

中国园区体制改革创新 系列报道 ⑦

改革助力园区树品牌、结硕果

范捷

园区改革的脚步永不停歇,无论是深化改革的先行者,还是改革创新的赶超者,园区纷纷体会到改革创新的重要意义,并尝到改革带来的丰硕成果。如今,改革会在各个园区形成共识,助力推动园区发展焕然一新。

嘉善经济技术开发区:推进改革,优化创业投资“软环境”

作为嘉善县经济发展主平台,嘉善经济技术开发区成立于1993年,是浙江第一批省级开发区之一,2011年6月升格为国家级经济技术开发区。20多年来,嘉善经开区通过改革创新激发活力,初步形成了以高端装备制造(精密机械)、电力电子(芯片)产业为支撑,品牌定制家具、现代物流业为特色的产业格局。

最新统计数据显示:2018年开发区全年实现财政总收入105.5亿元,增长19.4%,一般公共预算收入61.6亿元,增长19.1%;合同利用外资11.3亿美元,实际利用外资4.8亿美元。

优异成绩的背后,是嘉善经济技术开发区服务于创新驱动,倒逼行政服务效率再提升,推进体制机制改革,优化创业投资“软环境”,提升产业发展“硬实力”的结果。

“最多跑一次”改革。开发区围绕企业投资项目和政府投资项目两方面,对各部门涉及投资项目审批事项,着重从申报材料精简、办理流程优化着手,进一步深化完善投资项目并联审批、模拟审批、容缺受理等制度,推进项目审批流程再造。全面推进投资项目在线审批监管平台应用,实现投资项目网上申报、网上审批,进一步优化网上办事流程,出台切合在线平台运行的相关举措,全面落实投资项目平台赋码的统一代码审批制度。按照“最多跑一次”改革工作要求,进一步完善政府投资项目管理办法,进一步优化流程,减少审批环节,提高审批效率。

投融资体制创新。开发区创新投融资平台,推动政府融资平台整合,做大,打造一批符合市场规律的融资平台;创新投融资方式,积极推广政府和社会资本合作(PPP)模式,充实完善PPP项目库,做好PPP项目的推介和谋划,完善沟通协调机制,做好PPP项目的指导、实施方案的审核;创新投融资机制,设立基础设施投资基金,引导社会资本积极投向基础设施和公共服务领域。

今年,开发区将结合当前面临的深化改革、转型升级要求和自身实际情况,着力在一体化发展体制机制上率先取得突破。继续深化“最多跑一次”改革,着力在“一窗受理、集成服务”、打破信息孤岛实现数据共享、高效审批等方面持续加力,不断提升企业和群众的获得感、满意度。同时以“最多跑一次”改革撬动其他各领域改革,重点聚焦县域高质量发展,科技人才体制创新、产业平台提升机制等改革,强化城乡融合、乡村振兴等体制机制创新。

烟台开发区:重塑体制机制活力,再造领先发展优势

经过了30多年的发展,烟台经济技术开发区如今硕果累累,以烟台市1/40的土地面积创造了1/5的GDP,近1/3的工业产值、利用外资和税收,以及1/2的进出口,实现了从农



业农村向工业城区、从带头发展到带动发展、从制造中心向区域经济中心的历史性跨越。

自去年开始,开发区在充分学习借鉴省内外园区改革经验基础上,制定出台了《关于深化体制机制改革创新加快建设新旧动能转换先导区、高质量发展引领区总体方案》,成立了园区改革发展工作领导小组,统筹推进全区改革发展工作,以激发干部活力、集聚发展动力为主线,重点推进几大领域改革。

例如:全力推进机构人事管理制度改革,进一步深化大部门制改革。系统推进机构优化重组,工委管委内设机构压减1/3,将原来的22个精简到15个。在全市率先试行全员聘任制,实行“档案封存、双轨运行”,构建干部能上能下、人员能进能出的选人用人机制。强化绩效激励,建立以绩效工资为主的薪酬制度,拉开分配差距,实现从“铁工资”到“活绩效”转变。改革绩效考核机制,建立与全员聘任制相衔接,部门考核与个人考核、定量考核与定性考核、红线指标与嘉奖指标相结合的综合考核评价体系,实行关键绩效指标考核,全面激发广大干部的干事创业活力。

同时,开发区继续优化招商引资机构与职能设置,打造“双招双引”体系,并实施“先进制造业卓越集群计划”;积极构建全员招商、专业招商、市场化招商“三位一体”招商新机制,打造“1+8+6”专业招商体系;建立特色(新兴)产业专业化服务促进机制,重点围绕消费电子、汽车、化工新材料、生物医药与健康等十大产业集群,探索构建“五个一”特色(新兴)产业专业化服务促进机制(一个卓越集群,对应一个促进中心,制定一个专项规划,建立一个专家智库,匹配一支引导基金),打造高层次人才高技术项目加速集聚、卓越集群强势崛起的大载体、大平台、大生态。

此外,开发区搭建高水平要素供给体系,提升城市综合服务水平。调整优化投资奖励、贷款贴息、研发补助、设备补贴、培训资助等招商优惠政策,全面落实国务院关于留抵退税返还、全省新旧动能转换等减税降费政策,实行差别化土地资源分配制度。

广州开发区:再谋新突破、再造新优势

有着“华南硅谷”美誉的黄埔区广州开发区,已跻身世界一流高科技园区建设序列。34年来,开发区始终引领改革开放风气之先,创造了很多“全国第一”。在全国第一个制定了《开发区条例》,把开发建设

纳入法制轨道;第一个建立起国家级经开区、高新区、保税区、出口加工区、中新广州知识城“五区合一”的管理模式;第一个实行党政合一的“大部制”管理体制;率先探索经济功能区带动行政区发展的新路子,始终保持精简高效的管理构架;率先开展企业化、专业化招商;率先实行土地有偿出让制度;在全国首设企业建设服务局,率先推行“一站式”办公、“一条龙”服务;全国首创引智引技引资4.0模式;全国唯一获得ISO9001标准双重国际权威认证的区域……

作为引领改革风气之先的广州开发区打响全面深化改革的三大品牌:营商环境品牌、制度供给品牌、开放创新品牌。

营商环境改革创新是广州开发区的一张闪亮名片。据悉,去年该区成为广东省首个营商环境改革创新实验区,一系列营商环境改革举措频频亮相:全国首推“秒批”政务服务事项清单,审批结果“包邮到手”、涉企证照“44证合一”,开办企业一天搞定,率先推行“带规划方案出让用地”审批模式、贴心打造“订制式审批服务”。

改革启程,制度先行。立足经济强区的大局,开发区将经济体制改革与治理体系和治理能力紧密融合,将政府超前引领和市场机制充分运用有机结合起来,谋划推动一系列经济体制改革品牌:优化企业供电工程审批流程,进一步降低企业报装时间和用电成本。提升金融服务实体经济能力,推动建设广东股权交易中心和金融资产交易中心,深化政银企合作对接,推进各类风投机构集聚,建立银企对接—投资路演—金融培训等多层次服务体系,破解企业融资难、融资贵问题。全面融入粤港澳大湾区建设,打造粤港澳科技创新合作区,建设广州科学城粤港澳青年创新创业基地,推动粤港澳青年创新创业成果转化和产业化。

开放创新是广州开发区的特质。广州开发区是跨国公司在华投资最早、最密集的区域之一,据了解,开发区累计引进外资企业3500多家,其中世界500强企业项目170多个。开发区深度融入“一带一路”以及粤港澳大湾区等国家战略,深入推进中新、中欧、中以、中英、中沙等国际合作,创建与港澳营商环境对接、经济发展协同的合作体系,探索“模拟自贸区、比照自贸港”实验,打造全球竞争新优势,形成全面开放新格局。

产业园区的创新之道——

招商模式的创新

企业入驻是带动园区发展的基本动力,招商引资则是园区发展的生命线,园区的成败很大程度上取决于招商的效果。目前,降低土地价格、使用税收优惠等已成为园区招商的常规政策;投资招商、产业链招商、以商招商、顾问招商等已成为园区招商的常规方式。

当下,“大众创业、万众创新”成为了经济增长的新引擎,园区开发也要依赖于创新的智慧。在思考园区招商模式的问题上,结合互联网思维,便可得出“流量思维”和“共享思维”两大创新思维。

流量思维:全方位打造园区招商入口

流量,对于互联网企业就意味着数据,数据即为企业的核心资产。在园区竞争日益激烈的背景下,定点招商、逐个击破的招商思维已不能完全满足园区招商需求,注重用户关注度的流量思维对园区招商变得越来越关键。目前,可从线上、线下两个角度全方位打造园区的招商入口,即“O2O”线上入口、线下体验。园区招商O2O是将园区导入互联网平台,并通过微信、微博等社交媒体持续传播,从线上增加园区的流量,再将流量导入线下,通过良好的线下体验提高招商成功率。

但园区招商O2O并非将园区搬到线上这么简单,而是需要将其视为园区战略去实现,可通过三个步骤:

一是将园区导入互联网平台。“触网”已基本取得园区开发商的共识,电商平台、微博、微信等社交网络均可作为园区“触网”的媒介,甚至园区可自主开发一款专属的互联网产品。

二是进行专业的互联网运用。园区O2O至关重要,毕竟只有及时的更新、有效的互动,保持与热点事件的同步推广才能增加用户的关注度。

三是重塑园区与用户之间的沟通关系。园区招商O2O的最终目的是改变园区与潜在用户之间沟通、交流的现状,重塑二者之间的沟通关系,从而使用户的意见在线下的园区产品和服务中得以体现,提高招商成功率。“逆向O2O”线下入口,线上互动。园区招商逆向O2O通过举办创业培训、创业大赛、企业家论坛、行业峰会等线下活动,提高园区的到访率和关注度,并通过微博、微信等社交媒体将潜在客户导入线上,与之互动,从而提高招商成功率。

共享思维:共建共享、共享共赢、共赢共生

如何利用共享思维改变招商难的问题?如何借助互联网的便利性提升共享思维带来的经济效益?越来越多的产业园区意识到合作共享的重要性:共享是第一步,第二步才是共赢。如今,单打独斗的招商模式被逐渐取代,园区招商共享层面已进入第一、二阶段。

第一阶段:共建共享。指共建园区之间的信息共享。这种方式已被多数共建园区使用。

第二阶段:区域共享。此阶段已不满足园区之间的信息资源共享,越来越多相邻省市、区域开始签署战略合作协议,建立区域范围内的招商信息共享机制。

第三阶段:平台共享。指面向整个市场的公共平台,即共享层面扩大到全国范围。

(来源:中国企业电商联盟)