

将建设超过1200万平方米的超大型现代商贸物流集群——

# 卓尔控股：重振“货到汉口活”

经济日报·中国经济网记者 柳洁

## 企业家面对面

作为“立足武汉，深耕湖北”的综合型产业集团，卓尔控股克服了上半年新冠肺炎疫情带来的不利影响，实现了企业稳健发展。展望未来，该公司将继续扩大在湖北地区的产业投资，重点打造线上线下的商贸物流集群，努力重振昔日“货到汉口活”的辉煌。

近日，卓尔控股有限公司旗下最重要的公司板块——卓尔智联集团公布了今年上半年业绩，该公司实现营业收入357.63亿元，同比增长3%，净利润为2.81亿元。在新冠肺炎疫情冲击之下实现逆势增长。

“越是在特殊时期，企业越是要主动担当作为，在严峻的国际国内形势下，形成新的发展格局。”卓尔控股有限公司董事长阎志表示，卓尔将立足武汉，整合全球资源，以新技术应用集成化构建新贸易生态圈，打造具有世界影响力的商贸平台。

### 投资与创新“两手抓”

卓尔控股有限公司是一家先进制造业、现代服务业融合发展的综合型产业集团，拥有卓尔智联集团有限公司、汉商集团股份有限公司、武汉华中数控股份有限公司、中国通商集团有限公司、兰亭集势控股有限责任公司5家上市公司，是湖北省唯一的民营银行——众邦银行的第一大股东。

从今年4月份开始，卓尔便已全面复工复产。在阎志看来，武汉已成为最受企业家关注、投资最密集、企业发展环境和潜力最好的城市之一，武汉企业的发展信心也越来越强。“我们对中国经济发展前景，对湖北武汉发展潜力充满信心。未来，卓尔控股还将继续‘立足武汉，深耕湖北’，全面扩大投资。”阎志介绍，卓尔控股在疫情期间已经启动了在恩施、十堰、宜昌等地的投资，并正在武汉筹建长江国际医学中心和电影小镇。今年以来，卓尔控股已在湖北省启动了12个文旅、会展、医疗等项目，努力提升基础设施水平，这些项目将新增3万个就业岗位。

在创新方面，卓尔控股要在部分“卡脖子”制造技术上持续作出贡献。比如，华中数控在数控技术“工业母机”的控制技术方面取得了一定成果，公司将持续加大研发投入，在“大国重器”自主研发技术方面争取新突破。

此外，卓尔控股将加速区块链、人工智能、大数据等新兴技术的底层应用，全面布



汉口北国际商贸城已初步形成包含十大市场集群、六大工业区的商贸物流产业新城。

产 热 摄(中经视觉)

局、加快研发应用以人工智能与区块链为底层技术的未来商业交易操作系统，建立“新贸易方式”。加强创新链、供应链、数据链共享联动，提供优质产品、服务和适配应用场景，形成一批有影响力的新业态、新商业模式，助力当地旅游业、现代服务业和高新技术产业高质量发展。

卓尔控股旗下企业稳步复工复产让阎志对未来充满信心，在他看来，企业要坚定不移转型升级，顺应新形势，借助新技术，转变成为更加侧重于线上发展的产业生态；利用更多无接触模式，打造满足产业与消费需求的企业集群，最终，让企业成长为能够感知时代脉搏与区域发展的国民企业。

### 重点打造商贸集群

卓尔控股的大本营武汉，是传统商业重镇、九省通衢之地。“货到汉口活”，成为极具代表性的中国商业标签。

“武汉凭借独特的区位优势、深厚的商业底蕴、全国综合交通枢纽的地位，应该有更大作为。”阎志认为，在扩大内需方面，武汉将成为高效能消费大市场的集散中心；在产业升级领域，武汉将成为现代供应链管理枢纽；在带动中西部区域均衡发展方面，武汉将成为长江中游城市群政策、资金、人才密集度最高的中心城市；从扩大开放角度，武汉完全有能力成为陆海内外联动、东西双向开放的核心节点城市。

城市的潜力，也是企业发展的动力。卓尔控股如今取得的成绩，在很大程度上得益于在武汉建设和运营了中国规模最大的商贸物流平台——汉口北国际商贸城。阎志透露，汉口北国际商贸城按照“中国最大、世界领先的商贸物流平台”目标，将建设总建筑面积超过1200万平方米的超大型现代商贸物流集群，比现在规模再扩大一倍。

“现在，新武汉展览馆、国际会议中心、众邦金融港、全球贸易数据中心、世界T台、万里茶道公园等12大主题项目已全面开工，致力于将汉口北打造为贸易之都、时尚中心、贸易大数据中心、商业文化中心。”阎志说。

事实上，以线下实体商贸物流市场起家的卓尔控股，业务早已不局限于线下。比如，卓尔智联近年来在推动汉口北等实体商贸物流市场转向云市场的同时，也通过收购及自设公司等积极探索线上产业互联网业务，专注智能交易及服务平台的建设和运营。自2016年以来，卓尔智联实施了一系列并购，包括并购跨境电商兰亭集势、农产品电商中农网、化工塑料电商化塑汇、海鲜电商海上鲜等交易平台。其间，卓尔智联还开设合资公司，设立钢铁电商卓钢链、世界商品智能交易中心(CIC)等多个平台，不断丰富智能交易生态圈。

截至目前，卓尔智联已拥有农产品、塑料、黑色金属、有色金属、能源等多个交易平台，是国内拥有最丰富B2B交易平台矩阵的

企业。卓尔智联公告显示，自新冠肺炎疫情暴发以来，世界商品智能交易中心(CIC)已帮助16个国家和地区采购各种医疗物资等物品，客户数环比增长20%。截至今年6月30日，CIC注册用户超过5000个，累计交易额超过129亿美元。

### 积极履行社会责任

“爱国、向善、为社会解决问题”是阎志恪守的企业家精神，在他看来，企业是社会的责任，其存在的意义是为客户和社会创造价值，企业家责任则在于带领团队为社会解决实际问题。

“近年来，卓尔之所以能建立起线上线下融合的供应链体系，与国家大力支持民营经济发展密切相关。国家制定了好政策，企业才能调动社会资源，才能做强做大。因此，在国家遭遇困难时，企业应当挺身而出肩负起社会责任。”阎志表示，在新冠肺炎疫情暴发之后，卓尔迅速启动了全球采购，先后运回了11架包机的物资，送抵湖北556个医疗机构。同时，卓尔还提供场地建设了3家方舱医院，并与地方政府合作建设了7家应急医院。

正是因为经历了这样的磨炼，企业的社会责任感更强了，员工的凝聚力更足了，这也为卓尔控股进一步建设武汉、建设湖北打下了坚实的基础。“最难时期已经过去，我们有信心在未来发展中取得更大成就。”阎志说。

## 民航行李物联网来了

### “我的行李我知道”

本报讯 记者祝君璧报道：近日，中国民用航空局正式启动中国民航信息集团有限公司(下称“中国航信”)“航易行”平台为中国民航行李全流程跟踪系统公共信息平台，并举行了授牌仪式。中国民用航空局副局长吕尔学表示，这标志着射频识别技术(RFID)行李跟踪系统建设正式进入“串线成网”阶段，为后续各机场全面上线行李跟踪服务打下坚实基础。

据了解，授牌后的“航易行”平台将免费为行业提供基础性、公益性服务，向行李监管平台传输数据，接受政府监管和行业监督。吕尔学表示，建设RFID行李跟踪系统是民航强国的重要组成部分，是民航“真情服务”和“智慧民航”建设的一项重要工程。中国航信充分发挥了民航信息化建设“国家队”“主力军”作用，为其他市场主体共同参与项目建设搭建了平台。

据中国航信相关负责人介绍，“航易行”平台是中国航信率先在全国范围内推出的基于物联网和互联网技术的全流程行李跟踪大数据平台产品。通过行李数据交换中心、应用程序接口(API)、全球广域网(WEB)等多种形式，为行李数据交换、行李全流程跟踪服务、不正常行李处理、行李级数据服务、平台管控等涵盖旅客出行全流程的相关业务提供支持。

今年5月份，中国民用航空局启动“民航旅客行李全流程跟踪系统”试点航线服务，标志着旅客行李全流程跟踪服务产品正式面向公众推出。“中国航信作为试点航线参建方，与各建设单位积极协作，成功支持国航北京首都重庆往返、东航上海虹桥深圳往返、南航北京大兴广州往返‘三线六点’上线行李全流程跟踪服务，旅客可通过航企APP对值机、安检、分拣、装车、装机、到达6个行李托运行节点进行实时查询。”中国航信相关负责人说。

截至目前，国航、东航、南航已全部接入“航易行”平台。在海外数据对接方面取得近10家航空公司海外行李数据授权，并与澳大利亚机场等在行李数据交互方面展开合作。

“未来，‘我的行李我知道’将成为旅客出行的日常，民航旅客可以时刻关注行李的‘行程’。”据介绍，中国航信全程参与了行李系统建设、机场端建设以及RFID存储技术规范等多项方案的编写工作；制定与行李跟踪服务相关的统一标准；构建全网全流程的民航旅客行李物联网，建立民航旅客行李服务大数据平台。同时，为相关方提供行业创新型应用，集合包括旅客行李转运、安检、运输、装机等多个节点的行李全流程标准信息。

(上接第十一版)中国积极吸收和转化国际劳工和人权标准，通过立法、政策制定及实施，切实保障劳动者各项权利，严格禁止使用童工，反对强迫劳动，反对就业歧视，反对职场性骚扰，深入开展整治和打击非法用工等专项行动，预防和惩治劳动领域各种违法犯罪行为。新疆各级政府切实履行劳动就业保障责任，促进不同地区、不同民族、不同发展水平的群众实现充分就业和更高质量就业，推动各民族共同发展进步，成为国际劳工和人权标准在欠发达民族地区的成功实践。

探索消除贫困路径。消除贫困是人类梦寐以求的理想，也是保障人权的重要内容。联合国2030年可持续发展议程把“在全世界消除一切形式的贫困”确定为可持续发展的首要目标，表达了国际社会对消除贫困的迫切期待。中国积极落实联合国议程，坚持全面小康是全体中国人民的小康，一个民族都不能掉队。新疆始终坚持以发展促人权，以教育培训、能力建设、劳动就业促脱贫，在有效预防和打击恐怖主义、极端主义的同时，实现社会稳定和民生改善，贫困人口大幅减少，贫困发生率显著下降。2013年至2019年底，新疆共有25个贫困县摘帽、3107个贫困村退出，贫困发生率由19.4%降至1.24%。2014年至2019年底，累计实现73.76万户、292.32万人脱贫，2020年底可实现全部脱贫。新疆探索出了破解反恐、去极端化与人权保障，脱贫与可持续发展等世界性难题的新路子。

响应体面劳动倡议。让所有劳动者体面劳动，进而实现人的全面发展，是国际劳工组织的重要倡议，也是尊重和保障人权的应有之义，反映了国际社会的共识和追求。中国政府始终坚持以人为本，积极响应国际劳工组织倡议，认真落实《中国体面劳动国别计划(2016—2020)》，将体面劳动理念融入国家政策和发展规划。新疆严格执行国家有关政策措施，着力在尊重劳动者意愿、保护劳动者权益、改善劳动环境和条件、体现劳动者价值上下功夫，保障各族劳动者在自由、平等、安全和有尊严的条件下工作，有力促进了广大劳动者体面就业。严格依据《中华人民共和国宪法》《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国就业促进法》等法律规定和要求，立足本地区实际，推出一系列有力政策措施，千方百计帮助各族劳动者实现稳定就业。近年来，新疆城镇登记失业率保持在3.5%以下，最大限度保障了各族群众充分享有劳动权，为在更高层次和更广泛意义上实现生存权和发展权奠定了坚实基础。

### 结束语

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平强调，“就业是最大的民生”。国际劳工组织通过的《全球就业议程》提出，“就业是消除贫困的核心”。实现体面劳动，对保障劳动者生存发展、家庭和谐幸福、社会长治久安至关重要。新疆实施积极的劳动就业保障政策，有力维护了各族群众劳动就业基本权利，显著改善了各族群众的生产生活条件，极大满足了各族群众创造美好生活的愿望。

一段时间以来，国际上一些势力出于意识形态偏见和反华需要，无视新疆为保障人权所做的巨大努力，搞人权双重标准。他们罔顾事实，颠倒黑白，肆意炒作所谓新疆“强迫劳动”问题，抹黑新疆的劳动就业保障政策，妄图剥夺新疆各族群众的劳动权，使其永远生活在自我隔绝、封闭落后的贫困状态，这是对新疆各族人民追求美好幸福生活的反动，理应遭到一切爱好正义进步的人们的坚决反对。

尊重和保障人权是中国的宪法原则，中国共产党和中国政府始终重视保障公民的劳动就业权利，坚决预防和消除任何形式的强迫劳动。新疆的劳动就业保障政策及其实践，符合中国宪法法律，符合国际劳工和人权标准，契合新疆各族人民过上美好生活的强烈愿望，惠民生，顺民意，得民心。

劳动改变生活，劳动创造幸福。展望未来，新疆将坚持以人民为中心的发展思想，坚持就业是民生之本的理念，继续实施就业优先战略和更加积极的就业政策，大力促进劳动就业，为实现更加充分、更高质量的就业，不断满足各族群众日益增长的美好生活需要而不遗余力。

(新华社北京9月17日电)

## 生意经

上半年自主品牌出口销量达7.9万辆——

# “上汽造”：要让全球消费者都喜欢

本报记者 李治国

上汽MG名爵品牌海外经销商大会近日首次以“云上直播”形式向60余个国家和地区的经销商直播。数据显示，今年上半年，上汽集团实现海外整体销量13.2万辆，继续保持国内行业第一，占中国车企海外总销量的34%，“海外每卖出3辆中国车，就有1辆是上汽造”。其中，上汽自主品牌海外整体销量达7.9万辆，在全球新冠肺炎疫情蔓延期间逆势增长17.3%。

近年来，中国汽车企业“走出去”并不鲜见，上汽海外业务为什么能取得佳绩？上汽集团总裁助理、国际业务部总经理余德表示，上汽的秘诀在于采取差异化市场策略。“在成熟市场，以电动车为切入点，在新兴市场，侧重于探索差异化的智能网联技术。同时，通过强大的全产业链输出模式，打造中国品牌优势。”余德说。

在欧洲，上汽新能源热销的最大原因在于电池的安全性、寿命和里程数在业内领先。据了解，上汽名爵MAXUS等自主品牌新能源车在英国、荷兰、挪威、德国市场受到消费者追捧，去年下半年名爵EZS更是实现单一车型出口欧洲1万辆的优异成绩。2019年12月，名爵HS和纯电动名爵EZS一同摘得E-NCAP最高等级五星安全评价，纯电动名爵EZS成为欧洲首款E-NCAP五星安全的纯电动小型SUV，名爵HS成为国内首款欧洲和澳大利亚“双五星”

安全SUV。

同时，上汽联合阿里巴巴集团开创“互联网汽车”新品类，在国内起到了行业引领作用，并成功将优势转移到国际，推动智能网联成果“走出去”。面向国际市场的“i-Smart”智能网络系统目前已在30多个海外车型上使用，积累了超过7.5万用户规模。在泰国，MG品牌通过差异化定位策略，具备互联网功能的MG ZS和HS两款车型销量已经牢牢把握了细分市场前两位的位置。搭载i-Smart系统的MG Hector在印度刚上市就深受欢迎，印度由此成为上汽最快突破“万辆级”销售规模的海外市场。

“作为中国首家有系统、有规划、成建制‘走出去’的汽车企业，上汽在海外构建了包括创新研发中心、生产基地、营销中心、供应链中心及金融公司在内的汽车产业全价值链，产品和服务已进入60余个国家和地区，打造超过750个海外营销服务网点，形成了泰国、英国、印尼、智利、澳新、中东、印度7个‘规模级’海外市场。”余德表示，目前上汽旗下华域零部件在海外拥有95个基地，安吉海外全价值链汽车物流业务覆盖近40个国家，五菱印尼多元金融公司正在为当地经销商及终端消费者提供汽车金融贷款及保险服务。

在产品开发方面，上汽已经启动专门针对海外市场的改款研发。在产品开发前期，



上汽集团临港生产基地整车生产线。

(资料图片)

充分考虑当地的安全、油耗、排放等法规。同时，整车开发严格按照流程，把海外消费者的具体诉求纳入整车开发前端，确保未来推出车型满足市场需求。“海外市场需要什么产品，我们就提供什么。”余德表示。

在销售方面，上汽的销售、市场、品牌、服务已经全部实现本地化运营。“比如，我们在欧洲交货时间非常快。同时，上汽还为海外消费者提供当地市场上较为优质的售后服务保障，并做到7×24小时救援响应。”余德说。

在渠道方面，上汽建立了齐全的网络布局，并根据全球各地情况，综合运用4S店体系、代理体系和城市展厅等模式。

在品牌方面，MG名爵在海外的社交媒体粉丝数已经突破445万，该品牌还积极借助英超利物浦球队等知名品牌开展合作，通

过社交媒体营销增强品牌影响力和认知度。

目前，在埃及、澳大利亚、中东、南美等地区，上汽MG位列谷歌搜索中国品牌第一位。“去年，上汽整车出口和海外销售35万辆，同比增长26.5%，连续4年蝉联全国第一。”余德表示，虽然今年海外销量受到新冠肺炎疫情疫情影响，但上汽在海外市场的份额都保持上升态势。

记者获悉，今年内上汽还将进入西班牙、瑞士和德国等国家市场，以及马来西亚、越南、缅甸等东盟国家市场。同时，欧洲、澳新、中东的消费者有望在近期体验具备智能网联功能的上汽新能源车型，包括车联网、实时导航、语音服务等功能。“我们的车，要让全球消费者都‘喜闻乐见’。”余德信心满满。