

2020(第十九届)中国企业领袖年会举行——

致敬新发展格局下的公司力量

本报记者 刘瑾

从1978年改革开放算起,中国的商业世界已经“沸腾”了42年。

一方面,乘着改革开放的东风,中国企业“直挂云帆济沧海”。前不久,《财富》杂志发布了最新的世界500强榜单,我国上榜企业数量高达133家。

另一方面,世界经济风云变幻,不确定性大大增加。尤其是新冠肺炎疫情发生以来,全球产业链、供应链布局面临严峻挑战,如何成为新时代中、新格局下、新发展阶段的赢家,成为所有企业迫切寻求的答案。

12月6日至12月7日,由经济日报报业集团旗下《中国企业家》杂志社主办、以“商业向上——新发展格局下的公司力量”为主题的2020(第十九届)中国企业领袖年会在北京举行,来自全国各地的企业家和政商界数百位代表与嘉宾汇聚一堂,共同探讨中国公司发展改革新路径。

企业力量彰显担当

站在全面建成小康社会第一个百年奋斗目标的门槛上,回首来路,企业家群体功不可没。尤其是在这个春天里,企业家群体更是展现出不屈不挠、勇担重任的初心与力量。

全国工商联专职副主席、党组成员李兆前说,在整个抗疫过程中,来自武汉与全国的民营企业形成了强大合力,共同参与了这场抗疫斗争。从年初开始,广大民营企业第一时间快速反应,组织科技攻关,开足马力转产生产,安全有序复工复产,做到“国家有召唤、企业有行动”。

据不完全统计,全国有11万家民营企业共捐款172亿元,捐物191亿元,设立基金62亿元,同时通过保险保障、租金减免、补贴等方式,再次支援了151亿元用于抗疫。

“企业是经济社会发展的重要主体,新时代企业家、企业领袖不仅需要敏锐的市场意识,还要有大格局、大视野。”国家发展改革委秘书长赵辰昕认为,企业家要秉承爱国情怀、勇于创新、诚信守法、积极履行社会责任,积极参与应对各种风险挑战。

在危机面前,“商业向上”是一种安定人心的力量。也正是这份力量,推动我国向着现代化强国目标不断迈进。在当前和今后一个时期,我国发展仍然处于战略机遇期,无论是形成强大的国内市场、构建新发展格局,还是实行高水平对外开放、开拓合作共赢新局面,企业与企业都是重要力量。

中国社会科学院副院长、学部委员高培勇表示:“构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,讲的是内与外相互支撑,它的重心是落在‘以内为主’上的。”

“2008年国际金融危机时,我们就作出判断,外部环境不稳定性、不确定性增加,要畅通国民经济循环必须建立在以内需为重点的基础上。当外部环境的不稳定性、不确定性积累到一定程

度时,就会产生质变,演化为对我们国家经济安全的威胁。”高培勇认为,构建新发展格局的一个深刻背景就是“安全”二字。在所有的“安全”中,企业安全或市场安全是基础,是支撑。所以,企业的全面安全是构建新发展格局的一个重要着力点。

“自疫情发生以来,很多宏观调控举措都是围着企业转的,而且是围着统筹企业发展与安全转的,原因就在于此。”高培勇表示。

应该说,无论是抗击疫情,还是迈向“十四五”,开启全面建设社会主义现代化国家新征程,企业在新发展格局下的力量都不可忽视。

转向高质量发展阶段

“十四五”时期经济社会发展要以推动高质量发展为主题,这是党的十九届五中全会根据我国发展阶段、发展环境、发展条件变化作出的科学判断。

高质量发展的要义在于“新”与“旧”的转换,在于“时”与“势”的把握。

当当网执行董事、创始人俞渝将高质量发展概括为3个词,分别为精准应对、加速创新与韧性。今年疫情期间,当当网在全国各地的物流中心要配合不同地区的要求安排工作。“这意味着,企业要在不确定的外在环境中确保产能,并且实现不同地区产能的切换。所以,技术也好、产品部门也罢,都要迅速开发应用,满足顾客的需求。”俞渝表示。

当然,韧性也很重要。“在任何情况下,高质量的前提都是‘不中断’,以稳定的质量、稳定的产品去面对市场、面对顾客。”俞渝说。

年轻人的需求变化给市场带来了新机遇与挑战。京东零售集团首席执行官徐雷谈到消费者需求变化时表示,除“粉丝”外,大部分消费者会经常尝试新的品牌,切换速度非常快。而且,“95后”的年轻人对个性化产品需求程度很高,对品牌的忠诚度则较低。这样的新消费特征会创造出很多细分市场,催生出很多网红品牌,新品牌会迎来新机遇。

“如果今天的产品还是只讲性价比,是打动不了‘90后’‘00后’消费者的。名创优品近几年与很多知名IP共同推动联名探索,拥抱了新用户,迎来了高增长,这就是产品创新。”在名创优品(集团)董事会主席、CEO叶国富看来,不仅产品要创新,店铺也要创新。企业要打高高质量的店铺,要离顾客“近一点”。同时,还要通过数字化,打通线上线下及全渠道能力。

在商业发展历史的长河中,有一代人蹒跚过河站起来了,未来将有新一代人强起来。展望未来,中国上市公司协会会长宋志平分析说:“中国上市公司质量将进入一个长期稳定的提升

期。”在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局过程中,中国企业将迎来一个更加广阔的市场。

筑牢实体经济“根基”

今年,社区团购成为互联网行业新风口之一,阿里、美团、滴滴等互联网巨头纷纷入场。

物美集团创始人、多点董事长张文中说,自己今年经常被问到两个问题。怎么看社区团购,未来会不会“赢家通吃”?实体店还能不能存在,出路在哪里?

张文中认为,未来实体店一定会继续存在,因为实体店能够满足很多线上满足不了的需求,比如餐饮堂食等。目前,多点Dmall已经有1.5亿用户,形成了一个巨大的联合会员体系,用户需求不断得到满足。不过,他也强调,实体店必须加快“彻底的数字化转型”,在效率、服务等方面不断提升,回归商业本质,为用户提供更好的服务。

实体经济是一国经济的立身之本,也是财富创造的根本源泉,更是国家强盛的重要支柱。

娃哈哈集团董事长兼总经理宗庆后表示,中国企业要坚持产品质量,坚持诚信经营。“很多国内产品的质量并不比国外品牌差,甚至在很多领域还有明显优势。一个典型的例子是,世界上很多奢侈品都是中国代工的,无非是贴了个牌子,摇身一变就成了增值几十倍的产品。如今,年轻一代已经不容易迷信洋品牌了,对国货的认可度较高。作为企业家,我们应努力培育来自国内的企业品牌。”

“如果别的行业、企业把你颠覆了,是因为你自己做得不够好。”浙江建龙控股集团有限公司董事长张伟祥认为,近几年我国开展环保治理,整个环渤海地区的钢铁、石油化工、水泥企业都实现了超低排放,许多钢铁厂的环境治理工作比美国、欧洲的工厂做得更好。不少国内钢铁企业在管理、品质、装备上,其实已经超过了欧美同行。“所以,我们要勇于自己颠覆自己,不能等别人来颠覆你。”

武汉当代科技产业集团创始人、董事长艾路明认为,专注二字对于高质量发展具有重要意义。“企业在发展过程中会遇到各种各样的诱惑,我们要保持定力,专注主业。”

“实实在在,心无旁骛做实业,本来就是企业的本分。”艾路明说。

数字化转型是未来

巨大的消费潜力、快速迭代的产品以及火花四溅的激烈竞争,时刻倒逼企业重新思考应变策略。

“如果要用一个词来形容疫情以来的产业变革,那就是‘数智化’,即基于大数据的智能化。”富士康工业互联网股份有限公司董事长李军旗表示,公司花了七八年时间才从自动化过渡到数字化,即实现工厂可感知、工厂互联互通以及大数据技术应用。

李军旗认为,企业数字化转型是大势所趋,这在后疫情时代已成为共识。数字化转型一方面可以帮助企业加快解决核心技术问题;另一方面也可以解决企业的共性问题,包括提高效率、提升品质、降低成本、减少库存。

从成功企业家转型为“带货达人”的珠海格力电器股份有限公司董事长董明珠就是数字化转型的代表之一。从今年4月份直播“首秀”至今,董明珠已举办了12场大型直播,共收获451.1亿元销售额。她表示,自己做直播不是在搞销售,而是在传播格力的文化。她要把格力旗下3万家线下门店带入互联网时代,让用户与格力“零距离”。

当然,数字化并不是简单地将原有组织与数字等新技术叠加。作为一位创业近40年的民营企业家,新希望集团董事长刘永好发现,凡是在“传统企业+组织再造+数字化”转型方面做得好的企业,成长都很迅速,很多企业已成为行业引领者。

他表示,互联网企业不太可能颠覆所有实体经济。不过,实体经济还是要努力转型升级,而且必须加快步伐。在新格局下寻求新发展,一定要推动组织再造,从考核、激励、培养、文化等方面来考量企业发展。

6年前,新希望开始从新机制、新青年、新科技、新赛道、新责任五大方面开展组织再造,收到了较好效果。得益于,公司销售、利润、税收及市值,每年增长率都大体超过了20%。新希望今年的销售额预计将超2000亿元。

徐雷也持类似观点。他认为,无论传统企业还是互联网企业,都要关注组织架构、组织能力,应该用互联网化的组织架构、组织能力去运行公司。“要做到快速反应,就需要为企业搭建一个前中后台式的组织架构。”徐雷分析说,前台保持“小而美”,实现相对闭环的快速反应;企业大量能力要“沉淀”在中台上,这个中台不仅仅是技术与数据的中台,也包括很多业务中台;同时还要有后台支撑。

困难是短期的,信心是永恒的。致力于扫除人类前行路上的障碍,创造一个更加包容、便捷,人人都可以追求梦想的世界是企业家的最大价值——面向未来,企业家们信心满满。

党的十九届五中全会提出,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。这是以习近平同志为核心的党中央立足我国发展阶段、发展环境、发展条件发生重大变化,统筹长远发展和长治久安作出的重大战略部署。企业家要积极响应中央决策,顺应时代发展主旋律,在加快构建新发展格局过程中主动承担起重大历史使命。

即将过去的2020年,是极不平凡的一年。我们党团结带领全国人民打了一场惊心动魄的抗疫大战,经受了一次艰苦卓绝的历史大考。在付出巨大努力之后,我们取得了抗击新冠肺炎疫情斗争重大战略成果。

突如其来的疫情对我国经济和世界经济都产生了巨大冲击,很多市场主体特别是企业界面临前所未有的压力与挑战。针对企业界遇到的种种困难,习近平总书记高度重视,多次作出重要指示,提出明确要求。习近平总书记一系列重要讲话,既体现了党中央对企业作用地位的充分肯定,也体现了党中央对企业和企业发挥更大作用的殷切期望。

市场活力来自于人,特别是来自于企业家,来自于企业家精神。当前,我国正处在全面建成小康社会胜利在望、全面建设社会主义现代化国家新征程即将开启的历史交汇点,受疫情等复杂因素影响,世界经济不确定性大大增加。弘扬企业家精神,推动企业发挥更大作用、实现更大发展,短期看,是完成“六稳”“六保”任务的要求;长远看,则是推动高质量发展的根本要求。

就“十四五”乃至更长一段时期内的经济发展趋势,可以看到:

第一,从消费互联网到产业互联网,新冠肺炎疫情就像催化剂,推动数字化和智能化向前跨了一大步,以实体经济为代表的传统产业将迎来大变革。企业家们应抓住机遇,提升实体经济的质量,夯实大国根基。

第二,消费升级和数字化转型并行,庞大的国内市场将成为驱动经济发展的重要动力。立足内需市场,以满足国内需求为主,将成为一段时期内企业的重要战略抉择,全球供应链、产业链都将发生深层次调整。

第三,全球化虽然遭遇种种阻碍,但仍然是任何国家、任何势力、任何人不可逆转的历史潮流。新发展格局不是封闭的国内循环,而是更加开放的国内国际双循环。全球视野是企业家必须始终坚持的重要原则。

基于这些判断,当前中国企业家尤其要做好以下三点:

一是心无旁骛发展实体经济,提升中国制造的质量和效率。实体经济是一国经济的立身之本,是财富创造的根本源泉,是国家强盛的重要支柱。习近平总书记多次强调,“不论经济发展到什么阶段,实体经济都是我国经济发展、在国际经济竞争中赢得主动的根基”。党的十九届五中全会进一步指出,要坚持把发展经济着力点放在实体经济上。我们只有牢牢夯实实体经济这个根基,才能推动“十四五”时期经济社会高质量发展。

应当看到,实体经济正面临一场数字化和智能化变革,5G、云、AI等新一代信息技术爆发,互联网已进入“全真互联网”阶段,每一个传统产业都需要转型。与此前消费互联网阶段互联网公司摧枯拉朽地席卷一切不同,这一轮变革中,了解产业规律、深刻理解制造逻辑的产业公司将比互联网公司更具优势。当产业和5G、云、AI深度融合,一场数智化革命就拉开了帷幕。这将是一场围绕实体经济的质量变革、效率变革和动力变革。民营企业应该成为这场变革的主力军。企业家要坚持发展实体经济,抓住这一波数智化机遇,大大提升中国制造的质量和效率。

二是立足内需市场,畅通国内大循环,以高质量的供给满足消费者。我们有全球最大规模的中等收入群体,消费升级大潮正在兴起。国内大循环目前还不够畅通的主要原因不在需求侧,而是在供给侧的供给质量不高,产业的智能化、高端化、绿色化和服务化水平不能满足消费升级的要求,因而必须通过深化供给侧结构性改革“经络”,畅通国内大循环。

民营企业占全国企业总数的90%,是竞争性产品的主要供给者,是大多数最终产品的提供者,具有机制灵活、市场应变能力等特点。让民营企业的创造活力充分迸发,是打通国内大循环中生产环节的重要着力点。同时,民营企业又是形成国内大市场的重要力量。我国拥有全球最完整的产业体系,形成了相对完整的产业链,民营企业大多位于产业链的中下游,在生产过程中要消费大量原材料等中间产品,是上中游产品得以实现和产业链条得以延伸的重要环节。民营企业吸纳了80%以上的城镇就业,是大多数家庭收入的主要来源。生活性消费的基础在于收入,收入又源于就业,就业稳了,居民消费才能火起来。所以,从某种意义上说,民营企业兴,则国内消费兴;民营企业活,则国内循环活。

三是坚持全球视野,不断增强企业在全产业链上的话语权。应当看到,国际市场是国内市场的延伸。国内大循环并非自我封闭、自给自足,也不是各地区的小循环,更不可能什么都自己做,放弃国际分工合作。我们必须始终具有国际视野,坚持开放合作的双循环,通过强化开放合作,实施更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放,更加紧密地同世界经济联系互动,提升国内大循环的效率和水平。

当前,国际逆全球化暗流涌动,但各国走向开放、走向合作的大势没有改变。毋庸讳言,在不少领域,我们的科技还没有达到领先程度,还存在受制于人的“卡脖子”现象,在全球产业链的很多方面还处于中低端。越是如此,我们越不能闭关锁国,而是要紧盯各领域发展最前沿,在科技自立自强的基础上,学习各国先进的技术、经验为我所用,汇集各国的资金、资源为我所用。对此,企业界应有清醒的认识、理性的判断、周到的举措、睿智的行动。

企业家要在构建新发展格局中承担重大使命

□ 郑庆东