

# 建立资源共享机制，启动“国企民企联合发展工程”

2018年12月28日，“国企民企联合发展工程”启动仪式在北京人民大会堂隆重举行。第十二届全国政协副主席、全国工商联原主席王钦敏，国务院发展研究中心党组书记马建堂，国有重点大型企业监事会原主席季晓南，中国企联常务副会长兼理事长朱宏任，中国建材集团公司党委书记、董事长宋志平，中国煤炭地质总局党委书记、局长赵平，中国基本建设优化研究会副会长兼秘书长孙晓洲，《中国企业报》集团社长吴昀国，中国文化建筑研究会常务副会长兼秘书长刘凌宏，国家住建部科技创新委员会副主任李秉仁以及来自各行各业企业代表和市县领导1000余人参加。



国企民企联合发展工程启动仪式

为贯彻落实习总书记关于坚持公有制为主导和多种所有制并存，坚持“两个毫不动摇”精神，为解决民营企业困难，促进国企民企共同发展，近日，由中国基本建设优化研究会所属国民经济优化发展中心和《中国企业报》集团国企民企联合发展中心（以下简称“中心”）共同发起的“国企民企联合发展工程”正式启动。

据《中国企业报》集团国企民企联合发展中心相关负责人介绍，“国企民企联合发展工程”将会在全国范围内聚集和联合96家央企、1072家国企和7400万家民企和小微企业，按照“自愿、平等、合作”的原则，建立国企与民营企业在产业链上下游、产学研信息、资本、技术、知识产

权等全方位的资源共享机制，建立国企与民企的业务合作、产权合作、技术合作及人才培养的平台，建立国企与民营企业“一对一”、“一帮多”的精准帮扶机制，充分利用央企和国企的优势资源，帮助民营企业

解决发展中的困难，促进混合所有制改革，营造国企与民企“共生、共进、共赢、共荣”的良好环境，实现国企民企抱团发展。

据介绍，“国企民企联合发展工程”具体帮扶措施拟包括国企与民企多种方式混改，促进混合所有制的试点工作；国企投入资源与民企项目合作，提升项目建设和运营能力；提升民营企业资质和资信，提高民企的市场信任度；切割国企授信予民企，对民企进行资金支持；为有市场、有前景、有发展的民企免费提供北京办事处；为民企输送技术和管理人才，为民企培训人才；利用国企的政府资源优势，为民营企业解决项目审批和政策资金申请；国企的品牌和管理引入民营企业，提高民企的品牌价值；利用国企的国内外市场资源，为民企开拓市场；将民企引入国企产业链，优化民企产业结构；成立首个全国民营企业大数据中心；成立首个规模达2000亿元的扶持民营企业发展基金；成立首个“信用商业保险有限公司”，为民营企业特别是民企信用贷款提供担保；建立全国商业信用保险制度，增强企业抗风险能力；成立首个“民企网络银行”，解决民企融资难、融资贵等问题；中心与银联及各商业银

行、合作机构等合作推出“国企扶持民营民企卡”，在提供单位结算的基础上把金融服务和企业管理服务相结合等15个方面的内容。

上述负责人表示，加入“国企民企联合发展工程”的企业成员单位需具备以下条件：依法成立、合规经营、依法纳税，信誉良好的央企、国企及民企，遵守“国企民企联合发展工程”实施规则，履行成员义务。

据悉，加入“国企民企联合发展工程”有两种方式：一是企业成员自愿加入“国企民企联合发展工程”。符合“国企民企联合发展工程”成员的条件，接受“国企民企联合发展工程”的价值观和实施规则，执行合作规范，履行成员义务。二是采取推荐审核制。企业可在中心网站自助申请或提交书面申请表（单），至少由1名成员推荐，经“国企民企联合发展工程”领导小组初审，并报经中心主任办公会通过，方可加入。

“我们诚邀广大的企事业单位积极加入‘国企民企联合发展工程’，为国企民企的共同发展做出贡献。”上述负责人表示，“目前，全国两会正在召开，也希望与会代表们可以对国企民企联合活动予以关注和支持”。（赵玲玲）

## “打赢脱贫攻坚战”助力消费扶贫

一直以来，不少贫困地区面临这样一个问题，农产品缺乏品牌知名度，又因地区偏远，物流成本高，一些高品质、无公害的农产品不好卖，甚至卖不出去，难以带动地方脱贫，特色农产品销售体现不了优质优价。

根据国务院办公厅《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》，消费扶贫是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务，帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式，是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。大力实施消费扶贫，有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，调动贫困人口依靠自身努力实现脱贫致富的积极性，促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展。

近年来，有关地区和部门在消费扶贫方面积极探索实践，积累了一些有益的经验做法，需要进一步加强引导和完善政策。而近日举办的“打赢脱贫攻坚战”征集国家扶贫产品助力消费扶贫活动，则旨在促进国家创新，增加扶贫产

品的消费，保证消费扶贫产品按市场化的原则高效运行，保证相关文件的顺利落地实施，保证和督促消费扶贫的全国开展；提高全民参与消费扶贫的行动，扩大消费扶贫的影响力；通过此项活动发动全社会力量都参与到全国精准脱贫中；在生产流通、消费各环节打通制约消费扶贫的痛点、难点和堵点，推动扶贫地区产品和服务融入全国大市场。

据了解，此次“打赢脱贫攻坚战”征集国家扶贫产品助力消费扶贫活动有六大亮点：一、积极倡导动员，将消费扶贫纳入国家脱贫攻坚政策体系；二、通过“征集活动”坚持精准消费，瞄准贫困地区和贫困人口的产品和服务；三、通过“征集活动”鼓励多方消费，汇聚全社会参与消费扶贫的强大合力；四、通过“征集活动”畅通消费渠道，架起贫困户与消费者之间直通桥梁；五、通过“征集活动”提升供给能力，努力保证消费者买到好产品、享受到优质服务；六、通过“征集活动”强化激励保障，着力推动消费扶贫举措落地落实。（赵玲玲）

## 加快三位一体项目建设 打造国家品牌战略

国家旅游推荐商品公开征集推荐活动正式启动

为加快我国“一带一路”、“精准扶贫”、“军民融合”三位一体项目建设，把我国旅游商品推广到“一带一路”的沿线国家，打造国家品牌战略，由中国基本建设优化研究会、《中国企业报》集团等单位，于2019年1月—2021年12月期间组织举办我国旅游商品公开征集推荐活动。

据了解，此次活动涵盖多重意义，除上述战略目的外，公开征集国家旅游推荐商品活动还旨在把贫困地区的土特产品及旅游纪念品拉出来推出去，做到一县一品、一城一品，打造国家旅游产品品牌，增加旅游购物消费，推出一批具有我国特色的创意旅游商品，迎接2022年北京—张家口冬奥会的召开，提振中国经济自主品牌的创新力，为退伍军人开辟创业就业服务渠道，调动市场活跃度，提振民营经济，为生产国家旅游纪念品的企业及精准扶贫的产品扩大销售渠道。

据相关负责人介绍，本次活动拟邀请的指导或支持单位有文化和旅游部、国家发展改革委、退役军人事务部、商务部、工业和信息化部、科学技术部、国家市场监督管理总局、中央电视台、国家体育总局、国务院扶贫开发领导小组办



国家旅游推荐商品活动启动仪式

公室等。

据悉，本次活动的征集、报名时间为2019年1月18日—2020年10月27日，活动将面向全国各省市（自治区）县区征集参赛作品，并评选出“一县一品”、“一城一品”的特色产品，然后在市级、省级评审。

值得一提的是，本次活动的获奖商品生产企业分别与《中国企业报》股份有限公司、中国基本建设优化研究会所属国民经济优化发展中心签订战略合作协议，对获奖商品的企业在中央电视台进行宣传推广，不定期进行宣传报道，树立其企业品牌形象。对其获奖的产品在国家展览馆做永久性的布展销售，提高当地各县区政府

商引资力度，并推广到全国高铁站、“一带一路”沿线国家、全国各大旅游景点及国际旅游景点，并在北京西五环世博园附近开设“一带一路”“精准扶贫”旅游商品展馆。展馆将在全国以县为单位开设“每县一馆”。

“希望全国各旅游商品生产企业及全域旅游小镇开发企业、手工艺者、农业农民专业合作社、军民融合企业积极设计、开发旅游商品和军民融合产品，踊跃报名参加，力争通过此次大赛，评选出一批真正能代表国家及本地特色且符合市场需求的旅游文化商品和军民融合产品，为进一步推动全国旅游业的快速协调发展贡献一份力量。”上述负责人如是表示。（郝兆临）