

国资一周要闻

(2014.4.18—4.24)

1.中央企业一季度“成绩单”公布

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:《京华时报》消息,23 日国务院国资委对外披露了央企一季度业绩“成绩单”。今年一季度央企业绩依然保持增长势头,但各项经营指标增幅较去年出现缩窄。国资委数据显示,第一季度中央企业累计实现营业收入 5.6 万亿元,同比增长 4.6%;上缴税费总额 4827.9 亿元,同比增长 3%;累计实现利润总额 3107 亿元,同比增长 3.4%。而去年全年,中央企业营收同比增长 8.4%,税费总额同比增长 5.2%,利润总额同比增长 3.8%。

点评:国资委最近召开会议,要求中央企业大力降本增效,切实加强投资管理,防范资金风险,大力转方式调结构,全力实现今年的保增长目标。如何在转型升级的同时,保持经营业绩稳中有进,考验着央企人的胆魄与智慧。努力吧,国之央企。

2. 广东国资国企改革路径将敲定

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:《羊城晚报》4 月 23 日消息,广东省国资委即将出台全省深化国有企业改革意见、省属企业深化改革实施方案,近期拟呈报省委省政府审定。资本对接发展混合经济是广东国资改革的最大亮点。按照广东省国资国企的改革思路,未来将推动省属企业中占户数 80%左右的中小微企业,以股份合作、增资扩股等方式,重点引进有品牌技术优势、有发展潜力的民间资本,实现公有制经济和非公有制经济融合互补、互促共赢。

点评:作为改革开放的最前沿,广东素有开风气之先的传统。习近平同志任总书记后第一站也选择了广东。希望在国资国企改革中广东也能探索出更加符合中国实际的改革经验,惠泽更多地区国资国企改革,如此,功莫大焉。

3. 傅育宁任华润集团董事长

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:4 月 23 日上午,华润集团官网公告称,招商局集团原董事长傅育宁调任华润(集团)有限公司董事长,免去宋林华润(集团)有限公司董事长职务。同日,招商局网站公告称:傅育宁不再担任招商局集团董事长职务;李建红总裁暂时主持招商局集

团全面工作。早前的 17 日,华润集团原董事长宋林因涉嫌严重违纪违法而接受中纪委调查,成为党的十八大以来国企重拳反腐中又一落马者。

点评:华润集团的迅速换帅让人们看到了中央反腐的决心和信心。但其背后折射出的国企预防腐败的制度缺位问题更值得我们深思。如果有一天,不再需要纪委会部门反腐了,那么才真正证明我们的反腐成功了。

4.中盐被指垄断食盐供应仍巨亏

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:《第一财经日报》23 日消息,国家发改委 4 月 21 日宣布,决定废止《食盐专营许可证管理办法》。中国盐业协会表示,发改委废止相关文件,并不意味着食盐专营向社会资本放开。作为全世界人口最多国家的食盐供应垄断者,中国盐业总公司(下称“中盐”)经营状况乍看之下令人惊愕:身掌利润丰厚的食盐专营,盈利却并不如意。截至去年 9 月底,中盐的合并营业总收入达到 204.07 亿元,比上年同期的 194.28 亿元增加 9.79 亿元,但营业利润、利润总额和净利润均为亏损,其中,归属母公司所有者的净利润亏损额为 4.28 亿元,而去年同期亏损 1.51 亿元。

点评:中盐的最大盈利来自食盐。作为全国食盐专营的生产经营主体,国内食盐的生产指标制定、批发以及执法等业务,基本由这家企业说了算。相对垄断的环境,常为寻租提供灰色空间,食盐专营形成的寻租活动也屡见报端。

5.王世明、黄丹华等前往中国南车调研

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:国资委网站消息,4 月 18 日,中宣部副部长王世明一行到中国南车集团公司,就企业开展培育和践行社会主义核心价值观进行调研。国资委党委委员、副主任黄丹华陪同调研。调研组参观了南车集团产品,听取了南车集团历史文化、改革发展情况,以及加强思想政治工作,培育践行社会主义核心价值观的情况汇报,并与基层干部员工进行了互动交流。黄丹华说,企业发展要有硬实力,也要有软实力。硬实力是骨架,软实力是血脉,没有血脉骨架支撑不起来。

点评:近年来,中国南车集团提出“五化”工作

路径,积极探索培育和践行社会主义核心价值观的新途径、新方法,有序推进各项工作,推动企业培育和践行社会主义核心价值观取得了实实在在的效果,为落实“做强做优、世界一流”的战略目标,扎实推进转型升级和创新发展,提供了有力的精神支撑。

6.东部沿海或启动新核电项目

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:中国政府网 4 月 20 日消息,国务院总理李克强 18 日主持召开了新一届国家能源委员会首次会议,研究了能源发展中的相关战略问题和重大项目。李克强在会上强调,要以促改革调结构为动力,以重大工程为抓手,积极发展清洁能源,推动环境质量改善,今年将开工一批沿海核电、特高压输电等重大能源项目,并推进包括电力体制改革在内的能源体制改革。此举被赋予为稳增长、提高能源保障能力的重要措施,也被视为调整能源结构、转变发展方式的有效抓手,尤其是要“为经济增长提供支撑”。

点评:过去的一年,我国雾霾天气袭击了包括北京在内的 100 多个城市,超过 6 亿人口的生活环境受到影响,严峻的环保形势触目惊心。作为清洁能源生力军的核电企业之一,中国核电将承担起为社会奉献安全高效核电,为公众创造清洁低碳生活的使命。当然,前提是一定一定要确保安全。

7.浙江国企改革方案或上半年出台

关注指数:★★★★★传播指数:★★★★★

事件:《21 世纪经济报道》消息,23 日,在台州温岭召开的浙江省深化企业股改推进会上,浙江省政府副省长朱从玖透露,浙江省国企改革方案目前还在酝酿阶段,预计上半年出台。目前,国有经济在浙江全省经济总量中的比重不足三成。且从整体来看,主业不够突出,缺乏具有国际竞争力的大公司和优势产业,盈利能力普遍不强。以省属国企为例,浙江能源集团一家几乎占了省属国企总利润的一半。

点评:浙江素来以民营经济的发达蜚声中外,如何利用民营经济的发展优势促进本轮国资国企改革将成为浙江国资国企改革方案的最大看点。我们拭目以待。

(孟书强,作者系中国社会科学院博士生)

公司



中粮我买网：从细节着手助央企创新转型

■ 本报记者 杨颖

中粮集团一直以来以全产业链为核心理念,构建起新时代食品安全保障的铜墙铁壁。日前,《中国企业报》记者走进中粮集团旗下的我买网有限公司,见证了“产业链、好产品”的艰辛历程。

从源头控流程保质量

中粮我买网有限公司 2009 年成立,是国内十大食品类 B2C 电子商务网站,在角逐厮杀的网购市场里,凭借独特的创新手段,赢得消费者的广泛赞誉。“致力于利用不断再生的自然资源为人类提供营养健康的食品、高品质的生活空间及生活服务,贡献于人类社会的繁荣是我买网不断求索的真理。”近日,我买网在线事业部总监尚炎向记者激情道出了开场白。

“海外生鲜直采和原产地直供,是我买网的核心卖点。中国地大物博,特产分布极广,如何挖掘特产,找出特产,引入特产,是我们工作的重中之重。”尚炎告诉记者,每天他们都会搜集各种电视、网络、报纸上大量有关特产的信息,集中进行分析判断,用源头特产来区分与其他网购渠道的不同点。

“几十个人,每天几千条各类信息,每人十几个小时,再最后汇集出独特产品。举个例子,最近我们推出‘舌尖 2’的促销活动,就是靠这种方法,紧跟当前社会热点,追踪出优势产品,与媒体播出节目中的产品作同步化,将新农特产品第一时间上线,创造全新网购卖点。”尚炎告诉记者,找到特产源头后的我买网,会迅速与产地供应单位洽谈,利用现代化的品控手段,逐一检测,挨个把关,确保产品质量的同时,及时把热点产品引入我买网。

“产地直送”突破网购瓶颈

如果给我买网的作业全流程冠以一个名字,“产地直送”再确切不过了。我买网秉承优质产品的产地直送营销,完全杜绝中间环节,不但货源有保证,质量能把控,还将一大部分实惠真正正让利给了消费者,真正履行了全产业链的企业理念。

“我买网并非其他网购平台的交易平台的定位,更重要的是全产业链的产品服务,产地直送则是最好的表达方式。一般网购网站大部分功能是买卖双方的交易平台,网站就像一个批发市场,买卖双方直接交易,我买网则倾力打造直采模式,开辟产地直送的快速通道,让更优质的产品迅速流通起来。”尚炎告诉记者,只有通过坚持不懈地保障好消费者农特产品的全链服务,才能真正赢得客户,稳定客户,永久保持中粮特色。

在短短两个小时的采访过程中,尚炎也不忘部署工作。对于高效,他有着独特的理解:“央企创新转型还得从基层本职工作的细节处入手,把握好每一个细微环节,不放过任何一个流程环节,才能做到高效产出,打造出优质产品,确保食品安全,才能时刻履行好央企的社会责任。”

为企业服务

中国企业家报 广告刊例(2014年)

(人民币元/次)

规格	尺寸	头版	2版		3版		4版	5版		6版		7版		8版		9版		10-20版		21版以后		
	(宽×高cm)	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	
头版整版	32×40	400,000																				
整版	32×48	---	200,000	230,000	205,000	235,000	220,000	210,000	240,000	165,000	195,000	175,000	205,000	170,000	200,000	175,000	205,000	160,000	190,000	150,000	180,000	
1/2版横	32×24	200,000	100,000	115,000	103,000	118,000	110,000	105,000	120,000	83,000	98,000	88,000	103,000	85,000	100,000	88,000	103,000	80,000	95,000	75,000	90,000	
1/2版横上位	32×24	---	130,000	150,000	134,000	154,000	143,000	137,000	156,000	108,000	128,000	115,000	134,000	111,000	130,000	115,000	134,000	104,000	124,000	98,000	117,000	
1/2版横中位	32×24	---	120,000	138,000	124,000	142,000	132,000	126,000	144,000	100,000	118,000	106,000	124,000	102,000	120,000	106,000	124,000	96,000	114,000	90,000	108,000	
1/2版竖	16×48	---	110,000	127,000	114,000	130,000	121,000	116,000	132,000	92,000	108,000	97,000	114,000	94,000	110,000	97,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	
小全版	24×32	---	110,000	127,000	114,000	130,000	121,000	116,000	132,000	92,000	108,000	97,000	114,000	94,000	110,000	97,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	
1/3版横	32×16	134,000	67,000	77,000	69,000	79,000	74,000	70,000	80,000	55,000	65,000	59,000	69,000	57,000	67,000	59,000	69,000	54,000	64,000	50,000	60,000	
1/3版横上位	32×16	---	87,000	101,000	90,000	103,000	97,000	91,000	104,000	72,000	85,000	77,000	90,000	75,000	87,000	77,000	90,000	71,000	84,000	65,000	78,000	
1/3版横中位	32×16	---	81,000	93,000	83,000	95,000	89,000	84,000	96,000	66,000	78,000	71,000	83,000	69,000	81,000	71,000	83,000	65,000	77,000	60,000	72,000	
1/3版竖	10×48	---	74,000	85,000	76,000	87,000	82,000	77,000	88,000	61,000	72,000	65,000	76,000	63,000	74,000	65,000	76,000	60,000	71,000	55,000	66,000	
1/4版	16×24	100,000	50,000	58,000	52,000	59,000	55,000	53,000	60,000	42,000	49,000	44,000	52,000	43,000	50,000	44,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	
1/4通栏	32×12	100,000	50,000	58,000	52,000	59,000	55,000	53,000	60,000	42,000	49,000	44,000	52,000	43,000	50,000	44,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	
1/4通栏上位	32×12	---	65,000	76,000	68,000	77,000	72,000	69,000	78,000	55,000	64,000	58,000	68,000	56,000	65,000	58,000	68,000	52,000	63,000	50,000	59,000	
1/4通栏中位	32×12	---	60,000	70,000	63,000	71,000	66,000	64,000	72,000	51,000	59,000	53,000	63,000	52,000	60,000	53,000	63,000	48,000	58,000	46,000	54,000	
1/4竖通	8×48	---	55,000	64,000	58,000	65,000	61,000	59,000	66,000	47,000	54,000	49,000	58,000	48,000	55,000	49,000	58,000	44,000	53,000	42,000	50,000	
1/5版	16×20	80,000	40,000	---	41,000	---	44,000	42,000	---	33,000	---	35,000	---	34,000	---	35,000	---	32,000	---	30,000	---	
1/5通栏	32×10	80,000	40,000	---	41,000	---	44,000	42,000	---	33,000	---	35,000	---	34,000	---	35,000	---	32,000	---	30,000	---	
1/6版	16×16	67,000	34,000	---	35,000	---	37,000	35,000	---	28,000	---	30,000	---	29,000	---	30,000	---	27,000	---	25,000	---	
1/6通栏	32×8	67,000	34,000	---	35,000	---	37,000	35,000	---	28,000	---	30,000	---	29,000	---	30,000	---	27,000	---	25,000	---	
1/8版	16×12	50,000	25,000	---	26,000	---	28,000	27,000	---	21,000	---	22,000	---	22,000	---	22,000	---	20,000	---	19,000	---	
1/8通栏	32×6	50,000	25,000	---	26,000	---	28,000	27,000	---	21,000	---	22,000	---	22,000	---	22,000	---	20,000	---	19,000	---	
1/16版	8×12	25,000	13,000	---	13,000	---	14,000	14,000	---	11,000	---	11,000	---	11,000	---	11,000	---	10,000	---	10,000	---	
1/32版	8×6	13,000	7,000	---	7,000	---	7,000	7,000	---	6,000	---	6,000	---	6,000	---	6,000	---	5,000	---	5,000	---	
报花	5×3	7,000	4,000	---	4,000	---	4,000	4,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	3,000	---	
上位通栏	32×3	50,000	15,000	---	16,000	---	20,000	20,000	---	12,000	---	13,000	---	12,000	---	13,000	---	11,000	---	10,000	---	
头版导读	5×4	20,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	
整版跨页	67×48	---	400,000/黑白; 460,000/彩色														---	300,000/黑白;360,000/彩色				---
分类广告	元/字	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	300元（100字以内），超过按5元/字加收						
户名：《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																						

户名:《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:10282000000248270

刊登说明

◇刊登各类广告须符合《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》及相关规定
◇报社不另收广告设计费
◇刊登以刊例中的标准规格为准,特殊规格(异型)的广告在原价格基础上加收20%广告费,具体刊发以本报规定为准
◇指定版次(10版以后)在原价格基础上加收10%广告费

◇要求7天内见报(加急广告)及指定时间刊发的广告,在原价格的基础上加收20%广告费
◇1/5版(含)以下规格要求套彩,需加收5000元/次,1、4版除外
◇广告费在广告刊出前一次结清
◇本报可接收的广告形式为:机打稿、电子图片(300dpi, tif/jpg格式)

《中国企业报》是由中国企业联合会、中国企业家协会主管的面向企业和企业家的全国经济类大报。秉承“面向企业,为企业服务”的办报宗旨和“原创、独家、深度、权威、影响力”的办报理念,致力于成为有品质、有实力、服务企业、服务中国与世界经济现代传媒。



★量身订制★