

不一样的“稳增长”内涵 沉甸甸的民生关怀

——全国人大代表、青啤公司董事长金志国



金志国

■ 本报记者 张广传

十一届全国人大五次会议是一次民主、团结、求实、奋进的大会。对于温家宝总理的《政府工作报告》，全国人大代表、青啤公司董事长金志国在接受记者采访时深切感受到了政府对“稳增长”的信心和对民生的关注。

金志国说，温总理所做的《政府工作报告》体现了三个特点：一是实事求是、务实奋进，积极回应社会。对于人民群众所关心的经济和社会问题，报告无论是总结回顾、分析问题还是总体部署，均做到了实事求是、客观分析、重解决。二是对于经济和社会发展中的重点、难点、热点问题，报告讲得深、讲得实、讲得透。不仅客观理性地分析了问题产生的原因，更重要的是给出了未来解决问题的措施，且各项措施具有针对性、指导性，可操作性强，体现了本届政府善始敬终、审时度势、求真务实的工作作风以及解决复杂性、系统性问题的前瞻性战略眼光和强大的执政能力。三是政府工作报告摆事实、讲道理，做到了用数据说话，语言通俗、内涵深刻，让老百姓能够听得懂、记得住、能管用。

作为企业界代表，金志国最关心的仍然是中央经济工作会议以及政府工作报告中提到的与经济增长和企业发展有关的内容。对于政府工作报告，他体会最深的有两

点：一是会上提到的“稳增长”具有丰富内涵，体现了政府对于转方式、调结构可持续发展模式的定力与坚守；2012年7.5%增长目标的提出也为今后转方式调结构减轻了压力，说明今年要走拉动内需的“稳”，这个“稳”就是质量，因此7.5%是有质量的增长，所以是非常有价值的。二是政府对于民生问题的关注，不仅温暖人心，也体现了依靠拉动内需稳定经济增长这一政策的连续性。

对于“稳增长”，金志国认为，一是“稳增长”有利于给转方式调结构减压。经济增长在转型（拐弯）和改革（变奏）的时候最容易出现风险，转弯时一定要减速，不能摔倒，所以“稳”字当头求增长是符合客观规律的，也是科学的。

金志国表示，在转方式调结构的转型过程中不可能一味追求高速度，而是应当通过“稳增长”给转方式调结构减压，增强中国经济可持续发展的内生活力。将GDP增速调整到7.5%体现了政府以惠民生为目标的选择；政府的定力智慧是仍然坚守发展和保持增长；而政府的博弈智慧则是坚持调结构转方式的可持续发展模式。国家提出要转方式稳增长，企业也要在逆境下通过转方式来实现发展和成长。如果企业关注于价值链微笑曲线底端的制造环节，制造环节的同质化竞争要么是快鱼吃慢鱼的速度竞争，要么是大鱼吃小鱼的规模竞

争，本质上都还是“鱼”，发展空间有限。企业转方式就是要让“鱼”飞起来，向价值链两端的产品链和服务链（销售网络）延伸；同时要培育和树立品牌，实施品牌带动下的发展战略；要练好内功，锻造内在的系统竞争力；建立完善的运营机制、动力机制以及用人机制以保持发展动力；做到上述几条，企业就能通过转型和变革实现由鱼到鹰的蜕变，让鱼飞起来，以全球视野和国际标准在更广阔的空间里参与竞争和发展。二是和大环境比，2012年实现国内生产总值增长7.5%的预期目标仍然是高增长。7.5%的增长目标是在全球经济低迷、国际金融危机的大背景下，在世界经济复苏前景不确定、各国贸易保护主义抬头的严峻形势下提出的；相比发达国家增速不足以及2011年同属金砖四国的俄罗斯GDP同比增长4.1%、印度同比增长6.9%等实际情况，7.5%的增长目标在全球看来仍然是高速的。三是和我们国家的过去比，建立在去年GDP实现47.2万亿如此之大基数上的增长目标，仍然是高速的。四是“稳增长”的动力来自内需而非投资，对解决可持续性问题 and 长期问题具有很好的推动作用。而且此次提出的“稳增长”是以拉动内需为主创造收益，这种经济增长方式相较于原先的依靠投资和出口拉动，显然更具价值。

金志国告诉记者，就综上所述可以看出，政府工作报告中提出的

“稳增长”对于转方式调结构具有强大推动力，这种强大主要体现在是一种有积累的增长方式。企业界代表的一项重要责任是把政府工作报告中提到的总体部署和主要任务，结合实际融入企业战略并落地执行。作为创造财富的主体，对于企业而言“稳增长”就是要练好内功，短时的高速增长速度往往容易创造，而长期的稳健增长和可持续发展却较难确保，因此企业必须练好内功，增强软实力、构建系统竞争力。2012年1月的《哈佛商业评论》刊发了麦克格莱斯的教授的研究结果，她用10年和5%的增长两个非常简单的条件，在全球市值10亿美元以上的公司中进行筛选。结果只有10家公司做到了10年内每年净利润增长5%，青岛啤酒正是其中之一，也是唯一符合条件的中国公司。正是用激情酿造“啤酒”，为消费者创造快乐的选择智慧；100多年来始终专注于啤酒主业的定力智慧以及顺势应变、深化改革，持续提高自身运营能力和核心竞争力的博弈智慧，奠定了青岛啤酒的成功，也印证了“稳增长”的实质性内涵。

金志国说，在从生存阶段到成熟阶段，再由成熟阶段到成功阶段的不同发展历程中，企业需要在境界、责任和能力的“三维商道”上持续提升，才能真正做到仁者无忧、智者无惑和能者不惧。青岛啤酒近些年的发展也一直在强调企业境界的提升和社会责任的履行，在经济的大框架下，我们积极探讨符合时代发展潮流的企业变革，青岛啤酒的扩张已经从实业扩张延伸到责任扩张，全员积极主动地关注和支持食品安全、带动价值链践行环保以及低碳发展模式等都是很好的例证。同时，在发展中我们注意保持公司内部“小社会”和外部大社会的平衡、和谐发展，把员工视为人力资本，尊重和关心每一位员工，通过创新激励机制提升员工幸福感。2011年，青啤公司荣获“中国年度最佳雇主”和“最受职场人关注雇主”两项大奖。

金志国还认为，无论是坚定的“稳增长”政策还是扎实的民生改革，都体现了政府在危机下把压力转化为发展动力的信心、决心和实力。纵观历史，日本的明治维新、英国的议会改革、中国的改革开放，重大变革的动力都来自于压力和危机，重大制度创新和体制改革的动力也都来自于压力和危机下关键能力的转化与释放。因此，有理由相信，无论是中国政府还是企业，也一定会在压力和危机中保持创业精神和创新能力，迸发出新生的改革力量并付诸行动。

公司



海湾集团勾画 青岛化工新蓝图

■ 本报记者 张广传

海湾集团面对复杂多变的经济环境，节能减排成效显著、搬迁发展全面推进和职工收入稳定增长的良好成绩。2011年度，海湾集团完成工业总产值58.65亿元，同比增长10.15%，销售收入完成61.08亿元，同比增长12.9%；万元增加值能耗为7.35吨标煤，超额完成了市政府下达的指标任务。历经发展方式的巨大转变和产业布局的全面优化，海湾集团站在更高的起点上，开始勾画青岛化工新的蓝图。

“一南一北”双翼齐飞

海湾集团总经理李明在工作报告中指出，去年，海湾集团工作最大的亮点在于“一南一北”的发展战略得到了全面推进。按照“技术国际化、装备大型化、环境生态化、管理现代化”的搬迁发展目标，海湾集团的搬迁发展工作取得了具有标志性的重大突破。一是集团南翼董家口石化产业基地建设有序推进。海晶化工40万吨聚氯乙烯搬迁项目融资得到落实，市政府为支持企业搬迁向海晶化工注资1.5亿元，企业自筹1.5亿元，土地储备筹集5.34亿元，解决了启动资金；由交通银行、农业银行、建设银行、恒丰银行提供银团贷款19.46亿元。董家口项目目前现场已回填完毕，临时供水电已接入用地红线，今年上半年即将开工建设。据悉，截至2011年末，海湾集团累计签订合同总额6.78亿元，完成投资2.3亿元。同时，集团与青岛港投集团合作，成立了青岛海湾液体化工港务有限公司，为液体化工品进出口提供贮存和中转服务。目前，码头和罐区建设正在积极推进。二是集团北翼平度新河化工基地建设取得实质性进展。双桃精化年产8.2万吨化工中间体搬迁项目，已完成投资2.5亿元，2.3万平方米土建工程及主要设备安装已顺利完工，预计今年3月整体试车。与此同时，双桃精化原南厂区完成拆迁工作，第一笔30%土地出让补偿金2.17亿元已经到位。双桃精化还与信达公司签署了战略合作协议，将在项目融资、产权结构调整、土地利用最大化等方面展开交流合作，优势互补，实现共赢。

更高起点谋划“新海湾”

据统计，截止到2011年末，我国纯碱产能已达3300万吨，烧碱产能达3400万吨，聚氯乙烯产能达2100万吨，基础化工行业均处于开工率低，产品销售拼成本、拼价格，利润空间不断缩小的状况。面对严峻的形势，海湾集团董事长罗方辉在讲话中指出，2012年，海湾集团将继续“以世界眼光，谋划推动产业结构高端发展；以国际标准，推动园区项目绿色发展；以本土优势，推动产业布局多元发展”，力争用3—5年的时间打造一个新海湾。在谈到“新海湾”的中长期规划时，罗方辉指出，要赢得企业发展的未来，就必须加快向高端产业链拓展，董家口作为西海岸经济新区的核心区之一，必将成为先进制造业的集聚地。海晶化工与英利士合作，引进世界最先进的乙烯基技术，走的就是高附加值、低能耗、零排放的先进制造业道路。根据规划，到2013年一期项目建成，将实现销售收入36亿元、利税6.8亿元。二期将向产业链的下游延伸，重点发展附加值更高、技术更先进的石化深加工产品。预计到“十三五”，产品销售收入将实现70多亿元。只有这样的高起点、高标准、大目标，才是海湾集团发展的根本宗旨。海湾集团已下定决心走高端制造业的路子，力争用10年的时间，打造一个技术领先、具有很强竞争优势与品牌影响力的国内一流企业。

在业内人士看来，未来几年内，青岛化工将实现以高端化、低碳化、集群化、绿色安全为主要特征的大升级。而在这一大升级中，随着“一南一北”战略的快速推进和高端产业链的发展谋划，海湾集团无疑将在勾画青岛化工新蓝图中扮演最为重要的角色。

玲珑模式的奥秘

中国的轮胎企业要想长足发展，必须要重视技术创新和品牌建设。玲珑的未来战略规划是系统性的，玲珑的最终目标是要通过战略实施和优势整合，来不断提升企业的国际市场核心竞争力，打造一个具有国际一流管理水平和技术水平的轮胎制造业基地，最终形成一个具有玲珑特色的“蓝海战略”。

■ 本报记者 张广传

从一个名不见经传的小轮胎翻新厂到名列中国轮胎行业前茅，尤其是进入2000年后公司爆发式扩张、发展、增长，玲珑集团一年一个新台阶。那么，“玲珑模式”的奥秘在哪？日前，玲珑集团总经理王锋在接受记者采访时道出个中缘由。

王锋告诉记者，玲珑的创业发展具有传奇性，是改革创新让玲珑快步走到今天的辉煌。无论是企业创新还是品牌建设及其社会责任等都步入全国轮胎行业的前列。

据了解，玲珑轮胎在去年品牌国际化元年中，结合《“十二五”轮胎产业政策》，制定了依靠研发提档次、注重管理促品质、塑造品牌拓营销的经营思路，以高端产品、知名品牌和国际化网络的整合，实现了全球范围的品牌营销。玲珑轮胎首次亮

相上海国际车展，发布并进入国际化发展战略，之后，又先后策划各种体育营销事件，如女子赛车队的各种巡演活动、签约中国女排并与女排联谊等一系列事件营销，使得玲珑品牌知名度和美誉度迅速飙升，品牌价值飞速增长至92.69亿元。同时，“玲珑轮胎与中国女排一路同行”体育营销案例，也在2011年底获评“CCTV第七届全国十大体育营销经典案例”，为民族品牌树立了典范。不仅如此，“低断面抗湿滑低噪声超高性能轿车子午线轮胎”喜获国家科学技术进步奖二等奖，这是国家首次将科技进步奖授予轮胎行业轮胎技术的最高奖项，也是玲珑在高端轮胎科技研发方面再一次获得国家科技奖励，标志着超高性能轿车子午线轮胎的生产技术从此被自主品牌攻破。2011年上半年，全球权威的测试机构——芬兰测试世界公司

发布的测试报告中，玲珑GREEN-Max轮胎以综合得分7.6分的优异成绩与米其林并列位居第四，超过了多个世界知名轮胎品牌。在由中国汽车报社主办的“2011年中国年度轮胎”暨“2011商用车轮胎之王”评选中，GREEN-Max F816又分别荣获“2011年中国年度性价比轮胎”和“2011中国年度重卡轮胎”两项大奖。2011年年底，公司技术中心也被认定为国家级企业技术中心。

这些成果的取得，标志着玲珑轮胎已向世界级轮胎行列迈进，这对于更好地开拓市场、提升销量具有举足轻重的作用。2011年，在全球轮胎销量同比下滑的不利形势下，集团公司实现了销售收入166亿元，出口创汇近9亿美元，创造了令人瞩目的成绩。

谈到今年及其未来，王锋说，中国的轮胎企业要想长足发展，必须要重视技术创新和品牌建设。玲珑的未

来战略规划是系统性的，玲珑的最终目标是要通过战略实施和优势整合，来不断提升企业的国际市场核心竞争力，打造一个具有国际一流管理水平和技术水平的轮胎制造业基地，最终形成一个具有玲珑特色的“蓝海战略”。今年，公司将继续以创新科技产品来满足消费者的多样化需求，在提升产品性能的同时，以制造安全、健康、环保、节油的绿色产品来减少环境影响和提高道路安全，使消费者在得到更安全、更省油、更长里程的轮胎产品同时，也享受更多驾驶的舒适感和乐趣，切身体验玲珑“创新科技”所带来的“可持续移动性”的美好未来。另外，公司将加大品牌宣传力度，通过品牌形象店建设、展会、发布会、体育营销、践行企业社会责任等方式，提升品牌影响力，力争品牌价值突破百亿元。同时，玲珑将在今年着力铺展辐射全球的大网络建设，



玲珑集团
总经理王锋

在稳定原有客户群基础上，积极增设全新销售服务网点，并在条件允许的情况下，在国内外开设分厂，全面拓展海内外市场。继续发挥技术、管理、品牌、营销四大优势，以项目建设为载体，加速品牌国际化战略步伐，用追求卓越的专业态度，提高玲

珑轮胎品牌档次，强化玲珑品牌的绝对影响力，力争“十二五”末，达到年产轮胎6000万套，中高端子午胎比例达到90%以上，集团销售收入达到300亿元，全面打造世界一流轮胎品牌，为轮胎消费者带来更安全、舒适的未来！