

国企十项改革试点落实计划首度披露

今年深化国企改革将抓好“九项重点任务”

■ 华晖迪

国务院国资委、国家发改委、人社部 25 日联合召开发布会对外披露，经国务院国有企业改革领导小组研究决定开展国企改革“十项改革试点”，2016 年深化国有企业改革将抓好“九项重点任务”。

这十项改革试点包括落实董事会职权试点、市场化选聘经营管理者试点、推行职业经理人制度试点、企业薪酬分配差异化改革试点、国有资本投资、运营公司试点、中央企业兼并重组试点、部分重要领域混



政策再次助推新能源汽车“提速”

■ 李波

24 日，国务院常务会议确定进一步支持新能源汽车产业的措施，以结构优化推动绿色发展。一是加快动力电池革命性突破；二是充电基础设施建设；三是扩大城市公交、出租车、环卫、物流等领域新能源汽车应用比例；四是提升新能源汽车整车品质；五是完善财政补贴等扶持政策。今年 1 月份新能源汽车产量“淡季不淡”，在政策扶持力度加大、配套设施建设加快，以及各地全面推广应用的背景下，新能源汽车 2016 年预计仍将快速增长。A 股市场新能源汽车概念股将受益景气度支撑，特别是新能源客车品种将获提振。

新能源汽车推广加速

据国家发改委网站消息，国家发改委于今年 1 月 15 日发布《关于万向集团公司年产 5000 辆新能源汽车项目核准的批复》，项目总投资 206093 万元。

万向集团新能源客车项目的建设地点为浙江省杭州市萧山经济技术开发区万向集团公司现有北塘路厂区和建设一路厂区。杭州作为全国低碳交通示范城市和公交都市，一直大力推广新能源汽车。截至 2016 年 1 月底，杭州市新能源公交车总量已达 1600 辆，新能源出租车 560 辆，已备案的新能源租赁车辆总量达 16450 辆，占全部备案租赁车辆的 57%。2016 年杭州市将努力完成 1 万辆新能源汽车推广任务，杭州峰会举办前杭州市主城区公交车将全部使用新能源和清洁能源。

其他省市也纷纷加快推进新能源汽车应用。近日新疆维吾尔自治区明确以纯电驱动为新能源汽车发展的主要战略取向，要求今年新疆公共机构更新车辆 10% 须为新能源车。此外，各地新能源汽车配套设施建设也在加快。据悉，天津预计今年底初步实现中心城区每 5 公里以内、郊区 8 公里以内可找到充电桩，完成 169 座充电桩、2785 台充电桩的建设目标。广东省中山市近期也出台多项措施加大新能源汽车相关配套设施的建设，计划到 2017 年底，建设完成 16 个充电站和 20700 个社会充电桩。

2016 年延续高速增长

根据工信部数据，今年 1 月新能源汽车产量 1.6 万辆，同比增长 141%，其中乘用车 1.3 万辆，同比增长 153%；商用车 0.3 万辆，同比增长 61%。尽管受到 2015 年底冲量透支需求，1 月份为新能源汽车传统销售淡季，但产量同比增速依然强劲。受益政策扶持和环保转型的大方向，新能源汽车行业今年前景向好，A 股市场新能源汽车概念有望获得持续推升。

渤海证券研报指出，新能源汽车短期内有可能出现发展放缓的迹象，但电动化、智能化和低碳化仍为汽车行业投资主线，新能源汽车行业长期向好基本面没有改变，国家将继续加大对新能源汽车市场导入期的政策支持力度，积分交易制度、各地充电设施规划和购置配套补贴等利好政策将陆续出台，首批纯电动乘用车资质也有望今年一季度放开。今年是新能源汽车“调整再出发”的一年，全年产销有望达到 60 万辆。

中银国际指出，新能源汽车贷款首付比例将降低，专属保险有望推出，将进一步降低消费者的购买门槛，增强消费者购买信心。新能源汽车高速发展大势不改，预计全年产销量有望翻倍，限购城市销售以及小型纯电动车型丰富带来需求增长。中泰证券认为，预计 2016 年新能源汽车仍将快速增长，一季度是布局最佳时机。

(中国证劵报)

合所有制改革试点、混合所有制企业员工持股试点、国有企业信息公开工作试点、剥离企业办社会职能和解决历史遗留问题试点。

据国务院国资委副主任张喜武介绍，目前已有诚通集团和国新公司两家中央企业确定为国有资本运营公司试点企业，后续将根据各项改革特点在央企及地方国企中选择试点企业，试点工作将待试点企业选定及相关条件成熟后陆续展开。

张喜武说，2016 年深化国有企业改革将抓好“九项重点任务”：一是尽快完善

跨界创新叠加海外发力 中国智能手机产业“信心充足”

■ 王攀

在经历了近两年的“高歌猛进”后，中国本土智能手机产业是否还有进一步增长的潜力？这一问题眼下备受全球市场关注。

一些市场观点认为，受需求逐步放缓、产品同质化趋势明显、产业利润整体依然偏薄等因素影响，中国智能手机企业很可能陷入低迷期，产业格局调整在所难免。但在中国本土代表性企业看来，这些市场负面因素并不足以遏制自身的勃勃雄心。

去年全球智能手机出货量 5600 万部，排名前六的中兴通讯终端事业部 CEO 曾学忠 24 日接受记者采访时说，这家企业今年保持最高 7000 万部的市场营销指标，“展望未来，我们仍然计划用 3 到 5 年的时间实现国内和海外营收双双超过千亿元人民币的市场规划，最终实现重回世界前三的发展目标。”

事实上，正在巴塞罗那举行的世界移动通信大会上，中国知名手机厂商纷纷推出创新终端产品，并纷纷表达了未来继续冲击全球市场巅峰的强烈信心。

去年出货量超过 1 亿部的华为消费者业务 CEO 余承东说，希望在三年内内市场份额排在全球第二，五年内市场份额能够“冲击榜首”；而在产业巨头的带动下，链条相关企业也态度积极，深圳超多维光电子有限公司总裁许培桢说，正在同相关厂商紧密合作，加快移动终端上的裸眼 3D 及虚拟现实技术应用，进而开拓更多

东风驱寒意 改革点兵急 ——来自闽南企业的新春见闻

■ 郭奔胜 康森 黄鹏飞

不等不靠抓改革，敢闯敢拼谋创新……新春伊始，记者来到民营企业聚集的闽南地区，在厂房车间，在研发基地，听到最多的声音都是“改革”。在市场有些寒意的开年之际，闽南企业家的改革意志和创新精神带来了阵阵暖意。

“要让听见炮声的人做决策”

经济增速放缓，产能过剩严重，高端供应不足，结构调整加快。在厦门、泉州、漳州组成的闽南金三角，企业家们深切感受到了供给侧结构性失衡的压力。

以制造业重镇泉州为例，2015 年，全市规上工业企业产成品占用资金和应收账款占用资金合计达 40.3%，其中纺织服装业 39.8%、鞋业 46.7%、建筑建材 48.8%。企业库存积压告急。

“供给侧结构性改革势在必行。”在卫生巾、纸品龙头企业恒安集团总部办公室，年逾六旬的 CEO 许连捷直截了当地说。面对寒风凛冽的市场，以许连捷为代表的闽南企业家更加清醒地意识到——打得开天窗，才能看得清方向；接得了地气，才能把得准潮流；抓得住细节，才能控得住成本。

恒安集团的经理们说，过去从新疆、东北发回的市场报告，至少需要 10 天才能处理完，等到回复给一线业务员，可能市场早已变了模样。

“要让听见炮声的人做决策！”面对国际同行的挑战，许连捷愈加重视“车间”和“市场”的建议。作为拥有 3 万员工的企业，恒安实施全员提案制度、启动研发团队合伙人制、联手 IBM 打造大数据产业系统，曾经的“千里传书”，如今 24 小时便能办结。

商场如战场，在不少闽南企业家眼里，“野蛮生长”时代已成过去，精准化改革才是生存王道。

“通过报表就能看到改革。”安溪茶业中国魏氏总经理魏贵林在账目中发现，公司 85% 的茶叶依靠送货上门而非门店销售，但门店成本却占据了总营收的 55%。外人眼中光鲜无比的门店阵容，成了企业因循守旧的“苦果”。

末等市场开始转变，魏贵林便大刀阔斧进行改造。两年内，他关停了 118 家门店中的 80 家，转而推广会员制和茶品定

“1+N”文件体系，基本完成国企改革顶层设计；二是深入推进“十项改革试点”，在国有企业改革重点难点问题上尽快形成突破；三是以管资本为主推进国资监管机构职能转变，建立国有资产出资人监管权力清单和责任清单；四是分类推进国有企业改革，对中央企业实行分类考核、分类监管；五是加大公司制股份制改革力度，在中央企业集团和子公司两个层面大力推行公司制；六是推进董事会建设，使绝大多数的中央企业建立起规范董事会，完善公司法人治理结构；七是推动中央企业

的市场空间。

市场研究机构此前发布的数据显示，2015 年全球智能手机出货量达 14.329 亿部，在创历史最高的同时也呈现出市场接近饱和、增长乏力的趋势；而和苹果、三星相比，中国手机品牌在实现大幅增长的同时，整体市场份额依然差距明显，同时盈利规模也远低于跨国巨头，展望未来，创新产品和营销模式已成当务之急。

“一方面是整个中国集团的崛起，一方面确实出现了同质化竞争加剧的局面，好的企业必须跳出去，聚焦到产品创新上，集中到中高端市场上，这是我们的市场定位，也是中国智能手机产业的新任务。”中兴通讯终端业务欧亚非区 CEO 张树民说。

硬件技术与专利技术优势的日益巩固，是中国企业的主要信心来源。

“目前我们正在开发全新形态的 VR 显示设备，致力于为用户带来更直观的虚拟现实体验，同时我们也在中高端手机产品和可穿戴设备上积极搭载、完善全语音



制。“轻装上阵”的中间魏氏，在接下来的茶市“寒流”中成功逆袭。

在晋江内坑高铁物流园，福建陆地港集团执行董事李圆圆从货车身上看到了改革空间。“企业对物流成本越来越敏感，更愿意与专业服务商合作，每箱可节省 300 元成本。”

脱胎于传统物流企业，陆地港集团立足客户反馈而不断进行改革，从单一的物流服务，到报关保税、国际快件、跨境电商……成立 3 年，公司已拿下 2100 多家外向型企业客户。“今年开春，我们将推进跨境电商全业态综合服务模式，预计营业额还会有 30% 的增长。”

“市场永远是最好的教科书”

没有人比企业家更能感受市场的步步紧逼，无论“冷热”，“市场永远是最好的教科书”。

“过去就是闷头生产，现在既要抬头看路，更要追赶市场需求。”在百宏实业控股有限公司 CEO 吴金鍊看来，市场无时无刻都在敲响改革警钟，而改革一定要接“市场”地气。

作为国内化纤材料行业领先企业，百宏过去并不重视与下游的互动，现在却坚持每年和服装公司到巴黎时装周参展，携手捕捉市场信息，从最新时尚趋势来设计产品。

从村口小工厂到香港上市公司，如今的百宏拥有近 400 人的研发队伍，产品种类从 200 种一路创新到 800 种。今年开春，公司已瞄准 2019 年及以后的趋势进行产品研发。

闽南企业家们认为，市场是一本看得出门道的教科书，企业需要睁大眼睛观察市场信号。在他们眼中，市场更是供给侧改革的第一牵引力。

曾经经营着家族企业的汽配生意，“创二代”蔡伟强敏锐地从用工荒里察觉到智能制造的潜能。尽管市场尚未成熟，他已迫不及待地设立了泉州微柏工业机器人公司，研发 VR 减速机，开始工业机器人设计。

“传统市场已饱和，但新需求空间永远无限。”专注于智能可穿戴设备研发，厦门简极科技有限公司董事长韩步勇认为，企业家眼界有多宽，市场的空间就有多大。

52 名员工中拥有 40 名海内外高级科研人才，简极通过高度专注的设计引领模式，在闽南体育产业集群中另辟蹊径，与

重组调整，压缩管理层级和法人层级，优化国有企业结构布局；八是强化国有资产监督，加强和改进外派监事会工作，防止国有资产流失；九是坚持党对国有企业的领导，在改革中同步推进国有企业党建工作。

过去的 2015 年，国有企业顶层设计取得重大进展。去年 9 月，《关于深化国有企业改革的指导意见》正式发布，11 个专项改革意见或方案相继出台，以指导意见为引领，以若干文件为配套形成的“1+N”国企改革政策体系基本形成。

操控技术，这些都是未来的竞争优势所在。”曾学忠说。

作为打破同质化竞争的重要举措，“跨界开发”正在成为中国本土智能手机企业的“关键词”。在本届世界移动通信大会上，华为公司就发布了 pc、平板二合一产品“Mate Book”，旨在“进一步扩大移动智能终端的产品形态”；联想公司发布了首款智能手机与相机跨界产品；中兴通讯则发布了一款融合了投影仪与平板电脑的多功能产品 Spro plus 作为今年的旗舰先锋产品，目标是让消费者“实现工作和生活的无缝连接”。

“创新产品的涌现，与中国企业拥有丰富的技术储备，可以及时跟踪全球热点和发展方向有关，更得益于我们从单纯开发手机产品转向建立产业生态圈、从硬件到内容全方位发展的积极思路，这也意味着我们不会照搬别人的产品。”曾学忠说。

在持续推进技术研发的同时，中国本土智能手机企业将目光瞄向了海外市场。除了印度、东南亚以及非洲等国家和地区成为新增份额的突破口外，中兴、华为等领军企业已将目光投向了欧美等高端市场，期望在全球产业格局中占据更加主动的位置。

在这一过程中，配合“一带一路”战略拓展市场空间，成为不少中国企业的最大期盼。张树民说，“在每个国家和地区实行不同的市场营销策略，在国际化进程中做到本土化经营，将是我们的重要原则。”

李宁公司合作开发了我国首款智能足球，今年的生产订单已全部排满。

“会拼才能四两拨千斤”

“三分天注定，七分靠打拼，爱拼才会赢……”这首曾伴随无数闽南企业家闯荡四海的生动名曲，如今再次成为他们面对经济下行压力而唱响的“同一首歌”，但是最响的音已经从“爱拼”变成了“会拼”。

“拼”，曾是起早贪黑“学技术”，千山万水“跑市场”。如今，“拼”更意味着洞察形势，坚定不移地改革创新。

“‘拼’不会过时，只是‘拼市场’要讲新办法。”从拉板车卖货的小商贩到千亿市值企业的掌门人，许连捷坚信，哪怕是一张纸、一双鞋、一根螺丝钉，都还可大有作为。在办公室，他随手抽出“心相印”纸盒中的一张纸巾说，薄薄的一张纸，从未停止创新。

审视自我、看得见问题，是“会拼”的前提。记者所到之处，企业家不忌讳“企业研发占比低”“品牌国际影响力不够”“现代公司治理尚未完全建立”等问题。正视现实的闽南人找到了“拼”的方向，更明白如何靠“精神侧”发力。

“靠砸钱，靠广告，我们比不过阿迪达斯、耐克。但我们要有勇气，用中国人的情商在国际市场拼一拼。”在匹克集团董事长许景南眼里，知己知彼，扬长补短，才是成熟的改革心态。“从 1991 年提出打造国际品牌开始，匹克不断从自身找出问题、解决问题，从来不敢放低对自己的要求。”

在洛杉矶设立研发中心，赞助国外体育强队，匹克不仅将“中国制造”品质带到了全球，更将中国人的拼搏精神传遍了世界。许景南相信，只有“会拼”，中国品牌才能“四两拨千斤”。

崛起于漳州，曾因一部 DVD 机“红遍大江南北”的万利达集团，在“互联网+”浪潮中，同样不敢放慢脚步。

研发 UMS 联合管理系统，逐鹿智能家居蓝海……万利达董事长吴凯庭认为，不仅要“爱拼”，更要“会拼”，以永不停息的创新拼劲应对各种挑战，才是市场竞争的真正赢家。

一年之计在于春，闽南企业发力改革、勇闯市场，与春相向而行。有理由相信，在这片经济高地上，又会是一年好风景。



一座城市钢厂的“绿色”涅槃

■ 刘姝君

20 年前年产钢 50 万吨，如今已达 600 万吨；3 年前厂区每月降尘量 26.33 吨平方公里，如今仅 12.48 吨。这一“增”一“减”所反映的，正是福建三钢(集团)增产不增污、增产不增废、增产不增能耗“绿色钢铁”的真实写照。

福建三钢(集团)建于 1958 年，地处闽中山区小城——三明，其既非原料产区，亦远离市场。但在特殊历史时期，作为中国钢铁“十八罗汉”之一的三钢，却承担着特殊的历史任务。

如今钢铁行业正经历严冬期，钢价卖不过“白菜价”。与此同时，钢铁行业环境治理能力不足问题日渐突出，作为国内为数不多的城市钢厂，绿色发展和转型升级成为三钢谋生存、求发展必由之路。

但如何转？转到什么程度？三钢安环部部长郭光章至今仍然记得，5 年前，董事长陈军伟将他叫到办公室，指向窗外三明市区的方向，斩钉截铁地说：“就要转到厂区和市区空气指标一样的程度！”

随后，三钢在厂区各个角落安装了摄像头，一旦拍摄到无组织排污，便直接“拷问”分厂负责人。第一年考核时，烟囱冒一次烟便扣掉厂长 2000 元，分管领导逐级处罚警告，半个月下来，整个集团罚金高达 7.5 万元。

“最开始也是阻力重重，但三钢把环保工作视为关系到企业生死存亡的头等大事，把环境保护纳入企业发展战略的整体规划。”三钢总经理曾兴富说，如今回头看，坚持绿色发展之路正是企业转型升级的正确选择！

为了解决旗下三明化工公司在环保治理方面存在的问题，三钢将钢铁板块副产的焦炉煤气引入三明化工公司，作为生产合成氨的原料，使其原料从过去以煤为主逐步转变为以气为主。年减少原料煤 43 万吨，少排炉渣 11 万吨，减排废水 98 万吨。

“十二五”以来，三钢累计投入环保资金 3.77 亿元，建成环保设施 29 台(套)，主要大气污染物排放总量显著减少，而这些减排的废弃物不但改善了企业工作环境，还带来了一定的经济效益。郭光章告诉记者，通过排污权交易，预计这些废弃物会为企业带来近千万元的收入。

三明市环保局局长吴成球提供的一组数据，反映了三钢作为城市钢厂与三明市区的有效融合。以 PM10 监测为例，2010 年，三钢厂区内监测数据显示为每立方米 94 微克，城市监测数据为每立方米 80 微克；而去年上半年，三钢厂区数据下降为每立方米 56 微克，基本接近于城区监测的每立方米 55 微克。

“在城市有这么大的钢铁企业，将治理污染做好实属不易。”吴成球说，三明城区有一条绿道，市民在此就可以看到三钢上空空气的情况，可以说三明市民都是三钢绿色转型的见证者。

如今，走进三钢，环保标语、宣传牌清晰可见，绿色植物穿插其间，老牌钢厂正经历脱胎换骨的“绿色”涅槃。

中国互联网公司推进家装行业“互联网+”升级

■ 张钟凯 鲁畅

在中国大力推进“互联网+”行动计划助力传统产业转型升级的风潮下，线上线下(O2O)等模式开始深入各个行业，中国互联网公司开始逐渐由餐饮等高频领域向家装等低频高客单价的消费领域进军。

主营餐饮、娱乐和酒店 O2O 的中国生活服务电商平台美团大众点评 25 日宣布设立家装事业部，将推出“无忧装”等低门槛和专业化服务，为用户提供信息决策、交易和服务的闭环家装消费体验，成为进军家装市场的又一名互联网巨头。

据业内人士介绍，随着中国城镇化的加速和消费升级，中国家装市场已经达到 4 万亿元人民币的规模，并以 10% 的增速增长。自 2015 年开始，阿里巴巴、腾讯、京东等中国互联网企业纷纷进军家装行业，沿产业链进行布局。

由中国建筑材料流通协会发布的 1 月全国建材家居景气指数创下历年新低，中国建材流通协会常务副会长秦占学指出，家装行业目前处于深化转型升级、调整结构性改革的风暴口上，建议企业主动适应消费者需求结构的变化，把握逆境中孕育的机会。

美团大众点评家装事业部负责人黄海辉指出，家装行业具有离散度高、线下交付难、交付周期长、依赖本地化等特点，互联网企业可以借助其用户多、布局广、评价体系完善等渠道和传播优势来推动家装过程透明化，引导和创建服务标准和行业规范。