

当企业家“遇上”两会

■ 本组稿件采写 江耘 李芊 赵杨



企业家代表谈制造业困局

“一般人认为苹果只做设计不做制造。实际上，富士康只是苹果产品生产部分的执行单元。”谈及“中国制造”未来发展，海信集团董事长周厚健代表认为，在“互联网+”时代，“轻资产、弃制造”成为很多企业的选择，但不管互联网、大数据，还是云计算，都离不开制造业这个根基。

苹果真的和制造不相关吗？周厚健并不这样认为，“现代化制造业其实早已今非昔比。苹果公司拥有一批令制造企业震惊的材料、工艺、模具、制造装备、仪器仪表、信息化等大师级专家和技术。而所谓生产制造企业，只是按照苹果的设计规划，进行固定资产投资和组织生产而已”。

曾经行遍全球的“中国制造”正面临怎样的挑战？周厚健说，“我国200多种工业产品的产量和出口量位居世界第一，几十种产品的出口占到全球的70%以上。但近年来，产能过剩、利润率低、发展粗放等正严重困扰我国制造业发展”。“中国制造”的未来该怎样走？中国制造该向苹果学什么？周厚健认为，制造业困局正倒逼“中国制造”转型升级，就要像政府工作报告中提出的，实施“中国制造2025”，坚持创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展，加快从制造大国转向制造强国。

三角集团董事长丁玉华代表感触颇深，“改革开放以来，我国轮胎生产量、出口量连续多年居世界首位。但在全球市场布局中，我国轮胎产品仍处在中低端，轮胎产业总体上大而不强。品牌含金量低、销售利润率低、价格恶性竞争，导致中国轮胎与全球化消费需求差距越来越大”。

“截至去年，国内轮胎行业库存增长20%以上，库存资金额达240亿元。仅乘用车轮胎出口方面，从2014年11月至今已负增长10%以上。目前，我国轮胎行业平均利润率在4%至5%，而国际先进企业大多在10%至20%以上。”丁玉华通过一组数据说明，随着我国制造业人口、资源红利的不断萎缩，低端制造未来发展将难以为继。

“目前，世界不少国家都对轮胎产品的节能、环保、低噪、舒适等性能提出了更高的要求；新能源汽车飞速发展，也对轮胎耐久性、智能型等提出更高要求。欧盟从2012年实行轮胎标签法令，对轮胎滚动阻力、噪声、湿地抓力等性能指标提出分级管理，提高市场准入门槛；美国、日本都在提高轮胎标准。但在我国，这些仍处于相对落后的行业水平。”在丁玉华看来，只有不断提高行业标准、准入门槛、淘汰落后产能，才能使中国传统产业，甩下包袱、轻装上阵。

“中国制造2025，本意上是智能制造为突破口，通过信息化手段，加强企业从管理、制造、生产的全过程信息化。通过工业互联网的发展，使产业组织更高效、生产更科学化、生产组织更便捷化。”江苏省经信委主任徐一平代表认为，“我想，工业互联网的发展，无论是对制造业的发展，还是工业互联网企业本身，都有一个很大的推动作用”。

“制造是我国最具竞争力的产业，也是中国经济增长最关键的动力来源。”周厚健说，“无论中国制造2025、德国工业4.0，还是美国现代制造，都要经历从产品策划、研发、生产到交付、用户体验、用户交互，再到产品迭代升级的螺旋上升过程。发展提升制造业，并使之大幅变强，这是中国制造业的唯一出路。”

代表热议“中国制造2025”：深耕产业 创新驱动升级

1000人眼里有1000个哈姆雷特，一众企业家眼里也有各种不同的“中国制造2025”。

国务院总理李克强在今年的政府工作报告中提出，要实施“中国制造2025”，坚持创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展，加快从制造大国转向制造强国。

浙江民营企业众多，作为制造业大省，“浙江制造”如何实现“中国制造2025”，民企代表们提出了他们的思考。

打造“中国制造”升级版

早在2000年，浙江就提出了加快实现从量的扩张向质的提高转变的目标和任务。去年，浙江提出打造“浙江制造”品牌，并写入政府工作报告。目前，浙江已成为全国产业结构优化升级的重要典型。

“浙江制造”之路一直在路上，中国制造2025该如何实现？

“中国制造2025的核心，是工业商品嫁接智能化、互联网等高附加值要素，使这些要素融入整个制造体系。”全国人大代表、奥克斯集团董事长郑坚江认为，中国制造2025是从工业化到智能化、信息化的重要革命，最终成为一个创造、“制造+智能”的大国。

就像近期国人热卖到日本去抢购杭州制造的马桶盖，“表面上是中国制造的，但内在核心仍在日本手里，他们掌握着智能化芯片技术、核心标准等。中国只是粗放的制造。”郑坚江指出，从中国制造到中国创造，就是树立中国自己的标准和知识产权，形成自发的、强有力的创造氛围。

用“1000米的深度”深耕产业

一只马桶盖的日本自由行，让中国制造业陷入尴尬。

企业家的两会议政规则

“我还是有一点话语权的，所以我要借两会向上面反映情况。”一位政协委员告诉记者，他另一职务是一家房地产开发公司的老总。

一年前，这位委员兼老总参与了东北某省的棚户区改造，但随后他发现自己陷入了泥潭：当地的棚户区改造专项拨款挪用严重，账上根本就没有钱。“正因为我参与了这件事，所以才发现了这些问题。我要利用政协提案的机会反映情况，要求上级部门对当地的棚户区改造专项资金进行审计，谁挪用了钱就赶紧挪回来”，这位企业家说。

利用人大代表、政协委员的身份，在两会上通过提案解决自己公司的实际问题，在参与两会的企业家中是非常普遍现象。

比如今年，全国人大代表、娃哈哈集团董事长宗庆后就有提案是关于加大网络刑事打击力度，形成遏制网络谣言的法律氛围。而其背景是，去年娃哈哈受到超过各种网络谣言攻击，转发量上千万次，遭受巨大的经济损失。再看全国政协委员、复星集团董事长郭广昌，他提出以互联网渠道实施医疗保险购药和结算，以及零售药店参与基层医疗服务体系。作为背景，复星曾投资过挂号网类企业。

也难怪，两会代表、委员的提案往往无法超出他们日常所见、所闻、所感、所思的范围。

全国人大代表、浙江省科技厅厅长周国辉指出，打响“浙江制造”的品牌，品质是根本，营销是核心，自信是关键，三者缺一不可。

“国人的海外消费热，在给我们‘中国制造’带来挑战的同时，也增强了我们发展民族品牌信心，因为这至少说明我国国内依然有着庞大的内需市场，就看我们如何把握！”张华明认为，企业应该关注自己的产品能否打动人心，满足人民对美好生活的需求。

“用一米的宽度、一公里的深度做精自己的产品，做美自己的品牌，做优自己的特色。”张华明认为，要从产品质量源头上引导消费者增强民族自信心，让大家能够感受到购买民族品牌是光荣、自豪的事情。

郑坚江说，2015年被誉为全面深化改革的关键之年，经济增速放缓，国家明确简政放权等新常态，要求民营企业主动创新求变，提升原有经营模式的质量和效率。

在他看来，未来企业发展必须具备驾驭新技术，适应创新、研发、制造等人才的储备、自我适应抵抗等能力。“就像电脑出来了，不习惯的只能写字，人家就不跟你玩了。”

创新驱动产业转型升级

政府工作报告提出，必须加大结构性改革力度，加快实施创新驱动发展战略，改造传统引擎，打造新引擎。

周国辉介绍，浙江深化科技体制改革，大力发展错位布局特色明显的高新园区、科技城，大力推进“三位一体”的产业综合试点工作，大力引进集聚创新资源、促进科技成果转化，为制造业的转型发展提供了强力支撑。

此前，全国政协委员、正泰集团董事长南存辉在接受记者采访时表示，正泰已提出将实施智能制造战略。“积极实施机器换人

策划词

两会已闭幕，但中国企业家积极参与议政建言的历史正在向前稳步推进。每年两会，企业家代表、委员带着提案聚焦于媒体灯光下，手握话筒，曝光率极高。据统计，今年参加两会的民营企业数量创下纪录，在5200余位人大代表和政协委员中，民营企业家的比例为4%，胡润百富榜上的1271位富豪中有203位是两会的人大代表或政协委员。企业家的身影已成为每年两会上的一道“亮丽”风景，他们的声音也引起了全社会的共同关注。

代表委员“打广告”需要打动的是“人心”

一年一度的“两会”是聚集记者最多、曝光度最高的事件之一，一些“两会”代表、委员于是借此平台打起了“广告”。父母官为地方代言、首富推销自家产品……来看看今年两会上的这些“广告”案例推广技巧的优与劣。（新华网，3月13日）

两会的代表委员们来自各行各业，有一方父母官、企业老总、科研人员等等，无论是为一方百姓，还是一己之私，能在“两会”上“打广告”、“求关注”，自然是千载难逢的好机会。若把握不好一个度，即便赢得了关注，却失了人心，得不偿失。

“目前中国的消费群体有足够的经济能力，所以不用苹果要靠政治觉悟”这是TCL董事长李东生的“广告语”，振兴本土企业、呼吁国人买国货，企业家的心情能够理解，但是将买国货跟政治觉悟挂钩，难免让人有些无法接受。要明白，只要国内高科技电子行业能够靠实干去不断创新，推出属于我们自己的高端产品，不出现“苹果手表发布不到24小时，国内已现山寨版”的“脸红新闻”，国人不可能不青睐国货。

中国首富李河君在政协会议上推广自己产品一事最近引起不小风波，他在会上大谈自己做的薄膜电池和移动能源怎么怎么的好，其实这两类产品如今还备受争议，拿到两会上来“王婆卖瓜”确实不妥，让其他委员甚至感到他在为“自己代言”，而不是为行业“代言”，这不仅违背了政协会议提案的初衷，更坏的影响在于对市场的误导，令股民产生“中国政府力挺他”、“他这个产品、公司前途无量”、“他有强硬的后台”的错误印象。

以上两位企业家代表委员虽然凭借两会赢得关注，却并未赢得人心，广告效应不佳，下面几位却截然相反。

“海南的新鲜空气买不走，那就在海南买房子”、“天山南北好风光，欢迎到咱新疆来”，听闻这样的广告语，有没有一种神清气爽的感觉？雾霾在近几年正不断侵蚀神州大地，在大城市能呼吸上新鲜的空气仿佛都成为奢求，刚刚履新67天的海南省长刘赐贵称海南未来几年要打造“四季的候鸟”，用舒适的环境、美丽的景色来吸引众人的消费，这样实现了消费者与地方经济发展的双赢，也看到了当地政府的发展眼光。其实，新疆整体局势稳定向好，正所谓“不到新疆，不知中国之大”，感受一下大美新疆，感受一下新疆的山山水水，更是一场值得“说走就走的旅行”。

自从格力的董明珠与小米的雷军定下10亿赌局后，两人都成了“红人”。今年两会上，两人不需要提及自己的产品，媒体的关注点都集中在两人的关系上。更微妙的是，原本董明珠和雷军的座位被安排在了隔壁，但董明珠并未选择与雷军同坐，散会时也没有任何交流。董明珠回应称，和王健林没有传言那么好，和雷军没有想象那么差。这样四两拨千斤的处事艺术，更是让众多媒体和“米粉”大呼找到了“初恋的感觉”。产品质量好，老板受关注，“口碑”也沾光。

代表委员无论是两会企业家，还是官员，在两会上为自己所从事的行业发声，不为自己的业绩做广告，这既是责任又是义务。换句话说，工作实绩的好坏，最有发言权的是老百姓，而不是自己。



奥克斯集团董事长郑坚江

工程，推进信息技术和工业自动化的深度融合，在研发、生产、采购、等经营管理的全过程实现数字化、智能化，提高效率效能，从而全面提升企业综合竞争能力。”

全国人大代表、天能集团董事长张天任认为，技术创新不仅促进企业自身发展，还给整个行业和社会带来影响。“企业技术创新的过程中，伴随着产、学、研的合作和科技成果产业化，直接为社会创造财富。”

工业机器人、云计算、电子商务……不断产生的创新活动助推了浙江产业的转型升级。

服装业起家的张华明对时尚产业的未来信心满满。“我们要思考的是把“中国制造”变成“中国智造”，培养工匠精神，重视技工的培养和产品的设计、科技创新，这才是实现中国制造，实现“美丽中国”梦的基础。



人大代表或政协委员。

上面这组数据，意味着在中国经济腾飞的年代，企业家的声音比以前任何一个时代都受到重视。每年两会，企业家代表、委员带着提案聚焦于媒体灯光下，手握话筒，曝光率极高。而初登国家最高议事堂的他们，如何参政议政还需要学习。

秉着少数人对话语权的掌握更加应遵循为多数人发声的原则，代表委员有责任和义务传达民意。这本身是一个非常简单的逻辑，你成为了两会的参会者，那么你是谁选出来

的，你就代表谁说话，你就为谁负责。提案可以从少数人出发，但还是要符合公众的利益。回到两会的核心：按照宪法规定，全国人民代表大会是最高国家权力机关，拥有一系列最高权力，而政治协商会议的职能则是政治协商、民主监督、参政议政。

若要参照议会制度源远流长的西方社会的经验，在被奉为主皇的《罗伯特议事规则》中对此则有非常明确的精神核心：“若每个人都无规则地扩张自己的权益，其结果是无人能长久保护自己的权益。”