

# 转战广川京 攻坚克难智者胜

## ——记中国工艺集团所属中国抽纱广东进出口公司总经理文川山

本报记者 鲁扬

商者的智慧由内而外,勇者的个性藏而不露。这是《中国企业家》记者采访中国工艺集团所属中国抽纱广东进出口公司(以下简称“广东抽纱”)总经理文川山时的强烈感受。

### 广州(广东抽纱工业园): 临危受命 智解收地困局

1993年,广东抽纱在广州市白云区人和镇横沥村购置了154.36亩土地,拟建广东抽纱工业园。虽然办理了正式用地手续,但由于当时的种种客观因素,该土地一直未能建设开发,直至2006年7月被广州市国土局定为闲置土地。2007年3月,广州市国土局正式送达《闲置土地确认书》,明确2007年10月份为该土地的最终开发期限,否则将没收土地或支付高额的土地闲置税。

广东抽纱的领导班子成员紧急召开了会议,一致推举文川山主抓广东抽纱工业园项目收地工作。

接到任命书后,文川山马上着手土地延期开发的申请工作,通过一系列工作,广州市国土资源和房屋管理局同意广东抽纱工业园延期开发一年。

土地是农民的生命之本,特别是面临多方面的历史遗留问题,收地工作的难度可想而知。在完善用地手续的同时,文川山和他的团队虽然加大了收地工作的推进力度,但是由于土地久未开发,地方农民已经擅自土地范围内建房、耕种、养殖且聚众滋事,村民拒不交付土地,收地的工作一度陷入僵局,无法推进。文川山和他的团队耐心细致、不厌其烦地做当地村民的思想工作,晓之以理,动之以情,辅之以合理的补偿措施。终于



文川山

在当地各级政府的见证下,如期收复土地,而且将村民原来提出的8000万元用地补偿金协商降至800万元,且首付300万,余额分10年支付,文川山用智慧和勇气出色地完成了收地工作。

### 简阳(简阳电商物流园): 央港合作 细节决定成败

文川山在四川简阳电商物流园项目中用更加细致创新的工作,得到了外资合作方的交口称赞。

法派香港有限公司在四川省简阳市拥有占地300亩的工业仓储物流园规划项目,该项目地理位置优越,可以成为电商行业及物流行业在西南地区的配送中心。此外,该规划项目与唯品会(中国)有限公司签订了不可撤销的租约,或合作、或放弃!在广东抽纱领导班子的有力支持下,公司项目管理团队经多次与法派香港有限公司商谈并实地考察项目情况后,认为项目风险可控,并可产生

较好的投资回报收益。

2012年11月,经中国工艺集团批准立项,文川山开始全面展开了对四川简阳电商物流园项目前期的各项调研工作。为降低投资风险,文川山不断学习相关的专业知识,他带领项目团队对项目进行了市场调研和缜密的分析论证。为项目制定了详细的、科学的、专业的、切合实际的可行性分析报告、法律尽职调查报告、评估报告、审计报告。

文川山结合法派香港有限公司项目用地的实际情况,与法派香港有限公司共同商定了项目开发的商业合作模式,制定了更为严谨的合作条款,采用新型合作模式,既可以规避合作双方的投资风险,又避免了双方在合作过程中因上述因素所造成的争议和纠纷。

合作之初也并非那么顺利,由于外资企业的管理模式与中央企业的管理模式存在差异,文川山对法派香港有限公司负责人做了详细说明,并通过召开现场工程例会达成共识,为

合作及项目开发工作寻求到一条更为可行的道路。

### 北京(北京艺兰珠宝厂): 盘活资产 巧化人际难题

2013年10月,中国工艺集团同意将中国珠宝进出口公司所持有的北京艺兰珠宝厂的全部资产划转给广东抽纱,要求尽快扭亏为盈。

再次面临盘活资产的困局,再次需要有人站出来解决难题。文川山的名字又一次被提起。

今年年初,文川山从简阳来到北京,全面负责北京艺兰珠宝厂的土地变更、老职工安置和招商工作。一到北京就展开三项主要工作:首先是对北京艺兰珠宝厂现有物业进行对外招商工作;其次是制定了二期物流仓储的整体规划工作;最后是申请办理北京艺兰珠宝厂土地性质变更工作(变更为集体所有制土地),从而用于项目的报建开发。截至目前,已有多家企业有意租赁北京艺兰珠宝厂现有的物业。

文川山回忆说,初来乍到,老职工安置工作是关系到北京艺兰珠宝厂在当地和谐发展的关键问题,丝毫马虎不得。他举例说,厂里有一位58岁即将退休的老工人,是本地人,附近村庄里有很多亲戚,过去是电工,因公致残后,原厂长曾承诺其医药费在退休前在厂里可以全额报销。他找到文川山问:“原来的政策是不是要变?”文川山回答:“要按照公司规定执行,只要是公司员工,一定尽最大努力关照!”这位老工人满意而去。

从2007年至今,文川山在项目开发中已经由外行变成了行家里手,这正是中国工艺集团培养人才、大胆使用人才的结果,是企业文化建设的典型案例。

## 滨南采油厂: 把隐患放进笼子里

(上接 G03 版)

滨南采油厂厂长谢凤猛认为,推动技术更新改造是持续推动节能降耗、防止减排指标反弹的重要途径。对这41口密集丛式井组采用了泥浆不落地技术,彻底解决了废弃钻井液对环境的污染问题。

记者看到,在白鹤湖“井工厂”不用建大型泥浆池,钻井产生的泥浆被固液分离,泥浆不落地,固体通过机器挤压变成了褐色的泥饼,这些泥饼将被用来烧砖或路基填充,是废物利用。液体经过处理,又回到钻井中,补充了生产用水,让过去难以处理的废弃钻井液变成了如今的“香饽饽”。

### 杨四妮用耳朵诊断设备“生病”

滨南采油厂落实岗位责任,从严管理提升执行力,让“制度落地、责任生根”,确保打好安全预防战。

滨南采油厂采油203队有一支女子采油班组,班长杨四妮给人的第一感觉就是娇小、腼腆,但是,在指导员王冬渤的口中,记者了解到杨四妮的另一面。

泼辣、认真、执行力强,这是工作中的杨四妮。有一次,一口正常生产的油井发出轻微异响,没有引起职工们的注意,但杨四妮却注意到了这个细节,连续几天,她仔细观察。突然,一些细小的亮晶晶的金属碎片引起了杨四妮的注意,她急忙找来技术人员探查,结果是一个核心部件的本体断裂所致。王冬渤告诉记者,假如这个问题被忽视,有可能造成翻机、人员伤亡,地面设备的损坏将使采油队蒙受数万元的维修损失。

### 滨采203队让生产车辆“比美”

滨采203队是胜利油田的一支金牌采油队,他们独特的采油文化,对安全事故的防范意识和对环境的保护意识,给记者留下了深刻的印象。采油队长韩志刚指着展示室的宣传栏和一个个发明专利样品告诉记者,滨采203队是一支有着优良传统、注重发明创造的优秀团队,发生在采油工人身边的故事很多很多。

按照中国石化安全发展、绿色发展、健康发展、可持续发展的要求,油区绿化,种植蔬菜、果树,让职工吃上无公害蔬菜等等,滨采203队的“水滴文化”让每名采油工的环保意识、安全意识有所提高,奉献精神传递在采油井区。

为了避免设备安全事故,滨采203队每月举办一届“亮车会”。全队所有工程车(包括电动车)集体亮相,由工人们互相比较车辆的外观和机器运转情况。由于滨采203队按照中国石化的要求,“一对一”安全责任到人,所以,对于“亮车会”中有问题的车辆,限期修理,责任人也会受到相应处罚。

# 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 (宽×高cm)	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	
		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	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白
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	—	—	—	—	—	—	—	—	340,000/黑白: 400,000/彩色	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
分类广告	元/字	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

户名:《中国企业家报》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
- 刊登于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,具体刊例以本报规定为准
- 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)

《中国企业家报》是由中国企业家联合会、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的现代传媒。



★量身订制★