

民企力量

随着城市规模的不断扩大和人口的增加,水环境污染成为悬在晋江政府和群众心间的一把利剑。“谁污染、谁治理”的政策已被证明无法根治污染乱象。

“凤竹模式”的治污之路



李春兴代表正在修改送交大会的建议

陈芳 吕晓艺 本报记者 高建生

龙年春节,晋江市陈埭镇仙石村的老陈正认真地看着电视,炭屏里广西龙江受镉污染的惨状触目惊心。与此同时,仙石村附近的晋江感潮河段,一支清亮的水流正从管道排出,源源不断、滚滚奔腾地涌向海湾。

1月10日,莅临福建凤竹环保科技有限公司仙石污水处理厂的国家环保部及福建省环保厅检查组如此评价:“确实做得很好!”

“河道更干净、更漂亮了!”老陈有些激动:“真的很感谢凤竹环保有限公司,希望他们能继续做下去!”

就在几年前,老陈还是污水处理厂的坚定反对者。这期间,究竟发生了什么?

政企联合探索治污新模式

“坚持开发与保护并重,实现经济与生态双赢。”福建省第九次党代会上,省委书记孙春兰郑重提出目标。

随着城市规模的不断扩大和人口的增加,水环境污染成为悬在晋江政府和群众心间的一把利剑。“谁污染、谁治理”的政策已被证明无法根治污染乱象。实践证明,一方面,企业无能力自行解决治理难题,另一方面,缺乏有效监管政策,增加执法难度和成本。治污模式必须走新的道路!

作为改革开放的先锋,晋江独特的“集中式治理,专业化运营”、政府授权专门的环保企业来建设运营污水处理厂,对其监督管理,借助专业技术和规模经济的优势,既能提高污水处理效率,还能减轻污染治理压力。

然而,这种政府与企业合作、治理规划与投资建有效集合的城市水业管理新模式,交给谁做,才能保证质量?

原晋江市委书记龚清概把凤竹集团董事长李春兴叫到办公室,说:“让你来做,我信任你。”一句“我信任你”让李春兴信心倍增。福建凤竹

“群众满意是我们最大的幸福。”李春兴深感责任重大:“办这个厂并没有多少利润可言。但比起商业利益,企业家首先要考虑的是社会效益,是为老百姓办实事。”

集团凭雄厚的实力、扎实的基础脱颖而出。

据了解,福建凤竹集团有限公司,是一家以针织制造、染整加工、鞋业生产为主,集工贸、环保信息产业为一体的大型综合性企业,其中工业污水的处理是企业的强项之一。

在政府搭台、企业唱戏的背景下,凤竹环保有限公司应运而生。仙石污水处理厂项目2003年经福建省发改委、环保厅等部门批准,2005年开工建设,2007年1月便投产运行,效率高、行动快。

目前,该厂目前占地91亩,投资7986万元;经修订的远期规模的处理能力将达到每天30万吨。服务范围包括泉州江南、池店组团,晋江主城区及城东片区。

近年来,业界有这么一句评价:“节能减排、污水整治,福建看泉州,泉州看晋江,晋江看凤竹!”

数据显示,2010年污水年进水量高达3200万吨,COD减排量占泉州市1/3。2011年处理量增至3456万吨,处理后的水清澈纯净,水质达到并优于《城镇污水处理厂污染物排放标准》中的一级B标准,合格率达100%!

政府科学规划结合企业市场运作,一张绿色的巨网已经铺开,缚住城市“乌龙”。

群众满意是我们最大的幸福

与市委市政府和凤竹环保公司的满腔热情不同,当地群众对这个未知项目则是“大泼冷水”,担心引来污水,将危及健康。于是纷纷集聚抗议,老陈便是其中代表。

“群众满意是我们最大的幸福。”李春兴深感责任重大:“办这个

厂并没有多少利润可言。但比起商业利益,企业家首先要考虑的是社会效益,是为老百姓办实事。”

那么,如何才能做到让群众满意呢?凤竹环保公司选择了公开、透明的方式。

据介绍,李春兴曾组织当地群众到上海、深圳、福州等地参观考察,了解生活污水处理的方法和技术工艺,体验新型污水处理厂的环境。谣言和误解在事实面前不攻自破,群众开始支持污水项目的建设了。

事实上,为了让群众满意,该公司舍得投入,改善。不断引进高端专业人才,完善企业管理制度,大手笔引进最一流的设备。无论是硬件,还是软件,都达到行业领先水平。

目前,该公司配备了污水处理中控系统,所有设备都可以在中控室实行控制,实现生产自动化;安装出水在线检测设备,每季度由泉州环境监测站取样检测,保证污水处理数据的真实准确;实行人工检测和自动检测并举,使处理质量标准长期稳定;投建在线监控系统,实现省、市、县三级环保部门同步监控……

河道清澈了,臭味消失了,环境优美了!污水整治改善的不仅是生态,更重要的是民生。

李春兴的铁腕整改

俗语云,万事开头难。

据悉,仙石污水处理厂在试运营期间,曾经暴露了一些管理上的漏洞,恰逢福建省政府督查室、省环保部门来检查指导,并且提出一些颇有实效的整改意见。

“福建精神有一条怎么讲?敢拼会赢!”2008年,李春兴亲自挂帅接手凤竹环保有限公司。“不能马虎!必须加强政策执行力度,给政府和百姓一个好的交代!”

“五大改造”重拳出击,拳拳直向积弊,短短数日,面貌、效益焕然一新、生气勃勃!

众所周知,只有优秀的管理团队才能实现科学治理的目标。凤竹环保有限公司大力引进有理论、有实践、懂管理的高端人才,为整治污水提供了高层次人才支撑和科技支撑。

可以说,规章制度的进一步完善舒活了企业的筋脉。例如,日常管理日趋规范,实现全年无事故安全生产;在各部门设立班长,简化管理流程;建立了培训考核制度和激励机制,为优秀员工提供学习进步的舞台。

同时,该公司重金邀请厦门权威科研机构重新设计,升级核心中控室的数据软件,将数据保存期从1个月飙升至2年,大大便利了环保部门的监测和考核。

作为全国污水整治的行业标兵,仙石污水处理厂通过了国家环保部及福建省环保厅检查组对在线监测系统及节能减排的检查。

每年考核组来检查时,福建总是首先推荐去凤竹。有环保局领导就摆

手道:“凤竹就不用去看了,没什么好挑剔的。要看就去需要整改的。”

环保企业更要有环保形象

“这里真的是污水处理厂?”映入眼帘的景致让记者一时恍过神来。与众多污水处理厂截然不同,仙石污水处理厂绿化面积占厂区40%,不是园林,胜似园林。

在春日的暖阳下,成片的绿草、企业大楼披上了蝉翼般的金沙。鲜花怒放边,耸立着一座假山。顶端巨石上“观海”二字苍劲有力,巨石之下一条清水流淌而出,流泉碰在石上,淙淙作响。那绿树掩映中的玲珑小亭似乎正在聆听。

置身其中,任何人都会对“美丽、干净、自然”有着更热切的向往。对于凤竹,也有了更深的信任。

“环保企业更要有环保形象。”李春兴喜欢站在巨大的圆形水池边上,看处理后明丽如镜的水面波光闪闪,微风卷起涟漪阵阵。2010年,凤竹投入60万元完成了一系列厂区景观配套工程建设,使整个生产流程布局简洁合理、纵横有致。

努力的背后是美好荣誉纷至沓来。2007年企业被评为“福建主要污染物总量减排先进企业”,2008年经省住建厅考核评估确认符合“福建省城镇污水处理厂运营管理标准”。2011年被省环保厅评为“十一五”节能减排先进企业,并在全省会议上作典型发言。

治污与区域协调发展

2011年12月,时任晋江市委书记尤猛军在《人民论坛》上撰文:“力争用5年时间,完成全市水域综合治理,并重点构建市区水系循环体系。与此同时,还要确保治污设施正常运行。”

目前,凤竹环保的污水处理事业大步迈进,从单纯治污跨向治污与区域协调发展的新道路!

“三期工程的建设是2012年的工作重点,现已完成征地任务。”今年福建省“两会”期间,李春兴向晋江市市长刘文儒汇报后,立即寻找到设计院长、专家制定出合理工作进度表,并落实到位,争取在下半年土建进行动工。

记者了解到,在凤竹环保有限公司的规划中,污水处理达标排放远不是最终目标。“泉州是滨海城市,淡水资源缺乏,因此要把‘中水’进一步处理成‘上水’。”李春兴语气坚定。

“再生资源”的推广利用呼之欲出!可广泛应用于工业生产、农业灌溉、景观用水等。既能缓解缺水的严峻形势,又能实现水资源循环利用,促进城市水污染治理。

“凤竹模式”的治污之路,就是科学发展观的实践之路。在各级政府的倾力支持下,始终以“惠民利民”为核心原则,开创了政企联合治污的新模式,通过创新理念、技术、机制、管理,树立环保品牌形象,探索出一条治污与区域协调发展的新道路。

代表访谈

依托创新 加快发展

访十一届全国人大代表、福建众和股份有限公司许金和

本报记者 高建生

许金和作为福建众和股份有限公司创始人、原董事长,深刻体会到企业经营中创新的重要性。

记者:您认为应如何改变国内印染行业产品创新能力、盈利能力相对较低等问题?

许金和:国内印染行业多为处于偏低端的代工型中小企业,为改变这种状况,公司经营管理层经过几年的探索,逐步建立了印染行业独特领先的商业模式——“自营开发、自主销售”;依托公司新产品开发优势,通过在国内外主要服装纺织品市场建立营销网点,直接向品牌服装企业推销自己开发的新产品。

这种经营模式,不仅缩短了营销环节,提升了企业的利润空间,并与国内外著名服装品牌建立了良好的面对面沟通反馈渠道,使公司产品快速进入了国际知名服装品牌的核心供应链,被证券市场誉为“行业发展模式的创新者”、“高档休闲服面料开发的领跑者”。

记者:当前中国企业在世界制造业中的竞争格局正在发生变化,前些年所具有的资源、人力、成本优势正在逐渐丧失,现在是否需要我们转变发展方式,提升企业技术能力?

许金和:为引领行业市场趋势,迅速满足客户的个性化需求,赢得市场先机,众和股份一直以来把技术研发作为企业参与市场竞争的立足之本,企业每年投入大量资金用于新产品开发、新工艺研究、新技术引进,先后投入巨额资金建立了国内首创的小型产业链新产品研发体系。

正是由于产品技术创新能力强,企业才能具有较强的市场议价能力,保证产品毛利率保持在合理盈利水平,企业的经营活动才能持续、健康地发展。

记者:您认为该如何推动企业管理创新呢?

许金和:学习国外的管理理念及精细化管理,不断创新管理方法,把管理落实到每个细节,把成本控制到每一分钱,把效率发挥到每一分钟,才能实现优质、高效、节能、低耗。

匹克视窗

匹克全球旗舰店 美国好莱坞开业



总经理许志华致辞

陈芳 陈美玲

两家匹克店分别位于洛杉矶的梅尔罗斯大街和韦斯特菲尔德商场,经营面积均超过2800平方英尺(约合260平方米),主要经营匹克NBA明星产品和篮球生活类产品。这是匹克市场国际化战略迈出的标志性一步。

近日,中国体育运动品牌“匹克”全美旗舰店在美国洛杉矶西好莱坞梅尔罗斯大街隆重开业,由此正式进入全球最大的体育用品市场,开始与国际运动品牌巨头耐克、阿迪达斯同场竞技。

当时正在美国访问的福建省委副书记、省长苏树林,NBA国际业务发展部总监卡特·韦斯特福,与匹克集团CEO许志华、匹克美国分公司总经理粟佳一起为新店剪彩。

以匹克为中国“品牌外交”的典范,福建省今后将加大支持力度,为匹克加速国际化助一臂之力。NBA国际业务发展部总监卡特·韦斯特福也对匹克市场国际化战略极力支持。

“希望匹克和NBA一道,将篮球和篮球产品带到全球更多的国家和地区。”韦斯特福说。NBA迈阿密热火队今天也宣布了和匹克达成战略合作的消息,迈阿密热火营销行政副总裁Stephen Weber表示:“匹克品牌在体育用品市场里具有统治力量,而热火是NBA最好的球队之一。我们愿意强强联合,和匹克结成联盟,更好地为球迷和消费者服务。”

匹克,这家以篮球为品牌核心DNA的运动品牌在香港上市后,进一步加强了与NBA、FIBA、WTA等国际顶级赛事机构的深度合作,实现了品牌国际化和资本国际化,为今日展开市场国际化战略打下了坚实的基础。

“在美国开店并不是一时心血来潮,而是经过精心谋划。”匹克CEO许志华说,为了更好地开拓美国市场,匹克分别于2010年和2011年在美国洛杉矶设立匹克美国研发设计中心和匹克美国分公司,经过美国分公司一年多的筹备以及聘请知名的第三方调研公司对美国市场和消费者喜好进行了周密的调查分析,最终实现了开店目标。去年12月16日,匹克另外一家篮球概念的主题店在卡尔弗城韦斯特菲尔德商场二楼开始试营业。

经过与NBA长达8年的合作与交流,如今的匹克在NBA已经拥有了巴蒂尔、麦基、洛瑞等15位代言球星以及分布在各个NBA比赛场馆的赛场广告牌,还与迈阿密热火队、休斯敦火箭队等结成战略合作伙伴关系。这一系列组合营销,让匹克逐渐成为美国家喻户晓的国际运动品牌。

据悉,除落户洛杉矶的两家专卖店外,数家美国知名的运动服装和鞋连锁经销商也表达了经销匹克产品的愿望,目前双方正在进一步洽谈中。

在美国开店是匹克开启市场国际化的里程碑。“我们的目标是通过本地化的设计和营销,让匹克成为第一家真正融入美国市场的中国运动品牌。”匹克CEO许志华说,我们亦希望借助美国在全球市场强大的辐射能力,渗透到更广泛的国际市场中去,使匹克成为实至名归的国际大品牌,成为名副其实的“中国品牌外交典范”。



凤竹污水处理厂二沉池