

对话新国企

中国中车的国际新视野

中国中车副总裁余卫平:在“一带一路”上建起“三生三世的情谊,四海八方的市场。”

■ 本报记者 赵玲玲

作为高端装备“走出去”的成功案例,中国高铁已然成为“中国制造”走向世界的“烫金名片”。

近日,全国人大代表、中国中车副总裁余卫平在“对话新国企·发展新方位”网络访谈中表示,目前,高铁出海呈现出“四大蝶变”,中国中车的出口业务、跨国经营在数量上、质量上、模式上、融合上都实现了突破。可以说,我们已经在“一带一路”上建起了“三生三世的情谊,四海八方的市场。”



访谈现场,一名小记者向余卫平提问。

跨国经营的“四大蝶变”

余卫平介绍称,2016年,中国中车市场覆盖七大洲共102个国家和地区。

“可以说全球有铁路的国家,83%的国家都有我们的产品和服务,连南极洲也不例外。”余卫平称,“中国中车成立以来,公司产品出口和跨国经营实现了数量、质量、模式和融合上的‘四大蝶变’。”

在数量上,实现了较大幅度的增长。

在质量上,中国中车连续在美国、欧洲这些市场高地、在国际巨头的大本营拿下订单,推动动车组首次进入欧盟,拿下美国芝加哥846辆地铁订单,货车首次进入世界火车的故乡英国。

在模式上,中国中车在2016年获得了南非141.4亿元人民币的机车维保合同,也是中车有史以来最大的维保合同,对推动

“中车服务”走出去有根本性的转变。此外,中国中车去年还在澳大利亚获得首个PPP项目,订单总额百亿。

融合上,美国基地主体工程完工、南亚首个基地印度基地正式投产、土耳其本土化列车下线、欧洲首个维保中心白俄罗斯基地挂牌,这一年中国中车的本土化创造了最快“加速度”,中车加速融入世界,赢得国际赞赏。

信誉是最畅通无阻的通行证

事实上,自2015年6月原中国南车与原中国北车合并成立中国中车以来,只有两年不到的时间,如此短暂的时间内,除了产品质量过硬,中国中车到底是凭借什么在海外取得如此亮眼的成绩?余卫平简单地道出了一句话:信誉是最畅通无阻的通行证。

谈及此,余卫平分享了一个故事:“2013年我们承接了土耳其

萨姆松有轨电车项目,但当产品要发货时,突然来袭的超强台风‘海燕’,使我们运输电车的轮船预计靠港时间足足推迟了1个月。诸如台风等不可抗力因素造成的物流延期,对于中车来说是可以不负责任的,但对客户来说,1个月的延期则意味着严重损失。在此情况下,公司立刻从乌克兰租来空中巨无霸‘安-225’运输机,把列车直接空运到了土耳其,把土耳其的伙伴都吓呆了、惊呆了。”

“这批车辆提前到达土耳其,保证了土耳其萨姆松市有轨电车的按时开通,再加上这批有轨电车运营良好,萨姆松市时任市长通过这个‘拉票神器’获得了连任。”在余卫平看来,虽然空运比船运多花了快9倍的大价钱,但是今天的付出一定会换来明天的回报。

2015年的农历大年初一,土耳其第三大城市伊兹密尔,特意选择这一天给中车下了新订单,用这种特殊方式,向中车拜年。

“土耳其合作伙伴每每见到我们都重复一句话,‘我们土耳其人,永远记得这个壮举!’”

做“一带一路”建设三好生

目前,我国的“一带一路”倡议正如火如荼实施。在余卫平看来,基础设施建设是“一带一路”的引擎,中车就是“一带一路”的火车头、主力军和形象大使,并且也一直致力于勇当“一带一路”的“三好生”。而要做好这个“三好生”,就要像农夫那样去耕种。

“具体来说,就是要在我们所在的区域当中,或者是在‘一带一路’的区域当中,进行精耕细作,科学种田,使这片土地不断变肥、不断提高产量。做‘一带一路’上的‘好农夫’,这样我们就能够不断超越。”余卫平称。

就中车的实际来讲,余卫平认为,首先要从提供产品开始,运用专业知识和经验,为用户提供轨道交通的中车方案,尤其是要提供一些围绕当地轨道交通发展的一体化解决方案。其次,是根据当地的具体实际情况,构建一种以中车为主的超值超前服务体系。最后要注意本地化,通过为当地创造就业、创造税收,更好地履行社会责任。

余卫平表示,只要中国企业可以连过“实力关、标准关、文化关、环保关、信誉关”,努力做好“造最可靠的产品、做最可爱的人、做最可敬的企业、树最可亲的品牌”的“四可新人”,并致力于打造受人尊敬的国际化公司,相信在未来就能够“走出去、走进来”,并最终成为当地的座上宾。

(上接G01版)

那么企业家精神又是什么呢?熊彼特认为企业家精神,一个是创新精神,一个是冒险精神。但德鲁克先生认为,企业家最大的特点是创新和把握机遇。他认为冒险不应该是企业家的选项,企业家应该本能地去减少风险。

赫尔曼·西蒙写的《隐形冠军》提到,企业家应该有五个特点:第一点是命运共同体,就是企业家把自己和企业作为命运共同体,两者是一致的,是不可分离的;第二点是专心致志,做事能够一心一意;第三点是勇敢无畏,企业家不是冒险家,但有强烈的进取心,有敢打敢拼的勇气,认准的事情会一往无前;第四点是持之以恒,无论年轻还是年老,一直都生龙活虎,而且非常有毅力;第五点是激励员工,企业家要能“点燃”别人,因为企业家不可能一个人做事,要靠一个团队,要能调动大家的积极性。

对于什么是企业家精神?我自己概括了三点:第一点是创新精神,能够在企业里做一些改变。这是共识。

第二点是坚守,要能够持之以恒地在企业做事。做企业不是件容易的事情,要想深入了解一个企业以及企业的业务、产品、技术等,没有10年不行;要想做到彻底掌握,运用自如,那可能要20年时间;要做到极致,做到全球第一,可能要30年时间。可见,做企业是个苦差事,是个很漫长的过程,能不能坚守下来非常重要。所以,不能把企业当做跳板,应该把做企业、做企业家,作为自己终身的职业,坚持做下去。做企业有两件事非常重要,第一件事是选业务,一些企业之所以失败就是因为选来选去没选对业务,更没有坚持下来,结果企业垮掉了。第二件事是能不能选对人,甚至选对人比选对业务还重要,这个人是什么人呢,就是“痴迷者”。如果能选对一个痴迷者,这事十有八九就成功了。什么叫痴迷者?就是早晨6点钟起来就想这件事,晚上12点钟还在想,半夜2点钟醒了依然在想。不是这种精神,怎么能把事情做到最好呢?所以做企业家是一件苦差事。

第三点是兼济天下的精神,企业家要有社会责任、家国情怀。近代以来,中国的企业家一直是前赴后继,围绕实业报国、振兴中华这个核心主题不懈奋斗。到今天可以说,中国已经形成了浩浩荡荡的企业家队伍,这是国家强盛之所在,国民经济基础之所在,企业家强则经济强,企业家强则国家强。企业家不是一般的财富拥有者,应该是关心社会、给予社会最大回馈的人。

当今时代,特别需要企业家精神。今天中国正处在经济转型期,进入到后工业时代,几乎所有的传统产业都过剩,亟需调整。同时在国际上,美国强力回归实业,欧洲在加快实施“再工业化”,这与过去30年是完全不同的环境,中国遇到的问题和压力在增大。过去很长一段时间我们可以依靠低成本的优势,但这种优势已经渐行渐远,再用过去那种传统的经济增长方式已经做不下去了,因此必须创新,必须变化。创新变化靠谁来做?要靠企业家带着大家做。创新变化是什么?这就是企业家精神的实质。弘扬企业家精神是时代的呼唤,企业家精神是时代所需要的精神。(作者系中国建材集团董事长)

联通止跌回暖 “混改”方案仍待审批

■ 本报记者 李丽萍

3月15日,中国联通发布的2016年年度业绩报告(以下简称“年报”)显示,2016年中国联通实现营业收入2742亿元,同比下降1%;实现净利润6.3亿元,同比降幅94%。

同时,中国联通董事长及首席执行官王晓初表示,目前“混改”方案还在等待审批。

抢占5G网络先机

王晓初表示,2017年将在2016年的基础上,持续削减约40%的资本支出,主要用于抢占5G网络先机。

2016年,联通4G用户净增6040万户,总数达到10455万户;4G用户占移动出账用户的比例同比提高22.1个百分点,达到39.6%;4G用户月户均数据流量达到1521MB。联通通过持续聚焦

4G网络建设,提升4G网络质量;通过流量精准释放,激发数据流量快速增长。中国联通表示,基础业务仍然是运营商的主要收入来源,传统通信用户已经饱和,语音业务下降,流量需求持续增长。

王晓初称,面对市场竞争的严峻挑战,公司积极推进落实聚焦、合作、创新战略,全力抢抓补短板,业务和服务收入止跌企稳,4G竞争力持续提升。

同时,固网业务全年实现服务收入人民币946.6亿元,同比增长3.7%。中国联通通过光纤网络和信息化优势,聚焦产业互联网和平台类业务,全面提升核心能力,以此抵消固网语音业务的下降。其中互联网数据中心(IDC)及云计算业务实现收入94.5亿元,同比增长33.7%。信息通信技术(ICT)业务实现收入59.4亿元,同比增长37.0%。

2016年联通固网宽带用户增长4%,达到7524万户,实现收入

483.7亿元。其中FTTH(光纤用户)用户比达到71.2%。“智慧沃家”渗透率达到26.1%。通过光纤化改造、宽带升级提升用户网络速度及网络服务能力,以及推动宽带、视频应用等家庭互联网产品融合发展。

2016年联通新增4G基站33.7万个,完成对重点区域4G业务的网络覆盖、网络升级和速率提升;实现固网宽带承载网速率提升,骨干网时延行业最低。

此外,联通与中国电信的全面战略合作顺利推进。全年共建共享4G基站约7万个、传输网光缆约1.6万公里;累计节省资本支出约33亿元,节省成本费用约3.5亿元。

最坏时期已渡过

今年的政府工作报告提出,年内要对国内长途和漫游费加以取消,随后中国联通、中国电信、中

国移动三大运营商纷纷表示将从今年10月1日起全面落实。去年中国联通漫游费季度平均为15.8亿元,政策落实表明今年最后一季度联通将不再享有这部分收入。

业内分析师指出,中国联通2016年净利润的大幅下降,主要是由于铁塔使用费用以及能源、租金等成本加大,导致网络运行成本和销售费用较2015年显著上扬。其中,包括移动网络资本开支277.4亿元,宽带及数据业务资本开支168.4亿元、基础设施及传送网资本开支197.1亿元,以及中国联通在过去两年大力推进宽带网络基础建设,累计投资超过2000亿元用于光纤改善及4G部署,但收入并没有显著增长,这也成为联通净利润下滑的重要原因。分析师同时指出,经过2016年的不懈努力,相较于2015年的惨淡,中国联通已渡过最坏的时期。(下转G03版)