



■本报赠阅全国人大、全国政协、中央国家机关、国资委系统、世界 500 强、中国 500 强、中国企联会员企业 ■新闻热线: 010-68735738 ■新闻监察: 010-68701250 68485798 ■广告热线: 010-68701052 ■发行热线: 010-68701057

**要闻**

营改增扩围铁路邮政 P02

有“城”无“市”：  
新型城镇化遭遇产业缺失阵痛 P03

**中国企业评论**

“卡马密谈”关乎中小企业命运 P05

**金融·投资**

银行间“买入返售”  
进入最后的疯狂 P07

阿里投资海尔：  
互联网掘金传统实业时代开启？ P08

**产业·公司**

4G 起飞 P09-P10

## “幸福中国 2013 健康养老服务业发展论坛”特刊

详见第 21-24 版

### 邯郸自来水生意经： “不买指定设备不供水”

■本报记者 闵云霄

作为公共服务企业，河北省邯郸市自来水公司除了保障生产生活正常供水外，还新成立了两个机构：邯郸市城市二次供水管理办公室（下称二次办）和邯郸市通源二次供水服务公司（下称通源公司），前者以行政的口吻下通知，后者以企业的名义与开发商做生意。

部分开发商向《中国企业报》记者反映，因为拒绝与通源公司签订服务或设备供应合同，从 2012 年年底开始，项目遭遇强行停水。20 家开发商或业主一度公开对二次办发声抗议后，如今不愿意再表态，而更多企业则选择“忍气吞声”。

“现在收集了两大摞材料，把相关收费的账目都抱过来了。”随着河北省工商部门的调查，邯郸自来水公司开始认识到在二次供水工作中确实存在一些问题，但如何处理尚

无定论。

#### 不买指定设备遭停水

“我们已经决定和自来水公司合作，不能使用你们的设备了。”面对上门推销设备的青岛三利公司工作人员，邯郸市锦霖房地产开发有限公司（下称锦霖公司）一位负责人如是说。

（下转第四版）

紫竹评论

### “超级推销员”自信 源自中国创造

■蔡恩泽

“中国高铁技术装备成熟，完全能够适应各国情况，满足市场需求。”11 月 26 日，在位于布加勒斯特市西南部的罗马尼亚议会官，被媒体冠以“超级推销员”之称的国务院总理李克强正站在大厅中央，向中东欧的 16 国领导人推销中国高铁，铿锵有力的话语并配以近乎夸张的肢体语言，令各国领导人为之动容。

李克强总理身后巨大的 LED 屏上，一列高铁正向观众迎面疾驰而来，大厅四周是贴满了详细介绍高铁技术的展墙，还有数个高铁模型，充分显示了中国高铁的巨大魅力。

“领导人推销员”在西方国家一直颇为流行，过去中国领导人做的相对不多，一个重要原因是，中国制造业大而不强，能拿得出手的实在不多。如今中国制造业正实现华丽转身，其中有不少成套大设备具备了国际竞争力。中国领导人顺势而为，做了一个与时俱进的外交调整，以中国创造为依托，打出“高铁外交”这张牌。

可以说，总理的“超级推销”来自于自信，而自信又来源于中国创造向中国创造的历史性转变。

想当年，中国这个出口大国有着“八亿件衬衫换一架空客 A380 飞机”的尴尬。中国制造业在全球竞争中往往居于产业链低端，产品附加值低，出口利润微薄，欧美吃肉，中国喝汤，还要背负浪费资源、污染环境的恶名。

近几年来，随着劳动力、土地等各类要素成本的集中上升，人口红利等低成本制造的传统优势正在逐渐削弱，如何从中国制造走向中国创造，是中国经济可持续发展的现实课题，也是中国创造成为出口重头戏的必要保障。

从中国制造跨越到中国创造，品牌重塑和技术升级是产品价值及成本天然不可分割的变革要素，不容忽视。而中国高铁就是“中国制造”走向“中国创造”的新标签，“高铁外交”无疑是这一新标签的生动案例，它反映出中国制造业正在从成本优势迈向高层次的技术创新与品牌塑造。

李克强总理选择高铁，作为“中国创造”向海外推销的一张国家名片，正是看中了中国高铁的“中国创造”内涵。全世界都知道，中国高铁所承载的期望、痛苦和质疑，比其他任何“中国制造”都厚重、悲壮，它速度惊人，其间又遭遇重大挫折，特别是“7·23”事故至今还令人心有余悸。不过，事故刚过去两年多，中国高铁依旧呼啸前行。

（下转第五版）



G01-G04



中国企业报  
官方微博

weibo.com/zqynews

### 沂州集团杯

《中国企业报》年度经济评论大赛

山东·临沂

沂州集团协办  
http://www.yizhou.cc

### 中企读图

## 国企上调利润上缴比例 鲁粤先行一步

(详见G01版)

地区/范围	生效时间	政策描述
山东	2014年起	适当提高省属企业利润上缴比例
广东	2014年起	利润缴纳比例从10%提高到15%
全国	2020年	利润上缴比例达到30%

免 10% 15% 30%

黄金煤炭等企业 钢铁机械等企业 储备粮存储等企业

王利博制图

# 中国企业报 China Enterprise News

## 汇聚对企业有价值的新闻资讯

专业 高端 引领 Professional High-end Guide

**《中国企业报》纸质版**

周一刊，逢周一出版，全年共52期，每期对开32版，单份1.5元，全年定价192元。

**《中国企业报》手机版**

周五刊，周一至周五每日一期，年价601.2元。

**《中国企业报》电子版**

逢周二随《中国企业报》纸质版同步更新，信息服务费每月每份4元，年价48元/份。

**掌上通**

《中国企业报》APP终端

周一至周五每日更新，单独订阅年价601元/份，掌上通客户端随《中国企业报》纸质版免费赠阅。

**套餐订阅**

《中国企业报》纸质版、《中国企业报》电子版、掌上通、《中国企业报内参》纸质版、《中国企业报内参》电子版、《中国企业报》手机报，每份套餐订阅价格660元/年。

**《中国企业报内参》电子版**

双周刊，随《中国企业报内参》纸质版同步更新，信息推送服务费600元/年。

发行款项汇至《中国企业报》股份有限公司账户  
单位名称：《中国企业报》股份有限公司 开户行：华夏银行北京车公庄支行 账号：1028200000248270  
《中国企业报》发行部电话：010-68701057 发行售后服务电话：010-68735752