

安徽省中小企业 现“专精特新”发展格局

张骅 郝玲 本报记者 张晓梅

“合肥博一流体公司成为国内唯一能稳定生产 30Mpa 以上超高压液压件的企业。芜湖埃夫特装备公司自主研发的国内首台 165Kg 工业点焊机器人被载入‘中国企业新纪录’。蚌埠中恒新材料公司自主研发的‘超细高纯电熔氧化铝工业制备技术’达到国际领先水平。”9月18日,安徽省经信委副主任吴韦人在新闻通气会上作出上述介绍。吴韦人说,安徽省经信委在全省重点培育了 400 户“专精特新”中小企业,经过多年努力,涌现了一批全国细分行业的“单打冠军”,争创了一批中国驰名商标,培育了一批行业“配套专家”,锻造了一批科技小巨人企业。“专精特新”已成为安徽省中小企业转型升级的利器。

专业加特色 锻造出全国“单打冠军”和“配套专家”

专就是“专业化”,安徽省经信委倡导企业要做到“三个专”,即:专注一个行业几个产品、专门服务一类客户、专心开拓一些地区。这批企业在发展中均能专注核心业务,不断提高自身的专业化生产、服务和协作配套的能力。使得这 400 户企业主导产品销售收入均占企业销售收入的一半以上,并且主导产品在细分市场领域内达到了全国前十名或安徽前五名的水平。其中,主导产品在细分市场中排名全国前三的企业达 153 户,占比为 38.3%。有 64.25% 的企业产品处于国内领先水平,19.25% 的企业产品处于国际先进水平。有 78 户企业的主导产品的市场占有率高于 30%。截至目前,全省已有 67 户企业成长为全国“单打冠军”。蚌埠昊方机电公司“十多年只干一件事”,在汽车空调电液分离器行业中迅速成长为全国第一、全球第二。滁州天长缸盖公司稳居中国内燃机缸盖行业第一,并建立了国内唯一的气缸盖研究所。合肥万郎磁塑公司主营冰箱磁性门封产品占据 60% 以上的国内市场份额。

特,就是“独有或更好”,安徽省经信委倡导企业突出“三个特”。这批企业中,有不少是利用特色资源和传统技艺,采用独特工艺、技术、配方或原料,研制生产具有地方特色或企业特色的产品。特定资源方面,400 户中有 41% 的企业产品特色表现在工艺和技术上的不同,20.6% 的企业特殊性表现在品牌优势明显,12.5% 和 8.8% 的企业特色是特殊消费群体和含有特殊原料。安徽省池州的天方茶叶、亳州的华佗国药、宿州的皖神面制品、六安华银茶油等都是依托特定资源不断发展壮大的。

中小企业除生产最终消费品外,大



现代化的安徽驰纬电器有限公司生产车间

多是大企业供应链上的“配套专家”。400 户中有 248 户企业是配套企业,占 62%。有 186 户企业与大企业进行过技术合作、接受过大企业的技术指导。蚌埠大富机电公司是国内最大的射频器件及射频子系统供应商,配套华为、爱立信等通信主设备商。合肥安信阀片公司主营制冷、空调压缩机阀片,被日本电装、美国艾默生等全球标杆企业确定为同步研发和试制配套生产基地。

精细加新颖 创出科技小巨人企业

精就是“精细管理”,安徽省经信委倡导企业要做到“三个精”。这批企业在发展中均能坚持精细化生产、精细化管理和精细化服务,凭借美誉度高、性价比好、品质精良的产品和服务,在细分市场中逐渐占据优势。400 户企业大多采用了卓越绩效、六西格玛、精益生产等先进适用的质量管理和生产控制方法,普遍实现了贯标生产。有 368 户企业采用国家或行业标准进行生产。有 68 户企业主持制定过国家或行业标准,其中国家标准 55 项,行业标准 105 项。通过多年努力,形成了一批具有自主知识产权的名牌产品,有 31 户企业拥有“中国驰名商标”。安庆鸿润公司主营羽绒家纺产品,连续 13 年全国第一,是中国羽绒行业的主要制订者。合肥燕之坊公司连续 4 年成为中国粗粮行业的领导品牌。黄山昌辉汽车电器公司拥有 200 多项专利,是汽车组合开关、车锁等 7 个行业标准的主要起草单位。

新就是“创新”,安徽省经信委倡导企业要做到“三个新”。这批企业在发展中始终坚持创新驱动,通过开展技术创新、管理创新和商业模式创新,努力培育新的经济增长点,形成了新的竞争优势。研发投入上,400 户企业的研发投入占销售收入的比例均超过 2%,有 80% 的企业高于 3%。在技术或产品开发上,有 49% 的企业从事独立研发,34% 和 39% 的企业分别选择与高等院校、科研院所合作获得。知识产权上,400 户企业共拥有 11707 项有效专利,其中发明专利 2221 项,专利数量超过 5 件的企业占比为 58%。400 户中有 52.5% 的中小企业利用电子商务开展业务,20.3% 的企业电子商务销售额超过总业务收入的 50%。通过持续不断的创新发展,400 户中已培育 285 家高新技术企业,23 家国家级企业技术中心,213 家拥有省级企业技术中心。

“专精特新”中小企业成为各地骨干企业

吴韦人介绍说,目前,安徽省经信委培育的这批“专精特新”中小企业,都已成长为各地的优势骨干企业,发展速度快、创新能力强、产品质量优、经济效益好。代表了安徽省中小企业发展的最高水平,全省中小企业“专精特新”竞相发展的格局已初步显现。截至 2014 年底,这 400 户企业资产总额 945.6 亿元,同比增长 8.9%,从业人数 11.8 万人,同比增长 3.6%,实现销售收入 830.8 亿元,同比增长 9.2%,上缴税金 37.1 亿

元,同比增长 12%,实现利润 62.9 亿元,同比增长 6.0%。

对于这 400 户企业发展速度较快的“专精特新”中小企业,2014 年,销售收入增长率超过 10% 的企业有 237 户,占 59.3%。在分布上,体现了“四个集中”,一是区域分布较为集中,合肥、芜湖、安庆、蚌埠和马鞍山 5 个市占全省的 47.8%。二是行业分布较为集中,装备制造(含汽车零部件)和食品加工工业占全省的 50.5%。三是从企业经营规模上看,400 户企业的户均主营业务收入为 2.06 亿元,规模在 1 亿—5 亿元的有 236 家,占总户数 59%。四是从企业类型上看,400 户主要为民营企业,共有 387 户,占 96.8%,另有国有企业 5 户,外资企业 8 户。在企业组织形式上,基本上是有限责任公司和股份有限公司。综合来看,400 户企业只占全省规模以上中小工业企业数量的 2.4%,2014 年贡献了 3.5% 的销售收入和 4% 以上的利税。

吴韦人表示,今后,安徽省经信委将紧紧围绕中小企业转型升级这条主线,不断强化“创业创新、做专做精”发展理念,按照“生产小型化、智能化和专业化”的新思路,遵循“做专才能做强、做专才能做大、做专才能做久”的发展路径,大力倡导“专精特新 4x3”的发展导向,通过抓示范培育、抓项目实施、抓运行监测、抓宣传引导、抓市场开拓和抓企业培训,以点带面,全力做好中小企业“专精特新”发展文章,将中小企业发展成为全省产业结构调整的重要力量。

探路“互联网+三农”

三瓜公社品牌 “点亮”2015 安徽农交会

本报记者 张晓梅 / 张骅

9月12日—14日,由安徽省人民政府、农业部农业产业化办公室、合肥市人民政府、安徽省农业委员会承办的 2015 中国安徽(合肥)农业产业化交易会展会在合肥滨湖国际会展中心举行。合肥巢湖经开区三瓜公社结合本次“生态·品牌·开放·创新”的农交会主题,将在品牌发布会上率先推出印象半汤、温泉、冷泉“三大系列”产品,这三大系列产品分别是半汤绿茶(山顶野茶)、半汤绿茶(芽茶)、半汤绿茶(山谷野茶)、半汤温泉蛋、温泉鸡、冷泉银鱼、冷泉黄鳝、冷泉白丝鱼、冷泉白米虾、冷泉凤尾鱼共九款独具半汤特色的农特产品。

今年 3 月,安徽淮南商团与合巢经开区管委会联手打造成立安徽三瓜公社投资发展有限公司,注册资本 3000 万元,项目总投资资金 3 亿元,建设周期 36 个月,于 2015 年 7 月启动,9 月 1 日正式成立。

公司自成立至今,其主要经营业务和职能是农业科技开发、生态农业观光、文化艺术交流策划、电子商务网络平台。项目定位是以半汤国际温泉度假区为依托,以当地古朴村落和优美生态为基础,以“政府引领、农户参股、企业经营”为发展模式,集民俗文化、休闲旅游、农业种植、电子商务以及新农村于一体,打造极富地方特色的民俗文化旅游基地,立足合肥,辐射安徽和整个长三角,成为国内具有独特品牌影响力的“世外桃源”,打造成为未来中国农村发展的一个方向。

据了解,三瓜公社将携手中国农道联盟和北京绿十字,对汤山民宅进行“一户一特”的重新定位设计,按照“冬瓜民俗村”、“南瓜美食村”和“西瓜电商村”三大板块进行布局,以“线下体验,线上销售,企业引领、农户参与,基地种植、景点示范”为模式,围绕民俗、文化、旅游、餐饮、休闲等多个领域,综合现代农特产品的生产、开发、线上线下交易、物流等环节,探索出一条信息化时代的“互联网+三农”之路。同时,三瓜公社在注重抓基层党建与爱国主义教育,弘扬民族正气、树立企业员工自信心。积极牵头建设合肥半汤电子商务协会,定期开展电商培训、沙龙等线下分享交流、学习活动,培养和提升当地电商人的综合素质,汇聚、整合当地电商资源,互通有无、抱团取暖,为打造“安徽电商第一村”、不断培养合格的电商人才尽心尽力。

三瓜公社一直以“把农村建设得更像农村”为理念,保护乡村建设肌理,推进示范特色村创建,展示乡村自然人文特色,力争用 3 年时间,实现“一村一品”的建设目标。在合肥巢湖经济建设大格局的有力带动下,与半汤村民携手共建,打造“安徽电商第一村”。

“冬瓜民俗文化村”作为三瓜公社建设改造的重点村落,将挖掘还原巢湖地区 5000 年的农耕民俗文化。您可以在这里看到传统的老油坊、布坊,体验江淮地区农村的真实生活场景与农家生活情趣,可以在观看老百姓喜欢的地方戏剧、买到手工土布等,冬瓜村将专业从事半汤温泉度假区的文化创意、文化发掘、品牌包装、活动策划、特色民俗产品及旅游纪念品开发和销售等工作。

“南瓜民俗美食村”依托山水如画的自然地理环境,将重点解决游客的食宿问题。这里未来将出现 40 家风格迥异的农家乐餐馆与民居客栈,让您既能品尝地道的巢湖风味美食与农家土菜,又能在古民居里感受鸡犬相闻、返璞归真的田园生活。来南瓜民俗美食村的游客,可以用手机扫描二维码,通过餐饮公司的 APP 下单消费,消费结束后线上打分,新的游客就可以根据满意度进行选择;充分满足半汤温泉度假区游客的餐饮需求。

“西瓜农特电商村”作为半汤乃至巢湖地区的电商聚集地,全面对接淘宝、京东、1 号店、苏宁、顺丰优选等平台资源,开发温泉、冷泉系列等当地农特产品,整合包装安徽名优特产货源,让村民在家里足不出户,就可以把产品卖向全国各地。

皖北煤电的“简约化”革命

(上接第十七版)

据杨军分析,煤炭企业转型的关键点与其它企业一样,尤其是国有企业,“去形式化”,走务实之路才是根本,这也是“三严三实”的精神实质。在企业形势好时,“你好、我好、大家都好”,很多工作流于形式,浮于表面,一旦企业进入调整期,那种流于形式的管理方式就会显得不合时宜,难以为继。因此,皖北煤电就是要借助“去形式化”,认真学习和实践“三严三实”的精神实质,为企业转型创造软环境。

在进行管理层面调整的同时,对产业发展也有其“简捷化”的变革,皖北煤电首先将煤炭主业全部纳入恒源公司实行一体化管理,特别是对外省的煤炭企业全部推行直通式管理;其次是将外围的非煤产业进行兼并重组,对有些可有可无的产业该卖的卖,该撤的撤。对一些优良资产则花大力气进行扶植和发展,为集团产业结构改造做准备;再者就是延伸煤炭产业链,利用中安联合和淮化等平台将煤

化工做精做实。经过 10 多年的调整改造,目前,淮化已进入到了一个良性的发展轨道。

恒源煤矿的“去形式化”管理革新是成功的,但其成果深化和巩固,特别是在皖北煤电全面推广也还有一个过程,恒源煤矿矿长张义勇是第一批从集团过来的安全方面管理者,对煤矿安全工作经验丰富。他说:“‘去形式化’对煤矿安全管理具有现实意义,不仅对一线管理者和工人而言节约了大量时间和精力,而且管理也顺多了,下一步我们将对管理程序再进一步优化,以提高整个矿的管理效能。但是,改革必须上下联动,只有集团层面也推进了‘去形式化’管理优化,这样的革新才算真正落地。”

赵国忠告诉记者,集团已开始全面推行“去形式化”优化管理革新,这在当前煤炭形

势下具有很强的现实意义。“去形式化”优化管理直接效益就是节约了一部分成本。据初步计算,仅恒源煤矿一个月就节约纸张等办公耗材近 1 万元,加上人力成本,将是一笔不小的支

出。如果在集团公司全面推开,一月节约成本将达数百万元。最后他用 12 个字总结了当前皖北煤电的整体态势:“风清了,气顺了,劲足了,企安了!”

HELI
中国合力 提升未来



打造一流精品
创世界知名品牌

统一服务热线: 4001-600761

ISO9001 ISO14001 CE
中国质量认证中心 中国环境认证中心 CE Certification

安徽合力股份有限公司
ANHUI HELI CO., LTD.
电话: 0551-3648005
地址: 安徽合肥望江西路 15 号
传真: 0551-3633431
E-mail: market@helichina.com
www.helichina.com