

在上半年营收整体下降背景下,利润同比增长8.69%——

国家电投重组效应凸显

本报记者 齐慧

解放牌卡车——

30年填空白 30年闯世界

本报记者 李己平

7月13日,是中国汽车业一个值得纪念的日子。

60年前的这一天,第一辆解放牌卡车在长春第一汽车制造厂下线,标志着中国人实现了毛泽东主席“我们也要有这样的工厂”的夙愿。

今年的这一天,在解放卡车诞生60周年暨纪念版车型下线仪式上,围绕“解放卡车一甲子 创新领航六十年”的主题,解放职工与卡车用户作为仪式主角,欢聚一堂。中国一汽董事长、党委书记徐平寄语:“解放是一汽的根,是中国汽车工业的源头,解放好,一汽才会好,解放强,一汽才会强。”

仪式上,蓝色解放J6纪念版车型在声光电的烘托下从解放卡车总装车间“破墙而出”。一汽汽研所所长、院士李骏介绍说,该车型集中体现了解放品牌“商品力、竞争力、创新力”的研发理念,在动力、可靠、节油、安全、舒适及维护等方面表现优异。

统计显示,今年上半年,凭借着卓越品质,解放重卡在国内外连续6个月销量第一,达73114辆,同比增长71.7%。同时,在国内中重卡汽车销售普遍下滑的背景下,一汽解放却逆势而上,实现销量93120辆,同比增长45.7%。

“老国企焕发青春,靠的是‘争第一、创新业、担责任’的一汽文化支撑。”一汽解放汽车有限公司总经理、党委书记胡汉杰如是说。

解放卡车前30年,专注于填补空白。回想当年,中国第一代汽车设计师们将苏联生产的吉斯150型汽车进行了结构改进,设计出我国第一款解放牌汽车CA10型4吨载货汽车,结束了中国不能制造汽车的历史。毛泽东主席亲自为该车命名为“解放”。上世纪80年代,一汽自主研发出第二代解放CA141卡车,实现了二次腾飞。此后,一汽解放又生产出第三、第四代卡车,实现了由汽油向柴油、由车头向平头的转变。

而最近30年间,一汽解放通过中重型卡车核心业务重组,成立一汽解放汽车有限公司,开始了走向世界征程。

2004年,解放第五代奥威重卡下线,产品技术达到欧洲水平;2007年,第六代重型卡车J6投放市场,在安全性、舒适性、科技性等方面均实现重大突破;2011年,中国一汽“高品质J6重卡及重型柴油机自主研发与技术创新”项目,获得2010年度国家科学技术进步奖一等奖;2015年,在世界品牌实验室,也即中国500最具价值品牌排行榜上,一汽解放品牌价值估算为392.85亿元,列国内第一,获国际业界关注。

60年坚守,60年淬炼,解放凭借卓越的产品品质获得卡车界无数粉丝的喜爱与支持;60年积淀,60年峥嵘,解放以用户需求为导向,通过科技创新,在节油、环保等指标上遥遥领先。

在仪式现场,《经济日报》记者见到了获得“解放60年传承用户”奖的忠实客户耿开学。耿开学告诉记者,他祖辈4代开解放,解放就是他最亲的“哥们儿”。“花31万元买的解放,加车厢总共60万元左右,都开了300万公里了,还开着呢。”耿开学说。



图为解放J6卡车。(资料图片)

本版编辑 韩叙 徐达
美编 吴迪
本版邮箱 jirbyq@163.com



2015年7月,由中国电力投资集团公司和国家核电技术公司合并并重新组建的国家电力投资集团公司在北京挂牌成立,国家电投也由此成为全国唯一同时拥有核电、火电、新能源资产的综合型能源企业。

两家能源企业的重组,可谓是“情投意合”。如今,国家电投已成立一年时间。统计显示,2016年上半年,国家电投实现利润73.65亿元,同比增长8.69%,重组效应不断放大,改革红利正在凸显,其成功重组也被业内称为互补式的“联姻”。

优势互补进展顺利

2013年,新一轮国资国企改革从中央十八届三中全会后拉开了帷幕。中电投和国核技两家公司首先表达了强烈的重组意愿。

中电投是五大发电集团中唯一的核电运营商,于2002年电力体制改革时继承了原国家电力公司所有核电资产,包括多个内陆和沿海厂址资源,是中核集团和中广核集团之外,国内第三张核电运营牌照的拥有者。但相较于中核和中广核,中电投无论在核电装机规模还是运营经验方面都多少有些“力不从心”。

国核技是国家引进的三代核电技术AP1000的受让方和国产三代核电技术CAP1400/1700的牵头实施单位和重大专项示范工程的实施主体,拥有较强的核电设计研发能力。但是,有技术而无资质是国核技发展的瓶颈。

2013年4月23日,两家企业的主要负责人向国务院有关领导提出联合重组的意愿。2015年5月12日,国务院国资委印发《关于国家核电技术有限公司重组的通知》,标志着国家电投的诞生。2015年7月15日,国家电投召开成立大会,标志着新集团正式挂牌运营。

国家电投资产总额7223亿元,拥有7家上市公司。而在核能领域,国家电投打破了国内原有的核格局,形成国家电投、中核、中广核三足鼎立的局面。

专家指出,作为党的十八大后两家中管企业的首次重组,中电投和国核技属于互补式的结合。两家企业的重组,是我国核工业体制、电力体制改革的又一次重大突破,是国家对核能企业发展的战略部署,是进一步打造核电与核军工“两个拳头都要硬”发展格局的重要举措。

“此次重组进一步实现了核与电的深度融合,技术与资本的紧密结合,有利于核电技术持续创新发展,有利于三代核电自主化、产业化、国际化发展,有利于核工业产业基础和能力的迅速提升。”国家电力投资集团公司董事长、党组书记王炳华如是说。

重组一年开局良好

7月2日11时50分,三代核电自主化依托项目海阳核电1号机组冷态水压试验圆满完成。此次试验成功为后续机组热试、



①



②



③

图①为国家电投收购太平洋水电公司签约仪式现场。

图②为海阳核电外景。

图③为将于2017年投产的海阳核电1号机组。

(资料图片)

反应堆装料及并网发电奠定了坚实的基础。这也是国家电投重组后取得的三代核电建设的新突破、新进展。

截至目前,国家电投已运营一年。在关键的开局之年,国家电投克服发电利用小时下滑、火电电价下调等不利因素影响,确保效益稳步增长。统计显示,2015年,国家电投实现利润139.68亿元,获国资委“保增长”一等奖;今年上半年,在营业收入下降的背景下,实现利润73.65亿元,同比增长8.69%。

国家电投组建以来,坚持顶层设计,以建设国有资本投资公司方向,按照“1+N”思路制定和实施系列改革方案,总体部署、分步实施。目前,重组整合已基本完成。

新体制、新机制、新模式的逐步建立,为国家电投改革发展增添了新活力。

首先,扩大二级单位自主权,优化调整管控模式,重构以资本为纽带的三级管控体系。调整改革后,国家电投总部部门数量由36个减少为17个,人员由400余人减少为260余人。

同时,制定总部权力清单,总部权力由249项精简到117项,下放比例达57%,将生产运营职能全部下放,赋予二级单位投资、发展、人事等更大自主权。

在调整管理架构的同时,国家电投还按“专业化+区域化”的思路调整业务板块架构。对核电、金融、环保、海外、科研等产业板块,组建专业化子集团,并大力推动专业化板块整体上市。

国家电投组建以来,根据新集团的发展蓝图,相继出台了业务架构优化调整、体制机制改革等13个专项方案。目前,一个以市场化、国际化、现代化为目标的业务架构已形成,各产业板块拥有蓬勃发展的新活力。

“十三五”实现弯道超车

2015年7月16日,也就是新集团成立的第二天,刚刚上任的董事长、党组书记王炳华在国家电投2015年年中工作会上清晰地回答了“建设一个什么样的国家电投和怎样建设国家电投”的问题。

立足于我国经济发展新常态,贯彻党中央、国务院关于深化国资国企改革和核能企业重组调整的战略部署,国家电投提出了一个发展愿景:把公司建设成为创新型、国际化的综合能源集团和现代国有企业。

这一愿景如何实现?

“在新常态下,我国经济发展表现出速

度变化、结构优化、动力转换三大特点;能源革命、电力市场化改革和国资国企改革向纵深推进;供给侧结构性改革全面实施,更加注重发展质量和效益。在这样的大背景下,能源电力行业迎来前所未有的大变局,发展速度和结构深度调整,正如赛车进入弯道,机遇与风险并存。”王炳华分析道。

基于这样的判断,国家电投提出了“十三五”期间“弯道超车”的短期发展目标。“其中的关键就是创新求变、专注如一,将自身优势转化为发展的新动能。”王炳华说。

新动能指重组后国家电投具备的发展优势:核电、新能源、技术创新资源、国际化发展。按国家电投的“十三五”规划,国家电投将通过释放先进核电技术优势,扩大新能源领域优势,同步发展其他常规电力,积极发展电站服务业和电力新业态等,塑造起全新的竞争格局,使发展差距大幅度缩小,质量与效益居于前列。届时,国家电投将实现装机总规模1.7亿千瓦,清洁能源比重占50%,资产总额11000亿元,主营业务收入3000亿元,利润总额260亿元,净利润140亿元,经济增加值75亿元,资产证券化水平75%左右,资产负债率控制在78%以下。

东方明珠:“素颜”也很美

本报记者 冯举高 通讯员 杨戈

湖北南漳的一家中小型白酒企业——湖北东方明珠酒业有限公司在简化包装上大做文章,在湖北省范围内率先推出“裸瓶”系列酒,成为酒业中的“素颜”代表。

何谓“裸瓶酒”?简单来说,就是只有瓶子,没有外盒的简易包装酒。

公司董事长木昌彬告诉记者,据专业机构测算,我国每年包装耗材达3000余万吨,由此产生的包装废弃物约1600万吨,价值高达4000亿元。而在所有商品中,食品、保健品、烟酒的过度包装问题最为严重。

“实际上,不少中小型酒企也是有苦难言,哪怕资金实力并不雄厚也只能硬着头皮投入,而消费者虽然心知肚明却无计可施,只能‘花大钱买盒子’,两头不讨好。”木昌彬坦言,环保和成本的双重压力让他最终下定决心,当第一个“吃螃蟹”的人。

2009年初,东方明珠首批面向中高档消费层次的“腾龙”裸瓶酒面世了。然而没想到的是,这款酒一上市就遭到冷遇。公司主管营销的副总经理黄朝海告诉记者,市场调

查结果显示,消费者大多认为“裸瓶酒”就是简装酒,不仅品质让人怀疑,消费起来还很丢面子。

看着这样的成绩单,公司内外一片哗然,连高管层都发出“没有包装的酒一定没有市场”的质疑,外界也有评价认为这只是企业作秀而已。

历经3个月的阵痛,2009年5月,裸瓶酒销量回升到2000件。此后,销量月月增长,一年后,产品销量同比增长30%以上。随着市场张开“怀抱”,公司借势而上,相继开发了国圆、楚酱、襄阳宴等十几款中高档裸瓶系列,市场占有率节节攀升。

推行裸瓶酒,销售价格实际下降了三分之一。表面上看,这会影响到公司利润,但综合来看,消费成本的降低带给消费者看得见的实惠,进而拉动产品销量的增长,为企业腾出利润空间。木昌彬坦言,推出裸瓶酒后,企业实际上和消费者分享了利润。以前用于购置奢华包装节约下来的成本,大部分让给消费者,小部分则用来购置更好的原料、投入新产品的研发和窖藏,形成质量与

效益双赢的良性循环。目前,东方明珠裸瓶酒销售额占瓶装酒销售总额近九成,已成该公司名副其实的拳头产品。

实际上,推广裸瓶酒,还有笔更大的账可算。据南漳县委副书记段细柱介绍,自



“买珠重槌”早日休

韩叙

过度包装是个老问题了,可就是这样一个问题却变成了消费领域里的老大难。

过度包装现象暴露出三大问题:一是部分消费者仍存在虚荣消费观;二是生产企业环保意识薄弱;三是管理机制依然不够严格。而今,随着环保意识逐渐深入人心,加之送礼之风有所收敛,群众消费观已经渐趋理性。同时,随着两大国标的相继颁布以及质检抽查的常态化,管理及惩戒机制也在逐步完善。在此背景下,真正应

2009年至今,东方明珠每年可节约纸张500吨以上,换算成树龄为10年的树木,约为8500棵。

有了“素颜效益”打底子,如今的东方明珠在“不要面子要里子”的征途上越跑越快。

“买珠重槌”早日休

当过度包装负主要责任的,归根到底还是生产企业。

应该说,东方明珠能够勇敢地面对行业顽疾,跳上远离过度包装的风口浪尖,确实是一个值得钦佩的选择。一本企业发展的经济账,一本绿色发展的环保账,一本无愧于心的社会责任账,东方明珠用实际行动,产品口碑与过度包装并不具有正相关关系,只要把品质做好,三本账的共赢完全能够实现。