

“买得来,管得了,干得好,拿得进,退得出,卖得高”——

中国化工念好“三字经”

经济日报·中国经济网记者 周 雷

建设现代化经济体系
央企在行动

中国化工的“正向收购—反向整合—重组上市”并购整合策略路径,完全按市场化规则运作,能够同步实现国有资产保值增值、国内产能转型升级、债务性融资资本化等目标,为中国企业“走出去”、参与国际市场竞争、提高国际化经营水平提供了健康有益的借鉴



“中国特色社会主义进入新时代,中国化工也进入了发展新阶段。这是中国化工全面深化改革的攻坚阶段,是开启‘新科学、新未来’的转型阶段,是打造‘数字化工’的创新阶段,是建设世界一流企业的跨越阶段。”中国化工集团公司董事长、党委书记任建新如是说。

数据显示,中国化工去年营业收入、EBITDA(税息折旧及摊销前利润)、利润均实现较大幅度增长,位列中央企业绩效考核A类企业;在《财富》世界500强榜单排名提升至211位;通过并购世界第一大植保公司、第三大种子公司先正达公司完成中国迄今为止最大的“走出去”项目,国际化发展打开了新局面。

在谈及今年重点工作时,中国化工方面表示,将按照党的十九大精神要求,推进“333”发展战略,即加快发展生命科学、材料科学、环境科学3大产业;加快实施创新驱动、“数字化工”和可持续发展3大战略;加快推进发展质量、效率和动力3大变革,将中国化工打造成为以实体经济为主、科技创新驱动、现代金融支撑、人才资源保障的现代产业集团,提前实现“十三五”规划目标,早日建成具有全球竞争力的世界一流化工企业。

全球布局好戏连台

2018年3月22日,中国化工集团公司旗下中国蓝星(集团)股份有限公司所属海外企业埃肯公司顺利完成IPO,在奥斯陆证券交易所正式上市,最终发行价定为每股29挪威克朗,成为首家在挪威上市的中资企业。

任建新表示,中国蓝星成功推动埃肯转型升级成为一家全球化、高价值的硅产业专业公司,上市是其中非常重要的一步。

资料显示,埃肯公司有110余



图① 中国化工集团公司总部大楼。
图② 中国化工董事长任建新(左)与倍耐力执行副董事长、CEO 特龙凯蒂握手。
图③ 图为先正达科技人员在向客户讲解无人机喷洒农药的精准性原理。(资料图片)

场化规则运作,能够同步实现国有资产保值增值、国内产能转型升级、债务性融资资本化等目标,为中国企业“走出去”、参与国际市场竞争、提高国际化经营水平提供了健康有益的借鉴。

创新引擎动力澎湃

党的十九大报告指出,创新是引领发展的第一动力,是建设现代化经济体系的战略支撑。这一表述为中国化工继续牢固树立新发展理念,深入实施创新驱动战略指明了方向。

多年来,中国化工的有效发明专利拥有量一直在央企中名列前茅。2017年,中国化工申请专利同比增长24%,授权专利同比增长75%;累计有效专利20999件,其中发明专利占比61%,美日欧和PCT(专利合作协定)占比80%。

今年2月份,江西南丰70万亩蜜橘进入清园期,50架植保无人机在蜜橘种植区巡回飞防,喷洒混合了飞防增效剂的农药。这种全新的作业模式效率高得令人咋舌,1亩果树作业约仅需12分钟。“我们在增效剂方面有数十项专利,拳头产品‘迈飞’已成为飞防增效剂市场第一品牌。”中国化工旗下化工科学技术研究总院院长杨林说,“迈飞”的应用可提高农药利用率率30%以上,减少农药使用量20%至30%,目前该产品应用已达3000多万亩次。

在谈及为何强势推进农业科技领域布局时,任建新表示,一方面,农药和种子对提升现代化农业水平,保障粮食稳产、增产有重要作用。但不得不承认的是,长期以来,原创性农业科技一直是我国农业产业的短板。另一方面,原创性农化业务已成为国际化工抢占创新引领的制高点,不少世界知名化工巨头纷纷调整业务格局,退出以石油化工为基础的传统化工,加大在农业科技领域的布局。

仅就中国化工自身的情况来看,集团虽拥有全球最大的非专利农药业务,但与专利农药企业相比,在研发环节还存在一定差距。

为下好创新发展先手棋,去年中国化工以430亿美元收购了国际巨头先正达。作为全球第一大农药和第三大种子农化高科技公司,先正达拥有全球领先的原创农药开发以及种子研发、育种技术,研发人员5000多人;每年研发投入占年销售收入10%左右;研发投入产出比达到10.7,处于行业领先水平;在全球拥有专利超过13000件。

通过收购先正达,中国化工成功跻身全球专利农药行列,成功弥补了集团种子板块业务空白,形成农药、种子齐头并进、平衡发展的产业格局,一个集专利和非专利农药、现代种子于一体,创新能力、业务规模优势明显的全球一流农化高科技企业浮出水面。

任建新表示,围绕中国化工“新科学、新未来”的发展定位,先正达遍布全球的研发中心、完善的

产品研发管理体系、多学科的专业研发团队、丰富的数据库及资源共享体系,可以全面提升中国化工的科技创新能力。

电商平台风生水起

党的十九大报告指出,推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合。沿着上述方向,中国化工以IT技术为支撑,促进“互联网+制造业”、制造业与服务业融合互动发展,传统业务转型升级步伐明显加快。

近日,记者来到中国化工旗下山东昌邑石化有限公司,宽敞的销售大厅里很安静,并没有人们印象中熙熙攘攘、排队采购的情况。这里最忙碌的当属大厅正上方的显示屏。屏幕上,信息不停滚动刷新,显示汽柴油价格及众多提货车辆的排队信息。随着“滴滴”声响起,刚进门不久的一位客户看了看手机信息,随即出门提货了。

搭上电商快车后,中国化工销售方式发生了巨大变化。为抢抓机遇,中国化工在B2B领域率先试水,自2015年起斥巨资自建电商平台,一路做得风生水起。

“2017年中国化工电商销售额近600亿元,已成为B2B行业最大的交易平台之一。”中国化工首席商务官沈忻表示,目前中国化工国内销售业务三分之一已上线。“工厂和客户都觉得这个平台很好用,用上了就离不了。”沈忻说。

中国化工电商平台的推出可谓一石三鸟。首先,交易优化了。过去一两天才能完成的交易,现在转瞬之间搞定,整个业务过程更加透明、便捷、高效。其次,管理提升了。电商平台的管理功能涵盖了企业从客户管理到产品管理再到销售人员效率效能管理等各个方面。以产品定价管理为例,过去产品交易主要靠销售员凭经验定价,但市场瞬息万变,定价偏差自然较大。有了电商平台后,管理系统能通过定价模型,统筹考虑供需关系、客户质量、交易方式等因素,实现精准定价。第三,客户交互顺畅了。通过信息化手段,中国化工能够为客户提供更贴心、更便捷的服务,有效增强了客户黏性。

随着安迪苏在集团电商平台成功试水,先正达、倍耐力等也将陆续上线,中国化工“电商平台通全球”的目标近在咫尺。

“今年集团国内销售业务要全部上线,明年要在全世界推广。”沈忻表示,到今年年底,电商平台客户数将超过7万,客户网络也会更加完善,分散在各地的下属企业将更好地形成合力。

以电商平台推动营销变革,对中国化工战略转型、业务提升大有裨益。不仅如此,中国化工还从自身肩负的责任出发,推动自有电商平台向第三方平台转型,以开放的平台为化工行业服务,以期构建新的行业生态,降低全行业的供应链成本,以数字化战略促进我国化工产业向全球价值链中高端迈进。

北汽首次大规模出口新能源汽车——

把环保理念纳入外销版图

本报记者 杨学聪

不久之后,穿梭在墨西哥大街小巷的出租车中将出现国人熟悉的面孔。从今年6月份起,北汽集团新能源汽车EU300换电车型将正式出口墨西哥,每月发车100辆,投入当地出租车运营。这是北汽集团旗下北汽国际发展有限公司(简称北汽国际)首次大规模向海外出口新能源汽车,整体数量将视试运营效果而定。

与以往不同,北汽此次不仅将整车卖到海外,还将包括换电设施在内的整个换电模式整体输出。3分钟内就能换一次电池,这也是墨西哥出租车协会选中EU300的一个重要理由。

事实上,北汽很早就开始布局墨西哥市场,着力将其建设成为辐射南美及北美发达国家的战略区域中心。2016年5月份,北汽墨西哥首条生产线启动建设,并在当地同时建起了一支强大的售后服务团队。

新能源车换电模式出海是北汽集团探索以全价值链输出为导向、以海外基地为核心业务发展模式的一个缩影。作为北汽集团实施国际化战略、打造“世界北汽”的主平台,北汽国际正加快资源整合和全球布局,重点聚焦南非、墨西哥、伊朗以及毗邻东南亚的云南瑞丽4大区域性产业基地,拓展北汽的国际化版图。

数据显示,截至2017年年底,北汽国际累计销量突破7.6万辆。其中,面向东南亚市场的北汽云南瑞丽被业界誉为中国边境线上最美、最大的现代化汽车生产基地,预计今年三季度投产;已经具备生产条件的伊朗工厂已有200多名工人;设计产能15万辆的南非工厂预计今年6月底投产,随着产能爬坡,将覆盖南非乃至东西非地区。……

“北汽国际是集团出海、全面开拓国际化业务的总平台和排头兵。”北汽国际党委副书记杜榕告诉

经济日报记者,北汽国际不仅卖产品,更希望把集团的品牌、技术管理带出国门。2018年,北汽国际将以“高质量发展”为统领,以“产能走出去”“市场走出去”为主要路径,坚持“聚焦市场”“聚焦产品”“聚焦品牌”“聚焦效益”,通过组织再造、流程再造、文化再造带动体系能力提升,实现从规模增长向质量、效益与能力增长的转变。

资料显示,成立于2013年6月份的北汽国际目前在海外48个国家和地区建立起相应的渠道,在22个国家和地区设有散件组装工厂。未来,公司还将不断整合集团优势资源,借助精干的国际化团队,快速适应融入海外市场,走高质量的海外发展之路。

与以往只销售产品相比,现在“产能走出去+市场走进来”的方式会带来哪些不同?杜榕表示,以南非工厂为例,它是北汽国际化战略的重要“据点”。一方面,公司将在“产能走出去”的同时输出北汽的技术、管理经验;另一方面,继续推动“市场走进来”,着力搭建销售网络,结合北汽的技术产品优势,在当地开展有针对性的营销和开拓。

当然,拓展海外市场必然面临着更多不确定性因素和风险,如全球经济波动、地缘政治的影响等。就此,杜榕表示,“中国企业‘出海’时间短,经验确实不够丰富,但无论怎样,核心依旧是下大力气、做大品牌影响力。做好自己,为当地消费者提供超预期的产品和服务,是抵御一切风险的根本所在。”杜榕说,下一步,北汽国际将带着金融服务体系、二手车体系、服务贸易体系、物流体系等整个产业链出海。

按照计划,北汽国际将在2020年设立海外7大运营中心,并在30个国家和地区设立本土化管理机构,海外乘用车销量目标为6万辆,力争到“十三五”末成为中国汽车行业出口三强之一。

蓝信打造“最懂政企的移动办公平台”——

“头、手、心”一键通

本报记者 徐 胥

中国企业员工如果在境外遇到突发事件该怎么办?

按照以往的思路,员工只能到使馆发送信息。如今,借助“一带一路”专属移动工作协同平台,任何人都可以像《战狼2》中的冷锋一样,通过手机一键报送信息。

蓝信移动(北京)科技有限公司就是这个平台的孕育者。

说起办公系统,每位上班族都不陌生,遍布企事业单位内网的PC端办公软件已经成为上班族们的“日常必需品”。然而,随着智能手机愈加普及、移动互联网加速渗透,企业和政府机构对办公效率的要求越来越高,传统PC端办公软件已经很难满足企业碎片化办公的需求。同时,随着网络安全事件频发,用户对办公平台的安全性能也有着热切需求。

正是基于对政府机构与大型企业需求的深刻理解,蓝信自2013年7月份推出第一代产品以来,就将自己的使命确定为“服务企业级移动办公安全”。目前,该公司的客户已经覆盖外交部、公安部、贸促会、新华社、交通银行、中国商飞、中国华电、中国有色等在内的众多大型政企组织,成为国内移动办公领域最具安全性和领先性的平台之一。

《2017智能移动办公行业趋势报告》显示,2017年移动办公市场规模已超过54亿元,预计2020年将达到120亿元。近年来,国家大力推广“互联网+”战略,尤其是随着互联网产业进入“下半场”,由消费互联网向企业互联网转型已成为业内共识。

“以移动办公引领工作方式的变革,促进企业效率提升和智能协同,助力大型企业创造中国速度、中国效率,是蓝信的责任和使命。”蓝信移动(北京)科技有限公司副总裁刘在恒表示。

中国铝业集团信息化管理部主任文欣荣对此深有感触。他告诉记者,现在中铝集团绝大多数人已经习惯用蓝信移动办公,效率明显提

高了。年底集团考核可以直接推送到蓝信上,随时随地可用手机浏览;领导走到哪里都可以批文件,在国外也可以放心批阅内部文件。“移动办公最大的优点就是便捷、及时,大幅提高工作效率,由此带来的经济效益、节约的成本不可估量。”文欣荣说。

随着“一带一路”建设的深入推进,实现国内同相关国家中资企业实时互联互通成为当务之急。为此,蓝信重点打造推出“一带一路”专属移动客户端项目。

“这是蓝信特别引以为豪的一项创新。与市面上很多移动办公平台建设企业不同,我们不仅能够提供标准化服务,还能针对用户特点量身定制专属化的移动办公平台。”刘在恒表示,在移动办公巨大的市场需求面前,蓝信的定位非常清晰——“做最懂政企的移动办公平台”。

在蓝信看来,“懂”的关键在于“3H”,即“头、手、心”(Head、Hand、Heart)。其中,“头”负责指挥调度管理,“手”负责执行,“心”则负责维持整个身体系统的供给。

刘在恒进一步解释说,首先,蓝信服务于“组织大脑”,作为指挥调度系统,它能使组织意志直达“神经末梢”;其次,蓝信平台透明度极高,每位员工的工作成效都会明明白白显示在上面,用“透明的手”激发员工的主动性和创造性;第三是“文化之心”,企业可通过在蓝信上建立订阅号、广播号等,向全体员工传递企业文化、企业精神。

“移动办公平台必须要有安全处理商业秘密或敏感信息的能力,这是移动办公平台的底线。”刘在恒告诉记者,蓝信在架构安全、客户端安全、传输安全、服务端安全、运行环境安全、数据安全、业务安全等多方面采取了业内领先的安全措施和技术手段,有效确保了平台可靠性。在此基础上,蓝信还可作为大型政企特别是央企客户提供独立部署、公有云服务、私有云托管服务3种部署方式,让数据安全更有保障。