

宁波塘溪镇商会积极搭建平台当好党委助手

近年来，宁波塘溪商会深化与镇政府有关部门的合作，搭建服务平台，不断增强服务工作的针对性与有效性。

一是成立“302”工作室，搭建化解矛盾“连心桥”。针对塘溪镇上访遗留问题多、干群关系紧张等现状，商会不断完善和巩固符合本地发展实际的创新举措、经验模式，于2010年8月成立“302”工作室，组织“两代表一委员”的塘溪当地企业家领衔破难，通过集中走访、入户慰问的方式，深入上访人员家庭，调查当前群众生产生活情况，与群众拉家常、谈困难、谋发展，了解他们希望得到帮扶解决的具体困难和问题，提出针对性方案，切实解决好群众反映的各类问题。通过下访，一方面深入村居，为地方谋思路解难题，另一方面，通过走访“接地气”，了解村情民意，倾听

百姓呼声，化解了上访遗留问题，营造了良好氛围。

二是开展用工服务，帮助企业夯实发展后劲。通过开展政企互动交流，深化与政府有关部门的沟通协作，发挥商会服务地方经济的积极作用。立足春节前后企业用工较为紧张的实际情况，商会与镇劳动保障部门合作，累计举办了4场民营企业专场招聘会，提供就业岗位1500余个，达成就业意向近千人，着实为企业解决了燃眉之急。

三是成立企业转贷互助基金，帮助企业缓解融资难题。为降低企业因资金周转困难发生资金链断裂风险，拓展企业融资渠道，缩短融资时间，由会长、副会长认缴出资和镇政配套的形式成立企业转贷互助基金。当企业的银行贷款即将到期，暂时又没有足够资金

还贷时，基金可以为企业提供资金还贷，企业再次从银行顺利贷款后再把钱交还基金。基金以微利为目的，事前对借款企业的经营状况进行严格审查，运行一年来已为50家企业解决转贷135笔，切实缓解了小微企业融资难的困境。

四是弘扬感恩文化，引导企业自觉履行社会责任。商会搭建社会实践平台，引导非公有制经济人士积极参与光彩事业、慈善事业、社会公益事业、红十字会活动和社会主义新农村建设。近年来，在商会大力支持和倡导下，塘溪镇“企业留本冠名基金”增加100万元，累计资金达到1000万元，为塘溪镇慈善事业的健康发展奠定了扎实的经济基础。深化村企结对共建社会主义新农村活动，参与企业达到17余家，各类建设帮扶资金达到

1000余万元。及时向全区非公经济人士发出支援四川雅安芦山地震灾区的倡议，向芦山灾区捐赠物资达500余万元，另向贵州麻江碧波中学捐款40万元，多名企业家与贫困学生结对扶助，充分发挥了基层组织在扶贫帮困、奉献爱心方面的积极作用。

五是举办业务培训，帮助企业提高管理水平。针对塘溪镇家庭式小微企业众多，在日常经营中存在财税制度混乱、用工违法、知识产权保护意识不强等问题，商会不定期举办各类企业管理知识讲座，同时还与塘溪镇小微企业法律服务部合作，为会员企业提供“量体裁衣”式的法律服务，在提高企业管理水平方面取得了一定成效。

(寒石 王维娜)

格力自起炉灶生产手机 销售目标 5000 万部

毫无意外，在日前举行的格力电器股东大会上，董明珠再度把董事长与总裁两职一肩挑。但出人意料的是，从不曾改口过的董明珠，不仅主动将格力手机的目标销量降低一半，更是为自己卸下了每年营收增加200亿元的沉重包袱。

董明珠转变的背后，格力发生了什么？

自起炉灶

5000万部，是董明珠对格力手机销量的新预期。在股东大会上，董明珠表示，格力手机的定价将在1600元，未来相信卖5000万部不成问题。

而就在前不久，她对格力手机销量的预期还是向小米看齐，2015年卖出一亿部。

董明珠并没有明确卖5000万部手机的期限。格力电器市场部部长陈自力则对记者说：“5000万部是董总对市场的一个预估，我相信不会是大长期的目标，也有可能很快实现。”

自从格力手机被董明珠“突然”曝光后，何时上市便被外界时刻关注，但被委以智能家居入口重任的格力手机，却一直不见踪影。

在这次股东大会上，董明珠向在场股东开放了格力手机的预售。据记者了解，每人可以预订两台，到货时间则在一周之后。

陈自力对记者表示，现在格力手机主要面向股东、内部员工以及战略伙伴进行内部预订。“据我所知，这是手机出货的第一批。”对于第一批格力手机的出货量，他对记者表示，大概有几万部。

导致格力手机迟迟不能上市的一大原因是代工厂的产能跟不上。董明珠在股东大会上明确表示，格力手机已经进入销售阶段，但目前产能受限仍供不应求。她给出的期限是“年底就可以买到”。

而已经组建手机部门的格力正在自起炉灶做手机。陈自力对记者证实，格力正在搭建



手机生产线，“接下来的手机，格力全部都要自己生产。”

格力手机也将不再只限于在线下专卖店中出售。“格力手机的渠道有很多，专卖店只是其中一环，电商、移动运营这些都有可能，这主要根据手机的产能来定。”陈自力对记者说，最主要的当然还是格力自己的渠道。

淡化年 200 亿增长

在缩水手机预期销量的同时，每年增加200亿元营收的目标也被董明珠淡化。她在

股东大会上表示，增长不是一个量化的指标，“每一年的增长有快有慢，今年的情况不会做承诺，但是说不定会有惊喜。”

2013年，董明珠提出了五年再造一个格力的目标。她表示，要在2018年实现2000亿元的营收，营业额每年增加20%。

独自领导格力的董明珠确实完成了自己的目标。但查阅这三年的财报不难发现，尽管每年格力的营收都达到预期，但几乎都是踩线完成。

2012年，格力的目标是1000亿，取得营收1001.10亿；2013年，格力的目标是1200亿，取得的营收刚刚超过0.43亿；而目标是1400亿的2014年，格力取得的营收则只多了0.05亿。

董明珠并非不想在2015年继续实现200亿元的营收增长。去年9月23日，格力在珠海召开广西销售公司年会时她仍表态，2015冷年，格力电器将力争实现1600亿元销售目标。

但一年比一年更踩线的业绩意味着，每年增长200亿的承诺并不容易实现。而格力2015年一季报中，营收0.66%的负增长，更是为这个承诺敲响了警钟。

事实上，从2014年起，宣称从不打价格

战的格力，已经陆续打了四场价格战。但促销并没能达到格力的预期，反而让手中积压大量库存的经销商承受巨大压力。

有业内人士告诉记者，据他接触到的格力经销商表示，去年是10年来没有过的冷年，库存消化基本没达到预期。

对于经销商承受的压力，董明珠在股东大会上也表示，“格力经销商什么时候都有压力，但都有动力，这不是问题。经销商、供应商都是格力的一分子，他们有风险，我们也有风险。”

2000 亿没有变

尽管卸下200亿的包袱，让格力的经销商们可以在2015年喘一口气，但营收达到2000亿元的远期目标并没有变。董明珠在股东大会上表示：“我们2018年的规划没有发生变化(指实现2000亿营收的目标)，相信能够如约完成。”

多元化成为董明珠选择的实现路径。

在她独自带领格力的这三年中，一直坚持专业化的格力形成了格力空调、晶弘冰箱以及大松小家电并存的多元化格局。

她在股东大会上也坦言，未来实现2018年的目标也需要多元化，“我们的目标是希望再造两个世界品牌”。

但尽管董明珠一再表示，做手机并非头脑发热，以手机为代表的多元化，依然遭遇到市场的颇多质疑。

家电产业资深观察人士刘步尘对记者表示，淡化200亿，其实是董明珠侧面承认2015年不能实现目标的委婉说法。

他认为，格力主营业务不振，多元化的业务还一个都没培育起来。2000亿的目标只是董明珠为自己打气的表态，要打一个大大的问号。

2018年如何实现2000亿营收，这对即将展开新三年任期的董明珠来说，是一个不小的考验。

(卢晓)

纪念中国抗战胜利 70 周年系列活动组委会在重庆成立

本报讯 为隆重纪念中国人民抗日战争胜利70周年系列活动，由重庆市文化委员会主管的重庆黄埔书画院\重庆名人事业促进会、重庆阳光公益基金会、《百年重庆》组委会、重庆楹联学会、中国国际和平协会等主办的纪念中国人民抗战胜利70周年系列活动组委会于6月5日(重庆大轰炸纪念日)在重庆成立，该系列活动即将拉开帷幕。

重庆作为抗日战争的大后方、国共合作的抗战之都、世界反法西斯远东指挥中心，经受了血与火的考验，英雄的重庆人民不屈不挠，经受了长达近六年的日本飞机无区别的大轰炸，为抗日战争的胜利作出了卓越贡献，涌现出一大批抗日英雄，成为举世闻名的英雄之城，谱写了一曲可歌可泣的抗日交响乐，为彻底打败日本帝国主义作出了重大贡献。中国人民抗日战争胜利70周年系列活动具有重大的现实意义和深远的历史意义。

据组委会负责人介绍，纪念中国抗战胜利70周年将开展一系列重要活动：2015年8月15日举行纪念中国人民抗日战争胜利70周年大型文艺晚会；举办诗书画文物展、摄影展；筹拍纪录片《还我河山》、微电影《回家》(以黄埔、抗日将士及后裔为原型，通过海峡两岸的思乡情结，以国家为主线，反映了盼望祖国早日统一)。(贺岳飞)

中铁二局四公司引黄项目部多措并举推节能降耗见成效

本报山西吕梁讯(通讯员 梁明清)今年以来，中铁二局四公司山西引黄项目部结合实际情况，采取多项措施，从细处着眼，深入挖潜堵漏，节支降耗，努力提高项目运行质量和经济效益，活动初见成效。

该项目部首先充分利用班前会、员工大会、QQ群、工地宣传栏等多种形式，教育和引导广大员工牢固树立“岗位降成本、人人讲节约”理念，广泛开展“我为节能献一计”活动，以“节约一分钱、创造一分效”为主题，号召员工立足本职，广泛开展修旧利废活动，为项目部增收节支做出贡献。其次，为响应无纸化办公要求，项目部领导及各部门、工区充分利用QQ群、手机飞信、短信等网络平台传阅、批复文件，既提高了办公效率，又达到了节约纸张的目的。

同时，积极开展科技创新活动，对科技创新有成果、有效益的人员加大经济奖励力度，调动广大员工技术创新、小改小革的积极性和主动性，仅隧洞内通风方案的优化，就节约成本费用近百万元。施工过程中，该部各工区钢筋场对钢筋加工作业进行合理优化，减小了钢筋损耗；加强公务车辆日常使用管理，避免单人单车现象，节约车辆燃油。项目办公场所悬挂节能标语，制作了节能宣传专栏，设置“创建节约型工地公示牌”，使节能减排变为员工的自觉行动。



德国铁路公司(以下简称“德铁”)董事海克·汉纳加特在接受《法兰克福汇报》采访时透露，德铁计划未来三到五年内，在中国采购列车及配件。

德铁发言人苏珊·莱曼对记者证实了这一消息，“德铁对中国供应商以及在中国开展业务关系颇感兴趣。”莱曼说，“我们今年将在中国开设一个国际采购办公室。”

中国为铁路装备出口欧洲一直在努力，那么“中国制造”又是凭借哪些优势，走进世界公认的“制造强国”德国呢？

德铁：中国制造质量已今非昔比

中国高铁凭什么进军德国

5月中旬，德铁董事汉纳加特来华，先后拜访了南车、北车、华为和太原重工，引发广泛关注。汉纳加特是德铁的董事会成员，此行是为了与中国的列车供应商建立联系，扩大供应商网络。

德铁是总部位于柏林的德国国有运输公司，目前是仅次于德国邮政的世界第二大运输企业，也是欧洲最大的铁路运营商及铁路基建商。

汉纳加特说，中国制造意味着低质量的时代已经一去不复返了。德铁希望“向当前的供应商如西门子表明，该公司正在认真考虑其竞争对手的产品”。她还说，中国政府对向德铁出口列车很感兴趣。

莱曼则对记者表示，德铁将考虑多家供应商，其采购的产品不仅有列车部件，也包括整车，但暂时没有高速列车。

据汉纳加特透露，德国铁路公司将于今年秋天首先在北京成立采购办公室，南车和北车将是其重要合作伙伴：“我们估计，未来这家中国企业将占据世界市场的半壁江山，中国政府也非常重视提高铁路产品的出口份额。”

中国列车要想出口到德国，莱曼介绍道，第一步是中国公司先要取得德铁供应商的资格。“取得资格是中国公司参与我们竞标的必要步骤。”

目前，德国铁路公司的主要产品供应商是西门子公司。德国政治评论员弗兰克·泽林说，进口中国列车及配件无疑是给西门子的“一记耳光”。

“事情到底还是发生了，只不过，比我想象的早得多：德国铁路公司已不可能再只购买德国的或其他西方国家的列车了。”泽林说，尽管暂时德铁将先在中国购买地区列车和机车，而不是高速列车，但“一旦德铁与中国人之间的这一起始生意做得顺利，中方产品的价格和质量也让人满意，则距购买高铁不过是咫尺之遥”。

然而，从中国购买列车，对于德铁而言并不仅仅是一项生意。莱曼对记者说，德铁对中国供应商市场的评估，现在只是“最开始”阶段，德铁也需要一段时间来“克服一些挑战”，既包括在德国方面有关的进口许可、物流问题。

中国高铁造价为国外的 1/3-1/2

在高铁领域，中国被视为后起之秀。德国的西门子、法国的阿尔斯通、加拿大的庞巴迪、日本的川崎重工等巨头早已纵横国际市场多年，中国发展高铁的时候也从这些企业引进了一些技术。

在此次德铁的采购计划中，中国的竞争者不仅有西门子，还有日本的日立。

德铁计划从中国购买列车的消息传出后，在德国引发不小的轰动，德国是制造业大国，且是高铁领域的领军者，为什么要从中国进口？曾经的老师，缘何会将目光投向“学生”？

莱曼认为，无论是在技术、质量还是价格上，中国列车都具有优势。“作为一个国际集团，德铁一直在全世界寻求科技、质量和价格都符合德铁要求的创新供应商，这也是我们去中国寻求供应商的原因。”她说。

德国N-TV电视台也评论道，对德铁的这些批评是不恰当的。“德铁公司并不是给德国铁路供应商提供帮助的福利协会，成本控制是首要任务。每年，德铁在列车和零部件的花销在18亿欧元左右，主要来自欧洲采购产品。而今该集团要压缩开支，因此选择与中国

合作，这是企业的自由。”

性价比高是一个优势。以高铁为例，综合土建和车辆两个方面成本，中国高铁造价只有国外造价的1/3-1/2，一般是1.5亿元/公里。而韩国的高铁造价为2.5亿元/公里，德国约3亿元/公里。

中方交货能力强 西门子曾推迟 2 年交付

而中国南车株机公司副总经理张曼宇则认为，中国高铁在海外市场的竞争力不但是性价比，更是交货能力的比拼。张曼宇说，在产品能力背后，中国企业的交货期和服务，是竞争对手比不了的。

“以前说中国的产品价格低一点，其实现在我们是做高端轨道产品，我们的价格在不同的市场有差异。比如在欧洲市场价格就没有什么差异，甚至和对手一样的情况下，有时候价格还要比他高。但由于在交货期和服务上面我们拥有更强的实力，所以会赢。”

而正是在这一点上，西门子近年来了出了纰漏。

2008年，德铁向西门子订了16列动车组，要求2011年交货。但西门子准备交付的列车却在测试过程中出现软件故障，没法按时交付，项目因此被推迟两年。由于缺少列车储备，无法更替需要修理的列车，德国短途和长途铁路线的晚点情况开始增加，还有车次被取消。“项目被延迟交付两年，‘德国制造’的标签并不会把质量差的产品变好。”德国媒体曾对此评论道。

中国领导人亲任高铁“推销员”

上世纪70年代，外国政要造访日本，必游“新干线”。邓小平在考察新干线时曾感慨说，“像风一样快，我们现在很需要跑！”30多年过去，如今，来华的外国政要乘坐

中国高铁出行，早已屡见不鲜。

事实上，中国列车一直在为“出海”努力。李克强更是亲任“推销员”，外访中多次大力推销中国高铁，形成了高铁出海的热潮。

5月李克强访问巴西期间，巴西表示欢迎中国参与巴西铁路项目招标，同时也启动了中国-巴西-秘鲁关于两洋铁路建设的可行性基础研究工作。

近年来，中国列车的海外订单已经逐渐增多。中国南车株机公司分管海外营销的副总经理罗崇甫曾对记者透露，近5年来，仅中国南车株机公司在南非、土耳其、埃塞俄比亚、马来西亚获得电力机车、城轨车辆、动车组以及维保等订单近300亿元人民币，其中南非21亿美元电力机车合同更是创下中国轨道交通装备出口的单笔订单金额之最。

张曼宇则介绍道，目前，南车已经在南非、马来西亚、土耳其都建立了基地，印度、南美的基地也正在建设，“整个海外几个主要市场的布局雏形已经建立起来，重点在南亚、非洲、南美、东南亚和土耳其市场。”

目前正与俄罗斯、蒙古、印度、泰国等多国商谈铁路合作，并积极参与推动中老、中巴、中东欧、吉乌及美国西部快线高铁等铁路合作项目。

此次与德铁合作，将会是中国列车进军欧洲市场的一个开始。如果中国铁路设备能够获得德国铁路部门的进口许可，那么在欧洲其他国家的推广，也会容易许多。

(高美 韩旭阳)

各类大小项目投资借款，两百万起贷地域不限，个人、企业均可

金融世家豪丰投资

手续简单 利率低 放款快

代打全国各类保证金

咨询电话：028-68807888