

企业登记注册由 15 天缩减至 3 天,将 87.2% 的企业审批权限下放至县(市)分局

郑州市工商局服务企业落地航空港

龚利 本报记者 王少华

企业登记注册由 15 天缩减至 3 天,不享受行业等限制便可申请“省字头”企业名称,注册资本无需再提供验资报告,每年年检改为年度报告备案,提前两天预约可提供上门服务……注册登记的市场主体享受这一系列令人心动的重磅举措不再是奢望。近日,郑州市工商局出台《郑州市工商行政管理局关于放宽工商登记条件促进郑州航空港经济综合实验区市场主体发展的意见》,推出多项力度十足的优惠政策,为更多市场主体在郑州航空港经济综合实验区“落地生根”敞开方便之门。这是该局打出的又一场漂亮的服务战。

“服务地方经济发展是工商部门永恒的主题,必须时刻围绕服务发展大局作贡献。”郑州市工商局党组书记、局长岳希忠说。

改革创新带动服务升级

从出台放宽企业名称核准限制、放宽企业经营场所登记条件、试行部分行业筹建登记、放宽成立集团的登记条件等 7 项优惠政策服务中原广告产业园区建设,到出台下放登记权限、缩短办理时限、放宽企业冠省级名称条件、放宽经营范围审批登记条件、实行注册资本认缴登记制度和实收资本备案制度,放开对住所产权证明的限制,实行企业年报备案制度等 13 项优惠政策促进航空港经济实验区健康快速发展,郑州市工商局将把这服务之火愈烧愈烈。9 月 22 日,该局制定的《关于放宽工商登记条件促进郑州航空港经济综合实验区市场主体发展的意见》由郑州市政府批转各县(市、区)政府、市直各部门执行。

为方便企业就近办理注册登记等相关手续,全面提升服务市场主体效能,年初,制定了《郑州市工商行政管理局下放企业登记审批权限工作实施方案》,将注

册资本 3000 万元以下的 13767 家企业审批权限下放至县(市)分局,下放企业占市局登记企业的 87.2%。为不影响企业年检,在最短时间内完成了 13767 家企业档案移交工作,并对省“双百”企业、市重点企业(项目)、企业集团、商业连锁等大型企业实行预约年检、上门年检、集中年检、延时年检、应急年检等,全力优服务、提效能、促发展。全市新增各类市场主体 89623 户,总量突破 50 万户,注册资本总量达 6729.42 亿元,为 3797 家企业(含分支机构)提供上门年检服务,被郑州市政府评为唯一一家行政审批优秀单位。

积极推进行政审批制度改革,工商部门仅保留企业及个体工商户登记核准、户外广告登记、事业单位广告经营许可、食品流通许可和外商投资企业登记核准等 5 项行政审批事项;优化审批流程,精简审批环节,开辟“绿色通道”,缩短审批时间,将部分行政审批事项办理时限由 15 个工作日压缩到 3 个工作日,极大提高了行政审批效能。

理念转变带动监管升级

树立“宽进严管”的理念,加大对市场主体尤其是经营行为的监管力度,研究制定市场监管整治方案,深入开展中原红盾消费维权行动、砺剑行动、食品批发市场专项整治、市场巡查等系列行动和城区主次干道无照经营专项治理、流通环节食品安全“百日会战”,流通领域家具产品专项执法检查、流通领域儿童用品专项执法检查等行动,重拳整治无照经营、传销、商业贿赂、利用合同格式条款侵害消费者合法权益等违法行为。今年以来,共查处各类违法经营案件 7382 件,案值 3663.50 万元,罚没金额 3815.72 万元。在公安部、国家工商总局指导下,与郑州市公安局联合办案,查办了案值近 3 个亿的葛兰素史克(中国)投资有限公司商业贿赂案件。

树立“日常规范监管”的理念,为促进监管向常态化监管、综合性监管、主动性监管、事前预防式监管转变,构建完善的市场巡查机制,该局深入开展工商局长走基层活动,市局 8 个调研组和 21 个县(市、分)局调研组,带着责任下基层、带着题目下基层,带着感情下基层,深入全市 139 个工商所及辖区市场主体调研走访,带着“较真劲儿”查摆问题,有针对性开展解剖麻雀式的“会诊”,累计召开正、副所(科)长座谈会 238 次,查摆基层基础建设共性问题 25 个,制定整改措施 9 项,并选择了 4 个有代表性的工商所试点整改;深入开展中原红盾市场巡查行动,实现摸清底数、明确责任、普遍巡查、行政指导、执法办案的目标,建立市场巡查长效机制,出台《郑州市工商行政管理系统市场巡查工作规范实施办法(试行)》,对市场巡查任务、原则,巡查方式及流程,巡查工作标准等进行明确规定,推进市场巡查工作的常态、规范化、制度化。

树立“监管也是服务”的理念,由重行政处罚向重行政指导拓展,强化重点企业行政指导工作,对 2012 年被立案查处、被申诉举报和未参加年检的市场主体,通过行政建议、辅导、提醒、劝告、示范、公示、约谈等多种形式,普遍开展了行政指导工作;积极开展诚信经营承诺活动,印发《诚信经营倡议书》4 万份,组织签订《诚信经营承诺书》202865 份、《食品安全承诺书》42393 份,督促经营者健全自律制度,增强诚信守法经营意识。

凝聚力量带动维权升级

“现在维权越来越容易了,广场里就有消费维权服务站。”9 月 29 日,正在二七万

达广场购物的杨女士指向消费维权服务站,兴奋地对身边的另一位女士说道。在郑州,像二七万达广场这样设置消费维权服务站的商场还有很多。为把消费纠纷第一时间化解在源头,减轻消费者的维权成本、经营者的经营成本和工商机关的行政成本,在郑州市工商局各级 12315 机构的指导下,全市有 692 个经营场所建立了消费维权服务站。截至目前,692 个消费维权服务站共受理消费者投诉 3150 件,和解率为 100%,为消费者挽回经济损失 683 万元。

为充实工商部门和消协组织消费者权益保护工作的力量,组建了一支由人大代表、政协委员、记者、三级网格管理员、经营者、普通居民等社会各界热心人士 2637 人组成的消费维权志愿者队伍,其中消费者义务监督员 1317 人,食品安全志愿者 1320 人。为提高这支队伍消费维权能力,该局适时组织消费者义务监督员和食品安全志愿者进行法律法规、消费维权知识培训,提升志愿者的维权水平。

针对工商机关执法力量不足问题,建立工商监管人员、投诉人代表和商场超市负责人“三方协作”平台。一方面发挥职业投诉人发现问题不受时间、空间约束,又掌握有一定经验和技巧的优势,协助工商部门发现问题、解决问题,有力改变了以前疲于应付职业投诉人“找茬”的被动工作局面;另一方面通过定期召开座谈会提示经营者及时整改经营中存在的问题,督促经营者将外部监督压力转化为内在工作动力,不断强化自律,诚信守法经营。

今年以来,全市工商系统 12315 消费者申诉举报中心受理消费者申诉 1278 件,举报 1058 件,咨询 45048 件,为消费者挽回经济损失 112.73 万元。

优化环境看河南

本栏自由

河南省优化办主办
永城市产业集聚区协办

中州快讯



河南集中开展发展环境专项监察

近日,河南省政府批转了省监察厅关于河南省优化产业集聚区发展环境专项监督检查工作方案。未来几个月内,河南省将集中开展相关专项监察活动。

据介绍,检查将按照“统一立项、上下联动、分级负责”的原则,采取自查自纠和联合督查相结合的方式进行。目的是通过监督检查摸清问题的根源,制定整改措施,纠正违规行为,促进工作落实,为产业集聚区健康快速发展提供保障。监督检查时间分两个阶段,第一个阶段自查自纠,从今年 9 月 1 日起到 10 月底结束。第二个阶段监督检查,时间从今年 11 月 1 日起到 12 月底结束。(王红伟 杜慧)

中铁七局新鲜事:“家文化”会议站着开

中铁七局组建 10 周年首次召开全局性的“家文化”建设发布会竟然如此简朴短暂。宽敞明亮的机关办公楼一楼大厅里没有主席台,也没有摆放桌椅和鲜花,甚至连一瓶矿泉水也没有。从上级领导到员工百十号人,全是站着参会。

发布会从 9 月 24 日上午 9 时许开始,到“文化石”揭幕结束,整个过程仅用了 35 分钟。时间虽短,内容却十分丰富:有中铁七局党委书记姜满金对企业精心打造“以企业为家庭,视员工为亲人”为核心的“家文化”取得经营规模翻 10 倍的回顾;中铁七局董事长王宗怀对今后企业“家文化”建设纲要的诠释等。(钟克生 邵昌成 王少华)

河南举办市县级国资监管负责人培训班

根据国务院国资委的要求,9 月 25 日至 27 日,河南省国资委在郑州市举办了全省市县级国资监管机构负责人培训班,全省 18 个省辖市领导班子成员和各县(市)区主要负责人共 270 人参加培训。

这次培训是河南省首次对市县两级国资监管机构负责人进行整体培训,是深入开展群众路线教育活动、全面加强国资系统建设、推动构建国资监管大格局的一项重要举措。同时,河南省国资委还以培训为契机,对全省市县国资监管机构设置、职能和人员配置、监管企业资产情况等进行了全面调查摸底,完善了省、市、县三级国资监管体系。(王少华 王红伟)

“浓香”沁人“质”存高远

河南中烟:以“零缺陷”打造品牌“金品质”

鲁朝晖 豫中烟

品牌如人,能够历经岁月洗礼,终成永恒经典的,终究不是外在的浮华与矫饰,而是其内在的精神品质。细数那些我们耳熟能详的知名品牌,风雨沧桑过后依然散发着迷人芳香和旺盛生命力的,始终拥有出众而稳定的产品品质。

对于经典品牌“黄金叶”,经典的产品感受和始终如一的产品品质是其坚定不移的载体和依托,因为河南中烟人深知,唯有打造金的品质,实现中原突破甚至更高的“金叶梦”才有坚实的物质基础。

“浓香温润”新体验

品尝过品牌产品的消费者大多会惊喜地发现:这个烟抽起来顺、香、润,口感非常好!甚至不少消费者直称:“这是我抽过的最好的烟!”

一包此品牌烟在手,消费者感受到的是它的浓香,而给予消费者这种感受的,是河南中烟人对于产品品质的极致追求。

“把复杂留给设计,把简单留给生产,把品质留给消费者。”这是河南中烟人一直倡导的。

在中国北方,浓香风格的烟草产品有着深厚的市场基础和天然的优势,“烟叶王国”河南更是有生产浓香型卷烟的原料优势。以河南浓香型烟叶为基础,以“香味协调、浓醇兼顾”为产品设计理念,河南中烟在原料选用、卷烟配方、特色工艺、调香、降焦减害等环节集成创新,最终打造出了全新的“浓香”品类,逐渐形成了以“三烤、三润、三净”为核心的品牌香



河南中烟郑州卷烟厂生产车间 郭大玺/摄

烟浓香技术支撑体系。

“三烤”:一烤透本香,二烤出净香,三烤成浓香。“烤红薯和蒸红薯相比,前者更香。这是因为在蒸的过程中,水蒸气不可避免地会带走一部分香气。这虽然只是一个形象的说法,但却生动地说明了品牌香烟烘烤工艺的独到之处:把烟丝干燥过程的调控方式,从一般的热风及排潮固定、筒壁温度调控,变为筒壁温度固定、热风及排潮调控。这样一来,变“以蒸为主”为“以烤为主”,最大限度地保留了烟丝本源香气。”在河南中烟技术中心,研发人员形象地比喻道。

“三润”,是指保护烟叶原有水分,滋润增香,温润持水。一润,应用覆

膜锁水技术,使烟丝表面形成油水相隔双分子层保护膜,起到在干燥环境中保湿和潮湿环境中防潮的双重功效。二润,应用低温保水技术,有效增加主流烟气的水分含量,提升烟气“温润”特质。三润,应用滋养持水技术,形成“亲水因子”,起到双重持水效果。

“三净”,是指应用微生物定向清除技术,净烟叶;应用无损伤烟丝净化技术,净烟丝;应用选择性吸附技术,净烟气。通过技术创新,河南中烟不但有效降解了烟叶中对感官质量无益的蛋白质成分,而且使整体卷烟的危害性指数同比降低了 25% 左右。

“三润”,是指保护烟叶原有水分,滋润增香,温润持水。一润,应用覆

叶的天然优势,又完美地契合了消费者的需求。

从 2009 年 9 月,“黄金叶”(天叶)正式投放市场,“浓香”不仅成为此品牌香烟卷烟独特的品牌属性和风格特征,更成为与其它卷烟品牌有效区隔的个性标签。“浓香”品类之下,“浓香”风格的充分彰显,为此香烟品牌在满足消费者不同口味需求的同时,有力地拓展了市场空间。

这一点在市场上得到了印证。随着“烟丝金黄金黄,烟灰雪白雪白”、“烤出来的浓香”的品质属性逐渐被广大消费者所认知,此香烟品牌的品质价值迅速转化为市场竞争力,助推此香烟品牌快速崛起。

用硬指标兑现质量承诺

浓香沁人,开启了此香烟的市场“蓝海”,而要让这种喜爱变成忠诚,对于此香烟产品的质量控制而言,任重而道远。

在河南中烟,员工对河南中烟总经理杨自业出的一道数学题印象深刻:

90%×90%,连乘 5 次,结果是多少?

在大家普遍印象中,不论是工作,还是学习,如果能达到 90%,已经算是相当优秀了,但是,5 个 90% 的乘积竟然是 59%,连“及格线”都达不到!

从 90% 到不及格,给了河南中烟人极大的启示。“每生产一条卷烟,从投料到成品,要经过多少个工序?如果对于一个小的缺陷漠视不管,累积起来对于品牌来说无异于一场灾难!”

因此,对于承载着“中原突破”重任的此香烟品牌,在其生产的全过程,河南中烟为其立下了最严格的质量标准:——工作零失误、过程零浪费、质量零风险、产品零缺陷、顾客零抱怨。这是对于工作的一项硬指标,更是河南中烟和此香烟品牌对于消费者的郑重承诺。

在许昌卷烟厂卷包车间工艺质量管理员的办公桌上,有一个白色记录本,封面写着“质量日报”。随手翻阅:2013 年 1 月 7 日,乙班 11 号包装机小盒皮错牙;18 号卷烟机水松纸翘边……

“这是产品质量的‘症状单’,需要送给带班长和车间领导,让他们了解上一个工作日车间产品质量。同时张贴到车间通知栏,使职工掌握本机组的质量情况,也有助于设备维修工尽快开出‘药方’。”工艺质量管理员拿着一本整理好的“质量日报”记录本告诉记者。

在新郑卷烟厂,“下道工序是客户”的质量理念始终贯穿“金叶制造”的全过程,根植于每个人的脑海中,每个人都自觉成为岗位质量的责任主体。“我们专门建立了该香烟品牌健康成长档案,通过对生产过程的全程信息跟踪,最大限度地控制产品质量,持续保持浓香风格的稳定性。”新郑卷烟厂一位工作人员告诉记者。

正因为如此,在生产规格多达 17 个、中试产品多达 4 个的严峻压力下,在广大消费者对高端产品要求苛刻,“天叶”生产标准高、要求严的情况下,该厂实现连续 19 个月产品质量市场零反馈,保证了此香烟产品的高质量、高品质始终如一。

精于心,细于行。随着此香烟品牌生产规模的不断扩大,河南中烟人对于持续保持产品质量的领先优势有了更多更深的探索和创新,这就是公司提出的“大质量观”——不仅关注产品质量本身,对于一切影响产品质量的显性和潜在因素都要进行有效控制,从而建立起此香烟品牌的预防性质量管控体系。

从标准到技术,从在线到预防,河南中烟不断将此香烟品牌质量控制的触角进行纵向延伸和横向拓展,所有的努力只为了一个目标:让每一包香烟都是一个优秀的作品,让每一位消费者都能感受到此香烟品牌的黄金品质!

这,正是从优秀品牌到伟大品牌的光荣质变。