

# 放大国有资本功能 把国企“做大”

■ 张力文

7月22日,2015年世界500强名单出炉,中国共有106家企业入围。上榜企业持续增多,排名普遍提升,说明中国企业在做“大”的方面仍保持着高歌猛进的良好势头。这使人想起习近平总书记强调把国有企业做大做强做优不动摇的论述。

最近,习近平总书记在吉林调研时强调,“坚持把国有企业搞好、把国有企业做大做强做优不动摇。”把做大放到做强做优前面的表达方式并不是偶然的,这意味着把国企做大仍然是近一阶段的重要目标,首先要做大,在做大基础上再做强做优。

把做大放到什么位置,并不是一个简单的文字游戏,而是国企价值观转变的重要体现。任何口号的提出,作为一种政策导向,都有其特定时代背景和前提假设。国企早期发展的目标一直是做大做强做优。后来,随着形势的变化,不再强调单纯的做大规模,更加侧重发展质量,于是一度去掉了“做大”这个提法,如在2013年底召开的国资委年度工作会议上的提法是“不断推进企业做强做优”。到了2014年底的国资委年度工作会议,口径又微调为“做强做优做大国有企业”。

事物发展总是与各种矛盾相伴相生的,面对新的情况,自然需要提出新的要求。习总书记在最新的表态中把“做大”重新放在了首位,这表明,做大国企是为了适应世界范围内配置资源的需要,是下一步国企改革与发展基调的主旋律。

事实上,做大与做强、做优之间存在一种

辩证的关系。一方面,从发展的角度看,“做强做优”是一个自然发展过程,也是一个历史过程,不可一蹴而就,做大是前提,做强做优是目的。只有做大,国企才能真正拥有市场资源的支配权与话语权,实现做强做优。国企做大可以降低企业的单位成本,从而形成企业的长期平均成本随着产量的增加而递减的经济模式。不把国企做大,就很难真正在市场竞争,特别是国际市场竞争中超越竞争对手,赢取企业竞争优势和国家竞争优势。

另一方面,做大与做强做优是国企发展由低到高的要求,而做大目前仍是主要矛盾,在条件具备的情况下,争取向做强做优发展。央企产业集中度不高、核心竞争力与国际同行业的大型企业存在一定差距、存在恶性竞争或者严重产能过剩的外向型行业,央企出现重组整合的迫切需要。现实让我们清醒,不把企业做大,何谈做强做优?南车北车合并就是为了在世界范围内增强我们的竞争实力,形成更大、更充分的话语权。

同时,我们必须意识到,重提做大并不是新瓶装旧酒,而是事物发展的螺旋式上升。过去我们理解的做大,是在传统工业化的背景下提出的。这种单纯的做大本质上是一种外延型扩张,表现为投入物质化,利润短期化,片面强调物质资源投入,粗放经营的后果就是导致了资源浪费,使国企患上了组织僵化的工业病和大企业病。

而现在所提的做大,是在信息化大潮与“互联网+”的大背景下提出的,这与过去有着本质不同。国企改革就是要打破这种粗放的扩张模式,通过优化企业生产方式、企业制

度、资产管理,求得以智慧为核心的无形资产和可持续发展的长期效益,优化企业的“大经营模式”。因此,这种做大在内涵上已经包括了做强做优的客观诉求。例如,对于推进国企改革,习近平就提出三个“有利于”,其中要求“有利于放大国有资本功能”就体现出了“做大”国企的新要求。“放大国有资本功能”指的是通过全面深化国企改革,增强国企的价值力、竞争力与控制力,使国企做大做强做优。放大国有资本功能的重要方式是通过混合所有制,在竞争性国企中引入民间资本,用少量的国有资本和尽可能多的民营企业合作,在国家战略、市场规律双轮驱动下,具备竞争对手国际化、产业发展有潜力等条件的央企之间的强强联合将会适时出现。而在前几日大盘连续下跌时,国资委在7月8日的“维稳”声明中称:“国资委将进一步推动中央企业深化改革,加快企业重组整合步伐,提高市

场资源配置效率。”证明加快企业重组整合步伐,是做了承诺的,可以期待的。

二是要将做强与做优融入到做大的过程中。我们不能把央企做大理解成一种简单的合并。目前已有的央企合并多多少少存在一些问题。做大与做强做优必须同时进行,否则就走上粗放扩张的老路。做大不能只考虑效率价值而忽略社会的公平正义价值,过去的一味做大就忽视了企业和顾客的公民属性。实践证明,企业并不只是生活在经济的真空中,它也同时生活在社会中,因此除了追求利润,还要真正做到“顾客至上”,兼顾社会效益,只有把国企整体的效益做大,才是真正的做大。

三是要扫清妨碍中国国企做大做强做优的各种路障。一方面,要防止改革后劣势效应显现,扼杀国有企业改革发展的活力。所谓改革后劣势,是指因过分强调改革的渐进性,而使政治体制、教育体制、科技体制、文化体制、领导体制等等上层建筑的改革滞后,阻碍了经济体制、企业体制改革、金融体制的深化到位,从而使以中央企业为代表的国有企业的集体性崛起的发展势头出现停滞或倒退。另一方面,要防止“国企通病”和“大企业病”在中国国企身上再次发作。如果体制、机制不改,积习难除,长此以往,必然积重难返。千万不要被当前国企改革耀眼的“业绩”遮住了双眼,在这方面,稻盛和夫的“阿米巴组织”与GE的“无边界管理”等等经验值得中国国企认真学习。

总之,做大国企还需从重组与混合经济发展处着手,从着重结构调整、产业布局和功能分类出发,这需要新的思路。

在发展中奉行“良心、安心、放心”经营为社会和顾客创造价值的伍田,就是坚信只有与客户、合作伙伴共同发展、共同成长才是伍田的成功之路——

## 范正海:在新常态下需要更多双赢的合作模式



■ 本报记者 何沙洲

近年来,支撑中国经济高速增长的因素都发生了变化,企业面对的是转型和重新出发的一个市场;新常态对企业和经销商最大的挑战就是利润空间受到了挤压,利润减少以及产业结构调整阵痛。也正因为如此,在2015年6月下旬,成都伍田食品公司和成都伍盛食品公司走向了联合经营,伍盛食品公司凭借自己长期经销食品构建起的销

售渠道优势,借助伍田食品公司先进的屠宰加工技术优势和品牌影响力,在伍田食品公司定牌生产伍盛食品公司需要的食品产品。“在经济形势更加残酷的2015年,必须主动适应经济发展新常态,企业发展在新常态下需要更多双赢的合作模式。”成都伍田食品有限公司总经理范正海告诉记者,新常态下,自由贸易程度提高,市场参与者增加,更需要产业链企业之间相互协同,优势互补,实现相互之间的资源互惠互利,扩展市

## 十堰部件厂磨刀班开展“我改善,我快乐”活动

自5月份以来,东风德纳车桥有限公司十堰部件厂装备科磨刀班积极开展“我改善,我快乐”活动,取得了显著成效。到目前为止,共完成5个改善项目,为工厂节约资金约4.3万元。

6月初,部件厂五车间手动调整臂外壳拉床尾座发生故障,致使两根553D1-103拉刀断裂。按照规定,拉刀断裂需做报废处理。“这两根拉刀价值1.8万元,报废了多可

惜啊!”磨刀班班长王亚平说。他判断,这两根拉刀在尾部刀柄处断裂,而尾部只起到送刀和稳定作用,在加工时不会受力,是可以修复的。在王亚平的带领下,“拉刀修复”行动很快进行起来。在装备科机加班和动力科铆焊班的协助下,重新制作的两个刀柄被焊接在原断裂的拉刀上,并进行了找正。“重获新生”的拉刀又回到了自己的“岗位”。

场环境下的腾挪空间,从而增强各自抵御市场风险的能力。

“伍盛长期做食品贸易,已经形成了销售网络优势。”成都伍盛食品公司总经理何志刚告诉记者,伍盛的网络优势只是中间优势,没落地。他解释,伍盛食品以前做的是中间贸易,经销的不同产品要到各个工厂去采购,对每个厂的产品质量不好把控,采购上还要受到淡季和旺季的限制;伍盛食品中间网络优势效益最大化,就要落地做自己的食品加工,但自己去投资建厂,组建生产技术研发团队,投资和经营管理及时间成本都非常大,不如选择在行业中有领先技术、有品牌影响力和诚信经营食品加工企业合作,采取OEM模式定牌生产发挥各自比较优势实现双赢。

何志刚表示,伍盛食品采取OEM模式与伍田食品合作定牌生产后,能更好地从源头控制产品质量,上下游采购不受限制,符合自己要求和市场需要的产品能更快地投放,这样双方的利润都能最大化。

“一个能持续发展的企业,不仅要得到员工的忠诚,还要有相当利益者的信赖和支持。”范正海说,在发展中奉行“良心、安心、放心”经营为社会和顾客创造价值的伍田,就是坚信只有与客户、合作伙伴共同发展、共同成长才是伍田的成功之路。

## 湖北宜昌市旅游局到稻花香考察调研

日前,宜昌市旅游局局长孔磊一行到稻花香考察调研,并与稻花香集团常务副董事长、总经理蔡开云进行了座谈交流。

在蔡开云、集团党委副书记方丽华的陪同下,孔磊一行参观了龙泉铺古镇,并听取了方丽华对古镇规划布局、招商运营和目标游客等情况的介绍。孔磊说,龙泉铺古镇建设要突出酒文化,服务稻花香白酒主业,并加强互动体验性旅游项目的建设,为游客带来高品质的休闲体验。

座谈会上,蔡开云向孔磊一行介绍了稻花香打造湖北省工业旅游景区的相关情况。随后,孔磊对稻花香在创建过程中需要完善的方面提出了具体的指导意见,他表示,稻花香有实力入选湖北省首批工业旅游景区,并希望稻花香按照相关评审标准逐一完善,确保必备项目全具备,特色项目有亮点,争取年底入选湖北省首批工业旅游AAAA级景区。

蔡开云表示,稻花香集团将以高起点、高标准加强工业旅游景区建设,争创湖北省首批工业旅游AAAA级景区,未来将借助工业旅游名片提升稻花香品牌知名度和美誉度,并希望市旅游局对稻花香旅游项目建设多指导、提建议,更好地将稻花香旅游打造成宜昌旅游新名片。

市旅游局副局长柏松,夷陵区副区长田红,区旅游局局长刘艳华,龙泉镇党委书记、镇长彭华,稻花香集团副总经理刘运湘,集团董事会秘书长王万年,三峡物流园行政总监许玲等陪同考察调研。(高国)

动实施“互联网+”,我们就创造了神奇。当酱香爱上了果香,同样也是创造了神奇。”重庆金定集团蒋瓜瓜木瓜酒厂董事长蒋盛华激动无比地说。

酒在人类生活的历史沉淀中,它不仅仅是客观物质的存在,而是一种文化的延伸。

“华赤51木瓜酒”的诞生,标志着贵州茅台集团又一款健康白酒问世了。野生木瓜对人体的保健作用非常明显,其最为显著的是富含人体有害自由基的天敌SOD,是人体细胞、血管和肠道的清道夫,具有降血压、软化血管的神奇功效。酒,形态万千、品种之多、产量之丰、类型之广让人们目不暇接。由于“华赤51”野生木瓜原料基地供应的稀缺性,每年9月-10月仅仅2个月成熟期,所产全部为纯绿色生态品质,无任何添加剂,酱香和果香的融合,实为酒中珍品。

(殷实)



●聚心聚力的谈心对话活动

## 以诚相见 聚心聚力 兴文县开展煤系硫铁矿矿长谈心对话活动

为增进交流沟通,营造团结和谐的政务服务氛围,切实了解企业所思所想,四川省兴文县安全监管局于7月8日在安监局大会议室开展了兴文县煤系硫铁矿矿长谈心对话活动。兴文县安全监管局党组书记、局长李正强,党组书记陈鸿彬,非煤股全体工作人员,硫铁矿企业业主、矿长、技术负责人,涉及硫铁矿的乡镇安监站副站长参加了会议。

陈鸿彬就落实微信助力监管、落实专家会诊监管、加强顶板管理等七个方面与企业进行交流。

企业就现在所面临的一些问题和局领导进行了交流,各企业踊跃发言,提出了现在企业经营所面临的市场不景气导致安全资金投入不到位、融资困难,环保压力大等问题。

李正强就企业的问题进行了解释与开导,并向企业提出:一是吃透政策;二是理清思路;三是树立信心;四是依法办矿;五是狠抓安全等要求,并一一作了解释,希望企业严格按照要求,依法办矿,顶住压力,加大安全投入,确保安全。

这次谈心对话活动企业业主们积极发言,县安全监管局领导耐心解释,开导,使企业与县安全监管局“以诚相见,聚心聚力”,让机关单位了解了企业的想法,也明确了企业的方向,最后企业表示“我们有决心,有信心将企业搞好”。

(胡杰 本报记者 何沙洲 摄影报道)

# 茅台新品——“华赤51木瓜酒”震撼上市

7月6日,“聚首2015·开启新未来——贵州茅台集团华赤51木瓜酒上市品鉴会”在重庆綦江区隆重发布。綦江区政府各个委办局相关官员、贵州茅台集团相关领导以及来自全国各地16个省市区近百名经销商,汇集一堂,共同见证了和分享了贵州茅台集团新酒“华赤51”木瓜酒隆重上市的喜悦盛况。

## 大国之酿 贵州茅台集团新品“华赤51”诞生

茅台的酱香与野生木瓜果香的碰撞,必将绽放出惊世力作。据介绍,茅台新品“华赤51”原料取材于渝黔交界外大罗山野生皱皮木瓜,与当地明星企业重庆金定集团“蒋瓜瓜”木瓜酒联姻,优势互补,经贵州茅台集团国家级调酒大师精工调和,将酱香工艺与野生木瓜原浆完美融合,在结合国人肠胃酒口感的舒适度,将酒精度配制为51度,故而取

名“华赤51”。

“重庆綦江与贵州接壤,是中国最大的野生皱皮木瓜基地,种植面积达10万亩,为纯天然绿色生态原料,为我们贵州茅台集团研发全民大健康新酒提供了源头的保障。酱香与果香的碰撞结晶,诞生了贵州茅台集团的健康白酒。因为华赤51不但要给人们带来品酒的愉悦,更要给全民带来身体的健康,我们把华赤51木瓜酒定位为酱香白酒的升级版。另外,我非常感谢重庆砂粮科技研发的砂粮平台,为我们的新品上市,为贵州茅台集团新酒华赤51走进千家万户,缩短了距离和时间。”贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司总经理李筑冉在发布会上说。

## 贵州茅台集团“华赤51”与“互联网+”联姻

贵州茅台集团健康新酒“华赤51”的诞

生,需要接受市场的检验,需要增加人们的互动体验,如何在移动互联网时代,转变思想,主动转型,迅速走近千家万户?“华赤51”木瓜酒抛弃传统媒体,把全球首发传播广告投放选择在移动互联网广告第一平台秒赚广告上。

“互联网+”营销战略显示了神奇的力量,一个月前,6月5日起投放至今,点击率逼近千万,咨询和订单不断,纷纷询问何时见到“华赤51”真面目。仅仅不到一个月时间,预约登记经销商多达200个城市,来自全国新疆、内蒙古、河南、安徽、陕西、湖北、湖南、四川等省市区县的70人抢先预订经销商席位。在今天贵州茅台集团新酒“华赤51”木瓜酒上市品鉴会上正式签约,成为首批贵州茅台集团“华赤人”。

“华赤51,我要;华赤51,我要+”。新酒就要有新思维,我们打破了传统营销思维,主

锡柴恒威机成中卡热销动力

“锡柴恒威机皮实、耐用,我前面已买了3辆车都是锡柴恒威机,这又不来买2辆锡柴恒威机的卡车,这样的发动机,用起来真省心!”进入7月以来,锡柴恒威机销量逆势增长,苏州的一位用户短短数月中已是连续购买了5辆装配锡柴恒威机的卡车。

2015年上半年,锡柴恒威机46DLD销量同比增长259%,同比增幅再创历史新高。今年锡柴恒威机在整车厂家配套量持续增长,连续在众多的发动机厂家竞争中力拔头筹,凭借的正是过硬的产品质量和售后服务。上半年,当装配一汽锡柴恒威机四发动机的牵引车首次闪亮登场深圳港口用于集装箱运输的当日,就其高性价比在深圳市广大用户群体中引起轰动。活动现场踊跃购车,气氛热烈。现场一次性签订购车合同达151辆,其中配套锡柴恒威机四机的就有100辆。再次验证了锡柴恒威机在深圳港口车用户中的好口碑。

同时,锡柴依托品牌优势,占据了在江淮卡车国内发动机出口配套量第一的位置。去年江淮公司通过政府项目,一举拿下了出口南美5239台重卡的历史最高纪录,其中就有2190台4X2重卡选用了锡柴恒威CA6DF3机型,今年2000余台锡柴恒威CA6DF3机型随整车厂家重卡正逐步分批踏上了出口南美的征程,使锡柴恒威机海外知名度显著提升。(陈燕)

## 关公坊酒业 开展户外拓展增强团队凝聚力

为进一步加强团队凝聚力,增强团队协作能力,关公坊酒业公司携手稻花香商学院联合举行“厂商携手 团队为赢”2015年营销团队拓展训练。

“报告教练!我们虎贲队一定圆满完成任任务。”在天龙湾基地,关公坊酒业的300余名经销商和业务员被分为12支团队,每个团队都给自己的队伍取名,并制定了详细的“对战计划”,将士们士气高昂,时刻准备接受挑战。

在翻越“毕业墙”的时候,不少女队员不敢往上爬,整个团队就以“叠罗汉”的形式为队友做梯子,你踩着我的肩膀,我抱着你的脚,一步一步的往上爬,先上去的队友则弯下身子,拉住下面队友的手,拼尽全力地往上拽。“我自己都不知道怎么上去的,只知道我是被关公坊的勇士们托上去的。”一位宜昌女经销商激动地说,第一次参加这样的拓展训练,虽然心中有一丝恐惧,但却感受到了将士们的实力所在。除了翻越“毕业墙”,12支队伍还在教练的带领下共同参加超越化军训、真人CS雷射对抗、空中抓杠、八仙过海等12项活动。

经过了白天严格的军事训练,晚上大家在一起举行了篝火晚会,搞接地小品“武松打虎”,风趣幽默地双簧“我姓赵”,还有合唱《真心英雄》、《我的好兄弟》等,每一个即兴节目都惹的人捧腹大笑,在大家的欢笑声中结束了一天的训练。

两天的拓展训练结束,不少经销商和业务员都纷纷表示,拓展训练锻炼了我们的意志,更让我们懂得了团队力量的重要性,相信这种团队的力量将一直鼓舞着我们不断前行,为今后的工作也打下了坚实的基础。(张舒松)

## 湖北宜昌市旅游局到稻花香考察调研

日前,宜昌市旅游局局长孔磊一行到稻花香考察调研,并与稻花香集团常务副董事长、总经理蔡开云进行了座谈交流。

在蔡开云、集团党委副书记方丽华的陪同下,孔磊一行参观了龙泉铺古镇,并听取了方丽华对古镇规划布局、招商运营和目标游客等情况的介绍。孔磊说,龙泉铺古镇建设要突出酒文化,服务稻花香白酒主业,并加强互动体验性旅游项目的建设,为游客带来高品质的休闲体验。

座谈会上,蔡开云向孔磊一行介绍了稻花香打造湖北省工业旅游景区的相关情况。随后,孔磊对稻花香在创建过程中需要完善的方面提出了具体的指导意见,他表示,稻花香有实力入选湖北省首批工业旅游景区,并希望稻花香按照相关评审标准逐一完善,确保必备项目全具备,特色项目有亮点,争取年底入选湖北省首批工业旅游AAAA级景区。

蔡开云表示,稻花香集团将以高起点、高标准加强工业旅游景区建设,争创湖北省首批工业旅游AAAA级景区,未来将借助工业旅游名片提升稻花香品牌知名度和美誉度,并希望市旅游局对稻花香旅游项目建设多指导、提建议,更好地将稻花香旅游打造成宜昌旅游新名片。

市旅游局副局长柏松,夷陵区副区长田红,区旅游局局长刘艳华,龙泉镇党委书记、镇长彭华,稻花香集团副总经理刘运湘,集团董事会秘书长王万年,三峡物流园行政总监许玲等陪同考察调研。(高国)

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

(殷实)