

铅冶炼行业加快绿色转型

本报记者 林火灿

河南豫光金铅集团有限责任公司日前宣布，“再生铅资源循环利用及高效清洁生产技改项目”熔炼系统竣工试产。业界专家评价认为，此举标志着我国铅冶炼行业工艺技术装备第五次革命性升级正式拉开帷幕。

据了解，该项目采用豫光金铅自主研发且具有自主知识产权的侧吹双段熔炼技术，可通过大数据平台，处理铅蓄池、含铅危废、复杂铅精矿等多种物料，实现铅资源循环利用。这也是公司继行业首家开发并应用富氧底吹氧化一鼓风炉新工艺后，再次按下铅冶炼绿色技术“升级键”。

“该项目的技术装备居世界领先水平，将推动铅冶炼工业向绿色化、大型化、智能化转型。”豫光金铅董事长杨安国告诉记者，就在16个月前，项目所在地还是一片荒山。豫光金铅积极践行绿色低碳理念，努力将该项目打造成中国铅冶炼标杆工程，是业内首家实现“物质流、能量流、信息流”全面升级的企业。

今年以来，受新冠肺炎疫情影响，豫光金铅克服物流运输不畅、产业链配套受阻、务工人员返岗难等问题，精准施策，严格按照国家相关要求，有序有力推动项目建设。项目达产后，将推动企业节能30%、减排50%，使劳动效率提高50%，可有力提升企业核心竞争力。

记者了解到，这一技改项目投资总额接近20亿元，是豫光金铅历史上投资规模最大的项目。其中，环保投入占比超过50%。

“把环保放在突出位置，既代表了企业主动贯彻落实绿色发展理念的责任担当，也是企业发展、行业转型的现实需要，有助于解决困扰国内再生铅行业多年的绿色发展瓶颈。”杨安国说。

作为中国有色行业铅锌领域领军企业，豫光金铅多年来始终坚持“绿水青山就是金山银山”的发展理念。公司先后攻克了一批具有自主知识产权的核心技术，不断提升铅冶炼行业绿色发展水平。近10年来，公司累计投资逾50亿元，组织实施了多个绿色项目，不断加快转型升级步伐，持续推动企业实现高质量发展。2019年，豫光金铅实现营业收入184.04亿元，净利润达2.15亿元。

福建落实纳税信用修复——

1.8万企业信用“复活”

本报记者 薛志伟 通讯员 冯勇琦 杜静

福建省新海鑫建设工程有限公司是宁德市寿宁县建筑行业重点企业。此前，由于公司办税疏忽，未在规定期限内补缴税款及滞纳金，公司纳税信用等级被评为D级。受此影响，该公司一度无法参与投标。寿宁县税务局接到该公司纳税信用修复申请后，第一时间利用信息系统，查找扣罚原因，帮助企业完成补救流程，修复失信，使企业2019年纳税信用等级回升至B级。

近年来，失信市场主体要求建立自我纠错、主动修复纳税信用的呼声越来越高。鉴于此，国家税务总局于去年印发《关于纳税信用修复有关事项的公告》，明确自2020年1月1日起，纳税人发生未按法定期限办理纳税申报、税款缴纳、资料备案等19种情节轻微且已补办相关事项，可在规定期限内向主管税务机关申请纳税信用修复。

统计显示，今年福建省全省共有1.8万家企业通过纳税信用修复实现了纳税信用等级升级，其中6412家企业信用等级升至A级。

福建省闽侯县永隆茶叶有限公司于2019年9月份申报期内漏报了工资薪金个人所得税，办税员发现后立即补充申报。系统按照《纳税信用修复范围及标准》，将原来扣掉的11分加回，企业最终评价结果为90分，达到了A级纳税人“分数线”。近期，该公司依靠A级纳税人“金字招牌”，获得闽侯县农村信用合作联社纳税信用贷款950万元，极大地缓解了疫情期间流动资金短缺压力。

福建省税务局纳税服务处相关负责人表示，实际上，很多纳税人并非恶意违规，只因财务人员专业知识不足才导致疏漏发生。“纳税信用修复机制相当于给纳税人创造了一个亡羊补牢的机会，能够有效引导市场主体及时纠正自身轻微涉税违规行为，提高自身信用水平，强化信用意识，营造诚实守信的良好纳税氛围。”

目前，当地税务部门正在进一步探索纳税信用动态管理，继续完善纳税信用管理制度、优化纳税信用评价方式、拓宽评价结果共享应用渠道，持续构建以信用为基础的新型税收服务管理机制，推动税收诚信与国家治理现代化全面接轨，服务经济社会高质量发展。

佐盛农业轻减化生产技术获推广



在江西永丰县佐盛农业发展有限公司蔬菜基地里，专家正在向村民传授大棚蔬菜种植技术。作为当地蔬菜产业龙头企业，佐盛农业大力推广“水肥一体化”等轻减化生产技术，努力提升产品品质及品牌影响力。该做法已在省内开始大范围推广。按照计划，公司将用2年至3年时间，努力成长为省级农业产业化龙头企业。

李冬根摄(中经视觉)

招商局集团狠抓提质增效——

增强企业核心竞争力

经济日报·中国经济网记者 刘瑾

慧眼观企

疫情发生以来，不少企业遭遇困境。尤其是受到国外疫情蔓延影响，业务范围遍及全球的企业通常压力更大。不过，有一家企业却打破了这一“魔咒”。

资料显示，招商局集团的港口、航运、物流等主业遍布全球，在27个国家和地区拥有68个港口，2019年累计开行国际班列1258列、发运货物12.9万标箱，在全球38个国家和地区拥有73家海外物流服务网点，是中国最大的综合物流运营商。

招商局集团提质增效提升管理办公室相关负责人表示，近段时间，集团各项经济指标再创新高，主要原因在于坚持可持续高质量发展思想，推动数字化转型，为业务赋能，将提质增效作为重点工作来抓，增强核心竞争力。

数字转型

招商局集团是央企集团层面较早布局数字化转型的企业之一。

招商局集团原董事长李建红提出：“要以数字化、市场化双轮驱动，加快转型，建成具有全球竞争力的世界一流企业。”

基于这一思路，近年来招商局集团努

力加快实施数字化战略，统筹建设包括招商云、数据湖、数据治理体系“两平台一体系”以及一站式企业沟通与协作平台“招商随行”、商业智能平台。

招商港口投资管理遍布全球的数十个港口码头、园区，依靠科技创新与管理创新，充分利用“招商芯”“招商ePort”及“运营管理平台”数字化应用三大平台，实现高质量发展。

2019年，招商港口综合利用区块链、人脸识别、物联网、大数据等各项新技术，为单证无纸化与电子化流转、闸口自动化、结算电子化等业务创新场景搭建了统一的数字化应用平台“招商ePort”。该平台可为港口生态圈内各单位及用户提供24小时在线通关、物流等服务，不断提升作业智能化与自动化水平。

作为招商局集团旗下物流业务统一运营平台及统一品牌，中国外运以核心数字化平台“运易通”等为立足点提升客户服务水平，以外运E拼、跨境电商物流、中欧班列等业务产品为着力点努力提升生态构建水平，以关务共享中心、数字化统一运营平台、智慧物流技术研发应用为突破口提升生产运营水平。

疫情期间，中国外运还将数字化转型成果广泛应用于抗疫工作中，通过“场景+科技”“客户+科技”等保障抗疫物资全链路、全场景服务交付。

管理变革

招商局集团提质增效提升管理办公室相关负责人表示，提质增效工程全面启动以来，集团及各公司深挖经营管理中的痛点难点问题，推动管理变革与流程再造，各项工作取得了积极进展。

立足央企定位，招商局集团紧紧围绕“立足长远、把握当下，科技引领、拥抱变化”的战略原则，在一些事关长远竞争格局的战略性部署上努力做到“有谋划、有行动、有突破”。他们注重顶层设计，强化组织保障，自上而下建立集团、二级公司、三级公司(业务单元)提质增效工作三级管理体系，组建愿意变革、有激情、强执行的骨干工作团队。

同时，他们借助外脑，引入科学的提质增效工程方法论，坚持“用数字说话、有时间节点、明确责任人”的工作理念，打造集团科学管理体系，并自主研发出一套可视化项目群管理系统，实现线上管理“有迹可循”。

为满足疫情期间购房需求，集团旗下招商蛇口第一时间启动数字化营销方案，集中优势资源，打造“招商好房”线上服务平台。3月份，招商蛇口销售额一路逆袭，同比增长超20%，明显优于行业平均水平；一季度招商蛇口销售金额位列行业第11

位，较2月份排名提升3位。

“在推动提质增效工作过程中，集团不搞形式主义，注重落地实效。”该负责人表示，目前集团已推出包括收入、成本、赋能、资产清理四大类举措超2000项，加快推动企业从“量的积累”向“质的提升”转变，为企业持续稳定发展注入了强劲动力。

居安思危

“企业必须居安思危，作最坏打算，用最大努力，争取最好结果。因此，深入推进提质增效工作势在必行。”招商局相关负责人表示，招商局既要“稳”字当头，确保企业平稳健康运行；又要积极进取，筑牢高质量发展基础，加快建设世界一流企业。

具体说来，要在承接去年良好开局的基础上，着力推动稳增长、增质效、提能力、促改革、强创新、防风险、聚人才等各项工作，进一步深化提质增效工程，确保各项工作落地。

这位负责人表示，企业唯有创新思维应对挑战，才有可能打破困局、创造机遇、取得突破、防范风险。具体来说，要坚持问题导向，传承“招商血脉、蛇口基因”，坚定不移深化市场化改革，加快产品创新，积极稳产增收。

上图 招商局集团旗下深圳西部港区一角。(资料图片)

生意经

再惠助中小餐饮企业提升收益——

为外卖生态提供有益补充

本报记者 沈则瑾

鉴于市面上已经存在大量成熟的外卖平台，再惠将自己定位为大平台的补充，即瞄准他们不熟悉的领域，服务他们服务不了的企业与消费者，做他们不做的事情，当好外卖生态的有益补充。其目标是为中小餐饮商户提供质优价廉的外卖方案，减少他们对各大平台的依赖。

一家成立仅5年的互联网大数据价值链公司，已为超过8000个餐饮品牌提供服务，覆盖2万多家门店，帮助中小餐饮商户提升营业额超过5亿元……这便是再惠(上海)网络科技有限公司的战绩。

作为一家始终专注于为中国餐饮商户提供全方位数字化及新媒体解决方案的企业，再惠的目标是让客户“降本、增效、增流量”。

“什么行业体量足够大、百姓认知度又高，还便于直接引流？答案就是餐饮业。”再惠联合创始人赵洋告诉记者，再

惠创立至今已完成了3次大规模迭代。目前，公司工作重点已调整为提供餐饮业会员营销系统平台，当好外卖代运营解决方案提供商，为中小餐饮商户提供质优价廉的外卖方案，减少他们对各大平台的依赖。

疫情发生以来，餐饮行业受到不小冲击，中小餐饮商户处境尤为艰难。很多中小餐饮商户被迫“转战”外卖平台后才发现，线上平台营销虽然“看起来很美”，但收益却不高，扣除商家活动支出费、平台服务费等，几乎逼近盈亏线。

再惠推出的惠外卖小程序能够在很大

程度上为中小餐饮商户缓解压力。它不仅可以帮助餐饮商户搭建起专属外卖系统，而且是“0抽佣”，因而迅速获得大量中小餐饮商户的喜悦。

惠外卖有关负责人告诉记者，惠外卖具备四大优势。一是锁定客户群体。商户入驻外卖平台，核心数据均留存于平台上，并不归商户所有，入驻小程序则不然，每个客户的每笔数据均属于餐饮企业，各商户可以据此调整品牌定位来锁定客群；二是自定义促销活动。上线外卖平台商户往往只能跟着外卖平台的活动节奏确定自己的营销策略，没有自主

权，反观小程序，主动权完全掌握在商户手中，可以随时调整；三是管理会员体系。惠外卖小程序能帮助餐饮品牌打通会员系统，既维护住老会员，又能将消费者吸引转化为新会员，同时提高会员黏性；四是提供智能营销。系统会根据客户消费习惯与频次，有针对性地推送活动，为商户提供智能营销方案，降低线上运营工作复杂程度。

“再惠本身的优势在于大数据挖掘，这与餐饮业的契合度很高。比如，我们有专门的部门负责数据分析，能帮助商户总结营销规律。我们甚至有专业派人员上门服务，帮助中小餐饮商户改进品牌包装、餐盒设计等，把落地工作做实做细。这是大多数小程序都做不到的。”再惠渠道事业部负责人王立炯说。

谈及如何更好利用大数据资源，王立炯表示：“我们是从客户管理系统做起的。直到今天，公司始终在问自己，如果我是饭店老板，我会使用再惠的产品吗？如果不愿意，为什么？如果愿意，我们能不能做得更好？现在，市面上已经有很多成熟的外卖平台了，为大量企业与消费者提供了优质服务。我们要做的是找到这些平台不熟悉的领域，服务他们服务不了的企业与消费者，做他们不做的事情。换句话说，我们与这些平台不是竞争关系。”王立炯表示：“惠外卖将为中小餐饮商户提供一种不一样的选择，是整个外卖生态的补充。”