

# 解读中央企业负责人会议主题词

■ 本报记者 李锦 李志豹

中央企业负责人会议12月19日在京召开,会议为2012年的宏观政策定调。

“全面推进做强做优,着力提升发展质量”是其中的主题词,同时也是此次会议的一大关键词。

说起中央企业负责人会议的主题词,我们首先要先注意中央经济工作会议的主题词。12月9日召开的中央政治局会议明确提出,2012年继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策,而稳增长成为政策重点,随即召开的中央经济工作会议也以稳增长为主题词。

按照中央经济工作会议“稳中求进”的总体要求和明年工作的具体部署,结合明年经济形势和中央企业实际,国务院国资委主任王勇在报告中是这样表述的:2012年中央企业改革发展的总体要求是:坚持以科学发展为主题,以加快转变经济发展方式为主线,认真贯彻落实党的十七大和历次全会精神,贯彻落实中央经济工作会议的部署和要求,深入推动中央企业“十二五”改革发展“一五三”总体思路的落实,进一步深化改革,调整结构,强化管理,完善国资监管体制,加强和改进党的建设,全面推进做强做优,着力提升发展质量,全力保持企业平稳较快增长,全力保持企业和谐稳定发展,为国民经济保持平稳较快发展和社会和谐稳定作出积极贡献,以优异的成绩迎接党的十八大胜利召开。

这个总体要求是王勇主任报告的总纲,也是报告的指导思想和灵魂。这个纲也可以分成三大块来解读,前面两个“主”,两个“贯彻”共四句,是大局,党和国家的大背景,是前提。中间六句是讲的“一五三”内容,引到“全面推进做强做优,着力提升发展质量”一句,后面的四句是讲的目的与效果。从具体工作来看,中间部分是属于实践层次、操作层次的内容,也即是我们认定的主题词。

政策文件的表述通常需要强调宏观性和延续性,总是在实际执行中逐步前进的。

去年提出的“做强做优、培育世界一流企业”的目标,在时隔一年后有了变化。本质上是延续的,但是今年有了“全面推进、提升质量”的表述。全面是一种发展,质量是其区别,可以理解,今年的目的所向是提升质量,有“质量年”、“管理年”的意思。

我们研究历年12月召开的中央企业负责人会议的主题词变化,由此可以发现中央企业改革发展总体思路的演进过程,从“突出主业、突出创新、突出管理”到“深化改革、优化结构、强化



希望

管理,转变发展方式”,从“调整优化上水平”到“做强主业增实力”,再到“做强做优、培育世界一流”,主题词在实践中不断得以明确与强化。

2006年底提出2007年的总体思路中提到:突出主业、突出创新、突出管理,加快推进现代企业制度建设,努力在股份制改革方面取得新突破,在完善公司法人治理结构方面取得新进展,在国有经济布局结构调整方面迈出新步伐,在自主创新和资源节约方面取得新成绩。这时的工作思路写得有点长,重点较多,说明要做的基础性事情很多。

2007年底提出2008年的总体思路中提到:深化改革,优化结构,强化管理,转变发展方式,完善国有资产管理体制和制度,力争在重点领域和关键环节取得新突破、新进展。这一次主题词提到的重要任务显然比上一年要显得集中。

2008年底提出2009年的总体思路中提到:完善国有资产管理体制和制度,沉着应对金融危机的挑战,挺直脊梁向前走,调整优化上水平。这一次不那么细,但表述更简洁,主题是“挺直脊梁向前走,调整优化上水平”。

到了2009年底,“全面推动中央企业不断提升国际竞争力”的提法出现了,与之相应的中心任务提得也非常清晰:“做强主业增实力”。

2010年底的中央企业负责人会议上,在肯定中央企业改革发展取得重大进展的同时,国务院国资委主任王勇指出,央企运行质量不高、后劲不足的问题还很突出。

这些问题主要表现在:一是缺乏真正具有国际竞争力的大公司大企业,没有有影响力的国际知名品牌,在国际标准和竞争规则的制定中

影响力小。二是国有资本分布面仍然过宽、过散。三是中央企业普遍自主创新能力不强,重要产业对外技术依赖度比较高,不少核心技术受制于人,科技创新尚未成为央企发展的支撑。四是一些企业集团管控能力弱,缺乏对重要子企业和境外资产的有效监控和管理。五是中央企业母公司制股份制改革相对滞后,公司治理结构还不完善。

此时,中央企业由“做大做强”向“做强做优”的战略开始转变。

王勇指出,在做强做优的基础上,要着力培育一批具有国际竞争力的世界一流企业。这是一项长期性、战略性的目标任务,要实现这一目标,必须把着力点始终放在做强做优、提升综合素质和主业核心竞争力上。

2011年,中央企业在做强做优、提升国际竞争力上取得了初步成效。2012年,中央企业的改革发展即将进入我们更高举起“做强做优、培育一流”的大旗。在困难中做强做优有了更深刻的内涵,做强做优中央企业是“稳”的需要,更是增长的需要,是适应国际国内大变局的需要。这种大变局将推动“做强做优、培育一流”的步伐,促使“全面推进”、“着力提升”这两个字跃入中央企业2012年经济发展的“主题词”。

显然,“全面推进做强做优,着力提升发展质量”与“做强做优、培育一流企业”是一脉相承的,又是有所发展的,同时与不断变化的形势有所适应,对中央经济工作会议精神是“有所体现”。从主题词变化使人理解历史是一个过程,主题词不断适应实践需要而前进,这是一个思想解放、实事求是、与时俱进、不断创新的过程。这是马克思主义唯物辩证思想在中央企业发展实践中的体现。

值得注意的是,2012年,做强做优提出了“质量”概念。

从本意上理解,提升发展质量是做强做优的题中应有之意。在经济周期的初期繁荣阶段,许多中央企业依赖的是规模扩张的粗放式增长,企业的核心竞争力并不强。然而,在当前经济形势不容乐观的情况下,中央企业的核心竞争力应转向内涵式增长,更加注重内功的修炼,依靠管理和创新提高发展质量。

问题是,现在提出提升发展质量,与“稳增长”的“稳”字有关系,与当前不确定因素增多有关系。

那么,提升发展质量的新亮点在哪里?记者注意到,王勇提出了“一

抓”、“两保”、“三突出”的2012年工作重点。“两保”,即保增长、保稳定。“三突出”,就是突出转型升级、突出降本增效、突出风险管理。这个“两保”、“三突出”都有发展“质量”的意思,“稳”的意思,可以理解为中央企业负责人会议对中央经济工作会议“稳增长”主题的贯彻落实。再联系后面讲的四个重点把握与六项工作,最突出的是坚持突出主业,在做强做优上下功夫,把焦点聚在主业上,抓住了核心问题,使“全面推进做强做优,着力提升发展质量”落到了实处。这也是这次中央企业负责人会议的目的所在。不管遇到多大困难,或者遇到多大诱惑,都要做强做优主业不动摇,提升主业的发展不动摇,这也是中国经济做到“稳增长”的基础。

可以这样认为,中央企业没有因为经济形势的低迷、危机的延缓而放弃“做强做优”的目标,恰恰因为困难我们更高举起“做强做优、培育一流”的大旗。在困难中做强做优有了更深刻的内涵,做强做优中央企业是“稳”的需要,更是增长的需要,是适应国际国内大变局的需要。这种大变局将推动“做强做优、培育一流”的步伐,促使“全面推进”、“着力提升”这两个字跃入中央企业2012年经济发展的“主题词”。

显然,“全面推进做强做优,着力提升发展质量”与“做强做优、培育一流企业”是一脉相承的,又是有所发展的,同时与不断变化的形势有所适应,对中央经济工作会议精神是“有所体现”。从主题词变化使人理解历史是一个过程,主题词不断适应实践需要而前进,这是一个思想解放、实事求是、与时俱进、不断创新的过程。这是马克思主义唯物辩证思想在中央企业发展实践中的体现。

## 宋志平:企业成长的逻辑

(上接第十六版)

### 坚持央企市营追求包容性成长

“短短几年内,中国建材重组了225家水泥企业,大家都其乐融融,没有一家‘反水’。”

记者:企业应如何处理与竞争者的关系?大企业的发展是否会挤压中小企业的成长空间?

宋志平:从目前的市场竞争形态来看,企业间的竞争关系已经转变为竞合关系,“红海时代”迈入“蓝海时代”。在尝到恶性竞争带来的苦果后,越来越多的企业家开始主张友好适度的竞争。同行之间不能把打败竞争对手作为目标,而是要共同营造一个健康的行业市场,保证共生环境,在行业的发展中获得企业自身的效益和发展,这是一个思维定式的转变。

大企业在成长的同时也要考虑到中小企业的生存空间,只有中小企业生存得好,大企业才能有良好的服务和外包,并获得丰厚利润和健康发展。同样,“大河有水小河满,大河无水小河干”,大企业的强大是中小企业生存和发展的保证。大企业应该留一部分市场给中小企业,这样也能集中精力做好主业,形成真正产业链和价值链,努力营造新形势下促进不同所有制企业共同发展的新局面。

记者:大企业追求市场占有率和集中度,是否会形成行业的垄断?

宋志平:一方面,企业大并不一定意味着垄断。当前我国大多数行业发展的主要矛盾仍是企业过于分散、集中度低。以水泥为例,发达国家前10名水泥企业的市场占有率是60%—70%,而我国前10家企业的市场份额只占25%。中国建材作为全球最大的水泥企业,在中国的市场占有率还不达15%,现阶段我国的水泥价格从历史和国际上来看都处于低位,目前不可能构成垄断。另外,从发达国家的情况来看,反对不正当竞争,既要反对垄断又要反对低价倾销,尤其是后者可能会带来系统的巨大破坏,因为超低价的恶性竞争模式往往导致资源的破坏和产品的掺假和伪劣,对质量事故的发生起到推波助澜的作用。

另一方面,市场占有率高不一定伤害消费者。中国建材的石膏板产品占全国市场的50%以上,但价格多年来一直保持平稳,而且也是全世界最低的。我的理念是企业要盈利,但要合理和适度,学会自律,这对企业自身和长远的发展都是有益的,也保障了客户能得到高质量的产品和良好的服务。

记者:如何处理企业成长和社会发展的关系?

宋志平:企业要把自我成长融入社会发展之中,成为社会和谐健康的力量。央企应肩负起应有的政治责任、经济责任和社会责任,追求包容性成长。中国建材的包容性成长主要通过与自然和谐、与社会和谐、与竞争者和谐、与员工和谐的“四个和谐”来实现,把企业的发展 and 环境保护、社会责任以及与企业共生共赢作为发展理念,努力做创新型、环境友好型、资源节约型和社会责任型的“四型企业”。

记者:中国建材集团在联合重组过程中如何实现与不同所有制企业的合作?

宋志平:中国建材集团坚持以市场化方式展开联合重组,并创造性地提出了“央企市营”的动力机制。央企市营,即在坚持央企国有企业属性的同时,建立适应市场经济要求的管理体制与经营机制,其包含五个核心内容:一是央企控股的多元化股份制;二是规范的法人治理结构;三是职业经理人制度;四是公司内部机制市场化;五是依照市场规律开展企业运营。“央企市营”在中国建材集团重组过程中发挥了重要作用,推进了央企与不同所有制企业的深度融合,走出了一条带动不同所有制企业共同发展、合作共赢的全新道路,为深化我国企业和经济体制改革提供了崭新的思路和重要的样本。“央企市营”机制也得到了中小企业的欢迎,例如中国建材重组了225家水泥企业,大家都其乐融融,没有一家“反水”。

一些人习惯于把央企与民企对立起来,中国建材集团提出了“央企的实力加上民企的活力等于企业的竞争力”的具有中国特色的企业融合模式,并用企业的实践证明,二者不是对立关系,而是合作共赢的关系。中国建材作为拥有资源、资金、人才、技术等各项优势的大企业,在联合重组过程中,充分发挥大企业的引擎作用,用市场化方式把央企的品牌价值、资金实力、先进技术、管理优势与民营企业的活力有机结合起来,在实现自身发展的同时,也破解了产能过剩行业与充分竞争领域中企业如何成长和怎样盈利的可持续发展的难题,并且为促进不同所有制经济共同发展做出了有益探索。

## 用“幸福文化”打造百年企业

(上接第一版)

海亮集团董事长冯亚丽说,在集团走过的20多年中,企业文化也在不断进化,从创业阶段的“能人文化”,到起步阶段的“执行文化”,成长阶段的“制度文化”。进入新世纪以来,随着企业规模的不断扩大,海亮集团逐渐认识到,光有具体制度已经不足以管理好一个大型企业集团,只有用独特而优秀的企业文化凝心聚力,创造顾客、股东、员工、伙伴、社会合作共赢的局面,才能打造一个和谐幸福的百年企业。为此,海亮集团提出打造以经营文化、创新文化、党建文化、责任文化为主要内容的“幸福文化”,形成一整套的文化体系。在海亮集团快速发展阶段,企业文化起到了“引领发展方向、凝聚奋斗力量、激发创新活力、树立良好形象”的作用,使企业在风云变幻的市场竞争中始终保持良好的发展势头。即使在金融危机影响的2008年,海亮集团的各项主要经济效益指标依然保持了两位数的增长。

中国企联执行副会长尹援平在现场会开幕致辞时指出,海亮集团能够取得这样的成绩,一个非常重要的原因是重视企业文化建设,坚持以企业文化引领和推动企业的改革发展,走文化兴企的道路。她说,一方面,海亮集团摒弃单纯追求短期利润最大化的经营理念,把社会责任的道德意识和商业伦理融入企业经营之中,提出了“以人为本,诚信双赢”的经营理念,致力于成为受人尊敬的、全球铜加工行业最具竞争力的跨国公司之一,在各级管理者和员工中形成了共同的理想信念和基本的道德规范,使海亮集团的企业文化建设上升到一个崭新的高度;另一方面,海亮集团把



活动现场

企业文化建设与党建工作、日常经营管理结合起来,通过坚持“三个确保”、实施“双双”工程、奉行“三个上帝”等措施,使员工更加积极主动地参与管理,培育形成了以以人为本和注重实效的文化取向和管理风格。

尹援平强调,企业文化是企业文化的重要组成部分,也是现代企业核心竞争力的重要因素,先进的企业文化能够在增强企业发展动力、提高员工素质、激发创新活力、提升品牌美誉度、改进管理水平等方面发挥不可替代的作用。她说,当前民营经济已经成为我国国民经济的重要组成部分,从中国企联公布的2011年中国企业500强来看,民营企业共有184家,占总数的36.8%,比上年增加了13家。但是,融资难、办事难、政策落实难等外部问题和产业结构低端、自主创新能力不强、管理水平不高、人才缺乏等企业自身问题仍然从根本上

制约了民营企业发展能力的持续提升。对此,我国民营企业要加快转变发展方式,提升核心竞争力,其中,加强企业文化建设就是一个重要方面。她希望广大企业以“全国企业文化示范基地”为榜样,更加注重企业文化建设,努力培育有中国特色的社会主义先进企业文化。

北京大学副校长张国有在点评时认为海亮集团企业文化建设有三大特点:一是把诚信立业作为企业文化的根本,自创业至今,海亮集团通过“三个确保”等实际行动,始终不渝的坚守这一信念,这是海亮集团持续发展的根本保证。二是从企业自身中去寻找企业文化,从企业历史中去积淀企业文化,确立了“以人为本,诚信立业,利益共享,共铸辉煌”的核心价值观和25条箴言式的价值观信条,很容易被员工所认可和掌握,成为企业

运行的基本力量。三是建设富有成效、多层连接、多元凝聚的企业文化,能够用企业文化把不同的业务板块、来自五湖四海的员工拧在一起,形成集团发展的合力,为企业的持续发展提供了不竭动力。

全国工商联副主席孙晓华在致辞时表示,以海亮集团为典型代表的我国众多民营企业的发展历程充分说明企业文化在企业的发展过程中起到的重大作用,一个企业不管从事什么行业,生产什么产品,如果缺乏优秀的文化,就不可能形成共同的核心价值观,就不可能形成高度团结、奋斗一致的团队,更不可能使企业在各种情况下都能以百折不挠的精神战胜困难。海亮集团以企业文化推动企业发展的典型经验能够激励推动更多的民营企业在当前经营困难的时候看到光明和温暖。

国务院国资委研究局副局长张涛在致辞中强调了加强企业文化建设在推动社会主义文化大发展、大繁荣过程中的重要地位和作用,他希望在多种所有制经济共同发展的现实经济制度下,在党的十七届六中全会精神指引下,我国企业文化建设能够取得新的更大的成就,能够涌现出更多像海亮集团这样企业文化特色突出、贡献卓越的优秀企业。

现场会还邀请部分企业家围绕“企业文化如何落地”、“从海亮文化看浙商精神”等内容进行了互动交流。中航工业、中国诚通、中国石化、杭州钢铁、宁夏煤业、江苏远东、江苏大吨、现代联合控股、潍柴控股等企业代表和浙江省企联、山东省企联、四川省企联、南京市企联的相关负责人、媒体记者代表300多人出席了现场会。

## 一体式带式输送机栈桥 获华电集团一等奖

项目负责人简介:

课题主要完成人付振捷,华电重工股份有限公司研发及科技管理中心副主任,教授级高级工程师,国家一级注册结构工程师、建造师、监理工程师。曾负责多项重大工程项目的技术攻关工作,负责的课题曾获得中国华电工程集团有限公司科技进步一等奖以及中国华电集团公司科技进步二等奖,取得六项发明。

项目名称:钢结构栈桥作为物料输送系统中重要的结构部件,在整个物料输送系统工程中占有很大份额。多年来,国内带式输送机都采用支撑栈桥与皮带机架分开考虑,单独设置皮带机架的布置方式;如果将皮带机架与支撑栈桥进行合并,综合考虑,这样不仅节省了设备部分的皮带机支腿,同时可以有效减少钢结构栈桥的重量。故本项目的研究目的就在于,研究设计一种一体式带式输送机栈桥结构,它将钢结构栈桥和带式输送机机架合为一体,有效降低钢结构栈桥和设备机架的材料用量,从而节约投资成本并便于安装。带式输送机栈桥一体化开发研究荣获2011年中国华电集团有限公司科技进步一等奖。

技术特点和研究意义:

1)采用一体式钢结构栈桥,胶带机直接布置在钢结构支架上,与传统相比节省了胶带机中间架和支腿,托辊直接安装在钢结构栈桥上,有效减少了钢结构架的截面面积,降低了栈桥的重量,栈桥外观美观;2)解决了胶带机托辊、皮带、托辊架、走道等如何与一体化结构节点连接的问题,实现了长距离皮带机转弯时托辊架根据实际需要进行调节的功能;3)解决了其他类型的栈桥由于运输尺寸限制不便于工厂制造的弊端,可以有效保证栈桥的加工质量;4)便于在工地上将胶带机设备与结构组架成一体,方便整体式吊装,提高工程的施工进度,节约了能源消耗,具有良好的经济效益和社会效益。

下面是该项目技术性能与国内先进水平的比较:

技术参数(以带宽1米为例)	传统结构国内先进水平		本项目
	栈桥	支架	
胶带机栈桥每米重量(15米跨)	300kg/m	40kg/m	149kg/m
胶带机栈桥每米重量(18米跨)	320kg/m	40kg/m	145kg/m
胶带机栈桥每米重量(21.6米跨)	350kg/m	45kg/m	140kg/m