

陕西国企上半年实现时间任务“双过半”

■ 本报记者 刘剑波

“工业增长、稳投资拉动、稳金融支撑,着力优化产业结构、优化发展环境,全力稳增长、调结构、促转型”的决策部署,是陕西省面对宏观经济下行压力异常巨大、市场竞争更加激烈的严峻形势下,对国有监管企业提出的要求。今年上半年,陕西多个国企实现时间任务“双过半”。

陕建集团 创新引领逆势而上

近日,从陕西建工集团传来振奋人心的好消息,在宏观经济下行压力异常巨大、市场竞争更加激烈的严峻形势下,该集团逆势而上,生产经营依然保持着两位数的增幅。截至6月底,完成经营合同额746.89亿元,占年计划的50.19%,同比增长21%;实现营业收入379.42亿元,占年计划的50.06%,同比增长11.36%;利税总额17.44亿元,同比增长20.94%,实现了时间任务“双过半”,为全面完成全年目标奠定了坚实基础。同时,承担保障性住房建设任务81774套,为农民工提供就业岗位20余万个,消化钢材58万吨、水泥超过70多万吨。

加快全国市场布局,坚持实施“固阵地、向外扩、往下沉”的市场战略,积极构建以西安为中枢、辐射国内主要大中城市的市场网络,紧盯国字号,瞄准省内外。截至目前,驻陕西省内机构实现了10个地市和杨凌示范区的全覆盖,完成签约总额539.19亿元;驻省外机构达22家,项目覆盖全国31个省市自治区,签约总额突破160亿元。

陕建集团宣传部长刘毅告诉记者,集团不断地创新机制,加大人才培养力度,建立了科技中心、管理创新中心,积极研发推广新技术、新工艺,绿色文明施工,围绕施工难点开展技术创新,创优夺杯数量连年名列全省第一,发挥了引领示范作用。

陕西煤化上半年利润 同比增长36亿元

陕西煤业化工集团一系列调结构、促转型的做法已显现成效。今年上半年集团实现营业收入965.5亿元,同比增长12.4%,实现利润同比增长36亿元。

在供给侧结构性改革中,陕煤化

集团“主动作为早出击、调整结构促转型”的做法得到各方认可,并在全予以推广。

早在2014年,陕煤化集团即主动开始实施对资源枯竭、亏损严重、煤质差且产品没有市场的三类矿井实施关闭,加大落后产能关闭退出的力度,重点发展陕北和彬黄地区的优势矿井,从源头上消灭了亏损点。在已经启动关闭18对、缓建4对矿井的基础上,集团近日决定再关闭4对矿井,从而使化解过剩产能总规模达3495万吨。

随着去产能工作的稳步推进和产品结构的不断优化,陕煤化集团的产品市场竞争力进一步提升,市场份额不断扩大。煤炭库存由年初的175万吨降到6月中旬的55万吨,达到了历史最低点。

成本方面,今年上半年,陕煤化

集团主要产品成本同比均大幅下降,其中煤炭完全成本每吨同比降低33.77元,降幅达20%;钢铁制造成本同比降低323.4元,降幅为15%;化工产品制造成本降幅在7.42%到29.3%。

经营状况的改善使集团“去杠杆”有了底气,通过强化专项资金管理,盘活存量资产,利用国家关于去产能奖补、专项建设基金等政策支持,集团共增加、盘活资金300多亿元,有力提升了企业自身的“造血”功能,从根本上降低了负债率。

陕西煤业化工集团董事长杨照乾介绍,随着“三去一降一补”的不断深入,集团一定能够率先摆脱行业周期起伏波动的影响,预计今年全年将实现整体盈利30亿元。力争未来3年,形成煤炭产量全国第二、竞争力全国第一的产业规模。

中央领导关于深化国有企业改革的指示精神,紧紧围绕“四个全面”战略布局,集中展示2015年度新闻战线关于国企国资改革发展的报道成果,鼓励广大新闻工作者积极传播国企正能量,营造全社会关心支持国企国资改革发展的良好舆论氛围。

本次活动将对文字类作品(含消

瞄准目标发展新动力

陕西燃气集团围绕“两个一百亿”的阶段性目标,牢牢把握“一带一路”建设、清洁能源推广利用等发展机遇,按照“打造一个品牌,把握一个定位,用好两大引擎,推行三个模式”的发展思路,深入推进“气化陕西”工程,不断拓展产业布局,持续加强对外投资合作,全力抓好提质增效工作,助推企业提升发展质量和效益。

截至6月30日,燃气集团实现长输管道天然气销售量27.43亿立方米,同比增长13.49%;实现营业收入40.79亿元,同比增长20.54%;顺利实现时间

任务“双过半”阶段性目标。陕汽面对行业需求总量放缓,需求结构变化,竞争日益激烈的市场环境,在产品、技术、营销、管理等方面采取一系列积极的改革创新举措。截至6月底,陕汽实现产销各类汽车5.29万辆,顺利实现时间任务“双过半”。其中产量同比增长18.61%,销售同比增长20.79%。

上半年,陕汽重卡累计销售超过4.6万辆,同比增长16.11%;客车板块销量同比增长163%;新能源微

型车销量更是实现大幅度增长。各板块的“全面开花”得益于陕汽决策层对市场需求结构的前瞻性预测和全方位布局。2015年以来,经济结构的调整优化带动着重卡行业需求结构的同步变化,自卸车需求下滑,牵引车和载货车需求上升。陕汽挖掘市场需求,突破细分市场重点产品,有效改善了产品结构,使产品与市场、行业需求更加契合。

陕西省国资委主任刘阳指出,稳增长的核心是稳工业,国资委系统要带头贯彻落实省委、省政府关于稳增长的一系列措施。特别是要拓市场、抓促销、调结构、促转型、抓项目、扩投资,强管理、提效益,优服务、解难题。制订和完善国企改革总体方案,推进实施分类管理,继续实施大公司大集团战略。

详细资料请到国务院国资委新闻中心网站“专项工作”一栏中查阅或下载(国务院国资委官网→委内机构→委内直属机构→新闻中心→专项工作)。

中铁七局五公司 哈尔滨地铁2号线气象台站开钻

7月12日,由中铁七局五公司承建的哈尔滨地铁2号线一期工程终点站气象台站施工现场,随着旋挖钻机在阵阵鞭炮声中徐徐启动,该站主体围护桩正式开钻,标志着该工程全面开工。开钻仪式上,项目经理赵洪军带领全体职工及作业人员,在哈尔滨地铁公司、中电科项目公司及黑龙江正信监理公司领导的见证下举行了安全质量宣誓,确保全段施工生产安全稳定。业主公司中电科哈尔滨市轨道交通有限公司副总指挥长孙德新宣布正式开钻。气象台站地处哈尔滨市东部主干道滨滨路,为2号线一期工程终点站,车站总长465.5米,为全线第二大车站。

郑万铁路应急工程 跨G107辅道连续梁完成浇筑

7月16日,由中铁七局五公司承建的郑(州)万(山)铁路应急工程经开一号特大桥跨G107辅道连续梁安全、顺利完成浇筑。该段连续梁紧邻已开通运行的郑(州)机(场)城际铁路,其中最近处相隔不足一辆公交车的长度,是全段的重点、难点工程。连续梁结构类型为预应力混凝土双线连续梁,全长296.74米,设计时速250公里/小时,施工中采用9节段支架现浇施工,历时3个月。郑万铁路应急工程全长8.7公里,是郑万铁路引入郑州东站进而与郑徐、京广、郑西、郑济高铁实现接轨的重要连接线。郑万铁路建成后,郑州至重庆将由原来的20小时缩短至4小时。

中铁五局六公司 开展安全生产责任制专项活动

7月15日,中铁五局六公司在重庆机关召开动员大会,号召全体员工在三季度积极开展安全生产责任制专项活动。会上,公司总经理王国庆做了“全面落实安全生产责任制,严防死守杜绝生产安全事故发生”的讲话,并从机关层面、项目层面、部门之间进行了活动安排和部署,要求切实抓好公司领导班子对项目的责任包保、项目领导对重点工程包保、高风险工点的包保以及建立作业队、班组、个人包保责任书,努力实现全覆盖、无缝隙。活动中还建立了严格的考核奖惩机制,切实激发各级保安全、维护安全的积极性和主动性。

陕西国企做好“三品” 推动供给侧改革

■ 本报记者 刘剑波

今年的政府工作报告中提出,鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产,增品种、提品质、创品牌,培育精益求精的“工匠精神”,引发社会各界热议。

陕西省国资委主任刘阳告诉记者,陕西省属企业在“三品”工作方面取得优异的成绩同时也存在着许多的不足。刘阳表示,“三品”建设是坚持“三去一降一补”供给侧结构性改革,有效应对经济下行压力,推动企业转型升级,打赢提质增效攻坚战,实现可持续发展的重要抓手;是企业当前发展的核心任务,利当前,惠长远,意义重大。各企业要以紧紧围绕提质增效为中心,大力弘扬“工匠精神”。

企业要树立“大品牌”意识

做深做实“三品”建设从三个方面着力。刘阳强调:一是要着力提高产品的丰富度。要适应和引领消费升级趋势,深度挖掘用户需求,积极开展个性化定制、柔性化生产,丰富和细化产品种类;要站在产业链的高端,做价值链的组织者,把技术创新贯穿于企业生产经营的全过程;要提高创意设计水平,精心做好产品开发、外观设计、产品包装、市场营销等创新创意,积极推动产品由中低端向中高端迈进,今年要确保新产品产值同比增长10%以上。

二是要着力提高品质的满意度。要抓好产品质量,继续深入推进精细化管理,积极开展与国外同行业中高端产品质量对标,大力推进质量检验检测,确保产品质量零缺陷,争取在创建中国驰名商标、中国名优产品方面取得新突破;要抓好服务质量,精心做好售后服务,恪守职业道德,加强信用体系建设等,树立国企良好形象;要加强创新投入,工业类监管企业研发投入强度要达到1.5%以上,力争超过1.8%。

三是要着力提高品牌的美誉度。要从技术、质量、服务、文化、传播等方面切入,积极培育一批具有广泛影响力的自主品牌,推动企业由产品经营向品牌经营转变;要坚持精致管理,品牌定位要准、管理要细、营销传播渠道要广、保护要严;要加快品牌整合,统一品牌形象,统一市场渠道,统一市场管理,建立集团大品牌;要加强品牌维护,不断增强客户对品牌的忠诚度。

提升企业产品品质 增强核心竞争力

陕汽集团以创新驱动发展,从生产型制造企业转型升级为服务型制造企业,通过增品种提品质,适应市场需求变化,抢占发展机遇,品牌核心竞争力显著增强。自2015年以来,陕汽从研发、营销等各方面全面推进改革创新,取得了明显成效。

强化传播与推广,树立领先的品牌形象。多年来,陕汽致力于品牌的建设与创新,2007年,“陕汽重卡”和“汉德车桥”双双荣获中国名牌称号,是中国也是业内首批“中国名牌产品”;2015年,陕汽军车光荣参加了中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年阅兵式,成为行业内唯一连续四次参加阅兵的重型军车生产企业。

业内人士告诉记者,国内车企领导对品牌概念普遍缺乏清晰的认识,自主品牌频繁更换营销负责人也反映出企业品牌管理的混乱,缺乏事先算赢的能力和状态。因此,车企要有全方位、规范的品牌维护方案。汽车的产品特点与品牌内涵具有密切关联,自主车企要在精品意识的前提下,结合自身实际情况,综合思考适合的品牌战略并做相应的产品线布局。如面向新能源汽车产品和智能网联汽车产品,企业思考构建全新品牌以营造不同的价值识别可能是必要的。但出于凝聚合力需要,整合已有品牌,也不失为一种好方法。

陕西粮农集团党委书记、董事长王东锋告诉记者,在经济下行压力大的形势下,2016年1至5月份粮农集团发展势头良好,作为提质增效和推进“三品”工作,集团努力要做好五方面工作:一要加大产销协调力度,突出以市场为指导的营销机制;二要落实责任,加大考核力度、强化绩效管理;三要突出主业和品牌,将米面油、杂粮和馒头产业做精做专;四要有高度危机感、使命感、责任感,做好本职工作;五要坚定信心,保证全面完成任务,甚至超额完成任务。

陕西建工集团近几年紧跟国家“一带一路”大战略步伐,在海外打开了广阔的市场。集团董事长刘耀华认为,品牌是企业打开海外市场的金钥匙,是立足海外市场的奠基石。陕建集团积极响应国家“走出去”战略,投身“一带一路”建设,实施集团“大海外”战略,充分发挥华山国际工程集团海外市场拓展的主体和引领作用,利用国内外两个市场资源,切实增强竞争力,持续扩大品牌效应,不断提高国际市场营销份额和效益,为实现陕建“称霸陕西市场、称雄国内市场、驰骋国际市场”的战略目标提供有力支撑。

刘阳认为,在推进供给侧结构性改革过程中,要以质量创新为突破口,积极推动经济转型升级,引导各方面把推动发展的立足点真正转到提高质量和效益上来。出台财政、税收、金融、科技等方面的支持政策,鼓励品牌发展与创新驱动深度融合。引导各行业下大力气把产品做专、做精、做优,在全社会弘扬以质取胜的价值取向。进一步加强对中国品牌的正面宣传,引导国内消费者破除对“洋品牌”的消费误区、品牌迷信,增强公众对自主品牌的认可度和自信心。