4.1亿元的转型收益。

强化专业管理,提升管控水平。以开展运营转型为契机,以决策管理、财务管理和投资管理为突破口,进一步健全管理制度、清晰管控权责,切实提升专业管控水平,着力营造“用制度管理、按程序办事”和科学管理、精益管理的氛围。

实施降本增效,降低成本费用。集团上下细化措施,明确责任,加强检查,跟踪问效,努力做好降低生产成本、控制三项费用、减少亏损企业的工作,全年电铜综合单位加工费同比下降6.3%,三项费用同比下降19.1%,亏损企业户数比2012年减少12户。

深化营销创新,提升盈利能力。从转变营销观念、加强团队建设入手,通过实施营销运营转型、成立产销管理服务中心、推行日闭环管理等措施,深化营销系统改革,完善营销制度体系,一举改变了云铜营销的形象。通过优化进口合同,实现减亏超过3亿元。通过压缩库存,释放现金流量超过33亿元。通过加强净头

寸运作,实现减亏近2亿元。

推进市场化改革,增强企业活力。按照“积极稳健、试点先行”的思路,推进市场化和信息化管控改革。同时,调整优化组织结构,编制资产瘦身方案,制定以“体现利润贡献和价值创造”为导向的绩效考核办法,为推动发展释放更多改革红利。

推动科技创新,提升竞争能力。坚持以企业创新能力建设为核心,突出科技对控亏增盈和企业发展的支撑作用。2013年实现科技创收1.56亿元,17个项目获得政府资助。全年申请专利34件,授权专利20件,创集团历史新高。获省部级科技奖励3项,云铜国家级技术中心排位从437位提升到195位。

云铜集团打翻身仗的工作,在全方位、深层次地推进着:立足增强发展后劲加大资源获取,制定《国内外矿产资源成熟项目获取标准》,同时以刚果(金)为切入点,启动实施非洲战略,海外资源获取迈出坚定一步。本着对企业负责、对员工负责、对历史负责的态度,确定若干影响发展的重点工作和历史遗留问题,并建立了集团和股份公司领导联系责任制,一些历史遗留问题的解决有了良好进展。同时保持“铁腕抓安全、重拳治环保”的高压态势,保持了安全环保形势总体平稳,指标优秀……

◎持续攀登创新业

通过2013年的不懈拼搏,云铜集团的发展思路更加清晰,发展难题有效破解,管控水平得到优化,发展基础全面夯实,盈利能力开始提升,从而成功走过最为困难的一年,开始

了2014年的新进取与新发展。

张程忠董事长、武建强总经理和班子同事们确定了2014年云铜集团的主要发展目标:完成销售收入700亿元,实现利润确保4.5亿元、力争5.5亿元。

云铜集团一班人率领广大云铜人乘势前进,持续推进今年的六项重点工作:大力推进机制、体制、制度、经营、投资、产权、分配、科技以及管控模式、组织结构等多个方面的深层次改革。优化产业结构,深入落实“做大资源、做强矿山、做优冶炼、做精加工”的思路,以项目为载体构建上、中、下游有机结合的铜产业链,推动主业快速做强做大。提升盈利能力,深入推进运营转型,全面推行精益管理,深入推进降本增效,继续强化成本控制,继续加大历史遗留问题的解决力度。落实发展规划,切实加大并购重组,加快项目建设,加快重点项目的建设投产进度,进一步增强科技对扭亏为盈、快速发展的推动力。确保安全稳定,深入开展违章隐患排查整治活动,切实提高企业本质安全,确保队伍稳定和一方平安。强化执行落实,出台激励制度措施,促进全体干部员工强执行,重落实,为实现发展目标顽强拼搏,不懈奋进……

云铜集团坚持把“加快发展速度,提升竞争能力”这条工作主线贯穿改革发展始终,坚持通过深化改革激发活力,通过运营转型实现精益管理。致力于提升专业管控能力、市场营销能力、资本运作能力和风险防控能力,推动集团实现健康发展、快速发展和高效发展。切实抓实改革创新工作,管理提升工作,资源获取工作和项目建设工作,加快发展速度,提高发展质量,增强发展后劲。

云铜集团上下同心,坚定信心,分解任务,明确责任,细化措施,强化执行,狠抓各项工作部署的落实,从而保持了自2013年10月以来持续盈利的良好态势。据2014年7月11日云南铜业股份有限公司披露的半年度业绩预告,2014年上半年,云铜股份营业收入同比上升,产品成本、期间费用同比下降,实现当期扭亏;预计实现盈利1000万至1500万元,同比扭亏为盈。与此同时,中铝公司优先发展铜板块的重要铜资源基地,云铜集团打造最具成长性一流铜业公司的希望工程云铜迪庆有色公司普朗铜矿一期采选工程,于今年6月8日正式开工,有望打造成云南有色金属王国的又一璀璨明珠,促进中铝公司和云铜集团深化改革、本质脱困和转型升级。

◎迈向明天

针对近几年外界对云铜前景的悲观情绪,武建强总经理说过一句发人深省的话:“云铜真正的问题看清楚,有中铝的战略支持,有云南省桥头堡的地位优势,对未来发展乐观。”

这是一位智者的战略判断,也是一位实业家的信心所在。如今,坚冰已经打破,道路正在畅通,相信在云铜公司的坚强领导和张程忠董事长、武建强总经理等云铜集团一班人率领两万名云铜人的开拓进取中,云铜集团一定会冲破艰难险阻,跨过激流险滩,不断开创出建设中国最具成长性一流铜业公司历程中更加美好的未来!

酷派联姻乐语 拓宽渠道优势

抢先捆绑虚拟运营商合作推新手机品牌

手机厂商与虚拟运营商的合作成为终端产业近期热议话题之一。日前,酷派在虚拟运营商市场上酝酿大动作,抢先与国内手机零售巨头迪信通和乐语达成合作,酷派与乐语的合作不仅仅是一款手机,而将推出全新的“发现”品牌,进而成为第一家与虚拟运营商合作的手机品牌。

迪信通和乐语原本是酷派的重要渠道合作伙伴。此次酷派选择乐语共同开拓虚拟运营商市场,正是乐语获得虚拟运营商资格后的进一步深度合作。酷派副总裁表示,虚拟运营商对现有的三大运营商是一个补充,而非是最直接的竞争关系,酷派选择与虚拟运营商合作旨在一起把市场蛋糕做大。业内分析认为,虚拟运营商刚刚起步,其未来被众多分析人士看好,抓紧与虚拟运营商之间的合作对于其未来的市场地位只会是百利而无一害。

酷派联手虚拟运营商 巩固4G终端优势

此前,酷派已成为第一家与虚拟运营商正式合作推出套餐的手机品牌。近日,酷派宣布与虚拟运营商乐语达成协议,第三季度将推出“发现”虚拟运营商手机,并同步推出4G版本手机。据知情人士透露,“发现”品牌首款手机采用大屏、高配同步推出4G版本,目前价格定位尚不明确,预计首款机型月出货量在20-30万台。

酷派副总裁张光强表示,酷派目前在运营商、公开渠道、电商比例为5:4:1,已实现全国185个零售渠道网格化,与虚拟运营商合作手机也是年度计划之一,2014财年酷派会



为虚拟运营商业务规划10款定制手机。虚拟运营商虽然是三大电信运营商的业务转售,但在资费水平、个性化服务方面更为灵活,由于虚拟运营商业务处于起步阶段,政策与业务均不明朗,各大手机厂商均持保留态度,并未大尺度进入,酷派选择与乐语合作,对巩固4G终端市场优势有利无害。

“终端+服务”模式 将成为终端商布局新趋势

目前,全球4G市场快速增长,IDC数据显示,酷派全球排名第七。在中国市场稳居前三。寻求与虚拟运营商的合作,共同推出定制终端,是酷派在2014年的重要战略目标。目前,酷派推出的首款虚拟运营定制的手机5951,销量与市场反应良好。酷派针对虚拟运营商制定差异化的销售政策,能够涉及用户的需求。同时,酷派将寻求与虚拟运营商合作获得创新性服务支持。从酷派的4G市场布局可以看出,“终端+服务”的模式将成为未来终端商布局的新趋势。

酷派强调与乐语合作的初衷是因为虚拟运营商希望有差异化的产品和服务。虚拟运营商中有一些是传统终端的销售渠道,双

方早有合作,而这次的最终终端产品将会贴有双方的标识,借以强化品牌。终端实现容易,服务实现较难,而“终端+服务”的实现更难。与迪信通和乐语的合作,一方面可以提升酷派在一、二、三线城市的渠道推广和产品覆盖;另一方面也有助于获得更多的用户。

虚拟运营商 助力酷派“4G攻城战”

目前共有19家企业获得了虚拟运营商牌照,全新170号段在多家虚拟运营商的预定量轻松破10万,显示出了用户对虚拟运营服务的热爱。月租更低,话费更便宜,流量不清零,套餐灵活获得了消费者的认可和追捧。虚拟运营商在资费水平、个性化服务等方面的优势,对终端厂商来说也是新的市场机会。迪信通与乐语均拥有2000家线下门店,在二三线城市覆盖广,酷派奉行的是以用户需求为导向的市场和产品策略,虚拟运营商有助于为用户提供个性和差异化的产品和服务,这与酷派的战略不谋而合。

虽然酷派目前在4G市场的竞争力被看好,但是国产手机厂商普遍存在着“量大利薄”的经营怪圈,2014年被认为是一个手机市场分水岭的年份,国内外各大手机厂商必将在中国市场上展开一场4G的转型之战。酷派需要在品牌、渠道、产品等方面多管齐下,才能真正摆脱量大利微怪圈。目前看来,酷派与虚拟运营商的合作,对于稳固市场地位,有着深远影响。或许,苹果三星巨头长期占据国内手机市场份额半壁江山的局面,有望在4G时代,被酷派这样的国产手机厂商所改写。(《通信信息报》)



●循环经济宣传资料、招商引资资料、安多肉品的展示。

安多集团参加 “2014中国甘肃循环经济国际博览会” 安多牦牛、藏羊熟食品一小时售罄

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 石海燕

以“绿色低碳新道路,循环跨越新增长”为主题的“2014中国甘肃循环经济国际博览会”7月在白银市火焰山国家矿山公园博物馆举行。本次会议是第二十届“兰洽会”分会场,主要展示甘肃省循环经济成果,促进技术交流、项目合作搭建平台。会议由甘肃省人民政府、中国贸促会共同举办,参会的中外宾客、境外宾客和甘肃省各州市、省内外企业代表等共380多人。

本届博览会设立了14个市州展区,甘南州展区由该州发改委负责,合作市循环经济园区管委会牵头组织全州7县1市参展。安多投资集团、安多循环经济园区作为甘肃省循环经济试点企业和循环经济示范园区,代表夏河县参加了本次博览会。

据悉,安多集团投资的安多畜牧产业园“十二五”期间计划总投资6亿元,集“生态畜牧产业链、观光休闲、旅游接待、技术培训”为一体,重点建设万吨级牦牛、藏羊肉精深加工

基地、牛羊血液副产品深加工基地、饲草料加工基地、暖棚养殖基地、旅游工艺品加工基地、活畜交易市场、畜产品展销与科技中心、旅游接待中心等9个重点项目,目标是建设成为甘、青、川地区最大的高原特色畜产品精深加工基地。届时,安多公司建设现代化的食品加工企业将提高牦牛、藏羊的经济价值;按照国际一流标准规划建设安多生态畜牧产业园,打造以安多原生态牦牛、藏羊的养殖、交易、屠宰以及肉、毛、皮、奶、血液、生物科技制品等循环经济产业链条,更是要将安多牦牛、藏羊的经济价值和社会利益发挥到最大化。

在本届博览会上,安多集团公司投资发展部、兰州销售事业部在博览会分别进行了循环经济宣传资料、招商引资资料、安多肉品的展示。安多集团良好的企业形象和安多肉品独特优异的品质,受到了前来参观的客商们的好评,以及展馆开放后前来购物的消费者们的称赞。安多牦牛、藏羊熟食品不到1小时便销售一空,起到了良好的社会反响。