

诚通集团先行探索国有资本运营

合理流动实现保值增值



本报记者

李子阳

实习生

李世瑶

图① 作为中国诚通的骨干企业,中国寰岛集团公司积极拓展海上旅游业务,图为该公司开发的海上半潜观光船。

图② 诚通集团纸业发展平台的造纸车间。

图③ 中国寰岛集团公司开发的“寰岛蛟龙”潜水器。

(资料图片)



生意经

猎上网:

O2O要回归商业本质

本报记者 王轶辰

“做O2O,光靠烧钱补贴是不行的,关键是要遵循商业的本质。简单说,这个商业本质就是通过互联网平台这种新的模式,是否可以降低整个生产的边际成本、提升行业生产效率。如果答案是否定的,则是不符合商业规律的。”国内知名网络招聘平台——猎上网CEO辛小蝶告诉《经济日报》记者。

辛小蝶认为,传统猎头行业的一大弊端就是线下单位时间成本非常高。猎头公司是一个小入口,在接单跟客户打交道的时候,维护客情关系所需时间成本和人力成本很高,这决定了猎头接单的能力也是有限的。再加上一个HR背后的部门很多,所以传统猎头效率很低。

正是看到这一行业痛点,2012年,猎头出身的辛小蝶毅然辞职,在北京成立猎上网。通过整合全国各个行业的猎头资源,猎上网解决了传统猎头无法跨行业、跨区域、规模化作业的困境及网络招聘无法涉足中高端职位的瓶颈。目前,平台已聚集全国1300多家猎头公司及10000多名猎头顾问,有近千家企业通过平台快捷高效地找到所需人才。

猎上网首先解决了猎头入口配套的问题,平台来接单,并维护所有的客情关系,平台来连接所有的HR,让猎头把订单从有限做到无限。辛小蝶告诉记者,首先,猎上网做平台运营把流量引过来进行分类;其次,按照成单量以及服务质量对猎头分层管理。“基于猎上网的基础订单配套,把职位分类;同时按猎头所服务候选人的年薪,把猎头分层,让服务商们按部就班找到自己的位置,大大降低服务者的边际成本。”

也就是说,猎上网通过线上平台的规模效应,有效降低了猎头的边际成本。而有些O2O公司失败的原因,很大程度上是因为没有办法降低服务者单次服务的边际成本。猎上网的模式,可以让猎头在单位时间内同时给多个候选人以及多家客户服务,这种模式比传统线下猎头的工作方式高效了许多。

“猎上网是一个对结果负责的招聘平台。”辛小蝶说,“我们平台实行的模式是,人选到岗后,企业按约支付猎头费,费用由猎上网暂管,待候选人试用期结束后猎头费支付给对应猎头。当然,若候选人试用期未通过,猎上网100%也会全额退回猎头费。”这种方式有效避免了猎头与企业因为服务费的问题产生纠纷的隐患,更重要的是为平台提供了充沛的现金流。

中国移动发布终端质量报告

将加快终端产业布局

本报讯 记者崔国强报道:在日前举办的2016世界移动大会之全球终端峰会上,中国移动发布了《中国移动2016年终端质量报告》。《报告》认为,终端产品进入融合发展阶段,其中,可穿戴设备、虚拟现实、无人机等终端产品热度持续升温。据统计,今年一季度,可穿戴设备发货量达到2000万部,增长40%。

对于终端产业布局,中国移动副总裁李慧嫄表示,中国移动将引导4G终端质量持续提升,今年计划新建30万个4G基站,同时还将推动4G向5G的演进,目标是在2020年实现5G商用;中国移动今年还将开展VoLTE(一种网络互连协议数据传送技术)的工作,提升业务品质,并完善家庭产品、行业产品、消费产品方面的布局 and 规划,推动大众生活的智能化水平不断提升。

另据《报告》统计,目前在国内,1000元以下手机中,三星、魅族、华为、中国移动厂商表现较好,排名靠前;1000元至2000元手机中,三星、华为、乐视等厂商表现较好;2000元至3000元手机中,华为荣耀、OPPO、三星排名靠前;3000元以上手机中,三星S7系列、华为P9系列手机名列前茅。

国有资产经营试出新路

此前,诚通集团已经完成了6户央企一级企业、14户央企所属二级企业、11户军工企业和1户地方国有企业以及系统内182户企业的重组整合,对1户央企财务公司实施了破产清算,资产经营共涉及企业656户,资产负债800亿元,职工8.8万人。这是诚通集团在过去10年里作为国资委首家国有资产经营试点企业交出的任务完成清单。

“为国有经济和中央企业布局与结构调整服务,坚持资产经营与产业经营相结合,成为在中央企业结构调整中发挥独特作用,市场竞争力强的资产经营公司,是诚通2005年成为国有资产经营公司后董事会确定的定位和发展战略。”马正武说。

10年来,诚通集团贯彻出资人意志,坚持市场化运作,开展了大量卓有成效的工作,积累了可借鉴的宝贵经验,形成了一些行之有效的做法。

比如,搭建国有资产重组专业化运作平台。诚通集团搭建了产权管理、资产运营、人力资源管理三个功能性平台。其中,人力资源平台负责解决“人往哪里去”这一难点,体现了党和政府对困难企业员工的关怀和保障。实践中,诚通集团采取了“人资分离”,在接收重组的中国国际企业合作公司的人力资源管理公司基础上,组建了“诚通人力资源管理有限公司”,建立了第三方专业管理“三类人员”的专业化人员安置模式。

又比如,探索不良资产市场化运作路径。接手国资委资产经营项目后,根据企业实际经营情况,坚持分类管理、分类指导、一企一策的原则,在企业重组和资产整合中实现了“清理退出一批、重组整合一批、创新发展一批”。

2005年以来,诚通集团先后清理退出中国普天集团所属8家二级企业,对央企一级企业华诚投资管理有限公司实施破产,中国国际企业合作公司清理关闭,总计退出困难企业322户,累计分流安置人员6.3万人。

“我们不能忘记退出企业的贡献,退出本身也是一种发展,才能换来结构的优化和转型升级。”马正武说。

资本运营探索再次领航

新一轮国企改革大幕拉开后,诚通集团多次参与了有关改组建设投资运营公司、“僵尸企业”处置等专项改革研讨,提出相关建议,并形成了一系列研究成果。2016年2月,诚通集团被确定为中央企业国有资本运营公司试点后,根据新的发展定位,全面实施了改组。

“诚通将围绕国家战略,以服务国有企业结构调整,提高国有资本整体运营效率,实现国有资产保值增值为宗旨,探索新的运营模式。”马正武说。

作为国有资本运营公司,与过去10年试点最大的不同是,公司职能定位于服务国有资本战略结构调整和布局优化的国有资本市场化运营平台;通过股权运作、价值管理、有序进退,促进国有资本合理流动,实现保值增值。基于以上战略定位,公司全面实施了运营模式、管控方式和内部机制的改革,并强化了党建工作保障体系。

诚通“以新设的方式实施改组”,全面改革运营管理体系。以增强所出资企业活力为出发点,转变管控职能。强化适应资本运营公司定位的总部建设。作为中央企业首批7家建立规范董事会试点企业之一,集团董事会将在前期实践基础上,进一步完善董事会结构,强化专业委员会作用,增强资本运营的专业决策能力。集团总部改组成为规模精简、运作专业、运转高效资本配置和资本运作中枢。组织架构采用前中后台模式设计,突出价值实现导向。

同时,重塑从管企业向管资本转变的新型管控架构。总部对所出资企业,以资本为纽带,以产权为基础,依法行使股东权利。压缩管理层级,通过市场化方式发挥股东积极作用。总部聚焦关注国有资本流动和增值状况,注重资本结构调整,关注资本安全。

此外,改革集团将全面改革现有用人、考核和分配模式,实行符合资本运营公司特点的内部激励机制。按照资本运营业务特点,拓宽选人用人的事业和渠道,建立分级分类的职业经理人市场化招聘制度和差异化薪酬分配方法。

科尔沁牛业:

牛企要“牛”靠什么

本报记者 韩叙

就一直秉承并坚决贯彻的经营理念,也是其一路攀上行业顶峰的法宝。

牛企要“牛”,首先要保证食品安全与质量。

“食品加工这个行业,原料大于加工。食品行业的根在农业和畜牧业,前端理顺了,后面就是好东西。”王征涛说,屠宰技术提高起来相对比较容易,但如果牛吃了不该吃的东西,喂了不该喂的药,就很麻烦。

为此,从2009年开始,科尔沁牛业开始了一整套“烧钱”的探索。比如加大自养比例;比如严格检验标准,加大检验频率;又比如在全国范围内建起了3个饲草种植基地,实现了从种植到养殖一条龙管控……

在此基础上,科尔沁牛业又引入了全产业链追溯系统。在科尔沁养殖场,记者看到,每头牛的耳朵上都有一个小小的标号,记录着牛的年龄、体重、入场时间、防疫记录等等,这是追溯系统第一次信息数据的采集。实际上,从养殖到加工,再到冷链运输,这样的数据采集需要进行6次。在国内唯一一条被欧盟卫生部门认可的肉食生产线“马瑞奥”上,整牛被一次次分割,直至变成肉制品,再经过全程0摄氏度至4摄氏度的冷链运输进入超市,每一个环节都有标准,每一个细节都逃不过监控。在超市里,每一件商

品上都标识有二维码,手机扫一扫,不仅可以追溯到上一个环节,甚至连最初的活牛、养殖户信息都一目了然。

牛企要“牛”,口感的改善与烹饪方式的改良必不可少。

王征涛表示,国内牛肉消费比例之所以低,主要原因是牛肉加工起来确实非常费时,而且要做成好吃的牛肉,需要手艺。为缓解这一问题,科尔沁牛业推出系列牛肉调理制品,通过排酸、温控等工艺的改善,让牛肉的纤维更加柔软,通过各种腌制品、半成品的开发,降低家庭烹饪难度。其主打的牛排、牛肉肠等产品,甚至只需煎3至5分钟即可食用,就像煎鸡蛋一样简单方便。

同时,科尔沁牛业还研发出中西两种多款不同风格的牛肉系列产品,可以同时满足消费者中式和西式不同消费习惯。

“什么是供给侧结构性改革?如果企业只是告诉消费者,我的产品更健康,请你来消费,这是不行的。企业要根据需求侧的喜好与习惯,不断改善自己的产品,提升消费者的消费体验。”王征涛说。

牛企要“牛”,低廉的价格与产品体系的完善同样重要。王征涛告诉记者,目前,中国肉牛产业已经进入深度整合期,未来

在众多“红肉”中,牛肉一直以营养价值高、脂肪含量低著称。不过,有统计显示,美国消费者人均年消费肉类65公斤,其中45公斤是牛肉,而我国消费者人均年消费肉类55公斤,其中只有5公斤是牛肉,这样的差异难道仅仅是因为消费习惯吗?

答案是否定的。

“以家庭烹饪来说,牛肉相对麻烦,加之其纤维较粗,口感普遍偏硬。而在价格方面,牛肉也没有太多竞争优势。且不说西餐厅里,一块牛排的价格动辄上百元,即便在超市里,优质牛肉的售价平均也在30元至50元左右。”内蒙古科尔沁牛业股份有限公司总经理王征涛告诉记者,对于食品企业来说,供给侧结构性改革的迫切性非常直观,作为内蒙古农牧业产业化的龙头企业,科尔沁牛业必须要在降低牛肉食用门槛的道路上加快探索,让消费者的餐桌更健康、更便宜。

诞生于2002年的科尔沁牛业,如今已经成为中国食品行业当之无愧的巨头。它是奥运会、亚运会、大运会以及全国两会的牛肉供应商,是牛业首次中国驰名商标的拥有者,也是我国首家有机牛肉认证企业。正如科尔沁牛业董事长李和所说,“食品工业是道德工业”,这是科尔沁牛业从成立伊始