

中国电信移动互联转型再提速

■ 本报记者 丁国明 万斯琴

十八大报告多次提到信息化,提出坚持走中国特色新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化道路,促进工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展。

“这为通信业发展指明了方向,提出了新的要求,中国电信要加倍发展、加倍创新、加倍服务,以更加优异的成绩为四化并举贡献力量。”中国电信集团公司党组书记、董事长王晓初说。

服务模式渐入佳境

目前,中国电信已经成为全球最大的CDMA移动网络运营商,致力于为广大用户提供最高速稳定的3G移动互联网服务,天翼3G网络已经覆盖全部县及县级以上城市、近90%的乡镇,海外漫游通达全球。

截至2012年9月,移动用户总数约1.55亿户,其中天翼3G用户约6000万户。天翼3G成功跃升为国内最受欢迎的3G品牌。

为实现移动互联的全面对接与转型。近日,中国电信与韩国IEF组织共同签署了中韩游戏文化对接合作备忘录,中国电信将在各方协力下搭建“中韩游戏文化数字服务平台”,建立起国际协作框架下的规范化、专业化游戏引进渠道。

基于此次中韩游戏文化合作,炫彩互动将以用户需求为指导,完善的运营服务为保障,把此次引入的高品质韩国游戏,通过手机、TV、PC、专用游戏机等多种终端,为用户提供更多元化的游戏体验和娱乐互动服务。

除游戏基地渐入佳境以外,天翼

自2008年,中国电信获得移动业务牌照,2009年获3G业务牌照以来,中国电信大力推进聚集客户的信息化创新战略和差异化发展策略,成功进入移动市场,实现了全业务发展的良好开局。

阅读也迈出了实质性的一步。11月22日,天翼阅读正式举行公司化的揭牌仪式,并成立天翼阅读文化传播有限公司。

近年来数字化信息技术迅速发展,并在文化领域得到广泛应用。目前,天翼阅读平台图书规模近20万余册,包括出版内容17个大类书籍15万余册,连载2万册,8大主流类型的品牌杂志近2万余册,9大主流类型的知名漫画近1万册以及19个资讯类型的资源。

据天翼阅读文化传播有限公司负责人肖伟表示,天翼阅读在行业率先与新闻出版总署签订了战略合作伙伴关系,倡导品质阅读,汇聚精品

内容。除了自身的优势外,天翼阅读给与与合作伙伴的分成收益的45%,而其它运营商均为40%。

借助资本市场做杠杆

中国正处在“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”的“十二五”时期。在3G技术的带动下,传媒呈现汇流趋势,数字内容产业蓬勃发展。“三网合一”的提速也表明,信息技术的大规模商用可以使消费产生“爆发式增长”的效应。

按照“十二五”规划,2015年文化产业总值将比2010年至少翻一番,文化传媒板块无疑会迎来一次“倍

增”的机会。

中国电信借助“文化”的东风,促进自身更好地在移动互联中做大做强。目前,实施公司化的业务基地包括视讯、游戏和阅读基地,中国电信也是三家运营商中唯一实施公司化运作的企业。

事实上,中国电信把业务基地进行公司化改制,除了进一步简化公司管理,提高效率的目的以外,还希望随着这些业务基地的独立化能够更快地引入投资,剑指上市。

据中国电信创新业务事业部运营管理处吴灵熙介绍,中国电信对各个业务基地公司进行了规划,对每个基地定了目标,两年内要做到行业前三,做不到的内部采用并购重组及其他策略进行调整。

吴灵熙表示,中国电信对于已经公司化的基地,包括视讯、游戏和阅读,通过资本运作方式,扩大运营实力和行业影响力,通过互联网经济规律把业务做大做强。



心系社会责任 中国电信联合三星电子 发布年度贺岁产品

11月23日,中国领先的综合信息服务提供商中国电信与全球移动终端市场领导厂商三星电子在北京举行联合发布会,隆重推出中国电信深度定制的年度贺岁手机——“心系天下”W2013。本次三星“心系天下”W2013的发布,旨在通过“重建家园”计划向云南昭通地震灾区进行捐助。

本报记者 张博 丁国明

管理提升活动转入第二阶段

中国工艺集团细化整改提高绩效

■ 本报记者 万斯琴 特约记者 刘和华

中国工艺集团的管理提升工作已有新进展。

11月19日,管理提升工作已顺利转入第二阶段——“专项提升、协同推进”。中国工艺集团决心以科学发展观为指导,通过健全管控体系,完善运行机制,全面落实精益管理,不断提升综合发展实力。

与社会的普遍期望相比,与应对复杂市场和外部环境变化的要求相比,与参与国际竞争、增强国家整体实力的要求相比,中央企业在管理上还存在很大差距。

为此,国务院国资委的应对之策是从今年3月起,启动为期两年的管理提

升活动,以期达到“稳中求进”的总体要求,促进企业在开展管理提升活动中进一步加强源头治理和风险防范,降本增效,夯实发展基础,提升发展质量。

值得一提的是,中国工艺集团以战略为引领,以全面预算为统筹,突出管理短板和重点,即重点以提升人力资源管理、投资管理、全面预算管理和盈利能力水平,来带动这次管理提升活动的开展。

此前的11月12日,中国工艺集团召开了党委会议,对管理提升活动第一阶段工作情况进行总结评价。会议认为,在管理提升活动第一阶段工作中,中国工艺集团高度重视、精心组织,围绕“强化基础管理、提升管理水平、完善创新机制、提高综合绩效”

的总体目标,深入开展对标诊断,系统梳理管理问题和薄弱环节,在总部层面共找出9大类68项问题。

经过充分研究评估,认为中国工艺集团管理提升活动第一阶段工作基本达到了国资委“五到位”要求。

同时,中国工艺集团党委提出,在第二阶段工作中要进一步加强二级企业的指导和监督检查力度,结合当前宏观经济形势,着力推动控本经营工作,深入开展促销、扭亏、降本、降债增效,细化整改提升举措,务必将各项工作落到实处。

在管理提升活动第一阶段期间,国资委监事会刘学良主席代表国资委到中国工艺集团检查指导管理提升活动开展情况。

刘学良强调,中国工艺集团正处在转型发展的特殊时期,在从贸易为主向贸易加实体经济经营的转变过程中,一定要以管理提升活动为契机,进一步创新管理模式,切实提升现代化管理水平,使之适应转型发展的需要。还对管理提升活动第二阶段工作提出了具体要求,希望中国工艺集团认真总结第一阶段好的经验和做法,结合管理实际,深入研究整改措施,按照国资委有关要求切实做好第二阶段各项工作。

中国工艺集团董事长周郑生表示,进一步加大工作力度,针对自我诊断查找出的9大类68项问题,制定有效整改方案,稳步推进管理提升活动第二阶段各项工作,确保活动取得实效。

(上接11月13日G03版)

世界经济版图的中国色彩

——十六大以来中国企业改革发展述评之十二

■ 本报记者 蒋皓

鏖战! 中国大企业军团 VS 国际跨国巨头

中国企业在世界版图上色块在加大,但颜色还浅。

国与国的经济竞争实质上表现为企业间的市场竞争,大国之间的国际竞争也突出表现为跨国公司在全球市场的角力。中国这样的超级大国,需要有超级大企业,并具有超级企业竞争力。

我们知道,中国大企业刚刚兴起,还有“小米加步枪”的味道,占据的是农村与边缘城市,而美国人有“大炮坦克”,占据城市要道。

分析500强榜单,世界企业500强的前50强主要集中在服务、能源、高技术性制造等行业,且为传统美欧工业大国大比重占据。从规模看,前50强企业营业收入总额占500强企业营业收入总额的30.26%,占500强企业利润总额的22.12%。在前50强范围内,美国入围公司占50强总营业额的35.5%,占50强总利润的38.5%;而中国入围公司占的总营业额和总利润分别为9.38%和6.14%,从营业收入或利润两方面看,差距都很明显。

麦肯锡的研究数据表明,优秀的全球性企业有52%的收入来自本土以外的国家,中国进入前50强的三家公司——中石化、中石油、国家电网毫无疑问都是全球最赚钱的一些企业,但其80%以上的营业收入源自国内市场,中国企业全球化程度有待提高,即使是吸金能力最强的中国工商银行,其境外收入也仅占总收入的3.49%,而不少资源性企业及垄断企业的国际化程度则更低。全球性企业超越国家地理界限在全球吸纳资源,在全球布局价值链,在全球市场经营,从而大大提高了生产要素的效用,同时有效地规避了在一个或几个国家市场经营的风险。

反观,美国却品尝到了中国广袤市场的甜头,苹果公司在500强榜单的排名从第111位跃升到第55位,据苹果公司公布的2012年第二季度财报显示,在整个大中华区,苹果该季度营收达到创纪录的79亿美元,同比增长三倍。苹果公司iPhone销售量从去年同期的1860万部增长到了3500万部,大中华区iPhone销量则为去年同期的5倍。苹果公司2011年利润259.2亿美元,中国三大电信运营商的利润加起来尚不及苹果一家公司。而苹果公司的供应商是台湾的富士康,而富士康却控制中国的土地与劳动力资源,这种“苹果富士康模式”是一种典型的美国与中国关系的模式。

“中国兵团”与国际跨国公司的鏖战是在极为被动的情况下起步的。

我们的目标在渐渐明确:首先是填补世界500强企业中的空白行业,扩大世界一流企业的行业覆盖领域;其次是继续做强做优优势企业,成为行业领头羊;再次是加大对弱势行业的关注;最后是加快促进从比较优势到竞争优势的转变。既然中国体育界充分利用举国体制实现了“跨越式发展”、“世界第一”,中国的大企业也一定可以做到。

2012年初,由美国力量主导的世界银行出台了一份报告,在这份报告英文全文版第四章《企业部门》改革中,明确希望中国国企从当前的27%的份额到2030年降低到10%的份额。换句话说,也就是要在未来18年内,将当前国企资产的63%要转让给以外资为主的私营企业。此外,作为中美战略与经济对话的焦点议题之一,美国方面还要求中国政府提高国有企业红利上缴比例,以降低国有企业的盈利能力。而事实是,凡是中国国有企业让开的数十个行业,前三名全部为欧美日占领,而非中国民营企业。

美国人大诡了,他以意识形态名义要我们“国退民进”,实际上是“中退西进”、“中退美进”。

在极力反对中国政府支持企业的同时,美国自己却投入大量资金帮助企业取得其无法通过市场获得的能量和利益。

(未完待续)

¥

挖掘对企业
有价值的信息

成为广大酒友
的消费指导

全面
真实的数据

酒评网
JIU.SOHU.COM

全媒体 / 全球化 / 全产业链

迅速 深度 引领