

本报记者 周雷通讯员 王长明

向「错峰」要发展

中国有色全力做好疫情防控和复工复产工作——

疫情面前,在确保安全的基础上抓好生产经营工作是实体企业的必答题。

中国有色集团是受疫情影响较大的中央企业之一。集团在湖北拥有中色大冶、中色十五冶、有色财务公司3家出资企业,3家企业合计营业收入、资产规模、利润总额分别占集团的60%、30%和27%,铜产量、工程营业额、贸易额分别占集团的53%、58%和56%,合计拥有员工1.58万人,占集团总员工数的32%。

面对疫情,中国有色集团全力做好疫情防控和复工复产工作,努力做到“两手抓、两不误”。集团一方面严防死守,确保安全,未发生聚集性感染;另一方面积极驰援湖北定点救治医院突击建设任务、医疗废弃物处置任务,捐款捐物合计超过1300万元。同时,继续保持稳中求进,推动生产经营、疫情防控同步研究、同步部署、同步推进、同步落实。集团上下坚定实施“错峰发展”,统筹各业务、区域、工作,做到“有所为有所不为”,保持改革发展的稳定性和生产经营的连续性。

疫情发生之初,中国有色集团大部分矿山便停产了,但冶炼厂在科学防疫、科学排班的基础上均维持生产。比如,位于湖北黄石的中色大冶精心排产,尽最大努力确保铜产量,全力解决硫酸滞销和账库瓶颈,保障物流运输的畅通有序。对不能开工的业务,如矿山开采,着重安排线上业务学习培训,研究如何从技术、工艺、人力等方面优化开采方案,为复工复产做好准备。目前,全集团旗下124户企业中有107户已经复工,全级次企业复工率达86.3%;除部分企业按照上级要求延迟复工或季节性停外,全级次企业实现了应复尽复、应开尽开、应产尽产。

中国有色集团坚持“稳字当头”,多措并举解难题。面对疫情影响,他们综合运用企业微信、云视频会议系统、远程评标等灵活的网络办公方式,组织广大干部职工严控源头、严守纪律,坚决做好居家隔离、复工复产等工作,形成了信息畅通、上下联动、科学有序的工作模式。在此基础上,建立“一周一部会、三天处室沟通会、周五部门会”的“1+3+1”弹性工作机制,敦促总部和出资企业加强沟通交流、创新拓展沟通渠道,在做好疫情防控工作的基础上,千方百计做好生产经营管理各项工作。同时,湖北出资企业还制定推出“不减机构、不减人员、不降工资”等“硬核”措施,保持干部职工队伍的稳定。

按照错峰发展要求,中国有色集团结合实际、全面统筹,及时启动海外业务经营计划专项调度,组织海外企业聚焦“扩能增效、提质增效、降本增效、创新增效”。经过调整,海外企业有色产品产量目标、硫酸产量目标、净利润目标较年初下达的考核指标分别增长5.23%、14.23%和12.21%。

推动错峰发展是中国有色集团坚定必胜信心、坚持战略思维、咬定目标任务、勇于攻坚克难的生动写照。面对挑战,企业尤须加快改革创新,努力化危为机。

中国有色集团认真研究国家和地方政府出台的相关优惠政策、帮扶措施,全力以赴做好资金平衡工作,重新审视企业的核心竞争力,千方百计创新“线上+线下”“国内+海外”的市场模式、营销模式、管理模式、发展模式,积极调整产业布局、产品布局、科技布局、人才布局,着力推动各领域创新。同时,结合疫情防控的需要、集团“十四五”规划的编制、国企改革“1+N”政策体系的落实等,召开深化改革领导小组会议,研究制定5大类11个方面的重点改革举措,加强公司治理和历史遗留问题处置。

通过扎实有效的举措,中国有色集团在确保疫情防控不放松的同时,为做好“稳生产、稳经营、稳队伍、稳资金、稳规模、稳效益”工作做了充足准备。下一步,集团将充分发挥中央企业作为国民经济的顶梁柱和压舱石作用,努力完成全年各项改革发展任务,为统筹推进中央企业疫情防控和复工复产作出贡献。

光明乳业:发力高端冷饮市场

本报记者 吴佳佳

近日,光明乳业股份有限公司联手冠生园出品、光明乳业子公司益民食品一厂生产的大白兔雪糕上市,这也是市场上由品牌方冠生园授权的唯一正宗大白兔雪糕。首批正宗大白兔雪糕将落地上海和武汉线下渠道,其他地区的消费者也可通过线上渠道购买。光明乳业相关负责人表示,借助完善的品牌矩阵和不断提升的产品品质,光明乳业希望向高端冰淇淋市场发力,实现产品结构转型。

工作人员告诉记者,疫情期间,冰品销售不降反升,销售周期也由原来的2个月缩短为1个月。这一方面是因为公司接连推出了一系列新品,启动了消费热情;另一方面也因为大量消费者“宅”在家里,这样特殊的消费场景也刺激了冰品消费。目前,光明乳业旗下益民食品一厂已接到来自全国的大量订单。随着包装工厂的陆续复工,益民食品一厂将加快组织生产。

近年来,光明乳业利用研发优势不断加快产品升级,满足不同消费场景需求。仅2019年上半年,光明乳业新鲜和常温营销中心就推出了16款新品,优化升级了30余款原有产品。2018年12月,光明乳业宣布以1.43亿元收购上海益民食品一厂有限公司100%股权,以弥补冷饮业务空白。收购完成后,光明乳业结合自身产品优势,先后推出了多款深受消费者欢迎的冰淇淋新品,如“莫斯利安酸奶冰淇淋”“鲜奶白雪冰砖”等。

今年年初,光明又发布了全新的“1+5”品牌战略。其中,“1”是“光明”牌,主打经典、怀旧风;“5”分别为定位趣玩、休闲的“熊小白”,代表“源味”、健康的“莫斯利安”,以新鲜、纯净为特色的“优倍”,主打网红、经典路线的“大白兔”,以及甄选主题的“Bulla”。

“创新一直在路上。高品质、年轻化的产品能为经典国货品牌赢得更多年轻消费者的喜爱。未来,光明将继续贯彻‘融合、整合、联合’的创新思路,发挥产业布局优势,为消费者带来更多冰淇淋产品。”光明乳业有关负责人表示。



经济日报·中国经济网记者 宋美倩 通讯员 王翔

1 慧眼观企

初春时节,正是蛋鸡生产的高峰季节。在河北邱县南辛店乡黄河套村昊阳青年鸡业合作社的鸡舍旁,合作社社长郑云雷掰着手指算起了经济账。“2019年,合作社一共养了130万只‘青年蛋鸡’,全年纯收益达到300万元,全体社员人均收益超过10万元。仅此一项,就带动了全村40多户贫困户实现了脱贫。”

郑云雷说:“华裕公司对我们养殖户的带动作用实在太大了,不仅提供鸡苗、饲料,还进行全程技术指导。”

郑云雷口中的华裕,全名为华裕农业科技有限公司,是一家诞生于河北邯郸市的农业科技公司。经过30多年的发展,该公司已经从一个只有200元资产的个体养殖户发展成为一家资产总额26亿元、年销售额超过20亿元,集蛋种鸡繁育、饲料生产、蛋品深加工、有机肥生产、畜牧业机械制造于一体的国家农业产业化龙头企业,每年向社会提供商品蛋鸡2亿只。

以搏求存

经过几轮严格的消毒,记者走进了位于邯郸滏东农业园区的华裕国际家禽孵化中心核心区。这可不完全是因为疫情原因,平时员工进入孵化中心也要经过类似的消毒程序。

在洁净如洗的参观通道上一路走过,18台孵化设备犹如两排高大的“货柜”排列两旁。工作人员告诉记者,这是世界领先的蛋鸡孵化设备,每台体积为65立方米。通过自动化控制,孵化箱中保持恒温,每台能够孵化种蛋16.8万枚,每18天即可完成一轮作业,一年能给社会提供6500万只商品蛋鸡。

在孵化中心的宣传墙上,两张老照片引起了记者的注意。其中一张是散养在院落里的鸡苗,另一张是低矮简陋的鸡舍。讲解员说,这是公司董事长王连增创业之初的全部“资产”。

那是1982年春天,改革开放的大潮刚刚涌起。王连增这位从未走出过河北的农村青年心中萌生了创业梦想。长期的贫困生活使他迫切希望能让更多人吃上鸡蛋。就凭这样朴素的想法,王连增从两间土房、200元资本、200只鸡起步,走上了养鸡之路。

以创求精

王连增不止一次和员工谈心:“一个人如果长期与矮子为伍,即使他长得再高也会形成弯腰的习惯;一个人如果敢于站在巨人的肩膀上眺望,即便他长得不高也会眼界开阔。”

出于这样的认识,华裕特别强调“与智者同行,与强者结盟”。所谓“与智者同行”,是指与国内外权威院校、科研单位“联姻”,共同创新;“与强者结盟”则是指与世界一流的种鸡生产企业结成战略同盟,共享世界先进发展成果。

与王连增共同创业的妻子刘香爱告诉记者:“连增以前就特别尊重知识、尊重人才。公司刚成立那会儿,只要有点空闲,他就往中国农大、河北农大、扬州大学、河北工

程大学等科研单位跑。他特别倔,有时候拜访专家,被拒绝了他也不气馁,一次不行就两次、三次。现在,不仅很多专家都与连增成了朋友,还有好几位专家的学生成了企业高管。”

截至目前,公司7名高管中有3名是中国农大的毕业生;上千名在册员工中,有20多名博士生、60多名研究生、300多名本科生,高科技人才占企业员工总数的30%以上。

如今的华裕已经在创新领域打响了名气。公司不仅被不少大学确定为大学生学习实践基地,而且还在中国工程院院士刘秀梵、吴常信、李德发、沈建忠的支持下,成立了国家级院士工作站和国家级工程创新中心。

在“与智者同行”的基础上,华裕还尤其注重与业内一流企业结成战略同盟。华裕技术总监曾丹告诉记者:“全球养殖业顶级公司不少,但仅就蛋鸡饲养这一细分领域而言,最强的是美国海兰公司。当初,公司萌生与其结盟的想法时,大多数人都没什么信心。但决策层认为,美国海兰胜在品种优,我们胜在有市场,只有大市场与好产品相结合,才能让科技产生无穷价值。所以,这买卖有得谈,一定要试试。”

就是基于这样的理念,华裕经过不懈努力,终于与海兰公司成了合作伙伴。从引进优质品种到开展技术交流,再到合股成立合资公司,经过长期接触和交流,双方决定在2017年3月共同投资21亿元,在河北邯郸现代化农业园区合作建设蛋鸡产业综合体项目,在中国建设标准化养殖示范基地、现代化孵化中心、国际蛋品加工中心和禽病工程技术研究中心。目前,一期目标已经如期实现。

通过与美国海兰的合作,华裕共引进了海兰褐、海兰灰、海兰白等在国际养殖业中得到高度认可的优质蛋鸡品种,现已共同培育了三类祖代种鸡12万套,父母代种鸡350万套,成为具有世界影响力的蛋种鸡领军企业。

如今,华裕的科研实力也跨上了新台阶。华裕长期与国家蛋鸡体系首席科学家杨宁、中国农业大学教授宁中华、李保明、王忠等多位顶级专家合作,并在专家指导下改善了公司蛋鸡养殖机械管理程序,使管理效率提高了10倍以上。同时,公司还与美国海兰国际公司首席营养师Vitor共同创新,改变了过去“一种配方用到底”的做法,针对蛋鸡不同生长阶段投喂不同配方的饲料。仅这一项措施,就使公司饲料成本降低了

15%至20%,优品率达100%。

随着各项先进饲养技术的集成应用,企业效益显著提升。

以诚求兴

2018年8月,华裕中国西南区蛋种鸡产业基地精准扶贫项目在重庆市丰都县签约。该项目总投资约2亿元,在丰都4个深度贫困乡镇先后建设了1个蛋种鸡育雏场和3个蛋种鸡成鸡养殖场。当地贫困户可利用扶贫信贷政策贷款入股,每位入股贫困户每年可获得分红3000元,入股贫困村集体经济每年可获分红1.6万元。同时,该项目还可带动约6000户农民从事上下游产业,每年每户平均增收1.1万元。

在项目签约仪式上,王连增表示,今后每年企业都将在丰都投入教育、医疗基金80万元,用于教育资助帮扶和重大疾病帮扶。

华裕与丰都县政府合作实施的蛋种鸡产业基地精准扶贫项目,只是华裕精准扶贫的第一步。“未来,公司将以此为基础,探索精准扶贫新模式,逐步在云、贵、川、渝、桂等贫困地区推广,助力推动中国西南地区的脱贫攻坚工作。”王连增说。

“创业立足,德行第一。惟其诚,方能成其大;惟其专,方能促其精;惟其善,方能促其兴。”王连增曾多次表达过这样的理念,“我出身农村,我们从事的禽蛋养殖事业又恰好扎根在农村。我的心愿就是尽量为农民多做一些事情,最终实现农民与企业的双赢。”

基于这样的理念,华裕依托邯郸总部和外省市分公司,发挥辐射带动作用,通过蔬菜种植基地、蔬菜加工厂、蛋鸡养殖基地、蛋品销售、粮食种植基地、饲料加工、有机肥加工、有机肥销售等环节与当地农户建立起紧密合作关系,在“公司+基地+农户”的模式下,为农民提供就业机会,增加农民收入。公司还为贫困农户免费提供鸡苗、菜种、农资和技术指导,全程帮扶直到见效益。

“黄金有价誉无价,买卖有信利无边。”近10年来,华裕一直保持高速增长。如果按每户养殖户饲养5000只蛋鸡的平均水平计算,华裕已经带动5万名农户实现规模化养殖。随着华裕进一步拉长产业链条,他们有信心在5年内让产量及销售收入翻一番,带动全国10万名农民走上致富路。

题图 华裕的现代化祖代鸡养殖场。
(资料图片)

上海家化举办“智美·智造·智生活”云盛典

本报记者 李治国

1 生意经

上海家化联合股份有限公司(以下简称“上海家化”)日前通过直播方式举办“智美·智造·智生活——2020上海家化品牌云盛典”。这是上海家化首次通过线上直播,面向消费者、经销商、行业专家、投资者、媒体人士等发布未来一年的品牌规划和新产品。

记者注意到,上海家化同期上线了“云逛中国智造街”全景式交互H5页面,在“云端”零距离推广品牌形象和产品。公司旗下各大品牌在“二次元”世界化身为一家家国潮快闪店,消费者可在“云逛街”的同时参与各种互动体验。上海家化希望借助这种全景式交互体验,一方面更好满足消费者受疫

情影响被压抑的消费欲,另一方面使消费者深入了解品牌的全新形象,加快公司智慧零售转型步伐。

近年来,针对数字化和智能化蓬勃发展的新机遇和新挑战并存的趋势,上海家化以“智”为核心,升级科研、转型制造、发展品牌、拓展业务。

比如,公司利用“医研共创”交叉学科优势,将临床医学、预防医学、美容医学和生物医学领域的先进科技引入产品的设计和验证过程中:2019年,上海家化和瑞金医院共同成立的玉泽联合实验室在皮肤屏障研究领域取得持续突破;与华山医院建立联合实验室致力于皮肤科学研究;与上海皮肤病医院、第九人民医院和四川大学华西医院开展了10多项皮肤功效监测方面的合作;与南方医科大学皮肤病医院、上海市皮肤病

医院和上海市医工院合作建立安全评价体系。同时,在中医药研究方面,上海家化形成了特色中草药美容添加剂库,建立了完整的中医药开发研究体系,并拥有多品类产品储备;今年初,科创中心家居护理团队在原有的中草药空气消毒剂专利基础上改造升级,开发出除菌率高达99%的家安空气净化卫除菌喷雾。

上海家化董事长张东方表示:“我们将通过医研赋能提升核心竞争力,包括数据化能力、渠道能力、品牌力和产品力等,驱动内增、扩展外延,以医学研发赋能为引擎,以新锐产品开发为新的增长点,力争实现经典与时尚并存、美丽与健康并进,为消费者创造新的价值。”

上海家化今年还推出线上直播“品牌云盛典”,并邀请直播带货当红主播李佳琦前

来“打Call”。这种“线上直播+红人主播”形式展现了上海家化加速年轻化转型的策略。

上海家化品牌覆盖美容护肤、个人护理、家居护理三大品类,拥有丰富的产品矩阵。公司旗下典萃品牌高级市场经理任唯真表示,典萃将依托上海家化强大的科研能力,为更多女性奉上一个更“智美”的品牌;旗下玉泽品牌高级市场经理薛莹表示,2020年玉泽将继续走医研共创之路,凭借与瑞金医院联合研发的PBS核心技术,不断满足细分市场的需求;旗下家安品牌高级市场经理朱杰伟表示,疫情发生后,家居清洁消毒成为刚需。未来,家安将加快推出空气净化香氛系列、空气净化除菌喷雾、多功能除菌去渍泡等,用“智造”打造健康新生活。