

浙江盐业：系列“组合拳”推动盐业经济稳中求进

■ 本报记者 蔡钱英 万斯琴

“2012年，全省盐业实现销售收入19.45亿元，比上年增长7.47%。”“集团公司及所属企业实现销售收入17.86亿元，比上年增长7.38%。”“全省盐业资产总额达到25.25亿元，资产负债率36.16%；集团公司资产总额达23.82亿元。”……从统计数据上扬的曲线中，《中国企业报》记者感受到了浙江省盐业集团有限公司（以下简称“浙江盐业”）经济发展的炽热温度。

在复杂多变的国内外经济形势下，浙江盐业把握“稳中求进”总基调，以提高盐业经济增长质量和效益为中心，以深化改革、调整结构、推进项目建设为重点，进一步提升管控能力，强化专营管理，结合自身发展实际，创造性地出了一系列推动盐业经济良性发展的“组合拳”，交出了一张张漂亮的“成绩单”。

主业和非盐经营合力拧成一股绳

事实上，浙江盐业主业和非盐经营合力拧成一股绳，已然成为优质资源的“集结地”。

浙江省盐业集团有限公司董事长、浙江省盐务管理局局长陈存法认为，“结构调整是转型发展的关键。作为传统产业的盐行业 and 传统流通企业的盐业公司，实现转型发展，必须抓好产品结构、产品结构和经营结构的调整。”

浙江盐业以市场为导向，以创新为动力，以食盐产品结构调整为重点，努力在品种研发、包装开发、品牌建设和商业模式创新等方面下功夫，取得了明显成效。

数据显示，2012年，全省销售各类多品种食盐2.94万吨，同比增长230.59%，销售绿色盐13.75万吨，二者占小包装口食盐比例从去年的15.03%提高到73.43%，较好地提升了食盐产品档次，丰富了市场供应，增强了企业发展能力。

非盐经营实现逆势增长。近两年来，浙江盐业“立足盐业主业，着力多元发展”，主动应对盐业市场化挑战，

“浙江盐业把握“稳中求进”总基调，以提高盐业经济增长质量和效益为中心，结合自身发展实际，创造性地出了一系列推动盐业经济良性发展的“组合拳”，交出了一张张漂亮的“成绩单”。



陈存法

充分依托全省食盐配送网络，大力拓展非盐经营业务，努力在产品品牌、经营规模和价格、成本、渠道、服务等方面发挥优势，抢占市场份额，扩大销售，做好增量，摊薄成本，提升效益。据统计，2012年，浙江盐业实现非盐销售收入4.12亿元，同比增长10%，占全部销售收入的21%。

陈存法表示，在下一步的调结构工作中，会努力做好三方面工作。“努力推进三大板块建设。围绕主业上下游延伸产业链，加大盐源基地建设，进一步推进‘公司+盐场’运行模式的组织实施，切实增强对省内外盐资源直接或间接的有效占比，为产业发展提供强有力支撑。”

同时，“积极推进产品结构调整。继续推进实施海盐精品化战略，加大食盐新产品研发力度，努力打造具有自主知识产权的食盐产品，做到研发一批、上市一批、储备一批。”

此外，“全力推进经营结构调整。加大非盐经营力度，着力拓展非盐经营业务。充分运用盐业网络资源优势，全面调动和发挥全体员工的积极性、创造性，积极稳妥拓展非盐业务，逐步提高经营规模和效益。”

预计今年销盐量将突破100万吨

事实上，浙江盐业对专营管理在不断强化落实。同时，严格执行国家

食盐分配调拨计划，加强调运管理和食盐储备工作，切实保障全省盐业市场安全有效供应。

此外，认真抓好生产、销售各环节的质量管理，及时启动和制定全省《食用盐碘含量》新标准，保障新老标准碘盐生产供应的平稳过渡，确保全省人民食盐安全。

值得一提的是，浙江盐业认真组织开展“5·15”碘缺乏病日主题宣传活动，进一步普及科学补碘知识，不断推进食盐加碘消除碘缺乏病工作的可持续发展。

近年来，浙江盐业在管控能力方面有着明显的提升。浙江盐业认真实施全面预算管理，进一步强化预算编制、执行和监督考核。加强财务基础管理，组织开展全省盐业财务大检查，加强成本管控和资金集中管理，较好地提升了企业管理规范化、集约化、精细化水平。

同时，加强绩效考核管理，制定出台了《浙江省盐业企业经营业绩考核办法》，进一步规范了薪酬分配制度。

此外，还加大风险管控力度，加强内部审计管理，较好地发挥了内审的监督制约作用。

陈存法说，“管控能力是集团公司实施层级管理、资源配置、战略协同和风险控制的综合体现。必须高度重视加强集团管控能力建设，向管理要市场、要效益、要健康平稳发展。”

根据省国资委要求，浙江盐业也开展了“管理提升年”活动。对此，陈存法表示，“以‘管理提升年’活动和对标管理为抓手和平台，制定管理提升活动实施方案，切实抓好专项提升，不断推动粗放管理向精细管理、集约管理转变。”

改革促进企业不断创新进步。陈存法早已认识到这点，“深化改革，建立健全适应市场经济要求的现代企业管理体制和运行机制，是保证全省盐业和集团公司持续稳步发展的必然选择，也是当前和今后一个时期十分重要而迫切的任务。”

在陈存法看来，“企业不改革，就不能有效激发企业活力和竞争力，转型发展就会成为一句空话。我们要以更大的勇气和智慧来推动改革，着力解决影响和制约企业可持续发展的突出矛盾和问题，为企业转型发展提供强大动力。”

同时，陈存法说，“维护市场稳定、保障市场供应，是专营企业的首要任务。我们要毫不松懈地抓好盐业市场监管，切实肩负起保障全省人民食盐安全的政治责任和社会责任。”

面对新的挑战与机遇，陈存法胸有成竹地说，“2013年主要经营目标是：产盐量10万吨；销盐量100万吨，争取105万吨以上；实现销售收入增长10%以上，利润总额增长8%以上，净资产收益率8%以上。”

武钢：浇铸文化脊梁

■ 本报记者 丁国明 陈欣媛

“武钢的文化建设体系完备，组织框架完整，企业文化建设取得了较好成绩。”武汉钢铁(集团)公司党委常委、工会主席马启龙说，“应进一步提高对企业文化建设重要性的认识，建立子文化建设协调机制，将企业文化建设落到实处。”

正如马启龙所说，近些年来，武汉钢铁(集团)公司(以下简称“武钢”)不断倡导下属企业提升软实力，目前，已有铁军文化、家文化、卓越文化、质量文化等。

建工集团“铁军文化”助力“走出去”

从武汉到全国十七个省市，从中国到新加坡、利比里亚等海外国家，从建高炉到建高架，从冶金工程到市政建设，武钢建工集团将一面面鲜红的铁军大旗插入每一个项目现场。

一路风雨，一路跨越，一路奋进，作为武钢相关产业的重要一极，建工集团迈着坚定的步伐，逐步实现了“市场化、专业化、走出去”的战略构想。

如今，建筑工程、检修保产、钢结构制造三大产业齐头并进。

坚定不移的“走出去”，使建工集团焕发了勃勃生机。截至目前，建工集团外部市场合同已占到总合同量的65%以上，全国十七个省市，海外利比里亚、新加坡等国，都有建工集团施工的足迹、产品的身影。

在不断总结与发掘中，建工集团一方面严格贯彻执行武钢公司关于企业文化构建的相关文件精神，一方面围绕在建工集团内趋于共性的优秀文化现象进行提炼。一套具有自身特色、适应“走出去”需要的文化体系日渐明晰，建工集团称其为“铁军”文化。

靓丽的成绩背后，凝结的是从领导班子到普通职工的辛勤汗水，依靠的是“铁军文化”蕴含的坚实力量。

2012年3月，在建工集团成立10周年之际，武钢公司总经理邓崎琳亲笔寄语道：“解放思想、改革创新、走向市场，争取又好又快发展。”

在铁军文化的培育与践行过程中，建工集团以武钢公司文化体系为基础，以武钢文化作为建工集团企业文化构建的支撑，同时提炼建工集团自身特色，逐步形成铁军亚文化体系。

行业性质决定了建工集团工作条件艰苦，压力巨大，职工队伍具备坚忍不拔、作风过硬的优良品质，能适应各种复杂的工作环境。总体而言，建工集团铁军文化包含了：五铁五军六统一。

从培育的角度细化，建工铁军文化有“五铁”，即：坚定“铁的意志”；强化“铁的信念”；执行“铁的纪律”；贯彻“铁的作风”；树立“铁的诚信”。其中，诚信是“走出去”践行的关键，是外部社会对企业的根本要求，也是建工集团长期以来所恪守的准则，以诚信作为整体追求。忠实承担自己应该承担的义务与责任，以信誉构筑企业良好形象。多年来，合同履约率始终保持100%。

从“铁军”文化的践行来看，建工铁军文化有“五军”，即：打造军魂，健全军纪，塑造军风，提升军力，展现军容。

攻坚克难，敢打必胜。短短八个字既囊括了建工集团铁军文化的精髓，又是建工集团职工队伍的真实写照。自始至终参与武钢建设，全国各地鏖战征程，市场竞争大浪搏击，创建一系列精品名牌工程……他们一次次以实际行动告诉世人，这就是铁军。

国贸总公司“家文化”传递“正能量”

优秀的企业文化不仅是企业的核心竞争力，更是社会主义核心价值观体系的重要载体。

企业文化渗透在企业工作的方方面面，以社会主义核心价值观体系为指导，提炼出便于宣贯的企业文化的总纲尤为必要。

以人为本是社会主义核心价值观体系的重要体现和内在要求。因此，企业文化建设必须贯彻落实以人为本理念，认真了解员工的文化需求，切实把传统管理重视“物”，转变为重视“人”。

通过自查，国贸总公司找到了公司文化理念混乱的原因，通过对员工的思想现状进行深入分析，提炼了积极的文化元素。在此基础上，国贸总公司贯彻落实武钢集团“一大目标、三个转变、五项理念”，决定培育践行“家文化”，大力倡导“把岗位上的事当做自己家里的事来做”的职业理念。

据介绍，“家文化”体系以“和谐、责任、激情、奉献”为核心理念，不断丰富深化“家文化”的内涵，着力倡导“家在心中、家在现场、家在市场”的行动哲学，激发职工感恩武钢、忠诚武钢、奉献武钢的无穷动力，提升公司的软实力。

企业文化一旦成为员工的自觉行为，不仅大大降低企业的管理成本，也必然会给企业带来巨大的生机和活力，收到意想不到的效果。

几年来，国贸总公司坚持不懈地建设“家文化”体系，使之逐步成为员工的自觉行为的同时，也获得了丰厚的回报。

员工千方百计地提高采购性价比。国贸总公司全员树立了家的观念后，充分发挥各自的聪明才智，形成了你追我赶降低成本的氛围。2012年，与主体厂矿共同确立了120项高性价比采购项目，并签订责任书。在为降低采购成本的同时，备件材料计划执行率97.08%，备件零库存采购供应比例65.5%，均创历史最好水平。

面对巨大的盈利压力，国贸总公司员工充分发挥了家的主人翁精神，踊跃献计献策。去年以来，共收到贸易点子473条，尽管有些贸易点子很不成熟，但这种众志成城的精神鼓舞了所有的员工。国贸总公司直接采纳的建议有13条，交由相关部门研究拿出具体措施的有35条。

北新建材联手成龙为雅安“筑爱”

■ 本报记者 鲁扬

雅安震后急需救灾安置房，雅安人民期盼来自社会各界的帮助。5月26日，北京成龙慈善基金会联合北新建材“圆梦”房屋援建雅安老人安置院发车仪式在位于北京密云的北新国家住宅产业化基地举行。北京成龙慈善基金会会长成龙在接受《中国企业报》记者采访时感叹道，过去援建灾区的临时简易房，大多破烂不堪，甚至变成了垃圾，对环境造成破坏，这次选择北新建材新型工业化房屋，环保、节能而且可使用95年，还可以回收再利用，不选择这样好的房子，我还能选择什么呢？

节能：全球领先的保温技术

刚刚从雅安回来的北新劳模田经理告诉记者，雅安地震发生后，老人们被安置在临时搭建的赈灾房内，在炎热与雨季多发的夏季，要忍受余震、雨水、潮湿与高温的煎熬。此次成龙慈善基金会率先采用北新建材的“小康抗震房屋”，采用金邦板代替彩钢板，采用A级防火的岩棉替代泡沫塑料，不仅更加坚固和美丽，而且杜绝地震和火灾隐患，75%的节能标准，冬天可以提高室内温度5度，更加保温节能舒适，一步到位避免浪费。

董事长王兵对记者说，北新房屋材料全部为绿色环保的新型材料，采用全球领先的双保温+双隔层的墙体



全国青联委员、中央企业青年志愿者协会副主席、北新建材董事长王兵与成龙激情敲响战鼓。

结构保温节能技术，墙体六面保温，能有效避免冬天结露、夏天返潮；独特的开放式通气层设计，利用空气对流原理，有效阻止潮气或其他腐蚀性气体浸入主体结构；主体结构与外墙装饰层之间设有单向呼吸纸，室内潮气可由里向外透出，而室外潮气却无法透入；外墙隔声量大于50db，内墙隔声量大于45db，达到四星级酒店的隔声标准。老百姓住在这样的房子里，才能感受到舒适的家，才能更好地享受生活。

董事长王兵还特别强调，北新房屋产品全部使用绿色环保材料，且90%以上可回收，拒绝建筑物终老时所产生的大量建筑垃圾；整体施工均为干法作业，用水量仅为传统房屋的10%，不受季节气候的影响，施工现场

无噪音、粉尘、污水污染，施工速度快捷，200平方米单体房屋工期仅需45天。

长寿：95年结构安全

董事长王兵对记者说，北新最新的第三代新型工业化房屋设防9级地震、抵御12级台风，屋面承重可达10000mm，房屋主体结构满足95年结构安全设计，是真正的“百年房屋”。

目前地震灾区群众安置板房及施工现场临时性用房大多使用彩钢板，由于彩钢板芯材多用聚苯乙烯、聚氨酯泡沫等易燃材料，极易引发火灾。5月22日起，公安部部署全国开展专项整治，凡发现彩钢板建筑存在

重大火灾隐患的，要立即拆除。

北新房屋全部为绿色环保的新型材料，其A级不燃的防火性能可达到《建筑设计防火规范》GB 50016-2006中二级、三级防火要求，完全满足国家标准。

回忆2008年汶川地震，王兵自豪地说，当时北新建材是北京市建委援建灾区唯一推荐的拥有新型钢结构房屋产品的企业，参与援建的都江堰水利十局医院，是汶川地震灾后第一个投入使用的二甲医院，成为央企援建项目中房屋质量最好、建造速度最快、最早投入使用的，得到了当地政府及国家领导人的高度评价。而经过近几年改良后的新型工业化房屋，质量更高，节能效果更强，也更坚固耐用。