

民营企业家的
中国梦

让员工共享企业发展成果

——访新疆华联建设投资集团董事长丁建忠

本报记者 乔文汇

“一个有爱心的企业，一个肩负社会责任的企业，才能真正赢得尊重，才能做大做强。”与新疆华联建设投资集团有限公司董事长丁建忠聊天，话题始终离不开“爱”。丁建忠今年59岁，共产党员。1994年，他创办了新疆华联建设投资集团有限公司。企业从只有几十万元股本，发展到如今拥有资产近30亿元、累计纳税近5亿元，成为从事房地产开发、农产品种植与加工、现代物流配送、商业贸易、物业管理等跨行业多元化经营的股份制科技民营企业。“19年，企业从无到有，从弱到强，关键在于让它充满爱。”丁建忠说。

丁建忠说，华联集团的发展史是用“爱”书写的。在华联，关爱员工、关爱他人贯穿大家工作、生活的始终，扎根在每名员工的心灵深处。

“你看，‘企’字上面是个‘人’字，除去这个‘人’，那就变成了‘止’字。”对企业发展与人的关系，丁建忠有着自己独特的见解，“企业的带头人，一定要成为员工的贴心人。”他认为，员工是企业的主体，是企业的宝贵财富，因此，要把“员工的需要视为第一需要，把员工的满意视为第一追求，把改善员工生活视为第一要务”。

丁建忠说，这些年来，华联集团努力营造“爱”的氛围，营造家庭的氛围。“只有互相关爱，才能互相促进，才能共同提高。人的素质，才能提升了，企业自然会大跨步发展。”他表示，在华联这个大家庭，有维吾尔族、哈萨克族、满族、回族等6个少数民族的员工，其中40%的员工是少数民族。大家和睦共处，互相尊重，互帮互学，共同发展，各项工作稳步推进。

丁建忠告诉记者，为了更好地关爱员工、保障员工权益，公司成立之初就建立了工会组织，配备了专职工作人员，按时足额拨付了工会经费，并坚持定期召开员工代表大会，倾听员工心声，为企业健康发展奠定了良好基础。自2008年以来，公司先后为员工调整了5次工资，年均增资在18%以上，让广大员工共享企业发展成果。

为了使每一名员工能够掌握一技之长，公司有计划地安排员工参加各类培训。去年以来，仅财务人员参加培训就达到100多人次。

“爱关乎诚信，关乎理想，关乎信念。在企业倡导‘爱’，也就是营造宽松、温馨的工作环境，进而培育创新精神、理想信念的土壤。”丁建忠最后说，“新疆华联集团的发展离不开‘爱’，我们要以‘爱’为动力，让‘爱’不停歇。”



上海石化拟投6亿元实施环保

本报上海10月24日电 记者沈则瑾报道：中国石化上海石油化工股份有限公司新闻发言人余光贤今天透露，未来3年，该公司拟投6亿元实施“碧水蓝天”环保行动计划。该计划的首个项目——上海石化储运部异味治理项目也于今天通过中石化审查，并即将付诸实施。

据了解，上海石化这一环保行动计划是根据中石化有关“碧水蓝天”环保计划的要求，结合上海石化实际制定的。目前，已有约6亿元，共计23个环保达标和总量减排项目得到中石化的确认。

长安汽车发力轻型车业务

本报讯 记者王轶辰报道：长安汽车两款战略产品睿行、尊行近日在长安汽车河北定州新基地发布上市。

长安汽车总裁张宝林表示，长安汽车在未来发展战略中明确提出，轻型车成为公司大力发展的6大业务板块之一。依托河北、重庆“南北”两大基地，长安轻型车确立了进军轻型车行业细分“前三”的目标；到2016年达到20万辆产销，到2020年形成6个产品平台，覆盖轻客、轻卡、皮卡等产品品类，以每年推出1至2款的速度，拓展出13款核心产品，达到30万辆的产销目标。

乐凯彩电产业专项通过验收

本报讯 记者林火灿报道：由乐凯集团有限公司承担的“液晶显示器(TFT-LCD)背光源用扩散膜产业化”和“平板显示用光学硬化膜精密涂布产业化”国家彩电产业战略转型产业化专项项目，近日通过验收。

据介绍，乐凯集团在“液晶显示器背光源用扩散膜产业化”领域已建成6条光学扩散膜精密涂布生产线，形成了年产3000万平方米扩散膜的生产能力；“平板显示用光学硬化膜精密涂布产业化”项目已建成两条光学硬化膜精密涂布生产线，形成了年产1100万平方米光学级功能膜的生产能力。

康佳集团启动大型公益活动

本报北京10月24日讯 记者雷霄报道：康佳集团今天在京启动“心之旅，康康佳佳送你回家”大型公益活动。针对当前在外打工者一年难得回家几次的情况，康佳发起的公益活动将帮助外出务工人员实现回家的愿望。

康佳集团总裁刘凤喜表示，公益是康佳一直践行的目标，家庭是康佳投身公益的方向。在本次公益活动中，康佳集团将为外出打工者捐出300万公里回家里程，帮助数千人完成爱心之旅。这也是该企业近年来覆盖人群最广、帮扶力度最大的一次公益活动。

本版编辑 杨忠阳 孟飞

易信、来往、Youni“围攻”微信——

互联网巨头借即时通讯工具“抢客”

本报记者 陈静



指微信“短板”。比如，来往和Youni都强调隐私与安全。来往推出了“阅后即焚”功能，用户只要开启了该功能，好友接收到该用户发送的“阅后即焚”消息，即可以自动删除且不可恢复。阿里小微金融服务集团(筹)国内事业群总裁樊治铭则在上周直接炮轰微信，称“微信只是个信息交流工具，在安全性方面无法保证”，“微信朋友圈已经是一个卖假货的阵地了”。Youni则是以通讯录中的熟人作为核心，以手机号码为账号，上海由你公司CEO、Youni产品负责人杨浩宇表示，Youni牢牢扎根在“实名制”和熟人关系上，以手机号码为唯一身份识别，“和传统社交网络相比最安全”。

而在细节上，新产品也瞄准了微信“做不到的事”。比如让微信用户怨声载道的40人群上限，来往将其提高了10多倍，最多能支持500人同时在线聊天，并提供“语音图片”功能，用户可在发送图片的同时附加一段录音取代文字说明，将见闻分享给好友。Youni则瞄准了熟人之间的支付转账，宣称能像“发短信一样方便的收钱和付钱”，哪怕用户不注册Youni甚至不能上

网，也可以通过短信直接收钱。此外，巨头们还有自己的优势。背靠运营商中国电信这棵大树，易信在手机短信免费的同时，“十一”长假期间推出了国际网络电话功能，允许身在境外的用户向内地拨打60分钟的免费电话。而阿里巴巴则表示，将把阿里旗下生活服务应用接入到来往平台中，其中包括扫码比价工具一淘火眼、淘宝的本地生活服务如淘点点、支付宝等APP。

在诸多新面孔中，最被看好的是阿里巴巴的来往。来往产品负责人邹孟睿表示，来往的短期目标是做到1000万用户，预期一年后用户数能达到1亿。在来往推出的当天，腾讯股票收报402.6元，下跌1.6%，资本市场率先对市场环境的变化作出反应。市场研究机构DCCI互联网研究院院长刘兴亮表示，“来往应该能得到一块‘蛋糕’，阿里的资金、资源、业务和用户都将成为它的优势。”

即便如此，对微信紧追不舍的互联网巨头们仍要面对几座大山，其中最重要的是用户社交关系的迁移成本，简单来说，移

动社交工具之间的更替，必须与用户社交关系的迁移同步。各家针对微信短板推出的这些功能是否值得让足够多的人群“踢开”微信，目前来看，似乎尚缺乏根本性的功能亮点。与此同时，微信也并未“坐以待毙”，在微信5.0版本推出后，从微信游戏到微生活卡，进一步增强了用户黏性，并开始在与线下商家打通的关键点上先行一步，大量商家开始在微信平台推广自己的微会员。线下商家的背书，让消费者更缺乏抛弃微信的理由。

不过，对于竞争对手的汹汹来势，将移动社交应用领域瞬间从“蓝海”变成“红海”，业内反应却颇为平静。市场研究机构易观国际分析师薛永锋表示，任何一家互联网巨头都不会放过移动互联网的机会，不可能放任微信一家独大，无论搅局还是谋利，进军这一市场在情理之中。与此同时，移动社交应用作为“超级入口”的黏性和可拓展性，已在微信5.0版本中得到了充分的体现。而刘兴亮则从用户和行业的角度评论说，有竞争总是好事，能为用户和开发者提供多样化的选择。



10月24日，广东万家乐燃气具有限公司在北京发布6款智能浴热水器，这些新产品全部采用了万家乐具有自主知识产权的智能独立操作系统Macro2.0。智能浴产品的推出，标志着我国热水器行业智能化时代悄然来临。图为消费者在现场参观展品。李涛摄

暂停销售“珍爱系列”

明治奶粉在华战略生变

本报北京10月24日讯 明治乳业今天发布声明称，因近来中国奶粉市场竞争激化和原材料成本上升，难以获得稳定的收益，决定暂时停止销售奶粉“明治珍爱系列”。今后，该公司仍将注重奶粉的产品开发，以期重返市场。

公告显示，涉及停售的“明治珍爱系列”奶粉包括：明治珍爱儿900g；明治珍爱宝900g；明治珍爱童900g；明治珍爱妈妈900g。

业内专家认为，明治因为经营手法过于保守，市场拓展方面远远不及其他品牌，其份额及整个市场的销售经营业绩并没有达到理想状态。这可能与整个市场背景有关系。再加上前一段时间的反垄断调查、兼并重组，甚至是抱团推出高端产品等一系列中国市场的变化，给“洋品牌”在中国经营带来了不小的竞争压力。从理论上说，明治奶粉暂停在华销售，对国内乳企是一个机会，但这个机会并不明显，因为目前洋奶粉在中国的市场占有率已较高，明治奶粉退出影响不了整个乳业的大局。据公开统计，多美滋、美赞臣、雀巢等5大洋奶粉在华的市场份额已经占到60%，在一线城市，洋奶粉的占有率超过了90%。

据了解，明治乳业是亚洲最大的乳制品企业，其于1987年在全世界首先完成对母乳DHA研发，研制出的配方奶粉被誉为是“最接近母乳的奶粉”，奶粉销量长年稳居日本第一。日本明治奶粉2007年正式进入中国乳制品市场，2010年因口碑一度被禁止进口。今年8月7日，明治等洋奶粉品牌又遭到发改委反垄断调查，明治被罚款金额约为2012年度年销售额4%，并不得不采取降价等方案应对，最后被免除处罚。

(龚时)

复星医药与希拉斯签近4亿欧元大单

创中国民企在希腊医药领域合作新高

据新华社雅典10月23日电 (记者刘咏秋 陈占杰) 中国民营企业上海复星医药(集团)股份有限公司(复星医药)23日在此间与希拉斯(Sellas)公司签署近4亿欧元的合作协议，这是迄今为止中国民企在希腊签下的最大金额医药合作协议。

根据协议，后者将出资3.88亿欧元(约合5.34亿美元)向复星医药购买治疗糖尿病的新药苯甲酸复格列汀(fogtagliptin benzoate)和治疗肺癌的新药Pan-HER受体抑制剂(Pan-HER inhibitors)在全球(中国除外)范围内的开发和销售等权利。

希拉斯公司将对这两种新药进行临床研究、测试及市场开发。希拉斯公司预计，这两种新药有望在未来四五年内面市。复星医药董事长陈启宇向新华社记者表示，受债务危机影响的希腊面临很多挑战，但这些挑战也是机遇。他说，希腊有足够的人才储备，成本也非常有竞争力，而且作为欧洲大市场的一员，希腊是中国企业进入欧洲和美洲市场非常好、也非常重要的窗口。

国机集团：让标准引领创新

本报记者 李予阳



史图册，建院50多年来，中国电器院共取得科技成果4300多项、专利200多项。在科研院所转制的历史大潮中，不少院所丢掉了“老本行”，也迷失了自己。中国电器院却保持着难得的清醒。他们一手抓市场，立足市场需求打造科技平台和创新体系，不断发展壮大励磁装备、智能电器装备、绿色环保材料等高科技产业；一手抓本行，不忘行业使命和社会责任，主持和参与制修订各类国际、国内行业标准1000多项，实现了行业和市场“双领先”。恰恰是那些看似不能带来直接经济效益的研究，支撑着企业的长远发展和国家的行业进步。科技研发、科技产业和科技服务“三位一体”的发展格局，使这家科技型企业既厚重又前卫。

“科研企业要有长远目标，不能只顾一时赚钱，要有社会责任心，为扩大中国在世界上的影响力而拼搏。”马坚斩钉截铁地对记者说。记者在广州科学城看到，中国电器院在这里建起亚洲规模最大、检测范围最广、国内领先的国家电子电器产品检测中心，120多个各类电器检测评价实验室令人大开眼界。马坚形象地把检测中心比喻为“产品医院”。中国电器院的认证已经得到70多个国家和地区的互认，这意味着，出口产品只要盖上中国电器院的检测章，就可以畅通无阻地进入这些国家的市场。标准决定产品水平，标准越高，产品质量越高。凭借技术优势和综合实力，在与美国国家标准化委员会等强劲对手的竞争中，该检测中心还获得了国际电工委员会秘书处资格，代表国家拥有了国际电器标准方面的话语权，这对我国电器工业占领国际研制、生产、贸易的制高点将产生不小的影响。

科技发展部部长赵兵介绍说。2001年新的领导班子上任以来，国机集团把科技进步作为企业发展的重要动力。在集团原机械工业部25家研究院和8家设计院的基础上，他们抓住国家振兴装备制造业的机遇，推动内外科技资源和内部资源整合，有效整合内外部科技资源，以战略引领大力开展科技创新。集团在组织承接国家重大科技攻关项目的同时，紧密贴近市场，组织新产品新技术的研发，在农林机械、重型机械、机床工具等领域完成了一批重大项目，研制出一批核心技术，开发了一批产业化程度高的名牌产品，有相当部分技术和产品达到国内领先或国际先进水平。集团科技型企业主营业务收入由2001年的18.7亿元增长到2012年的256.5亿元，增长约13倍。利润由2001年的0.66亿元增长到2012年的19.5亿元，增长约29倍。科技创新的快速发展，有力地支撑了企业的结构调整和转型升级，对企业加快发展方式转变发挥了积极作用。

一家企业何以能产出这么多国家和行业标准？日前记者来到国机集团在广州的下属企业中国电器科学研究院一探究竟。“电器院”文绉绉的名字透露出这家科技型企业的悠久历史和科技传统。员工们仍亲切地称呼董事长马坚为“马院长”。翻开历