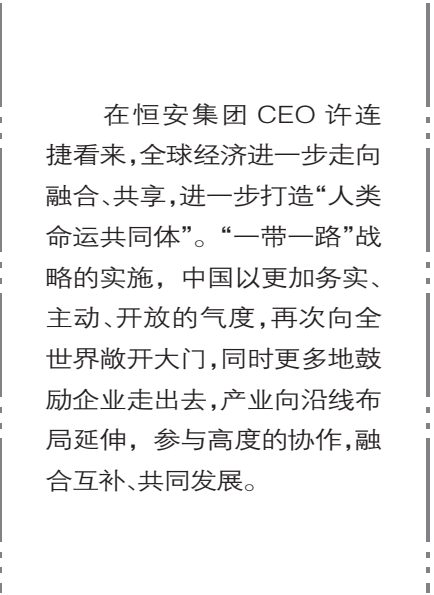


许连捷：民企走出去要实现长远健康共同发展



在恒安集团 CEO 许连捷看来,全球经济进一步走向融合、共享,进一步打造“人类命运共同体”。“一带一路”战略的实施,中国以更加务实、主动、开放的气度,再次向全世界敞开大门,同时更多地鼓励企业走出去,产业向沿线布局延伸,参与高度的协作,融合互补、共同发展。

9月7日,由“一带一路”智库合作联盟、中国国际投资贸易洽谈会组委会主办,“一带一路”生态农业与食品安全论坛共同主办的“21世纪海上丝绸之路建设暨国际产能合作研讨会”在厦门举办,恒安集团 CEO 许连捷出席,并作主题演讲。

在他看来,全球经济进一步走向融合、共享,进一步打造“人类命运共同体”。“一带一路”战略的实施,中国以更加务实、主动、开放的气度,再次向全世界敞开大门,同时更多地鼓励企业走出去,产业向沿线布局延伸,参与高度的协作,融合互补、共同发展。

作为联合国海陆丝绸之路城市联盟工商理事会首届主席,许连捷表示,“一带一路”战略的推进,产业是依托,企业是主体,尤其对于中国民营企业来说,更是多了一份机遇。他鼓励中国民营企业要坚定信心,并建议做好产能协作、绿色发展,优势互补,共享发展。



创新提升竞争力 实现可持续发展

经济调整期,企业购买设备、大宗商品等方面的成本将大大降低;产业结构调整和行业洗牌,也为有实力、有竞争力的企业腾出了更多市场空间,国内市场如此,国际市场也一样。许连捷表示,在市场疲软、增长放缓时,企业要在这时期练好内功,提升自己的竞争力,把逆境作为动力,实现更大的飞跃。

2015年9月,联合国通过的2030年可持续发展议程强调了资源和环境面临的挑战,提出了2030年可持续发展的目标。建立资源节约、环境友好的国际产业转移机制,成为今后国际产业转移的重要趋势。可持续发展的理念,促使“一带一路”沿线国家更加愿意承接低碳、绿色产业。

不少传统观点认为,中国的民营企业的经营是粗放型、资源消耗型的,但实际上,中国的民营企业经过30多年的发展,积累了丰富的管理经验,在绿色发展、可持续发展方面,有技术优势和管理优势,并且在持续不断地快速创新提升。

许连捷指出,以恒安国际集团为例,早就树立了节能、环保的绿色低碳发展理念,通过持续改善,不断降低能耗。特别是自2009年以来,重点耗能设备电机均采用国际先进的变频节电技术,可节约20%以上的电能。生活用纸吨产品电耗降至800千瓦时以下,领先于国内1000~1200千瓦时的平均水平。恒安是国内造纸行业首家实现废水“零排放”的企业,在用水方面,每吨产品的清水消耗量为4吨左右,仅为国标要求的20%,达到国际领先水平。还被列为中小学环保教育基地,成为宣传低碳、节能、环保的典范。

“因此,企业走出去,不仅是带着资金,还带着先进的技术、先进的管理理念去寻求利他共赢的合作,要确立可持续发展理念,要有长期的规划和科学的布局,在布局产能协作的同时,应该同期考虑绿色发展,因为只有做到绿色发展,才能最终做到可持续发展、长远健康共同发展。”许连捷表示。

资源与平台共享 推进产能产业合作

近些年来,中国参与对外投资的企业数量逐年增加,开展对外投资活动的企业中,近65%是民营企业。许连捷表示,民营企业走出去投资、办厂、设立工业园区,不是谁买谁、谁征服谁,而是要在共同的目标下实现资源与平台的共享,最终实现优势互补,共同发展。

实践证明,只有贯彻互利共赢的原则,企业“走出去”才能更好地克服水土不服的问题。许连捷表示,他很欣喜地看到,工商理事会企业会员在这方面取得了不少成果。

在走出去的方式方面,也是要不断地创新探索。许连捷建议可以与世界领先的企业及被投资国的投资机构开展合作,或者与财务投资者结成联合体。

许连捷表示,联合国海陆丝绸之路城市联盟工商理事会成立以来,着手建立“走出去”投资项目库,推进务实共赢的产能产业合作。目前已经形成了理事企业“走出去”投资项目库,总规模约500亿美元。这些项目,都是秉承“合作发展、互利共赢”的理念。

“时代对我们敞开了新的机会大门,以创新为驱动,以开放的心态参与协作共享,我们的民营企业将有更大的作为,也将为这个世界创造出更高的价值,成就‘一带一路’新未来。”许连捷如是说。 (曾小凤)

看好中国面板业 默克在华加码 LCD 研发投入

全球医药化工巨头默克 (Merck) 9月13日宣布正式启用其位于中国上海的显示材料研发实验室,这意味着该公司愈发看重中国显示市场。对于显示行业目前出现的 OLED 与 LCD 两大产品线竞争,默克中国高层日前明确表示, OLED 是整个显示行业重点关注的方向,但还处于发展的初级阶段,近几年 LCD 还是会占据主流市场份额。

资料显示,默克成立于1668年,目前公司专注于医药健康、生命科学和高性能材料三大领域。2015年,默克在66个国家的总销售额达128亿欧元。

中国成为全球显示新高地

默克材料13日宣布正式启用其位于上海的显示材料研发实验室,研发重点是为在中国生产的液晶显示器研发全新或改进的混合材料,致力于为中国客户提供更高质量的材料和更快速的响应服务,推动中国显示器行业的蓬勃发展。

就在同日,TCL集团公告公司、公司子公司华星光电、深圳市经贸信息委三方拟在深圳市光明新区共同投资建设第11代TFT-LCD及AMOLED新型显示器件生产线项目(简称G11项目)。同时,为推动G11项目,拟对华星光电子公司深圳市华星光电半导体显示技术有限公司新增注册资本210亿元,其中三星显示株式会社认购21亿元,从而持有股权9.7674%。

随着京东方、深天马A、华星光电(TCL子公司)等的崛起和大规模扩产,中国正成为全球显示行业最重要的市场之一。

“默克在中国建立研发实验室意味着对中国显示市场的重视。”中国光学光电子行业协会液晶分会秘书长梁新清表示。

默克中国显示材料事业部总经理李俊隆表示,新实验室体现了默克对中国面板业的重视,也会将默克在全球的技术和人力资源持续带到中国,推动中国面板业发展。

OLED 技术尚不够成熟

对于市场高度关注的 OLED,默克中国生命科学与高性能材料业务董事总经理赵赋斯(Alasdair Jelfs)及中国光学光电子行业协会液晶分会秘书长梁新清均表示, OLED 是整个显示行业重点关注的方向,但还处于发展的初级阶段,近几年 LCD 还是会占据主流市场份额。

赵赋斯表示,从显示技术整体来看, OLED 会有非常好的应用领域,不管是智能手机还是电视面板,默克也在这个领域有过10年的研发历史和经验。但应该说明的是,和现有的 LCD 相比,不管是应用的产量还是具体的产能, OLED 还相差甚远,还处于发展的非常初期,需要更多的研发投入。

梁新清则表示, OLED 技术路线尚不成熟,离大规模量产和应用还有一段距离。梁新清认为市场高度关注 OLED 有两个原因:一是随着 LCD 市场的成熟,大家认为技术的空间已经很小;二是三星的努力让 OLED 用在了智能手机等小屏领域。但这个技术路线还不是很成熟,尤其是在大尺寸的应用上。“三星入股华星光电就说明其还是看好 LCD,只不过随着中国面板竞争力的快速上升,三星只能放弃这个市场,转而大力宣传 OLED 以期形成新的增长点。”对此,李俊隆表示, LCD 还有很长的产业生命,默克在 LCD 研发上的目标是将快速响应时间缩短至1毫秒(目前是3至4毫秒)。

此外,梁新清认为中国目前应关注自身在高世代线和大尺寸面板上形成的竞争力。中国应充分利用这方面优势,开发各种新应用,推动产业提升。据悉,日本在本次里约奥运会上已经在推动8K试播,并确定4年后的京东奥运会上全部采用8K播放。

(李兴彩)

坚持“三个三” 稳步推进支部建设

三车间是东风德纳车桥有限公司十堰部件厂的主要生产车间。近几年来,该车间党支部连续获得工厂优秀管理单位、五好党支部、员工信赖之家光荣称号。为践行支部使命,提升支部价值,彰显支部特色,该支部始终坚持“三个三”稳步推进支部建设工作。

抓住三个“点”(重点、难点、焦点)。抓住 KPI 指标和党建中心工作两个重点,主动融

入行政工作,体现党员及支部的先进性;抓住日常生产经营出现的突发性及阶段性的难点,发动党员力量,攻坚克难,凸显支部管理作用;抓住影响员工工作生活的焦点,采取多种形式及时化解,发挥政治思想指导作用。

开展三项“活动”(支部主题竞赛活动、劳动竞赛活动、支会特色活动)。组织好支部、党员立项改善活动,承接 KPI 项目,开展好党内

主题实践活动及立功竞赛活动;开展专项劳动竞赛活动,激发员工的工作积极性,提升员工综合技能水平;开展好支部特色活动,挖掘员工的兴趣爱好,丰富员工的业余文化生活,增加员工的工作趣味。

实现三个“提高”(提高党员影响力、提高支部管理绩效、提高员工队伍和谐稳定)。利用党内主题实践活动和立功竞赛活动,切实

改善 KPI 指标绩效,从而提高党员的影响力;通过有针对性的组织各项劳动竞赛,提高员工素质、员工绩效,工作质量、工作业绩及支部管理绩效;通过开展形式多样的文体活动,提升员工的团结意识,促进员工队伍的和谐稳定。 (马满雪)

CBA 运动鞋调整供应链 扩大品牌产业去向

CBA 原本是中国篮协的简称,而现在同样也是品牌运动鞋的标志,雷霆体育应运而生。CBA 运动鞋品牌一贯贯彻“篮球为根,生活为型”战略发展方向,让爱运动的人能发现更生活的一面。

对于以销售作为生存依托的鞋服企业来

说,店面的效率对于企业的销售额是十分关键的。业内人士认为,门店这个最终表现方式背后的整个供应链调整,或许将为百亿巨资提供一个非常合理的去向。

未来鞋服行业的整体挑战还是存在的,要提高因此更加注重单店产出,更加注重单

店的、终端的、销售渠道的质量把控,而不是单纯的数量增加;现在整个行业进入一个新阶段,传统的做法需要一个调整的节点,进入一个调整的阶段。

CBA 紧抓此方针严格执行,短短几年的时间就完成终端店数量的极速增长,在线

上线下设立旗舰店模式。旗舰店具有显著的品牌营销功能,不仅集中体现着品牌精神,也是客户直接与品牌相互交流、集中体验品牌的沟通场所,是拉动终端销售的最有利武器。 (环球鞋网)

达美国旅:深耕北美个性化定制旅游市场

“我们彷徨过是否要坚持只做北美市场,在客户询问我们是否接待其他国家团组的时候,在美国旅游市场竞争越来越激烈的时候,在中美关系出现摩擦,单一市场面临现实风险的时候……我们逐步发觉,只有更专注,才能变得更专业。”达美国旅总裁兼 CEO 付华如是说。

这家只做北美市场的中高端人群个性化定制出境旅行服务商,团队成立仅8年时间就已经拥有了傲人成绩——2015年服务人次达31800人,收入超过3亿元,较2014年同期增长40%;个性化定制团组数和城市覆盖数业内第一,每年操作中高端个性化定制团3000多个,累计服务10万以上旅行者,接待过王健林、张朝阳、杨澜、孟非、姚明等众多名人大咖;汇集上万旅游资源,定制成功率达20%,远高于5%的行业平均;编制美国线路操作及产品手册合计已出12版,发行20万册,成为行业教材。

多、北美当地跟团线路2000多个、当地玩乐项目10000多个。在这20多年中,达美国旅开创了北美旅游产品报价体系,制定了北美旅游团组操作的标准,业务范围涵盖美国本土48个州以及夏威夷和阿拉斯加共50个州的个性化定制游、当地出发的跟团游、中国出发的单团及自由行。

据了解,达美国旅今年夏季的游学团组已经超过400个,总人数超过10000人,其中最受欢迎的有“五真游学”“千人聚哈佛”“寄宿插班营”“乔丹篮球营”“NASA 航天营”“加拿大户外体验营”及暑期带薪实习等项目;商务考察团例如硅谷新能源、中美投资私董会、巴菲特股东大会等团组也已经远超去年同期,特别是阿拉斯加极地项目,从2015年刚刚开启项目的1000人到各类主题产品完善后的3000人,已经有越来越多的旅游者开始踏足人迹罕至的目的地,体验另类当地游。

服务及产品能力的高度认可。

“旅游+”,定制游未来有无限可能

“提供定制旅游的企业,需要有更加敏锐的市场嗅觉、更加细致的市场分析、更加准确的市场定位、更加灵活的组织方式、更加先进的技术手段、更加人本的服务水平、更加精准的营销能力。不管是创业公司根据细分市场的产品特点提供小众化的旅游产品,还是传统大企业采用人工智能提供精准的信息服务,抑或是借助旅游体验师、旅行咨询师、旅游达人提供细致的咨询服务,定制旅游就是通过各个层面的创新更好地满足游客不断变化的需求。”付华告诉记者,近期暑假海外游学市场过热,从人群上看初中生成为暑期游学的主力军,占比达60%,其次是16~18岁和9~12岁各占到15%。从城市来看,北上广人群接触游学形式较早,渗透率更高,目前仍然是暑期游学市场的主要人群集中地。上海占到62%、北京占18%、广东占8%。“我们的游学出访高潮在暑期和寒假,2016年人数超过10000人,2017年预计会超过20000人。”

针对日趋渐热的海外游学市场,达美国

旅开发了四大游学产品。其中“五真游学”系列,以美国名校哈佛、麻省、波士顿、斯坦福、伯克利为中心,组织深度体验校园生活,即在哈佛大学上课,在操场大草坪上拓展,在校园食堂吃饭,在学生宿舍住宿,有哈佛名师授课、在校学子陪同,让孩子们体验世界顶尖名校的大学生活。

除此之外,还有插班寄宿营,通过一周营地学习,白天插班到当地中、小学,下课与当地学生一起活动,晚上住到学校附近的寄宿家庭里,周末还可以与洋爸洋妈一起出游……“我们是最早做插班营的,一般一个班级插3~5个6~18岁的孩子。一天24小时,一周7天体验美式当地生活。

付华表示,现在市场上游学产品种类繁多,选择一定要从孩子的需求出发,比如小、初中生阶段,还是比较注重兴趣培养和开阔眼界的。

优秀的医疗资源在全世界都是稀缺的。去国外边就医体检边休闲度假,从前对中国老百姓来说可谓“遥不可及”,而近年来却离中国普通人的生活越来越近。据了解,达美国旅还有一款定制产品“健行美国”受到市场欢迎。合作机构包括美国东部麻省总院、加州大学洛杉矶分校(UCLA)健康卫生中心以及华盛顿大学的癌症检测机构。 (宋杰)

牵手地接品牌“海德” 开发各类高定旅游项目

达美国旅的地接品牌“海德”经营北美地接服务20余年,深挖当地旅游资源,签约境外旅游单品供应商100多个、游学营地500

多个,由于海德—达美国旅主要从事定制旅游、中高端小微团跟团游的美国当地地接服务,面对的是中高收入人群,这类人群对产品个性化、接待品质以及服务都有极高要求,所以在操作团组上需要与客户一起面对各种突发状况,每一次都要极其认真负责地处理问题,而每次得到的好评都是对达美国旅地接

便民服务 QQ: 2581962219 广告热线 028-69959066

收费标准: 45元/行/天(13字1行)

地址: 红星路二段70号四川报业集团3楼310A

注销公告
成都锦鲤信息科技有限公司(注册号:510109000446405)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内前往成都高新区天华一路99号2栋1单元1层104号向我公司清算组申报债权债务。
注销公告
成都众懋装饰工程有限公司注册号510106000202441经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●成都天盛西餐有限责任公司增值税普通卷式发票(号码16737516.16737448 -16737453)遗失作废。
●四川省荷花缘文化传播有限公司国税、地税税务登记证副本(川税联蓉字510105332083586号)遗失,声明作废。
●成都诺西餐饮有限责任公司增值税普通卷式发票(号码05307683.05307707.05307715.05307750.05307751.05307801.05307859.05307863.05307939.05308061.05308074)遗失作废。
●成都高新区芳草良木缘西餐咖啡店增值税普通卷式发票(号码10914009.10914010)遗失作废。
●成都小馒头网络科技有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510107394016944P)遗失作废。
●李茂连位于青羊区绿杨路107号4栋1单元3楼11号房屋产权证证号2765370遗失
●付明胜位于成华区二环路东一段27号3栋1单元4楼8号房屋产权证证号0658760遗失
●刘朝宽位于武侯区胜利村110号附4号3单元7楼14号房屋产权证证号2994365遗失
●广东晶东贸易有限公司开具给深圳市房多多网络科技有限公司成都分公司的发票(开票时间:2016年3月7号,增值税专用发票,发票代码4400153130,发票号码35551011,金额13792元,发票号码35551012,金额10元,发票号码35551010,金额11965元)三联均遗失作废。
●成都航通投资有限公司组织机构代码证正本(代码:57225778-4)遗失,声明作废。
●四川远德建设工程有限公司郭林二级建造师注册证书,证书编号:川251111245847(00)专业:公路,声明,遗失作废
●四川全民建设工程有限公司熊莞尔安全生产考核合格证证书(证书编号:川建安C(2014)0022233)遗失,声明作废。
●四川巨生建设工程有限公司罗雪梅二级建造师印章(编号:川251131499530(00),专业:市政)遗失,声明作废。
●江佳懿位于青羊区苏坡中路77号附1号7栋3单元3楼6号房屋产权证证号4222565遗失

注销公告
成都阿洗科技有限公司(注册号:510109000556515)经股东会决议决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内前往成都高新区世纪城南路599号天府软件园D区6栋505号向我公司清算组申报债权债务。
●成都天衍广告有限公司原法人章黄河(编号:5101040008462)遗失作废。
注销公告
成都中毅天成贸易有限公司(统一社会信用代码91510108MA61R1H90F)决定注销,请债权债务入自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●成都鼎鑫盛毅商贸有限公司组织机构代码证副本(代码:33204908-9)遗失作废。
●成都洪达鹏云贸易有限公司国税税务登记证副本(川税字510107095723585号)遗失作废
●成都鑫南兴非融资性担保有限公司营业执照正本、副本(注册号:510109000362975);组织机构代码证正本、副本(代码:06243992-4);税务登记证正本、副本(川税蓉字510198062439924号);公章(编号:5101095063091);财务专用章(编号:5101095063092);法人章张敏(编号:5101095063093)均不慎遗失,声明作废。
减资公告
四川娟娟家信息科技有限公司(统一社会信用代码915101003506694252)拟向公司登记机关申请减少注册资本,由原388万元(人民币)减少到338.82万元(人民币),请债权债务入于本公告见报之日起45日内向我司申报债权债务。特此公告。
●成都晨海伟烨科技有限公司(注册号:0137022,1319777,0719748,合同号:0488687,遗失,声明作废
●凉山锦宏建设有限公司胡家斌二级建造师执业印章(印章编号:川251121368050(00),专业:建筑)遗失,声明作废
清算公告
经2016年8月4日股东大会决定,四川泰融合投资管理有限公司决定解散。清算组由孙冬梅等人组成。请债权人自本公告之日起45日内,前往成都市金牛区沙湾路1号1栋4层4017号向我公司清算组申报债权。特此公告。联系人:杨冬梅 电话:13408561423
2016年9月20日

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。