

管理



中国电信确定九大重点

“管理提升全面战略”激发企业新活力

■ 本报记者 丁国明 李志豹

在经过“全面启动、自我诊断”的第一阶段后,中央企业管理提升活动进入“专项提升、协同推进”的第二阶段。

《中国企业报》记者近日从中国电信集团公司(以下简称“中国电信”)了解到,中国电信在自我诊断、找准问题的基础上,研究制定了全面整改和重点提升相结合的第二阶段整改提升方案,并确定了集团公司九大项重点提升工作。

今年3月,国务院国资委对中央企业全面开展管理提升活动进行了动员部署,决定用两年时间在中央企业集中开展管理提升活动。

中国电信随即成立了活动领导小组和办公室,召开全集团管理提升活动部署动员电视电话会议,自上而下全面部署管理提升活动各项工作,并下发了活动实施方案和第一阶段自我诊断工作方案。

值得一提的是,根据国资委提出的13个管理提升重点领域,中国电信结合企业管理实际,补充增加了“规模发展”和提升“创新能力”、“服

务能力”、“集约能力”、“运营能力”5个重点领域。

国务院国资委主任王勇在中央企业全面开展管理提升活动视频会议讲话时指出,中央企业要根据所处行业特点,结合企业所处发展阶段和管理基础实际,抓住重点,深入查找,集中力量解决制约和影响发展的关键问题。

为此,围绕“13+5”个重点领域,中国电信全面梳理管理短板和瓶颈问题,进行自下而上的自我诊断。

通过积极对标优秀企业和典型实践案例,采取讨论会、问卷调查等方式进行自我诊断,中国电信各级单位针对集团当前管理工作中存在的突出问题和薄弱环节,共提出390条整改提升建议。

中国电信集团总部层面,21个部门将行业内对标和跨行业对标有机结合,参考各级单位的诊断报告和整改建议,组织本部门及所属的专业条线认真开展自我诊断,提出190项管理短板和问题。

公司领导层是否重视决定了管理提升活动能否有效开展并取得实际效果。据介绍,7月20—30日,中国



中国电信集团总经理杨杰部署公司管理提升全面战略

电信组织召开了连续9场总经理专题办公会,对总部各部门和直属专业公司的自我诊断情况和初步确定的整改提升方案进行集中审定。

会后,中国电信管理提升活动办公室按照集中度、重要性、全局性原则,提炼各单位、各部门诊断结果,确定集团级主要管理短板和问题50项,同时,结合公司战略重点,提炼出集团级关键管理短板和问题9项,并据此进一步确定了集团公司九大项重点提升工作。

唯物辩证法认为,想问题、办事情

要抓重点、抓关键。中央企业管理提升活动也要抓住突出问题,集中力量实现重点突破。在此基础上,总结方法、形成机制,以点带面,逐层推进,将管理提升活动逐步引入企业管理的各个领域,实现管理水平的全面提升。

“全面落实管理提升活动是中国电信强基础、保发展、促转型、创一流的重要战略步骤。”中国电信有关负责人告诉《中国企业报》记者,下一阶段,中国电信将以更扎实、细致的工作作风把管理提升活动引向深入、落到实处,全面提升中国电信管理水平。

落实十八大报告精神

国企发展瞄准世界一流企业

■ 本报记者 丁国明 万斯琴

十八大报告提出,“要毫不动摇巩固和发展公有制经济,推行公有制多种实现形式,推动国有资本更多投向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域,不断增强国有经济活力、控制力、影响力。”这为进一步深化国资国企发展指明前进的方向。

事实上,以中央企业为代表的国有企业,在市场化进程中,以巩固主业为核心竞争力的商业战略每时每刻都在上演,同时,形成了独具企业自身特色的发展方式和模式,正在为具有活力、控制力、影响力的世界一流企业而奋斗。

中非农业

以“三项改革”为切入点增强企业活力

“中非农业投资公司作为中国最大的对非洲进行农业资源合作开发的国有企业,将会认真领会和贯彻党的十八大报告关于‘不断增强国有经济活力、控制力、影响力’的精神和要求,不断增强企业活力和对市场和行业的控制力以及在非洲的影响力。”中非农业投资有限责任公司党委书记、总经理赵玉勤说。

在谈到具体的工作实践时,赵玉勤表示,将大力进行管理体制变革,改革所属境外企业领导和管理体制、改革运营机制、改革激励机制。近日,中非农投公司就上述“三项改革”制定了17条具体措施,力求通过“三项改革”增强企业活力。

赵玉勤还表示,会通过提高企业的农业科技含量,增强企业对行业 and 市场的控制力。

据介绍,近期,中非农投公司会同国内相关企业研制了国际最新型的大功率的剑麻纤维刮麻机,将会在坦桑尼亚乃至国际占据领先优势。

同时,还在杂交水稻、马铃薯、甘蔗、木薯方面与国内相关科研单位和种子子公司达成合作协议和共识,将会大大增强公司在非洲相关国家的种植技术优势和市场控制力。

赵玉勤表示,中非农业会坚持贯彻落实中央关于农业要“走出去、走进去、走上去”的战略,在继续加强对非进行农业资源开发合作,促进农业进步、就业和经济发展的同时,继续与中国国际扶贫中心合作,做好国际农业扶贫项目,履行社会责任,扩大中国国有农业企业在非洲的影响力。

中国石化

以“多元化、全方位”的资源发展提升控制力

中国企业跨国并购大多都有一个愿望,就是利用别人的渠道增强自己的实力,进而吹响自己成为“世界一流”企业的号角。利用好国内外两种资源、两个市场,这需要战略、耐心,更需要控制力。

近日,中国石化集团公司董事长傅成玉获得了“全球石油业年度领袖人物”大奖。这也是中国能源企业在世界舞台上控制力增强的表现。

作为中国第二大油气生产商,中国石化始终在不断进步。中国石化在国内开展胜利油田、鄂尔多斯盆地和非常规油气勘探开发等五大增储上产新会战。国际业务遍及世界主要油气产区,包括非洲、中东、南美和俄罗斯以及中亚等地。

努力实现川气东送惠及多省市。普光气田是中国石化发现的迄今为止国内规模最大、丰产最高的特大型整装海相气田。普光气田进入开发阶段后,中国石化全面开展“川气东送”工程。该工程2010年8月进入商业运营阶段,年输气能力超过百亿立方米,成为继西气东输管线之后,又一条贯穿我国东部地区的管道大动脉。

同时,加快海外资源引进。中国石化加快推进原油进口来源多元化,加强国际合作,拓展来源渠道,分散供应风险;采取多种贸易方式,优化物流运输,扩大国际贸易总量,有效保障了国内油气资源稳定供应。

与此同时,中国石化积极拓展新能源领域,注重发展新能源,包括煤层气、页岩气、页岩油等非常规油气资源。

东风公司

以“大商用车”为杠杆撬动品牌影响力

“商用车与国民经济发展息息相关。刚刚召开的十八大提出了2020年全面建成小康社会‘两个翻番’的总体目标,国民经济仍将保持健康持续发展。”东风公司总经理朱福寿说。

11月11日,东风汽车公司首次以“大商用车”形象集体参展中国国际商用车展。

事实上,东风的事业发端于商用车,商用车是东风发展的重要战略支撑。在商用车领域东风已经形成涵盖重、中、轻、微、客等全系列、多品种、宽型谱的产品格局,并已完全具备了整车自主开发和商品化能力,进一步扩大了其品牌影响力。

2011年11月27日,东风大商用车战略课题发布,这标志着东风大商用车战略正式起航,也标志着东风在商用车战场上将形成集团整体作战的态势。其使命是推动大东风商用车事业可持续发展,全面提升东风商用车品牌价值。

新世纪以来,东风公司相继推出东风天龙重卡、天锦中卡、第三代轻卡。商用车全面升级换代,技术水平国内领先,国际一流。目前,中重卡市场份额连续8年保持国内第一,2011年东风商用车销量国内第一,同时也位居世界第一。

朱福寿表示,面对新一轮世界工业革命和产业革命的新形势,东风公司在商用车业务上将始终坚持“中国第一、世界前三”的梦想不动摇,不断夯实发展基础,不断增强和寻求新的竞争优势,以卓越的品牌和领先的技术质量为广大用户创造价值,同时加快实施走出去战略,大力开拓国际市场,努力将东风商用车品牌建设成为国际知名品牌。

观察



北化集团节能减排新模式带来“六下降”

■ 本报记者 蒋皓

中国北方化学工业集团有限公司(以下简称“北化集团”)把节能减排作为转变发展方式、优化产业和产品结构、履行社会责任的重要手段,形成以组织机制为保障、以投入为主线、以技术进步为支撑、以精细化管理为依托的节能减排管理模式。到2011年底,与2005年相比,实现了六下降:万元工业增加值综合能耗下降76.7%,年均降低9%以上;万元工业增加值新鲜水用量降低45.2%;万元工业废水排放量下降41.3%;COD排放量降低65.4%;硝基化合物排放量降低90%;二氧化硫排放量降低35%。长期困扰火炸药行业的硫酸雾问题得到彻底根治。改变了高污染、高耗能的外部形象。

北化集团是中国兵器工业集团公司全资子公司,是中国唯一的火炸药和军用防护产业集团,在军民融合产业发展方面已经形成了石化下游深加工、聚氨酯、纤维素及化工新材料、环保及防护器材四大产品系列,TDI、硝化棉、活性炭、特种工业泵等多个产品在国际国内同行业中占据领先地位。由于历史原因,环境污染未能得到根治的难题一直困扰着企业的发展,兵器工业集团国家重点监控的企业共计15家,其中北化集团就有10家之多。

北化集团董事长张春建向《中国企业报》记者介绍,北化集团把节能减排作为转变发展方式、优化产业和产品结构、履行社会责任的重要手段,坚持做到“有抱负、负责任、受尊重”的发展,在实践中不断探索、攻坚和创新,逐步形成了节能减排的管理方式。在产业快速发展的同时,能耗、物耗大幅降低,污染物实现达标排放,达到国内同行业先进水平。

北化集团健全完善节能减排管理体系,形成组织保障机制。他们健全组织管理体系,成立了以主要负责人为组长的节能减排领导小组,组建了节能减排工作机构,配备了节能减排专职管理人员,为做好节能减排工作提供了组织保障。建立完善了节能减排考核奖惩和责任追究制度,形成了“目标层层分解、压力层层传递、激励层层链接”的责任体系,为做好节能减排工作提供了机制保障。加强节能减排统计监测系统建设,加强对生产经营过程中能耗和污染物排放的统计监测,完善了计量、定额、台账等基础工作,加强过程管理和动态监控。广泛开展节能减排法律法规、方式方法方面的培训,不断提升各级各类管理人员的法律法规意识和社会责任意识。

几年来,北化集团牢牢把握兵器工业集团所确立的结构调整的工作主线,坚持不懈地调整产品结构,淘汰落后产能,提高节能环保水平。北化集团充分考虑所在地区的环境承载能力,经过几年艰苦的努力,对部分污染较大、短期内难以治理的7个地区、10余条生产线,主动实施关停和减产限产措施,积极淘汰落后产能,年减少收入超过20亿元,为确保污染物达标排放提供了有力保障。

近年来,北化集团组织开展节能减排专项治理工作,从狠抓管理提升入手,促进节能减排管理水平大幅提升。积极推进能源审计、清洁生产审核和环境管理体系认证,从管理和技术层面强化了基层单位节能环保工作,使环保管理迈向规范化、标准化。倡导“节能减排就是增效”、“减排就是效益”的理念,把加强生产运行精细化管理作为节能减排的重要环节,优化运行系统和工艺流程,确保降低能耗水平和减少污染排放。全员参与节能环保管理,通过比技术创新能力、比工艺优化程度、比平稳运行天数、比单位消耗水平,并落实考核激励政策,有效地调动了全员投身节能环保工作的积极性。

中汽国际大同车展不重车模重名车

■ 本报记者 蒋皓

与近年来国内车展流行的惹火妖娆、佳丽如云的车模阵势相比,2012中国(大同)国际汽车文化节上车模端庄古朴,只起点缀作用,无喧宾夺主之嫌。不见大尺度车模踪影,车展主角回归。这场由中国汽车工业国际合作总公司与大同市政府共同主办的主题为“名城名车 经典时尚”的国际汽车文化节,树立央企正确引领社会消费新形象,得到社会好评。

车展,常被视作“车市风向标”。中汽国际是中国机械工业集团有限公司的全资子公司。依托在我国机械与汽车行业深厚的积淀和丰富的行业资源,中汽国际已经在汽车会展和汽车整车及零部件国际贸易领域形成了较强的核心竞争优势,是中国乃至亚洲自主品牌最多、综合实力最强、市场领域最广、规模和影响力最大的展览公司。中汽国际在展览中以正确的汽车文化引领社会消费,以此作为央企社会责任的重要内容。

中国汽车工业国际合作总公司总裁、党委书记纪学成认为,车模文化透露出一个城市乃至国家在汽车工业领域的软实力,车模展示过程要体现出精神文明,促进良好社会风尚建设,不能走偏锋博眼球,车展不应变味。纪学成同时指出,一些举办方和不负责任的媒体也要转变观念,不能助长庸俗之风。

据悉,中汽国际经过这次车展,对大同市的机械工业和汽车工业制造、国际贸易,对外工程承包,汽车展览汽车文化与社会消费,都起了积极作用。双方决定将进行多方面长期战略合作。

打造集团品牌国际化

新兴际华“亮剑”中国航展

■ 本报记者 丁国明 李志豹

11月13日,第九届中国国际航空航天博览会在珠海开幕(以下简称“中国航展”)。除了传统的航空、航天、兵器装备等5个主题展馆外,中国航展首次增设了独立的6号展馆作为军需装备主题展区。

尤为值得注意的是,作为今年首次进入世界500强的中央企业,同时也是全国最强最大的军需品集成供应商和中国政府、军队批准的专营军需

品装备出口的军贸企业,新兴际华集团有限公司(以下简称“新兴际华”)将作为军需装备领域的唯一代表携旗下诸多产品首次亮相中国航展。

据悉,新兴际华大约1006平方米的军需装备主题展馆由军需后勤装备区、军需品区、警用反恐区和航空器材区4个展示区域构成。展出产品分为军需服装类、军需装备类、军靴鞋帽类、空军装备系列、后勤装备系列、警用反恐系列6个系列,包括国内唯一的大型快速充气式机库、国际

领先的反恐反恐公安移动警用平台、陆海空三军服装鞋靴、载人航天工程航天员系列鞋靴、国内先进的太阳能净水车、高臂多剂联用消防车以及其他相关的后勤军需装备配套保障类产品共计300余种。

新兴际华总经理沙鸣介绍说,本次展出的产品,基本囊括了后勤军需装备的各种门类品种,观展者能对后勤军需装备作一个系统全面的了解。同时,这些产品所具备的高科技性、快速机动性、隐蔽安全性、环境适应

性完全符合未来信息化战争模式下对后勤军需装备类产品的要求。

沙鸣表示,在进入世界500强之后,新兴际华提出了“站稳世界500强,冲刺央企30强,瞄准世界品牌500强”的发展战略,而本次亮相中国航展,将作为集团品牌国际化的一项重要举措,对集团实现“打造全球最强最大的军需品生产研发基地、全球最强最大的职业装生产研发基地、全球最强最大的职业鞋靴生产研发基地”战略目标具有十分重要的意义。