

央企创新发展
青年担当

本报记者 丁国明

5月3日下午,中央企业共青团“创新发展·青年担当”主题实践活动启动仪式暨第七期“青春央企大讲堂”在中国电子信息安全研究基地举行。国务院国资委副主任、党委委员徐福顺,团中央书记处书记、全国青联副主席汪鸿雁出席活动并讲话。中国电子信息产业集团有限公司党组书记、董事长芮晓武作了专题讲座。团中央城市青年工作部部长杨松,国务院国资委群工局局长谢俊、规划局副局长袁雷峰、党建局副局长熊洁,中央企业青联副主席刘烈宏、王彤宙、黄必烈、陈山枝出席活动。活动由国务院国资委研究局局长、中央企业团工委、中央企业青联主席李伟主持。

中国电子科技集团公司、国家电网公司、中国航天科工集团公司三家中央企业围绕青年创新创业主题进行了交流发言,介绍了在青年创新创业工作中的经验做法和认识体会。

徐福顺对开展好中央企业共青团“创新发展·青年担当”主题实践活动,进一步深化中央企业青年创新创业活动提出了三点要求。一是要坚持围绕中心,促进企业提质增效。二是要立足实践育人,服务青年成长成才。三是要注重统筹规划,健全完善长效机制。徐福顺强调,中央企业各级团组织要结合实际,认真组织开展好“创新发展·青年担当”主题实践活动,为促进中央企业创新发展、提质增效,为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献青春、智慧和力量。

汪鸿雁向中央企业广大团员青年致以节日的问候,希望中央企业共青团在围绕中心、服务大局中强化共青团的政治性,在实践育人中强化共青团的先进性,还要在直接联系、直接服务青年中强化共青团的群众性。

芮晓武围绕“互联网+信息安全”作了专题报告,指出建设网络强国势在必为、大有可为,事在人为,深入浅出的讲解引起了与会人员的强烈认同与共鸣。

本次活动由中央企业团工委、中央企业青联主办,中国电子信息产业集团有限公司团委承办。

建言国资监管
助力国企发展

国务委员 王勇

祝愿《中国国资报道》

围绕中心 服务大局 办出特色

王书马

二〇一六年五月

指导单位:国务院国资委新闻中心 联办单位:中央企业媒体联盟《中国企业报》 顾问:厉以宁

主编:丁国明 编辑:陈玮英 E-mail:qiyebaixinwenbu@163.com 校对:许舒扬 美编:王祯磊



东风汽车布局“十三五”
六维度重点突破

本报记者 蔡钱英

4月26日,东风汽车公司对外公布“十三五”战略规划。“十三五”时期,东风公司的战略定位是:致力于成为为用户提供全方位优质汽车产品和服务的卓越企业。

按照规划,到2020年,产销规模高质量跨越560万辆;自主品牌实力显著提高,经营效益进一步提升;产品海外销量在中国品牌海外销量中居领先水平;新能源销量目标30万辆以上,核心技术和资源掌控能力显著提升。

“十二五”跑赢大市

支撑东风发展的信心在于,在“十二五”的收官之年,2015年东风整体销量达到387.25万辆,同比增长1.84%。综合市场占有率提升0.65%,年销售收入达到4877.91亿元。整个“十二五”期间,东风累计销售汽车1734.7万辆、

累计上缴税费2045.7亿元,总计投入资金2.4亿元履行社会责任。

更为重要的是,2015年东风国际化发展迈入新阶段。据了解,东风公司以8亿欧元入股PSA(法国标致雪铁龙集团),持股约14.1%,成为这家跨国车企并列第一大股东,标志着中国汽车企业首次战略性入股世界著名汽车企业。这不仅成为近两年来国内汽车业界最受关注的汽车海外并购,也是中国汽车“走出去”的经典案例之一。同年,东风和沃尔沃集团成立新商用车合资公司,双方的股比为55:45,主要发展“东风”品牌中、重型卡车;中国最年轻的汽车合资企业——东风雷诺汽车公司量产的首款新车下线;东风英菲尼迪公司建成投产;东风格特拉克等新合作项目有序推进。这些新的合资合作项目,也使得东风的国际化战略逐步完善。

此外,“十二五”期间,东风公司62个车型进入国家新能源汽车示范推广推荐车型目录,在武汉、广州、郑州、大

连等城市开展示范运行。2015年,东风公司新能源汽车销售20053辆,同比增长222.45%,其中纯电动汽车销售15114辆,同比增长12倍。五年间,东风公司先后开发了混合动力汽车、纯电动汽车、燃料电池汽车等一系列新能源产品,积累了电池、电机、控制器等核心技术,申请相关专利370余项。

从眼下情况看,无论是自主品牌,抑或合资版块,东风都在逐步聚拢资源以期形成合力。当然,更为重要的是后续这些业务版块能将其合力逐步体现到发展业绩上。

六大趋势
影响汽车产业发展

从1980年的3万辆,到2015年的387万辆,东风公司多年来一直保持着快速发展的态势,在中国汽车行业销量排名第二,在世界500强中名列第109位。

(下转 G04 版)

观察



国有企业需继续
向管理要效益

刘兴国

2016年一季度国有经济数据日前发布,国有企业效益仍在继续下滑,虽然利润环比降幅略有收窄,但同比降幅明显增大。一季度国有企业实现营业收入99492.5亿元、利润总额4323亿元,同比分别下降3%、13.8%;而2015年同期营业收入降幅为2.6%,利润总额与2014年同期持平。在一季度国民经济增速好于预期,总体呈现止跌企稳迹象背景下,国有企业交出的这一份经营答卷,确实令人颇感意外。

将国有企业与其他企业进行横向比较,其经营能力上的不足更加暴露无遗,对此必须加以高度重视。2016年一季度,包含国有上市企业在内的上市公司整体盈利情况明显好转,呈现探底回升态势。我国2843家A股上市公司实现营业收入6.94万亿元,同比增长3%;实现归属于母公司股东的净利润6346亿元,同比下滑2%。上市公司营业收入增速比国有企业高6个百分点,利润降幅比国有企业收窄将近12个百分点,二者经营能力方面的差距十分明显。在规模以上工业企业所有制比较方面,国有企业同样处于竞争劣势。

进一步改善国有企业经营能力、提升国有企业盈利水平,已经到了刻不容缓的地步。造成今年一季度国有企业盈利能力大幅下滑的原因,既有来自宏观经济下行压力持续加大和大宗商品价格持续下跌的外部环境因素,也有来自国有企业自身经营能力方面的因素。从规模以上工业企业和上市公司盈利表现看,一系列降本增效政策的改革红利效应正在逐步显现,企业财务费用持续降低,成本增长小于营业收入增长,企业盈利空间有所扩大。但对国有企业来说,一季度降本增效的改革红利效应几乎没有得到体现:国有企业营业总成本与营业总收入基本上是同步下降,百元营业收入成本与去年同期相比小幅增加了0.2元,与其他因素共同推动国有企业利润同比大幅下降。

从一季度国有企业具体成本数据看,通过加强成本管理,国有企业尚有较大降本增效潜力可以深入挖掘。尽管一季度国有企业营业总成本同比下降了3%,但销售费用、管理费用却同比分别增长了6%、4.3%,其中中央企业的管理费用更是同比增长了7%,财务费用也同比增长0.5%。如果国有企业通过自身努力,可以更好控制销售成本、管理成本、财务成本的增长,甚至是有效实现这三项成本的下降,国有企业的盈利水平应明显好于当前实际水平。

首先,国有企业应加强财务筹划,优化融资组合,严控债务规模,做好汇率风险管理,提高资金使用效率,切实降低财务费用。2015年央行连续五次降息,一年期贷款基准利率已经由2015年初的5.6%下降至4.35%,5年期以上贷款基准利率从2015年初的6.15%降到了4.9%,2015年末的一般贷款加权平均利率已降至5.64%。但在整体贷款利率水平显著下降的情况下,中央企业财务费用不降反升,确实令人深感意外。一季度,中央企业负债总额同比增长22.4%,明显高于净资产8.8%的增速。正是由于负债的快速增长,不仅抵消了央行降息的积极效应,反而推动了中央企业财务费用的小幅增长。在当前经济不景气的情况下,依赖大量举债支撑的低效扩张并不可取。国有企业管理者应自觉按照中央提出的去杠杆要求,适当缩减负债规模,降低资产负债率,而不是相反。同样,在当前人民币汇率波动幅度加大,双向波动更加频繁的前提下,国有企业应积极做好汇率风险管理,合理采取避险措施,减少汇兑损失。

其次,国有企业应加快落实薪酬改革方案,同时进一步提升管理水平,有效削减管理费用。2015年,中国石油、中国石化、中国铝业、中国神华、中国远洋、中国航等在的24家中央企业上市公司高层管理流程的薪酬总额为2.23亿元,较2014年减少了1700万元,但减少幅度并不明显,而且其中有12家企业的高管薪酬甚至还有不同幅度增长。在当前国有企业薪酬改革与国有企业整体效益持续下滑的背景下,部分国有企业尤其是中央企业管理费用的继续较快增长,确实显得不太正常。国有资产监管部门应在督促国有企业加快落实管理薪酬改革方案的同时,引导国有企业实施管理变革,优化管理流程,精简管理人员,提升管理效率,从而降低管理费用。不可否认,前几年国务院国资委推动的管理提升活动,确实在很大程度上改善了国有企业的管理水平。但在实践中,国有企业机构臃肿、人员冗多、效率不高的大企业病仍然普遍存在,国有企业通过管理变革和减员增效的空间还很大。

最后,国有企业还应积极进行商业模式创新,做好销售管理,全面提升营销绩效。市场需求的持续低迷,加大了企业营销难度,尤其是在产能严重过剩的产业领域,企业不得不投入大量人力与资金进行产品营销。但国有企业不应完全被动适应市场的不利变化,而应积极探索构建新的商业模式,寻求开展营销创新,加强营销队伍培训,提高营销推广针对性和营销效率,以尽可能节俭的营销支出,实现最大化的营销绩效。

(作者单位:中国企业联合会研究部)