

2016年11月15日 星期二
第211期 本期共四版

媒体热线:010-68701870 68735793
网址:www.zqgz.com.cn
传真:010-68735792
联系人:杨颖
E-mail:guozibaodao@163.com

主题公园设计高峰论坛 在中国京冶举行

■ 本报记者 蔡钱英

近年来,主题公园在国内方兴未艾。有数据显示,截至2016年,主题公园数量已增至300多家,游客数量从2012年的1.5亿人次增至6亿人次。显然,如此庞大的市场,也催生了主题公园建设热潮。但是如何将主题公园设计的有特色,能够吸引游客成为目前最大的难题。

11月8日,由中国钢结构协会主题公园建设分会主办的“主题公园设计高峰论坛”在理事长单位中国京冶工程技术有限公司如期举行。以主题公园设计为主题,中国钢结构协会搭建此次行业对话和交流高端平台,以期进一步完善国内主题公园产业链,促进国内主题公园设计各阶段全面、协调发展。中国钢结构协会主题公园建设分会会长、中冶建筑研究总院有限公司副总经理陆怡杰为论坛担任主持并致欢迎词。

康宁翰集团中国区总经理Rick Solberg围绕为什么要建设主题公园以及如何成功建设主题公园进行演讲。他指出,在中国市场,80%的主题公园是投资失败的,只有10%是处于盈利阶段,经济损失达到3000亿元。同时提出了“8:2:0 VS 3:3:4”的观点,“中国的主题公园80%收入靠门票,20%收入靠零售,餐饮和住宿等消费几乎为零。而在国外,主题公园的收入30%是门票,30%是零售,40%是餐饮住宿。所以必须转变经营思路,主题公园应该将门票收益为主模式转变为门票、零售、餐饮酒店等附属设施共同收益的模式。”

全球娱乐协会(TEA)亚太区候任主席、麦格纳娱乐集团首席执行官 Thomas Megna 提出,主题公园建设关键要聘请有经验的技术和技术总监,在兼顾安全的前提下时刻将游客体验作为最高准则,并且按照标准流程进行主题公园的建设,最终打造在建造过程中欢乐、在运营中同样给大家带来欢乐的主题乐园。

美国著名设计公司 AECOM 执行董事吴家琦侧重对主题公园的酒店布局存在的设计难点进行了演讲。吴家琦讲道,现在主题公园酒店设计逐步由整体、标志性风格转变为亲切朴实,并且注重周围环境的风格,符合游客在主题公园中的配角地位。

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:王培娟 美编:王祯磊



王利博制图

陕西省省长胡和平:

以深化改革 激发国有企业发展活力

■ 本报记者 刘剑波

中共十八届六中全会强调的“从严治党”成为各界关注的重要话题。而对当下正紧锣密鼓进行的国有企业改革而言,党的建设不仅有助于凝聚国有企业中的骨干人才,充分盘活企业人力资源,提升经营效率,更为国有企业坚守公益属性提供了重要组织保障。

陕西省省长胡和平在陕西国资委和国企调研时指出,党的十八大以来,国企改革顶层设计出台,改革重大举措陆续实施,改革成效不断显现,有力推进了供给侧结构性改革。但要清醒地看到,陕西国企还存在一些突出问题,有些还相当严重。尤其是体制性、机制性问题已经成为国企改革的重重大障碍,包括政企不分、政资不分,对国企的管理存在错位、越位、缺位等问题;央企母公司层面改革步伐相对缓慢,且内部三项制度改革不到位;市场化选人、用人和激励、约束机制未真正建立等。

加强国资监管 做好国企党建

胡和平表示,做好当前工作,一是

要把国有企业改革紧紧地抓在手上。要把国有企业改革作为当前的一项重点工作来全面推进,增强国有企业的实力,壮大国有经济,做优做强做大国有企业,让国有企业、国有资本、国有经济在整个的经济社会发展当中成为一种主导力量。二是要加强监管。要履行好出资人职责,要监管到位,不缺位,不缺位,监管好国有企业、国有资产、国有资本的投资运营,确保企业按照运行规律、经济发展规律正常运行。三是要制度创新。要通过一系列的改革举措,形成制度成果,拿制度来规范改革,建立起具有中国特色的现代企业制度。四是要加强国企党建。要认真学习党的十八届六中全会和习近平总书记关于国有企业改革重要讲话精神,加强和改进国有企业党的建设,进一步创新体制机制,不断激发国有企业发展活力,为陕西省经济平稳健康发展增添动力。

胡和平强调,坚持党对国有企业的领导,加强国有企业党的建设是陕西省国资委的重点工作。新形势下,发挥好国有企业的这一独特优势,坚持党对国有企业的领导不动摇,主要体现在发挥企业党组织的领导核心和政治核心作用,保证党和国家方针政策

策、重大部署在国有企业贯彻执行;坚持服务生产经营不偏离,把提高企业效益、增强企业竞争实力、实现国有资产保值增值作为国有企业党组织工作的出发点和落脚点;坚持党组织对国有企业选人用人的领导和把关作用不能变;坚持建强国有企业基层党组织不放松;依靠这一独特优势,陕西一定能办好国有企业。明确和落实党组织在公司法人治理结构中的法定地位,创新国有企业党组织发挥领导核心和政治核心作用的途径和方式,有利于办出世界一流企业。

国有资产是全体人民的共同财富,只有办好国有企业、使国有资产不断增值,才能更好地服务全体人民。对照具体要求分析国有企业现状,可以发现国有企业还存在一些亟待解决的突出矛盾和问题:一是一些企业市场主体地位尚未真正确立,国有资本运作效率不高;二是有的企业管理混乱,内部人控制、利益输送、国有资产流失等问题突出,企业办社会职能和历史遗留问题尚未完全解决;三是一些企业党组织管党治党责任不落实,党在企业中的领导核心和政治核心作用被弱化。

(下转 G02版)

阅读

《经营方略》记略： 大企业思想家的思考



■ 崔书文

《经营方略》是中国建材集团董事长宋志平的新著。全书36万字,279篇短文,几乎涵盖了企业经营管理的方方面面。

我和宋志平董事长还是比较熟悉的。第一次采访宋志平董事长,还是他当北新建材董事长的时候,主题是如何看待股东、客户、员工三者之间的关系。当时资本市场上这个话题很热,议论纷纷,看法分歧很大。在我的印象里,宋志平董事长是第一个把这个问题讲明白的上市公司老总。采访后很激动,写了一篇四五千字的稿件,在《经济日报》“证券周刊”上刊出了一个专版。不曾想,文章见报后,北新建材的股票价格猛涨。或许是巧合,或许是资本市场透过这篇文章读懂了这家上市公司。此后,多次采访宋志平董事长。中国建材发展壮大中的重大事件,《经济日报》几乎都做了报道。

一个突出的感觉,每次采访都是一个学习的过程。这么说,不是谦辞,也不是恭维。实际情况是,每次采访主题都是实在的、具体的,都是针对新情况新问题,而这些新情况新问题在书本上找不到答案。宋志平董事长的回答与思考都是从实践中得来的,是实践的结晶和理论升华。例如那场改变中国水泥产业版图的“汪庄会谈”,例如化解水泥产能过剩的真知灼见,等等。由此扩展来说,《经营方略》这本书不像一般管理书,是很难靠“写”出来的。书中收录的作者不同时期讲述的内容,是在实践中“干”出来的,十分“接地气”,十分真实。

宋志平董事长的一个特点,是喜欢创新,谈起创新总是眉飞色舞。感觉在他的脑子里始终、一直埋伏着创新思维。他认为企业家首先要有创新精神,要时常另辟蹊径,以独到和敏锐的商业嗅觉发现各种机遇和可能性,在大家都做这件事时,企业家要想怎样做另一件事。书中有一章专门谈“创新与转型”,仅这一章就收录了70篇短文。中国建材从小到大,一路摸爬滚打,殊为不易。这其中,创新引领、创新驱动是非常重要的因素。例如,在水泥产能严重过剩的大背景下,中国建材创造性地提出一种全新的赢利模式——价本利。书中写道:“过剩行业如何通过结构调整实现科学发展,需要大思路、大智慧、大气魄。价本利并不是对量本例的否定,而是针对行业主要矛盾的转化提出的管理理论。从量本利到价本利,是心智模式的重大改变,也是过剩经济时代的必然选择。”其实,不止“创新与转型”一章,创新思想、创新思维贯穿于全书之中。

宋志平董事长曾经同时担任中国建材、中国医药两家央企的董事长,这在央企中是首例。更牛的是,他成功将这两家企业都带入世界500强行列。这个过程中心路历程在书中展露无遗。在他眼里,企业家是国家英雄。“有企业英雄,才有英雄的企业,有英雄的企业,才有英雄的国家。培养企业家不容易,应该把企业家看成是国家的财富,对企业家倍加爱护。一个成功的国家,一定是一个企业家辈出的国家、尊崇企业家的国家和弘扬企业家精神的国家。”

在宋志平董事长看来,企业家首先应该是思想家,因为思想决定一切。他忧虑“中国现在不乏大企业,也不乏大企业家,真正缺乏的是大企业思想家。中国企业家不能站在全球的高度来思考问题,能不能产生引领世界企业的管理思想,是未来中国企业家面临的挑战”。他认为“做一流的企业需要一流的思想,有一流的思想才能引领一流的企业。企业家有思想才能受到社会的尊重,企业家并不是因为把企业做大而受人尊重”。“中国企业和中国企业家的下一个目标,不只是让更多的中国企业跻身世界500强企业之列,更要创造代表时代精神和灵魂的企业思想”。

宋志平董事长给自己的定位是,做一个为企业眺望远方的人,一个有精神财富的人,一个有理想、有思想的企业家。我的评价更高了一层:宋志平董事长是一位大企业思想家,是中国现在真正缺乏的那种大企业思想家。他的思考,有大企业家的高度、胸怀和境界,又浸透着将企业从小带大直到进入世界500强行列的酸甜苦辣。也正因为如此,这本书其实可作为年轻企业家的枕边书经常翻看的,也经得住看的。

如果一定要找到一根主线把《经营方略》这本书“拎”起来,我觉得就是这种大企业思想家的思考。或许,这是这本书独有的商业思想和商业价值。