

薪传致远 中国电科发布企业文化和品牌体系

■ 本报记者 石岩

“一个优秀的企业，必然具有优秀的文化。”8月10日，在中国电子科技集团公司企业文化与品牌发布会上，中国电子科技集团公司董事长熊群力系统阐释了文化传承与自信，开启了中国电科文化引领发展的新时代。

文化自信是实现中华民族伟大复兴的强大精神动力，更是以中国电科为代表的央企发展的核心竞争力。

作为深耕于国防现代化和国民经济信息化建设的军工电子国家队，中国电科此次发布文化与品牌体系，对外传递电科形象、形成品牌定位、丰富产品内涵，正当其时。

正如中国电子科技集团公司总经理樊友山在主持会议时所说：“发布中国电科文化与品牌，是集团公司企业文化建设的一次自然的回望传承，是作为世界500强企业集团的一次现实的责任宣言，是13万中国电科人栉风沐雨、创新图强的传奇告白和面向新使命、走向新未来的一个新起点、新跨越。”



薪火相传在传承中继往开来

2002年，国务院在原信息产业部直属研究院所和高科技企业基础上组建中国电科。在与共和国共同成长的征程中，中国电科及其成员单位在创造了一个又一个奇迹、取得了以综合电子信息系统、预警机为代表的数以千计的重大科技成果的同时，也积淀了优秀的文化。

战争时期，以雷达修配为肇始的军工电子事业开启了中国电科为国效力的篇章，铸就了中国电科拼搏奉献的文化根基；

改革开放大潮中，以“军民结合”为时代背景的环境给予中国电科为军工电子事业贡献智力的良好机遇，积淀了中国电科锐意进取的文化特质；

信息化浪潮奔涌的新时期，以形成具有战略性、基础性及先导性的电子信息产业核心力量为重要使命，中国电科军工电子和电子科技国家队的引领作用日渐突出，升华形成了“自力更生、创新图强、协同作战、顽强拼搏”的预警机精神；

这些优秀文化一直伴随中国电科的成长薪火相传、生生不息，在各个不同的历史时期为中国电科一步步走向未来发挥了不可替代的作用。

现如今，以信息技术为核心的新一代科技革命正在孕育兴起，面对新的历史起点，中国电科围绕肩负的“国防、科技、电子信息”三大责任，坚持战略规划引领，深入推进“三个转变”，聚焦“安全”

和“智慧”两大事业，以科技创新为驱动力，完善机制体制为保证，通过不断强化经营管控，“叠加”合力推动持续高速增长：连续12年、连续4个任期获得国资委考核A级；连续两次荣获任期“业绩优秀企业”和“科技创新优秀企业”；在“十二五”期间销售收入和利润保持双20%以上增长。2015年更是实现了双30%增长，财务绩效首次跃居中央企业第1名；7月20日，2016年新的《财富》企业排行榜上，中国电科正式步入世界500强行列，位列第408位。

新时代呼唤新文化，新文化承载新期望，中国电科已然跨入到一个新的更高阶段。

“时代的发展、军事需求的变化、历史规律都决定，中国电科需要不断优化文化理念，必须与新战略匹配，要在传承的基础上，与时俱进。”熊群力说。

在传承迭代思路指引下，在充分调研、广泛收集建议的基础上，通过系统化设计、体系化推进，中国电科实施了核心理念、经营文化、员工行为、品牌体系、视觉形象建设五大工程，形成了《中国电科文化宣言》《中国电科经营文化纲领》《中国电科员工基本行为规范》和“1+8”品牌框架、新的视觉识别系统等具体成果。

今日始，集新中国电子科技60余年的日月精华、人文精神，中国电科文化航母重装上阵，自信扬帆！

任重致远在发展中辉煌腾飞

在中国电科未来的发展版图上，始终把国家发展、社会进步作为企业最重要的价值追求和文化理念，始终以“引领电子科技、构建国家经络、铸就安全基石、创造智慧时代”作为企业使命；始终以“责任、创新、卓越、共享”作为核心价值观；坚守“铁肩担大任、冲上山顶论英雄、联合起来办大事、做就做到最好、让创新成为习惯、共享才能共赢、创造幸福而有尊严的生活”等价值信条，为实现“成为电子信息领域具有全球影响力的科技型企业集团”的愿景而努力。

作为党和国家事业的政治基础和

物质基础，中国电科肩负着神圣的政治、经济和社会责任；作为科技型企业，中国电科因创新而生、为创新而存；作为一个追求卓越发展的企业，中国电科拒绝平庸、不断超越、精益求精、做到最好；作为一个负责任的企业，中国电科坚持与国家共同发展、与利益相关方互利共赢、与员工共享事业与福祉，实现持续发展。这些特质汇聚起来，构建出独具中国电科特色的核心价值观，传达出全体电科人的优良品质和理想抱负。

坚定的理想信念更加坚定了中国电科前行的脚步。对于未来，中国电科始终肩负崇高的使命：

引领电子科技。就是要科学把握世界电子信息科技发展的趋势和规律，高举自主创新的旗帜，致力于电子信息科技的前沿，实现由赶到超的转变；不断突破电子信息科技的新高度，以世界的眼光，推动乃至引领电子信息科技进步的潮流。

构建国家经络。就是要把握信息的获取、处理和应用能力作为经济社会发展的重要推动力，而网络即是形成上述能力的平台，也是信息能力发挥对经济社会发生影响的基础媒介，集而合之，现代信息网络已经成为当今社会的“经络”，中国电科将以构建安全、智慧的国家

家经络体系为己任。

铸就安全基石。就是要以先进的电子信息科技捍卫国防安全，国家经络安全、信息安全和社会安全，增强国防事业基于信息化的体系作战能力和对抗能力，在信息时代切实为国家、公众、企业、个人的安全提供有力的保障和支持。

创造智慧时代。就是要将电子信息技术与经济发展、生活需要有机结合，致力于实现人与环境、物与物的智能交互，构建智慧生态、智慧世界及智慧未来，让电子信息科技成为时代进步的原动力。

陕西省未来5年退出煤矿76个

(上接G01版)

陕西省国土资源厅厅长王卫华介绍，“停”，就是果断停产停建低效无效矿井，积极将所属低效无效矿井纳入“去产能”计划，主动承担起淘汰落后产能的责任。“转”，就是延伸产业链条转化煤炭产能，按照“产煤不卖煤、有煤不靠煤”的思路，通过延伸产业链条，推动过剩产能就地转化和内部消化。“压”，就是主动压减生产矿井产量，杜绝超强度开采、超能力生产现象。“分”，就是妥善分流安置富余人员。

王卫华说，今年以来，陕西已暂停了5个新建和扩大矿区的煤矿审批，计划未来5年退出煤矿76个，核减产能4706万吨/年。下一步将探索建立部门协调、信息共享、线索移交等“条块结合、上下联动”的工作机制。

目前，陕西省按照“扶优限劣”的总体思路，全力推进煤炭产业布局和煤炭产品结构调整。

按照规划，调整存量结构，淘汰关中、陕南地区落后产能，有序退出渭北地区高灰、高硫、低热值产能，限制灾害严重矿井产量。2016年起，渭北老矿区3年内不再建新的煤矿，在建矿井一律停建缓建；高灰、高硫、扭亏无望、资不抵债、长期停产停建矿井，开采技术和装备列入国家限制目录又无法实施技术改造矿井，60万吨以下非机械化开采矿井，包括陕南地区不能实现机械化开采矿井，大矿周边矿井等3年内有序退出。

而陕西省也将对榆林、彬长、黄陵矿区等资源优势明显、开采条件好、市场竞争力强的重点项目进行“扶优”，着力提高优质煤炭产量比重、平均单井生产能力及采煤机械化程度。同时，按照多兼并重组、少停产清算的原则，对当前遇到困难或资金链出现问题的优质矿井进行重组，全面推进全省煤炭行业结构优化。

“去产能”的目标是优化煤炭行业

面对日益严峻的煤炭行业形势，作为西部首家进入世界500强的煤炭企业，陕煤化集团已经计划关闭退出煤矿18个、缓建4个煤矿项目，退出落后产能3000万吨，涉及职工4万余人。

在煤炭持续遭遇寒冬的大背景下，陕煤化集团此前表示，寄希望于行业周期性的好转，寄希望于熬过一两年寒冬，就能迎来春天的想法是不现实的，也是没有可能的，只有引导资源衰竭、灾害严重、产能落后、扭亏无望的厂矿有序退出，从源头上消除治亏脱困，才能推动企业转型发展。

煤炭市场专家认为，煤炭行业“去产能”不能仅仅停留在关停煤矿这样简单的目标上。煤炭行业“去产能”的目标应该是优化煤炭行业。如果仅仅是把产能减下去了，而整个行业的结构未能优化，“去产能”的工作可能会像目前一样一轮一轮地重复持续下去，永远不可达到靠企业自身通过市场来进行自我调节的良性循环。

截至目前，陕西煤业化工集团煤炭库存仅55万吨。据集团董事长杨照乾介绍，这是集团煤炭库存的历史最低点。而且，目前库存主要集中在于关中老矿区，而彬长、黄陵及陕北地区的优质煤炭矿井，库存几乎是零。来自陕西省煤管局的数据显示，1—5月，全省累计生产原煤15697.37万吨，同比减少1522.83万吨；截至5月底，陕西省属国有重点煤矿煤炭库存78.15万吨，同比下降了68.13%。

与库存下降相反的是，煤炭价格恢复性上涨。4月中旬，炼焦煤价格上涨带动整体煤价上扬，部分优质炼焦煤和洗精煤每吨上涨100元，陕北地区的化工用煤、动力煤每吨上涨10—30元。5月份，全省煤炭销量3554.30万吨，环比增加1052.09万吨，增长42.05%。

随着国家“去产能”政策的推进，对煤炭市场的影响已经显现。陕煤化运销集团副总经理贺新告诉记者，市场的倒逼，让落后产能逐渐退出，这轮煤价上涨是前期非理性下跌后的恢复性上涨。一方面是近期国内房地产行业回暖的带动；另一方面，由于夏季用电高峰到来，电厂进入储煤期，促进了部分煤种的需求。据陕西省煤管局预计，陕西动力煤价格稳定上涨的趋势或将持续保持。

从6月1日起，陕煤化运销集团销售分公司对陕北矿区六个统销矿井铁销和地销的各煤种价格普遍上调，分煤种涨幅10元/吨—20元/吨不等，迎年内第七次涨价，也是涨幅最大的一次。

榆林市能源局局长秦林惠说，这次榆林煤炭领涨了全国市场，是榆林煤炭的终端市场建设和品牌建设的作用和国家“去产能”政策共同作用下发生的，但是总的需求面并没有发生多少变化，要想真正从需求方面回暖，还得五年左右时间。总体需求没有发生改变的情况下出现供不应求和价格连涨，这在以前是没有出现过的。