北京拟投入7600亿元治理雾霾

北京市长王安顺表态,投资一万亿元也值

综合

1月16日，北京遭遇雾霾袭城，PM2.5再次爆表。全市只有密云水库达标(PM2.5值为81),而其余地区最高达到了500,北京城区与郊区地区质量指数大多在300以上。天安门广场及周边能见度低，许多市民在广场大屏幕宣传片中观看旭日东升。

北京已与中央签订责任书,承诺到2017年实现大气污染得到改善。在市政协举行的经济发展专题座谈会上,北京市长王安顺表示,为了到2017年能够天蓝、水清、地绿,投资一万亿元是值得的。

王利博制图

北京与中央签订大气治理“生死状”

18日上午,《北京市大气污染防治条例(草案)》提交大会审议,降低PM2.5首次纳入立法，这是时隔13年后,人代会再次行使立法权。王安顺评价它的意义“非同一般”。

“空气污染是个最大的民生问题。”王安顺说,近两年,老百姓对污染的危害深有感触,空气污染、水污染甚至阳光都因为此而不再明亮,解决好污染是经济问题、社会问题和政治问题，既是国内问题也是国际问题。

王安顺说,从中央到人民群众都高度重视大气污染问题,民众迫切期待改善空气质量。去年9月,国务院专门出台治理大气污染的条例,他代表北京与中央签订责任状,立下壮士断腕的决心。“也是生死状,因为中央领导说,2017年实现不了空气治理就‘提头来见’。既是玩笑话,也说明了这句话的分量很重。”

王安顺提到,朝阳区是大区,面积大、人口多,GDP和财政收入在全市的比重分别在20%以上。对于落实大气污染条例的内容，朝阳区政府和人民都担负重要责任。他表示,根据大气污染治理条例的要求,政府和人民都是主体，但政府是第一主体。他叮嘱坐在一侧的朝阳区委书记程连元和区长吴桂英一定要细化落实。“我跟中央签订了责任状,对不起,连元和桂英,我是代表你们去的,这次不是说就我一个人承担,是属地负责。”

今年秋天，亚太经合组织(APEC)领导人非正式会议将在北京召开。北京的大气污染治理将面临向奥运会期间一样的考验。王安顺说:“领导见了面就反复问一件事:今年的亚太经合组织会议，你能不能保证空气质量没问题？我说能。”王安顺说到这儿，底下的代表们又笑起来。“你不能也得能啊。”王安顺说,北京奥运会期间,北京为了进行大气治理曾作出多项努力，甚至周边省市为奥运会也做出了贡献。

还大家最基本的生存条件

“为了到2017年能够天蓝、水清、地绿,我看一万亿元值得。因为这是为民生，还大家最基本的生存条件,阳光、空气、水,这就是政府要投资干的事。”

在投融资体制改革问题方面,王安顺表示，这是地方政府在推动建设发展过程当中必须要解决好的问题。从当前需求来看,北京已经进入了转型发展的关键阶段，发展战略性新兴产业、新型服务业需要投资资金，推进城镇化、基础设施建设、重大民生工程,也将产生很大的投资需求。

如实施垃圾、污水三年行动计划,要投入848亿元。治理PM2.5投入将高达7600亿元。有报道说治理PM2.5需要投入上万亿元。王安顺说:“为了到2017年能够天蓝、水清、地绿,我看一万亿元值得。因为这是为民生，还大家最基本的生存条件,阳光、空气、水,这就是政府要投资干的事。”

熟悉北京的人都知道北京有光鲜亮丽一面，也有背街小巷的棚户区。王安顺称,要下决心进行棚户区改造,一年需要1000亿元,五年就是5000亿元。这些民生问题靠政府的资金,是远远不够的,必须发挥市场决定性的作用，综合推进投融资体制、市场准入、价格等各项改革,为民间资本进入创造条件。

本市将确立偿还回报机制,通过设立基金等方式，发挥财政资金的引导和放大作用，鼓励支持更多的民间资本参与到城市建设发展当中来。

资讯

中铁七局郑州公司实现连续第三个安全年

截至2013年12月31日24时，中铁七局郑州公司实现连续第三个安全年。近年来，中铁七局郑州公司始终把安全当做永恒的主题,贯彻“查找问题细、制订措施实、整改落实到位、结果反馈及时、奖惩考核兑现、责任追究严格”的工作链条,把标准化作业、确保安全贯穿于施工的整个过程中,提高现场的执行力,坚决夯实安全基础,防患于未然,保证了安全有序可控。三年来,该公司荣获国家优质工程奖2项、省部级优质工程奖3项、中国中铁优质工程奖2项、安全标准化工地2个、省级文明工地2个等多项荣誉称号;所承建的南水北调工程和郑州动车所工程,分别被评为中国中铁“优秀青年安全监督岗”和2011—2012年度“全国青年安全生产示范岗”。 （邓 剑）

河南省工商行政管理工作会议在郑州召开

1月9日,河南省工商局召开全省工商行政管理工作会议。会议总结了2013年河南省工商行政管理工作取得的成绩，部署2014年任务,动员全系统进一步振奋精神、凝聚共识,抓住职能转变新机遇,迎接体制改革新挑战,努力开创工作新局面。2013年,河南省工商系统紧紧围绕粮食生产核心区、中原经济区、郑州航空港经济综合实验区战略规划实施,深化“五个工商”建设,狠抓规范管理提升,在服务中原崛起、河南振兴中推动工商工作不断取得新成绩。在新的一年里,河南省工商局将以改革创新为主题,坚持“五个工商”建设目标,在改革创新中服务发展、加强监管、强化维权、建设团队,释放改革红利,激发市场活力,全面提升工商行政管理工作水平。 （王美玲 徐志成）

永登铝业推进内部市场化工作

河南永登铝业公司开始内部市场化工作两年来,通过学习消化、完善制度,各级市场建设、试运行等各个阶段,目前所有KPI指标均实现了量化考核，员工薪酬的70%以上纳入了内部市场化结算体系,各级市场体系运行正常,初步实现了规范化的建设、实施、评价、改善闭环管理过程,已达到了河南能源集团B级验收标准。一是按照生产实际细化核算单元; 二是按照完全成本进行链式结算。同时,进一步完善内部市场信息化体系和三、四级市场建设,提高职能科室的服务意识，将管理干部履职情况和作风建设纳入市场化目标考核,同时进一步简化流程、突出关键指标和实效,以公司利益最大化为原则,实现改变提升和持续循环。（王峰 韩根强）

登封市企协多种形式提高企业家素质

登封市企业家协会自2008年1月成立以来,通过举办“创新在路上”大讲堂、职业经理人培训、出版论文集等形式,提高全市企业家素质,推动地方经济发展。一是举办“创新在路上”大讲堂,目前已经举办讲座37期。二是举办职业经理人培训。举办了三期“职业经理人”专题培训班,65名企业家获得了中、高级职业经理人资格证书。三是出版论文集和资料汇编。协会收集企业家的专著、总结、报告等文稿130多篇,编辑出版了《提炼 提升 提高》论文集两册。牵头组织发改委等部门,收集大量资料,整理出版了《低碳经济资料汇编》一书。对企业编制发展规划、理顺发展思路、寻找建设项目,起到了事半功倍的效果。 （崔燕方 徐志成）

海外出口量达万台,居东风集团海外出口销量第二位

郑州日产销量连续三年增长20%

张祎 王美玲

根据2013年全国乘联会发布的1—11月销量,中国车市在经历了2012年的跌宕后,2013年迎来了一个快速恢复。纵观各方数据：日系品牌恢复幅度相对较大,自主品牌市场占有率有所下降,另外乘用车出口出现负增长。而郑州日产作为一家典型的双品牌车企，它的销量表现令人欣喜。据悉,目前郑州日产累计销量118000台,同比上涨16.2%,已提前超额完成年度的营销计划，其旗下东风自主品牌表现颇为不俗，锐骐皮卡销量同比上涨21.3%,而帅客车型更是占据了总销量的26.6%;同样有出色表现的是郑州日产的海外销售,截至去年11月郑州日产海外出口量达到10000台，已达成全年销量跨越万台大关的目标，实现了连续三年将近20%的增长量，在整个东风集团各子公司海外出口销量的排名中位列第二。

中国越野拉力赛——郑州日产爱好者车队参赛实况

中国越野拉力赛——郑州日产爱好者车队颁奖合影

第七届销售技能大赛——知识竞赛环节

2013牵手暖冬走进农民工子弟学校——孩子们为领导佩戴红领巾

“双品牌”的战略 郑州日产三驾马车助力销售

面对激烈的市场竞争,难以预料的车市现状，郑州日产并不盲目跟风。在没有更多新品支持的情况下,凭借其20年的专业积淀稳扎稳打。据了解,郑州日产是首个经营“双品牌”并把其进行长期战略实施的合资车企,在引进外资的同时,通过双品牌的优势借力外资品牌来优化自主品牌。目前,如东风日产等越来越多的合资厂商也采用了类似模式,开始采用“双品牌”的战略,可以说,郑州日产为中国车企探索出一条可借鉴发展的道路。

在双品牌的支撑之下郑州日产潜心于布局CDV、SUV和皮卡三大细分化市场,在保持其强大的行业销售特点之外,下沉至4、5线城市,直击消费者,并不断积极进行二级代理和店面的开拓,完善现有市场体系。郑州日产旗下东风品牌车型销量的突出表现与其在营销手段上的不断推陈出新分不开,比如通过引入“好声音”的娱乐营销引爆了济南、青岛两地消费者的热情,让帅客巡演在当地火了一把,也让更多消费者通过“拆车对标”的方式体验到“高级紧凑型商务车”和微客的区别;而锐骐皮卡科技环保体验营则在浙江、广东、河南、山东等四大重点销售区域同步进行,以体验式营销的方式,让消费者亲身感受到锐骐皮卡超值版自身的超高品质和高性价比。正是因地制宜的差异化营销策略让营销更贴近消费者的心,作为第一个参加国际越野赛事达喀尔拉力赛的中国车企,2013年9月郑州日产重回赛事营销,通过首届中国越野拉力赛再登赛事的舞台,再次让越野爱好者和消费者看到了郑州日产及其产品的越野精神与超强品质。

消费者的“伙伴” 社会责任的承担者

营销只是企业经营的通路，而郑州日产多年来始终将消费者作为中心,将社会责任视作根本,坚持做消费者的“伙伴”,做社会责任的承担者。

对于消费者郑州日产一直强化服务的理念，努力为消费者提供更多的增值服务,时刻以“伙伴”形象陪伴在消费者的身边，在中国越野拉力赛的征途上郑州日产更是将车主带入了顶尖的专业赛事，实现了伙伴的越野梦想。同时,2013年郑州日产在坚持以往“一对一”贴心服务的基础上,首先在全国的八大城市搭建起俱乐部会员积分体系，给消费者增值提供更优惠的终身制服务，预计今年该体系就将陆续推广到全国重点销售区域,并实现全国联网运营。

多年来,郑州日产一直践行企业社会责任,长期执行“牵手工程”旗下的多项公益项目,迄今为止已经发起了近70场公益活动，投入资金达4000万人民币,涉及多领域公益,并着重投入教育公益事业,救助了5000名贫困大学生和1000余名孤残儿童。自2012年起,郑州日产开始倡导无障碍出行,推出无障碍车,2013年提出“志愿我先行”理念,开启创新公益,牵手需要帮助的人群。

2013年是郑州日产创立二十周年,这一年郑州日产获得了“最佳民生车企业奖”、“年度人文关怀奖”,旗下锐骐获得了“年度最受关注越野车型”、帅客获得了“年度最佳商务车”等重要奖项。二十年精耕价值,郑州日产一直致力于为消费者提供最有价值的产品以及服务,不断精耕细作,不断创造价值,自身稳定增长的同时为中国汽车行业不断带来新的增长点,并始终愿与消费者“相信 相伴 相成就”,相信,这也是2013年郑州日产提前达成全年目标的源泉所在。