

厚德 崇文 实业 创新

新苏商

NEW SUSHANG

2021年 第8期 总第40期 国内刊号:CN32-1883/F 国内邮发代号:28-436

城市复苏 把失去的时间抢回来



本期关注 P13

倾听民企呼声 抗疫情谋发展

江苏视点 P32

世界500强出炉 江苏4家企业上榜

ISSN 2096-577X



9 772096 577216

万达

难得! WANDA NEWS 苏锡常价值洼地



潜力金坛 OPUS OF LIGHT 强势加入南京都市圈

2020年12月,常州金坛正式加入南京都市圈,规划利好频发,城市正处于飞速发展阶段,30分钟通勤常州,1小时通达南京,便捷交通为常州金坛的快速发展奠定了基础。

在这个拥有2800余家国际知名龙头企业及隐形冠军企业的城市里,随着江苏南沿江城际铁路的贯通及河海大学的启用,未来必将成为长三角最具投资价值的片区。



12000元+/m²起 OPUS OF LIGHT 正是抢占价值洼地好时机

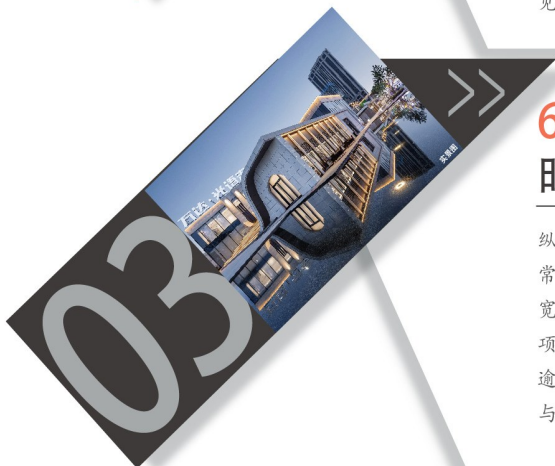
根据中国房价行情网显示

南京玄武区 均价已达41000元/m²起

常州天宁区 均价已达22000元/m²起

万达光语未来 均价仅12000元/m²起

有对比更见差异,周边区域房价几乎已达区域天花板,很难再有大幅上升空间,此刻入手难享土地价值带来的红利,在金坛接二连三的土地拍卖热度之下,金坛土地溢价率连升,地块价格直逼房价,可以预见未来楼市涨势之迅。



6层真洋房 OPUS OF LIGHT 时代匠造下的美好作品

纵观目前全国楼市,6层的花园洋房非常少见,可以说是弥足珍贵。常州万达光语未来,以生活的新高度,打造6层真洋房,以50米超宽楼间距,完美诠释了最佳人居住所。

项目配建网红无边游泳池,在诸多住宅项目产品中脱颖而出,配套逾37700m²的森居景观体验,在270°观景洋房中,静享生活清幽与怡然。

JINTAN WANDA OPUS OF LIGHT
金坛 万达 · 光语未来

建面约 98-130 m² 瞰景高层/6层真洋房 限席臻藏

VIP-LINE 0519 6878 8888 项目地址:金武路与中兴南路交汇处

常州(2021)房预售证(006,011,019)号,常州(2020)房预售证号(042)号,本广告为形象展示,所附图文仅供参考,不构成购房要约,一切以政府最终审核文件及《商品房买卖合同》为准,本公司保留对本广告修改的权利,敬请实地查看并留意最新信息,本资料制作时间为2021年6月。



更向“破中立”

文/仲跻嵩



8月,处暑后,天气
犹暄。

顶流明星们纷纷高
台跳水,商业价值一夜归
零;广州城投持股恒大地
产成为第三大股东,恒大
105亿港元卖了香港总
部大楼;多地推迟了“两
集中”出让出地,齐刷刷
地下调到“不超过15%”
的溢价率……秋来暑往、
吐故纳新,一直在悄然进
行中,只是破立之间,更
见岁月的痕迹。

7月24日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》。“双减”意见发布的指示明确且严格:“全面压减作业总量和时长”“提升学校课后服务水平”“全面规范校外培训行为”。“双减”意见一出,全国各地纷纷采取雷霆手段,对相关违规情况进行查处。学科培训类校外培训机构不得上市融资,已经上市的要进行清理整治;学科类校外培训机构要重新审批,转为非营利性机构……政策的严厉程度给业内学科类辅导机构一记重锤,教育培训类中概股多已腰斩。中国教培行业在经历了二十多年的黄金时代后,正迎来一次“向死而生”。

8月24日,邻近南京的安徽省会合肥宣布,扩大二手房限购区域,并建立热点学区二手房交易指导价。首批实施范围共16个双学区。早在今年4月,中共中央政治局召开会议强调,要坚持“房子是用来住的、不是用来炒”的定位,增加保障性租赁住房 and 共有产权住房供给,防止以学区房等名义炒作房价。随后,各地纷纷出手,整治学区房乱象。据不完全统计,今年以来已有北京、上海、广州、深圳、重庆、西安、厦门、成都、大连、太原等多座城市出手,重拳整治学区房乱象,一场新的战役正在打响。

坚守30天后,南京全域调整为低风险区域。随着扬州迎来本轮疫情首个“零新增”,2021年的江苏战役胜利指日可待。一手抓防疫抗疫,一手抓经济发展。成为三四季度最为重要的工作。餐饮、民宿、种植等行业纷纷自救的同时,各地政府第一时间站了出来,南京出台支持企业稳定发展“十项举措”。在制定上,注重回应企业“解难”“减负”“帮扶”三大类诉求;在内容上,真金白银推出“免、减、补、缓”措施;在落实上,部分政策实现“免申即享”“网申捷享”“代办直达”。与病毒有可能的长期共存,需要做中长期的疫情应对与发展计划。

8月17日,中央财经委第十次会议研究扎实促进共同富裕问题。在有关共同富裕的讨论中,三次分配得到了更多的关注。鼓励和倡导高收入人群和企业以公益和捐赠方式回报社会,这是经济社会发展之必然。中国各类公益基金会已经发展到近万家,公益捐赠理念逐渐深入人心,相信会有更多人认同这样的理念,并成为积极践行者。对于高收入人群和企业来说,主动回应这样一种期待,体现了责任意识和社会担当。这也应当成为企业价值观的一部分。

新时代有新矛盾、新问题,应对新矛盾新问题需要破更需要立。相信广大企业家一定能破立结合,以在生产端高质量发展中促进共同富裕的实绩,展示自身的担当、勇气和智慧!



指导单位 江苏省工商业联合会(总商会)
 主管/主办 新华报业传媒集团
 出版单位 《新苏商》杂志编辑部

顾问委员会 (以下排名不分先后)

学术顾问 樊 纲 李稻葵 李 杨 刘 伟 姚景源
 卢中原 于学军 刘元春 洪银兴 赵曙明
 范从来 让·梯若尔(诺奖得主)
 托马斯·萨金特(诺奖得主)

企业顾问 柳传志 张近东 董明珠 王 民 周海江 崔根良
 袁亚非 沈 彬 董才平 朱共山 宋郑还

编辑部

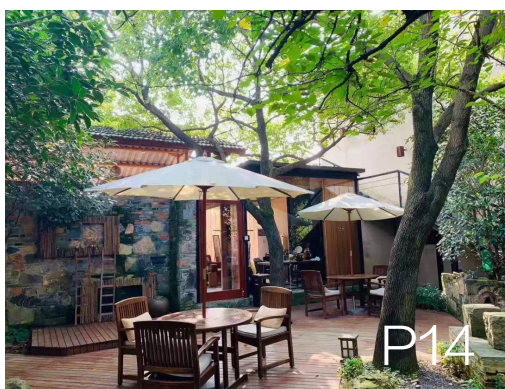
主编 仲跻嵩
 执行主编 周宏标
 记者 汪方卓 耿朴凡 徐培琪
 编辑 徐宛芝
 美术编辑 为 祥
 法律顾问: 国浩律师事务所

地址: 南京市建邺区江东中路369号新华报业传媒广场
 邮编: 210092
 本刊网址: <http://xinsushang.xhby.net>
 投稿邮箱: xinsushang@xhby.net
 国内刊号: CN32-1883/F
 印刷: 江苏新华日报印务有限公司
 定价: 36.00元



所有刊发内容的版权均为杂志所有, 未经书面许可, 均不得以任何形式翻印或转载。
 本刊所有广告, 其内容真实性、正确性完全由广告提供者负责, 有部分稿件与图片来自网络, 望作者及时与本刊编辑部联系。

目录



刊首语 LEADING ARTICLE

P01 更向“破中立”

工商要闻 INDUSTRIAL AND COMMERCIAL HEADLINE

P04 杨岳在南京调研非公有制企业疫情防控工作

P06 顾万峰赴挂钩联系的商会走访调研

P08 江苏省工商联深入一线投身疫情防控

P09 初心照耀“同心”之路

本期关注 FOCUS

P11 南京出台支持企业稳定发展“十项举措”

P13 倾听民企呼声 抗疫情谋发展

专题报道 SPECIAL REPORT

P23 崔根良在《群众》杂志发文:为科技自立自强贡献民企力量

P26 新华社聚焦盛虹集团:“双碳”目标下巨头转身

P30 一家光学“小巨人”企业的蝶变之路

江苏视点 JIANGSU PERSPECTIVE

P32 世界500强出炉 江苏4家企业上榜

P34 苏州民营企业100强公布

P36 2020年服装行业百强企业正式发布 江苏33家企业上榜

P37 全国百强县不再“GDP论英雄” 江苏凭什么再次傲居榜首

企业动态 COMPANY NEWS

P40 沙钢集团:“数”“智”赋能,打造智慧高地

P43 从“制药”转向“创造药”:扬子江药业迎来“徐浩宇时代”

P45 上半年业绩韧性稳增 鱼跃医疗战略升级再寻新突破

专家观点 EXPERT VIEWS

P50 如何促进共同富裕,总书记这样部署

P53 在生产端高质量发展中促进共同富裕

市场观察 MARKET WATCH

P56 东京奥运会,一堂“沉没成本”教学课

P58 东京奥运会留给品牌五大方面的营销启示

P61 “边缘商圈”面临无人接盘窘境,如何自救?

权威发布 AUTHORITY ISSUED

P63 中国江苏人才创新创业大赛设榜 征集60个项目的“解题高手”

P65 小微企业符合相关条件,这些费可以免征

一带一路 THE BELT AND ROAD

P66 日本 韩国 西班牙 德国 资讯速递·8月

艺术百家 ART MASTER

P74 书法 时云仿

读书 READING

P76 历经千险三本账 红心向党润中华

P78 奇点荐读



主动担责尽责 紧盯“急难愁盼” 合力共度时艰 杨岳在南京调研 非公有制企业疫情防控工作

8月3日,江苏省委常委、省委统战部部长杨岳深入南京江北新区,走访多家民营企业和港台侨资企业,实地调研企业疫情防控工作和生产运营情况。

本轮疫情暴发后,南京金域医学检验有限公司、南京世和基因生物技术股份有限公司等非公有制企业积极承担社会责任,以技术优势服务疫情防控大局,纷纷投入到全市全员核酸检测工作中。“检测中心日均核酸检测可达5万管能,再加上火力全开的7辆‘猎鹰号’,日均核酸检测可超10万管,承担着全市约1/5的工作量。”南京金域医学检验所负责人向杨岳介绍说。



在南京世和基因生物技术股份有限公司，工作人员正在加班加点进行核酸检测，由该企业连夜搭建的移动负压医学检验实验室，每天能完成30万人份的检测任务。杨岳对企业积极应对疫情所表现出来的高度社会责任感表示肯定，对工作人员的辛苦付出表示感谢，勉励他们继续发挥优势，为全省、全国疫情防控作出新的更大贡献。

超市人员密集、流动性大，既肩负着市民生活物资供应的重要任务，又是疫情防控的重要场所。在永辉超市明发外滩广场店，不少顾客正穿梭在各个货架前选购生活用品，杨岳接受体温检测后进入购物区，与超市负责人边走边聊，详细了解疫情期间超市进货渠道、生活必需品价格波动和“线上配送”服务开展情况。针对当前的疫情形势，杨岳叮嘱超市负责人要强化责任意识，不能松懈懈怠，严格落实各项疫情防控措施，适时增加生活必需品物资储备，确保生活基本物资的保障供应。

在台资企业长明光电科技有限公司，杨岳关切询问在宁工作台胞员工的疫苗接种情况，叮嘱企业要注意自身防疫和员工自我防护，确保安全生产。

杨岳还走访了南京绿叶制药有限公司、聚隆科技股份有限公司，详细了解疫情期间企业运营情况，以及目前存在的困难和问题。

调研中，杨岳强调：

一要主动担责尽责。要坚决贯彻习近平总书记的重要指示精神，充分认识当前疫情防控形势的复杂性严峻性，把疫情防控作为当前头等大事，毫不松懈、从严从紧。各级统战部门要进一步提高政治站位，强化责任担当，各条线要增强紧迫感责任感，各负其责，守土有责，切实发挥

好统一战线的法宝作用，坚决承担起打赢疫情防控阻击战的政治责任。企业要落实防疫主体责任，支持和配合属地防控工作，把各项防疫措施落实到每个岗位、每个环节、每个人，拧成一股绳，确保防控措施覆盖企业运转的全过程各环节，持续严密做好科学防疫工作。

二要紧盯“急难愁盼”。企业的安全稳定生产运营事关经济社会发展全局，各级统战部门、工商联要会同有关部门主动深入企业，多渠道多途径了解企业诉求，认真梳理，分类施策，着力化解物流不畅等“急难愁盼”问题，努力将疫情带来的不利影响降到最低。要充分发挥民营经济统战工作协调机制作用，畅通政企沟通渠道，引导企业用好用足各项政策，加强协调配合，形成工作合力，为企业创新营造优良的发展环境，让企业安心高效运转，助力经济持续稳定运行。

三要合力共度时艰。各级统战部门要及时了解国内外疫情防控形势的变化，认真查找和弥补工作中的漏洞，加强监测预警，严格报告制度，加强舆论引导和部门协作，形成共同抗疫的强大合力。广大企业要积极履行社会责任，展现使命担当，开足马力，高效运转，增加供给，全力保障疫情防控需要和群众生活必需品供应，全力以赴为打赢疫情防控阻击战提供坚实保障。同时，企业要引导员工慎终如始做好个人防护，少聚集、勤洗手、戴口罩，全面筑起常态化疫情防控的铜墙铁壁。

江苏省委统战部副部长、省侨办主任王华，省委统战部副部长、省工商联党组书记顾万峰，省委统战部副部长李卫华，南京市委常委、江北新区党工委专职副书记罗群，南京市委常委、统战部部长华静等陪同有关调研。

来源：苏商天下



共同富裕不是整齐划一的平均主义，不搞“杀富济贫” 顾万峰赴挂钩联系的商会走访调研

为进一步贯彻落实中央关于工商联坚持政治建会、团结立会、服务兴会、改革强会的指示要求，构建亲清新型政商关系，畅通政商沟通渠道，省工商联驻会领导分别挂钩联系了一批省直属商会、省级异地商会和省外江苏商会。通过挂钩联系、谈心谈话、走访调研等形式，有针对性地加强政治引领、思想引导和工作指导，切实加强与会会组织和民营经济代表人士的联系服务。

8月24日-25日，江苏省委统战部副部长、省工商联党组书记顾万峰赴挂钩联系的江苏省浙江商会、江苏省数字经济商会、江苏省江西商会、江苏省福建晋江商会、江苏省科技装备业商会、江苏省MBA企业家联谊会等6家省级商会走访调研。

调研期间，顾万峰听取了商会工作汇报，与企业家人

进行了深入交流，了解近期新冠肺炎疫情对企业生产经营造成的影响和企业发展面临的困难问题，并认真听取他们的意见和建议。顾万峰对广大在苏浙商、赣商、闽商、数字经济、科技装备等企业积极应对疫情、带领企业创新发展、担当社会责任的做法给予充分肯定，并鼓励大家要进一步坚定发展信心，积极应对、主动调整，在危机

中寻新机,在变局中开新局。

江苏省浙江商会会长、汇通达网络股份有限公司总裁徐秀贤,江苏省数字经济商会会长、联创集团董事长孙力斌,江苏省MBA企业家联谊会会长、江苏久吾科技股份有限公司董事长党建兵,江苏省福建晋江商会创会会长、友成投资集团董事长庄克服,江苏省福建晋江商会会长、亿润投资集团董事长陈德善等商会领导班子成员汇报了商会近期的主要工作开展情况、商会党建工作开展情况,以及商会组织建设、会员服务、公益慈善等方面的工作。

江苏锦隆集团董事长吴信表、江苏华博实业集团有限公司董事长沈浩、泸溪河集团董事长黄进、南京创力传动机械有限公司董事长费秀国等企业家就当前相关支持企业稳定发展“十项举措”政策的落地情况、员工社保缴纳、租金减免、创新转型、承担社会责任等企业经营过程中遇到的一些困难和问题、采取的积极有效的做法等方面进行了交流和座谈。

座谈期间,顾万峰传达学习了习近平总书记关于共同富裕的重要论述,解读了共同富裕的意义、步骤和实现途径。顾万峰指出,共同富裕是社会主义的本质要求,是中国式现代化的重要特征。共同富裕是全体人民的富裕,不是整齐划一的平均主义;共同富裕鼓励勤劳致富、创新致富,先富带后富、帮后富,不搞“杀富济贫”;共同富裕重在正确处理效率和公平的关系,构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排,其中第三次分配是在自愿基础上的,不是强制的,国家税收政策将给予适当激励。广大民营企业和民营企业企业家要积极响应习近平总书记和党中央的号召,做强企业,做大事业,积极参与三次分配,量力而行,尽力而为,为促进共同富裕的新征程贡献力量。

顾万峰强调,多年来,我省广大民营企业一直积极参与社会公益慈善事业,踊跃投身脱贫攻坚和光彩事业,特别是在近期的抗疫抗洪中,齐心协力、迎难而上,稳定企业生产、积极捐款捐物,用实际行动诠释了家国情怀和责任担当。他表示,沐浴改革开放春风成长起来的民营企业听党话、感党恩、跟党走,已成为“先富带后富”的重要力量,他要求在向第二个百年奋斗目标迈进的征程中,新时代的民营企业企业家要争做回报社会的表率,为“促进共同富裕”发挥更大作用。同时,对在新形势下如何进一步做

好商会工作,提出了明确要求:

一要以凝聚共识为目标加强商会政治建设。工商联所属商会必须把讲政治摆在首要位置,加强对会员企业的思想引导,树立正确的国家观、法治观、事业观、财富观,坚定不移听党话、跟党走。要及时了解并准确把握国家大政方针,坚决贯彻落实好党的路线方针政策,引导会员企业积极投身国家战略,实现健康发展。要持续深化理想信念教育,组织开展好党史学习教育,凝聚起广大民营经济人士建设中国特色社会主义现代化国家的共识,为实现人民对美好生活的向往这个奋斗目标贡献力量。

二要以特色优势为依托,提升商会服务质效。商会要强化服务意识,积极争取赋能,不断拓展功能,搭建各类平台,为会员企业提供经贸、融资、信息、法律、技术、人才、国际合作等各方面服务。要突出工商联所属商会的特色服务功能,结合商会自身优势,如数字经济商会推动企业数字化转型,MBA联谊会要发挥人才智库作用,真正提升商会的吸引力和影响力。要认真贯彻落实新发展理念,加强行业规划,引导企业创新发展。

三要以承担公共事务为己任,发挥商会协同社会治理的作用。要促进构建亲清政商关系,探索形成具有商会特点的正负面清单,引领会员企业不踩红线、不破底线,实现正向发展。要协助党委政府畅通政企沟通渠道,规范沟通内容,创新沟通方式,促进政企良性互动。要深入会员企业调查研究,及时了解企业所需所困所盼,传递企业的诉求心声,充分反映社情民意,促进政府科学民主决策。要促进民营企业诚信守法经营和行业自律,推动会员企业自我约束、自我管理、自我净化,把推动企业合规建设和维权服务有机结合起来。

四要以规范化治理为导向,推进商会改革发展。要积极推进商会依法登记,建立健全法人治理结构,不断完善会长会决策、监事会监督、秘书处执行的运行机制。要持续扩大商会的覆盖面,制定年度会员发展目标,尽可能吸纳本区域、本行业的代表性企业。要加强秘书处职业化建设,配强配齐专职工作人员,提升商会工作的科学化专业化水平。要持续打造商会工作品牌和文化,不断增强商会的吸引力、影响力和凝聚力。

来源:江苏省工商联会员处

江苏省工商联深入一线投身疫情防控

文/马劲松

应168党建联盟(建邺路168号省级机关相关单位党组织)和驻地朝天宫街道党工委要求,江苏省工商联党员、干部闻令而动、积极请战,来到张府园社区洪公祠小区,在基层第一线参与疫情防控工作。



江苏省工商联副主席熊杰告诉记者,疫情发生后,江苏省工商联以高度的政治敏锐性和大战大考的意志力,及早部署防控工作,成立了防控工作领导小组,制定了内部防控方案、守则和驻地支援方案。

省工商联主席许仲梓、党组书记顾万峰专门要求要高度重视、高度警醒,切实把疫情防控作为当前的头等大事,作为做好一切工作的基础,全力保证和保障自身人员和人民群众的身体健康和生命安全。

据了解,洪公祠小区居住人员成分比较复杂,餐饮服务从业人员多、送外卖人员多、老人多,同时又处于城中心,无物业管理,进出口通道多,防控工作难度大。

熊杰说:“接到街道的请求后,全体党员、干部纷纷报名,主动要求到群众需要的地方去、到任务繁重的地方去、到条件艰苦的地方去。”

省工商联专门成立了疫情防控应急分队,“我是党员我先上,不是党员争着上”,大家纷纷表示,要把疫情防控支援

工作作为“我为群众办实事”的一线实践、作为“两在两同”建新功行动的具体举措。

熊杰表示,省工商联本身人员不多,60多人就有93%参加了疫情防控应急分队。分队及时分组排班、及时进行工作交接、及时提醒注意事项、及时增添防护用品,确保人员、工作、责任“三落实”。

同时领导主动请缨带头冲锋在前,即将年满60岁的省工商联副主席陈京顶着烈日、冒着高温,带头到小区门口参加值守,其他领导班子成员也都直接或间接参与支援工作。

从7月28日起,应急分队人员已连续5天从早上7时至晚上10时,在小区门口登记人员进出信息、查验健康码、测量体温,并向群众宣讲防疫知识,确保不遗漏一人、不错过一个环节。与此同时,应急分队还及时向街道建议,临时堵闭小区有关进出口通道,确保人员进出可控;在小区门口配置货架,方便外卖及相关物品摆放,解决居民困难。



初心照耀“同心”之路

文/沈琦

中国共产党的百年辉煌历程，也是一部统一战线的历史。五年前，我调任无锡市新吴区委统战部。我们的服务对象是辖区的民营经济人士，全区民营经济呈现出企业数量持续增长、企业规模持续提升、企业结构持续优化、创新能力持续提高、发展后劲持续增强的特点，让我对工作信心满满。

在日益壮大的工商联会员队伍中,我们逐渐发现,企业家党员的先锋模范作用极其重要,这样的群体成为了工商联队伍的中流砥柱。每当我问党员企业家,你入党的初心是什么?他们都会激动地诉说自己的创业故事,这也是他们的入党初心,如果没有坚如磐石的入党信念,就不会有只争朝夕的干事劲头,更不会有“敢创人先、坚韧刚毅、崇德厚生、实业报国”的“锡商精神”。

江苏省无锡探矿机械总厂有限公司总经理朱蓉洁是一名学生党员,党龄长于工龄。为了让企业持续健康发展,她“临危受命”从父亲手中接过公司,并痛下决心调整公司战略。她和我说得最多的就是“好难哪!”刚接手的半年,她常常是通宵达旦,甚至梦里都在梳理公司改革思路和方向。初期,朱蓉洁和父亲在日常管理上的分歧也不可避免,两代人由于思维方式的不同时常会争执,也正是那段日子,她体会到了父亲的不易。父女俩,两代党员,慢慢在思想碰撞磨合中成长、互补、融合,彼此的心只为同一个目标,必须让锡探重振旗鼓、再创辉煌。在经历阵痛期后,团队的精神面貌发生了巨变。朱蓉洁用了将近3年的时间,对公司内部资源进行了有效整合,推动了企业数字化转型,实现两化融合,增强了企业上下游产业链的互通和合作。

无锡筋斗云(中国)投资有限公司事业合伙人侯佳是土生土长的鸿山人,经历了多次创业失败后,赴以色列再度深造。在他生命最颓废的那段日子,一种信仰让他重新振作。尽管从小党的历史耳濡目染、党的教诲铭记于心,但侯佳觉得离党组织还是差了一步,他的人生轨迹中,指引理想信念的灯塔总在远处。回到家乡后,侯佳找到了村党支部书记,表达了想加入党组织的迫切愿望。老党员们用言传身教告诉侯佳如何用实际行动争取进入到一个先进的组织。2018年,侯佳迎来了期

盼已久的时刻,正式宣誓加入中国共产党。而本着“学习、创新、互助、责任”的理念,一群年轻人成立了鸿山青商会,创立了“鸿山红”家乡品牌,为家乡农创产品代言,为地方经济添砖加瓦。他们中近三分之一是党员,带领立志创业、成功创业的广大青年企业家,成为做大做强企业的先行者,成为取胜市场竞争的开拓者,成为经济社会发展的实践者。如今,鸿山新一代青年企业家已成为无锡工商界一道亮丽的风景,一支不可忽视的新生力量。

我们倾听了每一个企业家的故事,企业家心中有信仰,脚下有力量,创业守业的路有了温度,从此不再孤单。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央提出一系列新理念新思想新战略,采取一系列重大举措,指导和推动民营经济统战工作取得显著成绩。2020年年末,中共中央办公厅印发了《关于加强新时代民营经济统战工作的意见》,指明了民营经济作为我国经济制度的内在要素,始终是坚持和发展中国特色社会主义的重要经济基础;民营经济人士作为我们自己人,始终是我们党长期执政必须团结和依靠的重要力量。

截至目前,新吴区工商联所属商会都成立了党组织,在无锡市率先实现基层商协会党组织100%全覆盖,形成了“新吴样板”。不久前,我们组织了四位企业家代表和商会负责人,参加了无锡市百家商会学党史知识竞赛暨演讲比赛,获得了佳绩。一个多月的准备时间,我看到了企业家们对我们的深情厚爱,商会对我们的鼎力相助。

民营经济的统战工作任重道远,我们要更深更细更实地寻找企业发展的引燃点与爆发力,这样才能更好地为新吴区经济社会“十四五”发展提供新的动力引擎。

(作者为新吴区委统战部副部长、区工商联党组书记)



免 减 补 缓

南京出台 支持企业稳定发展 “十项举措”

据南京市人民政府官网消息,8月底南京市政府印发《关于应对疫情影响支持企业稳定发展的若干举措》,聚焦“免、减、补、缓”,积极帮助企业应对疫情影响。

本次的“十项举措”,在制定上,突出精准聚焦,注重回应企业“解难”“减负”“帮扶”三大类诉求;在内容上,突出分类施策,真金白银推出“免、减、补、缓”措施;在落实上,突出操作便捷,部分政策实现“免申即享”“网申捷享”“代办直达”。

“十项举措”具体包括：

减免企业转贷基金费用

对符合条件的企业免收转贷基金费用、暂予减免因疫情造成的逾期罚息，对科技型中小企业、新型研发机构、海外人才创业企业和知识产权质押企业四类企业可享受零成本转贷的年度累计额度提高至不超过6000万元。

减轻困难企业税收负担

对受疫情影响的住宿餐饮、文体娱乐、交通运输、旅游等行业纳税人以及增值税小规模纳税人，暂免征收第三季度房产税、城镇土地使用税。

减免企业房屋租金

对承租本市国有全资企业和行政事业单位及其所办全资企业的经营性房产用于生产经营，且因疫情影响出现困难的服务业小微企业和个体工商户，给予房屋租金减免。其中，疫情期间位于中高风险地区及实施封闭封控管理区域范围内的，减半收取7月份房租，免收8月份房租。市内其他区域范围内的，减半收取7月份、8月份租金。鼓励非国有房屋企业为受疫情影响较大的行业、中高风险地区及实施封闭封控管理区域内最终承租人减免租金、延期缓缴。

降低社保费率

继续落实阶段性降低失业保险费率政策。对参保单位的工伤保险费率下调20%，对职工基本医疗保险（含生育保险）单位缴费费率从9.8%下调为8.8%，执行期限为2021年8月1日至10月31日。

给予企业稳岗培训补贴

对受疫情影响的企业，按规定开展稳岗项目制培训的，给予企业100—500元/人的培训补贴。

发放物资供应企业补助

疫情期间对保障、配送中高风险地区及实施封控管理区域群众生活必需品的保供企业，按其提供的保供产品规模和售价分档给予补贴。

增加信贷投放额度

新增20亿元再贷款额度，专项用于支持金融机构加大对受疫情影响的民营企业和小微企业贷款投放。

给予流动资金贷款贴息

对受疫情影响的住宿餐饮、文体娱乐、交通运输、旅游等行业小微企业，在2021年8月1日至10月31日之间向银行申请并取得的新增流动资金贷款，按年化利率1%给予3个月贷款贴息。

延期缴纳税款

对因疫情影响导致生产经营困难的企业特别是小微企业，不能按期缴纳税款的，依法准予延期缴纳税款。

延期缴纳社保费

对因疫情影响导致生产经营困难的企业，准予申请缓缴职工养老、失业、工伤三项社会保险费。

此外，“加快消费市场复苏”举措相关部门正在抓紧研究制定，将根据疫情防控形势择机公布具体方案。对受疫情影响产生的轻微失信行为和法律纠纷，相关部门将及时指导失信主体开展信用修复，组织律师服务团队帮助研判风险、制定解决方案。

来源：南京市人民政府

倾听民企呼声 抗疫情谋发展



新冠肺炎疫情的反复，给民营企业的生存和发展提出了新的挑战。在疫情来势汹汹之时，民营企业不得不暂缓生产，坚持活下去；当疫情防控常态化之后，民营企业又要加紧追回耽误的时间，努力发展好。民营企业在疫情期间遇到了哪些难题？民营企业家又是怎样自救的？《新苏商》开设“倾听民企呼声 抗疫情谋发展”栏目，聚焦疫情之下的各行各业，共谋发展之路。



亏本闭店,没有人来 近3000家江苏民宿艰难“过冬”

文/耿朴凡

炎炎夏日,本该迎来暑期客流高峰的江苏民宿业,正因疫情而艰难“过冬”。

一项由江苏省旅游协会民宿客栈与精品酒店分会所作的调研报告显示,疫情之下各地不断升级管控措施,“少外出少旅游”,导致无人为民宿买单。根据文化和旅游部消息,截至8月4日,全国已有20个省区市的1152家A级旅游景区暂停开放,给正在艰难恢复中的旅游市场带来了难以估量的损失。

尽管省内疫情防控形势不断向好发展,但对于暑期遭遇“旺季退单潮”的民宿业来说,疫情“阴霾”还将持续笼罩。分会会长邢葆青告诉《新苏商》记者,全省大小近3000家民宿,绝大多数处于亏本状态。

省内民宿处于闭店或半闭店状态

溧水区晶桥镇石山下村，“未见山”乡居酒店是村里的地标。

这间由当地民居改造的乡村民宿虽然价格不低，但每到节假日总是一房难求，今年也不例外。暑期出行高峰的7月中下旬至8月下旬期间，这里的客房早已被订购一空。

然而，随着新一轮本土新冠肺炎疫情持续发酵，订房需求变成“退房诉求”。“我们主要面向南京主城区的度假客人，受疫情影响，现在8月底之前的订单基本都取消了。”南京“未见山”酒店管理有限公司副总经理刘恩毅告诉记者，现在民宿正处于闭店状态，只是安排了人员值班，维持基本运转。

“保守估计，光7月下旬的损失可能就要30万元以上。”而疫情的影响将会持续多久，刘恩毅心里没有底。

这并不是“未见山”一家民宿面临的危机。邢葆青刚刚率领江苏省旅游协会民宿客栈与精品酒店分会秘书处成员，对全省民宿进行了一次大调研。邢葆青在调研中发现，江苏很多民宿过度依赖周边大景区的流量，疫情之下，各地大部分景区紧急关闭，“少外出少旅游”。由于缺乏景区旅游目的地的支撑，无人愿为民宿买单，民宿主面临巨大生存压力。

“此前，受疫情影响，南京、扬州等地民宿陆续关闭。民宿主要做流量，接待外地的客人，由于管控不断升级，现在省内80%以上民宿处于闭店状态，剩下的也基本是半封闭状态。”邢葆青在采访中说道。

万分期待的暑期档“泡了汤”

这本是一个文旅业万分期待的暑期档。

作为文旅业的小众分支，民宿行业属于环境敏感型产业。刘恩毅表示，去年以来，反反复复的疫情，让依靠客流量的民宿行业成为“重灾区”。

他梳理了一下去年以来公司的业绩，2020年1月底开始到去年9月，公司一直处于亏损状态；去年10月，国庆中秋双节的8天“黄金周”带来一轮客流高峰，业绩也短暂回温；而11月份到2021年1月，本就是南京的旅游淡季，民宿订单量相对平平。“春节时提倡‘就地过年’，‘春节黄金档’基本就不存在了。”

情况在今年3月份时好转，到五一假时，国内旅游出游2.3亿人次。消费市场的火爆，让刘恩毅等从业者看到希望，也更期待接下来的暑期档。

为此，刘恩毅的公司早早为暑期档作准备。“事实上，早在春节时我们就准备装修，投入200万元改造和升级店内

客房、餐厅、公共空间等，增加了人员配置，以便服务暑期客流高峰。”

根据小猪民宿发布的《2021亲子民宿大数据报告》，暑期亲子订单占比超六成，较2019年增长11%；而木鸟民宿发布的《2021年木鸟民宿暑期预测报告》显示，木鸟民宿平台暑期房间预订量预计为2020年的2.8倍，7月平台订单量环比6月增加1倍。可以说，如果不是疫情突如其来，民宿业将迎来久违的客流高峰。

如今，疫情让暑期档再次“泡了汤”。刘恩毅说，就算疫情立马得到控制，随着新学期到来，人员流动也会大幅减少，民宿业的恢复又将是一个漫长的过程。

呼吁有关方面予以扶持

闭店或半闭店状态下，民宿运营举步维艰。

邢葆青表示，省内多半民宿都是民宿主自主经营，绝大多数处于亏本状态。“民宿主除了要承担房租，还有水电费、人员工资、物业成本等。”

调研中，邢葆青也发现，很多民宿的各项资金压力本就逐年增大。“我们分析之后认为，原因主要归结于大幅上涨的民宿租金和逐年上涨的人力成本。”而由于疫情反复、运营物价不断上涨、相关扶持或减免政策未出台等问题，民宿主普遍缺乏足够的资金去维护、改建和提升自己的产品。

“上一轮疫情中，大家抱团取暖走出‘寒冬’。这一轮疫情又来势汹汹，我们在调研中看到，很多民宿主已经快坚持不下去了。”为此，邢葆青也透露，民宿分会正在和相关部门汇报情况，希望能给予民宿主适当的免租政策，帮助他们度过疫情带来的生存危机。

江苏省旅游协会也表示，将建议政府部门在减免企业税费、“缓、减、免”职工社保、发放稳岗补贴、协调相关部门助力纾困、落实保险替代旅游服务质量保证金政策、帮助旅行社承接政府相关活动等方面给予必要的关心与支持。

在邢葆青看来，民宿经济是乡村振兴的重要引擎。江苏省旅游协会民宿客栈与精品酒店分会也将探索出台法律法规和指导性意见，起草和制定相关行业标准，助力江苏民宿产业健康发展。

而针对疫情带来的客流量减少、旅游淡季等问题，邢葆青也在报告中提出建议：旅游淡季适当缩减经营规模，集约经营；利用淡季维系老客户，做口碑营销；寻求专业公司策划亲子、婚恋、团建活动，弥补淡季客源减少的不足；开发具有当地特色的农副产品，根据当地特色发展副业。

“我们共同努力，共同等待江苏民宿业春暖花开时。”



7月订单全部取消、每天损失上万 开元曼居酒店：疫情的影响来得快恢复慢

文/徐宛芝

疫情突如其来，各行各业都遭受影响，中小酒店受到的打击尤甚。哪怕在疫情并不是很严重的江苏其他城市，中小酒店也同样被波及。在接受记者的采访时，宿迁市开元曼居酒店老板张猛直呼，中小酒店太难了！

原来旺季有多旺 现在就有多冷

每年夏季叠加学生暑假是旅游旺季，也是酒店业一年中的黄金时期。

张猛介绍，他加盟的是中高端品牌酒店，一直在携程上位于城市高档型酒店热销榜前列，由于酒店品质高，酒

店提前预订量占比也很高。原本7月下旬到8月中旬前的每日预订单已经能占到当日客房量的40%~50%，加上7月底一个政府部门预订的培训，8月初社会团体预订的一个项目培训班，在此期间的客房预订甚至占到了当日客房量的70%以上。

然而，自南京禄口机场疫情发生被报道后，当天就开始产生退单。随着疫情外溢到多地，特别是宿迁市也出现

了确诊病例后,退单更是越来越多。张猛无奈地表示,7月底的所有预订单都被退掉,原本订好的两个培训班也取消。

最多一天,酒店收到整个OTA平台30多个退单申请(时间跨度22天),共计50多个间夜。现在就算有订单,酒店也要先核实,凡是非“绿码”或没有72小时内核酸合格报告的、中高风险地区来的,都请客人取消订单,这也直接导致退款的订单每天都有。

“因为疫情,酒店采取了无条件退款政策。”张猛说,去年这个时候,整个暑期基本上每天房间都满,商务出差、旅游度假构成了绝对主力。今年的疫情,让这个炎热的盛夏成了酒店业的寒冬。

收入锐减,但支出基本不变 每天损失上万

对于多数中小规模酒店业主来说,一个酒店的背后是他们背负了至少几十到几百万的贷款。

张猛是自主择业的军转干部,当初投资这个酒店是拿出了所有积蓄,并贷款了300多万。酒店一共70多间客房,目前每天能开5-10个房间,并且仅有的这几个房间,价格都打折到很低。张猛不敢仔细算账,他粗略估计,和去年同期相比,每天损失在1.5万-1.8万元。

收入锐减,但除了水电费减少,支出和疫情之前基本一样。张猛说,到目前为止,银行贷款只还了一小部分,每月不仅要还贷,还要加上每月的房租、水电、员工工资、社保费用等等,一下子捉襟见肘、压力山大。

为了节省成本,酒店目前将仅有的客源集中到一个楼层入住,其他楼层断水断电,减少能源消耗。另外,对非必要员工安排放假,发放基本生活补贴,降低成本支出。

但这又带来两个问题:一是部分员工不愿放假,要求上班并拿正常工资;二是员工放假时间的长短取决于疫情结束后客流量何时能恢复,有的员工在此期间会辞职另找工作,导致将来遇到招工难问题。

来得快,恢复慢 酒店业“黄金周”恐将不保

“疫情对于酒店,犹如常人突发恶疾,来得快,损失立刻就能看到,但恢复缓慢,即使疫情结束了,也需要一段时

间才能恢复到往常水平。”眼前难过,但张猛展望未来,也觉得不容乐观。

张猛分析说,今年1月中旬的疫情也对酒店产生了很大影响,特别是那次疫情接近2月份的春节。那次疫情开始之后直到3月中旬,酒店客流量才逐步多起来。算下来,今年一季度对酒店业盈亏来说,1月份平(甚至亏),2月份亏,3月份平。只有做得不错的酒店,一季度才能保本,多数酒店是亏损的。这轮疫情开始于7月,结束未知,但肯定的是第二季度的盈利将用来弥补三季度疫情的损失。据此推断,今年前三季度,多数中小酒店能做到不亏已经不错了。

并且,疫情控制住了,并不代表对酒店业的影响立即结束。张猛认为,即使在全国范围内8月份疫情得到控制,根据以往来看,酒店的经营状况要恢复到疫情之前最快也要到10月份。他更担心,基于人们的恐惧心理,今年的中秋国庆假期,恐怕也难成为酒店业的“黄金周”。错过暑假,再错过“黄金周”,那酒店今年的情况真的不容乐观。

“疫情就是一颗 随时会被踩到的雷”

酒店业是个重资产行业,受突发因素影响大,是个脆弱的行业。中小酒店多是个人投资行为,抗风险能力差。虽然前期的重资产投入对社会经济发展起到正面的拉动作用,经营期间的用工(包括给员工缴纳社保等)对缓解社会的就业压力起到积极作用,但个人重资产的投入,多半都伴有银行借款或其他借贷行为,进而背负着定期还息到期还本的压力。在疫情面前,由于体量小,又不会被政府征用,导致疫情突发时不堪一击。

目前来看,随着病毒的变异,疫情很有可能长期存在。张猛说:“对于酒店业来说,疫情就是一颗随时会被踩到的雷,不知道下一次会在什么时候暴发。”如何应对疫情,在一轮又一轮疫情中活下来,已经成为中小酒店店主必须思考的问题。

张猛认为,对中小酒店来说,要做到以下几个方面:一是对自身要有清醒认识,不能盲目扩大投资,降低负债率;二是要用足中央和地方出台的对小微企业的扶持政策,包括降低电价、政府投资的物业租金减免等;三是加强酒店自身竞争力,在非疫情期间提高出租率和单房收益;四是做好日常成本控制,非必要开支进行压缩,对能耗高的设备进行升级替换。



开业三天遇上疫情 宜悦城：对未来依旧乐观

文/耿朴凡

7月17日，宜悦城盛大开业，南京雨花台区“中心荟”商圈再添精品商业。然而，3天后，新一轮本土新冠肺炎疫情暴发，让包括宜悦城在内的商场不可避免受到冲击。

2020年，实体商业曾因疫情影响一度停摆。新一轮疫情来势汹汹，冲击下各大商场境况如何？又将怎样突围？记者专访江苏正和同邦企业管理有限公司（简称“正和同邦”）董事长吴正梅。

开业三天，疫情突如其来

据不完全统计，开业当天宜悦城人流量超9万人次。消费者一个直观感受是，当天商场里每家餐厅都在排队。而开业前三天，商场人气都十分火爆。

这个城南潮流策展型商业项目，是吴正梅的又一力

作，由正和同邦与南京建设发展集团有限公司联手打造，招商率高达100%，有“150+”人气品牌入驻。吴正梅在业内有着“Mall姐”之称，拥有近20年的零售与商业地产从业经验，南京人熟悉的水游城、虹悦城、景枫KING-MO、华采天地等，都是她成功操盘的城市购物中心标杆项目。

突如其来且来势凶猛的疫情，还是给经验丰富的吴正梅打了个措手不及。“7月20日晚上看到了疫情通告，当时没觉得多严重，后面两天商场客流量也没什么太大变化。”7月23日，吴正梅明显感觉到商场客流量减少。“这两天，商场人流量一天只有几千人次，去的都是盒马鲜生这样可以采购生活必需品的门店。”

不仅是新开业的宜悦城，疫情让南京大大小小的商场按下“暂缓键”，客流量相比平时均大幅减少，以往熙熙攘攘的新街口商圈、百家湖商圈也变得冷冷清清。8月3日，受疫情影响严重的江宁区发布通告，各类商场、批发市场暂停营业。

客流减少，商户或因经营困难撤铺

商场被誉为实体经济重要的晴雨表，也是疫情期间受到巨大影响的线下消费核心场景。吴正梅告诉记者，疫情给商场带来的直接影响，便是客流量的急剧减少，营业额急剧降低，而每天水电、保安、保洁、物业维修等都是高能耗。

事实上，疫情让全国各城市购物中心客流均下滑明显。实体商业智能决策平台汇客云数据显示，疫情发生一周后，全国购物中心客流量出现明显下滑，降幅达9%。而南京、长沙、武汉等多座城市购物中心客流量下滑严重，相比疫情前一周，客流量降幅接近一半。

而商场作为平台和载体，实际经营者其实是每一个商铺。“现在餐厅暂时都不允许堂食，线下零售店也相对冷清，大家能不买就不买了。那对商户来说肯定不挣钱，或者说在亏钱，疫情对餐饮和零售等的影响还是蛮大的。”

有媒体探访浦口区某大型商场时看到，许多餐厅都大门紧锁，并贴有“响应防疫管控，本店暂停营业”的告示；有的尝试提供外卖服务，但连续好几天上报了“零”营业额；部分尚在营业但不提供外卖服务的店铺，只能依靠零星的顾客前来自提食材。

吴正梅介绍，宜悦城很多餐饮店铺也在试着外卖配送，以此减少疫情带来的损失。不过，第三方平台抽成高、配送费也不低，加上临时转型做外卖，下单“大餐”的顾客不算多，弥补便十分有限。

除了餐饮店，零售业也因客流减少，营业额大幅下降。对于新开业的宜悦城，很多商铺才刚开始营业。“对他

们来说，可能还没在这里赚到钱，那接下来对我们也是一次考验，即作为投资方、管理方，如何去安抚好商铺。”

只要疫情控制住，商场也将很快回暖

如果商户因难以支撑高昂租金选择撤铺，将影响到商业资产投资人、管理人。上一轮疫情后，吴正梅感受到，很多知名品牌、连锁品牌开店的积极性和动力已经不足，一些独立投资人创业的小店则更难生存。品牌变少了，商铺租金、出租率也随之下降。

2020年，线下商铺租金水平整体下跌、空置率走高，对商业资产的投资人影响很大。“哪怕之后大家都正常经营了，对市场的预期已经没那么高了。”吴正梅认为，这是所有商业地产共同的难关。

但吴正梅并不担心商场熬不过疫情“寒冬”，“扛是扛得过去，但随着租金减少，投资回报就变慢了。”

如果疫情持续时间短，损失很容易补回，一旦持续时间长，就算通过一些活动集聚人气，出现报复性反弹消费，也不可能达到原来的预期值。“另外商场有一些店铺可能干脆就不开了，那疫情结束后我们还要再努力引进新店铺，降低空置率。”

记者注意到，两轮本土疫情中，德基广场、南京新百、中央商场、景枫KINGMO等南京商场陆续推出线上购物服务。在吴正梅看来，这也是实体商业在疫情促使下加快全渠道进程。“疫情改变了消费者的消费习惯，影响了商场的投资、运营，也使得原本入驻商场的品牌减少线下布点，增加线上渠道。”这意味着实体商业存量的竞争将进一步加剧。

不过，吴正梅对商场的未来依旧乐观：“实体商业在个性化、高客单价非标准化的产品销售上拥有不可替代性，未来商场营运内容将包括商品与服务，增加会员黏性。”她计划着等疫情过去，在商场内做一系列活动来提振消费。比如，2020年三四月份，疫情得到控制，政府与商场通过发放消费券、膨胀金等方式促进消费复苏。而由吴正梅操刀的华采天地，在2020年5月开业一周年之际表现亮眼，不仅引来20万人次前来参与，超2000万元的销售战绩更是创历史新高。

“只要疫情控制住，商场也会很快回暖，顾客还是会消费的。”



纾解疫情常态化难题 洲岛农业：勇蹚农产品产销对接新路

文/汪方卓

本轮疫情发生时，正值瓜果飘香季，农业生产者不得不面临农产品日益成熟，但订单不足、客流锐减的窘境。在疫情防控常态化背景下，如何增强农旅项目的韧性和弹性？带着这样的疑问，新苏商记者采访了南京洲岛现代农业发展有限公司农旅运营总监刘永超。

疫情,打乱了江心洲葡萄销售节奏

江心洲的葡萄,承载着南京人的美好回忆。经过多年发展,如今的江心洲已经变身为环境优美的现代化生态科技岛。不过岛上还保留了一块35亩的葡萄园,让人们能继续品尝到江心洲葡萄的香甜。刘永超介绍,这是岛上最后一块葡萄园,园内有阳光玫瑰、巨峰、金手指、醉金香等15个精品品种,每一株葡萄都有着自己的故事。

没想到今年7月17日葡萄园刚开园,就遇到突如其来反弹的疫情,成熟季的葡萄园里,游客寥寥无几。刘永超看在眼里,急在心里,往年客户都会现场采摘,试吃认准口味后再采收装箱,要的就是口新鲜。疫情之下,人流量骤减。”

据了解,今年洲岛农业葡萄总量预计两万多斤,8月份是葡萄销售关键期,若不能及时售出,一季就白忙了。记者通过微信搜索“洲岛农业”微商城小程序发现,洲岛农业的精品葡萄有4斤礼盒装和8斤礼盒装,洲岛农业的“阳光玫瑰”目前团购可享85折优惠,但平台总销量不如人意。据悉,疫情影响的一个月间,葡萄园的销售额与去年同期相比明显降低,虽然在多方支持下8月底销量有所回升,但错过了黄金销售期后,葡萄园要完成今年的预期目标已是非常困难了。

多渠道纾解供销难题

疫情影响带来的困境,给在农旅行业摸爬滚打了十年的刘永超出了一道难题。刘永超曾在易居中国、雨润农产品集团任职,于2020年加入南京洲岛农业。在公司支持下,他依托洲岛都市农业生产基地,启动了“城市近郊农业生态圈”理念落地之旅,推动愿景化为现实。

刘永超的跨界经历,让他能够跳出农业审视农业,也为疫情影响下的葡萄销售带来了转机。在公司统筹安排下,他率先开展“疫情特惠送爱心”活动,顶着烈日将“爱心葡萄”送到防疫一线,为医护人员建起“后方补给站”。同时,在生态科技岛管委会等政府部门的指导下,洲岛农业强化园区防疫管控举措,并第一时间通过“洲岛农业”微商城小程序、微信等途径,开展“线上下单、线下配送”业务,缓解了疫情对葡萄销售的冲击。刘永超告诉记者,“洲岛农业”微商城小程序于今年5月20日正式上线,考虑到农产品特性及配送成本控制,目前在岛内和核心新城片区设

置了多个经营网点,线上订单可到网点自提,超过一定数量的团购订单可线下配送。

8月中下旬,政府部门及多个企事业单位伸出援助之手,帮助葡萄园打通销售渠道、拓展销售方式。很多得知葡萄园消息的客户自驾车前去采摘,线上团购订单也在不断增加。在多方努力下,葡萄园销量明显向好。

跨界融合,全力构建城市近郊农业生态圈

农业的核心痛点,在于产销不对称。疫情防控常态化背景下,农产品预售显得尤为迫切。“我们正筹备打造一个生态圈平台,可以展示生产基地农作物的全生命周期,并介绍基地背后的故事,从而为消费者采购提供更多维度的信息参考,推动农产品预售规模的扩大及标准化的提升。”刘永超说。

他表示,面对疫情防控常态化,今后农产品在上市之前会植入预售、预购等计划性生产元素,以此降低每个环节的不确定性;同步升级线上微商城,打通绿色农产品采购通道;除了葡萄等农产品,还会添加花卉园艺、种子种苗等商品种类。

此外,洲岛农业将继续推进现代农业和智慧农业主导发展方向,优化生态科技岛布局。谈起这一点,刘永超踌躇满志:“在破解了产销衔接的难题后,未来农场将专注于生产,水肥一体化设施设备、无人机植保、智能喷灌等先进技术将得到普及与应用,大大降低人的劳动强度。岛内将逐步推出葡萄树认领、展销体验中心……不断加强与消费者的互动体验,构建起农产品流通的信任桥梁。”

致力于打造城市近郊农业生态圈,刘永超感觉“痛并快乐着”。他说:“虽然辛苦,但若能为行业产销对接做些贡献,也是值得的。”

据悉,洲岛农业正在构建全方位的农产品销售渠道,并与多个近郊农场进行合作,通过技术指导,标准输出,为上下游产销对接助力,夯实构建城市近郊农业生态圈的市场基础。据了解,除农业生产外,洲岛农业在岛内还有苗木基地1100亩、精品草坪基地130亩。

在刘永超看来,农旅蓝图需农旅从业者们共同绘就。“洲岛农业地处江心洲腹地,已非纯生产区域。在疫情防控常态化背景下,我们更多会站在行业的角度思考问题,承担相应责任,积极推动行业发展,营造良好的生态圈氛围。”

民企心向党 奋进新时代

民营企业的发展与党的领导息息相关、与国家的政策息息相关。尤其是党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视民营经济,高度重视民营企业健康成长。

为了庆祝中国共产党成立100周年,《新苏商》开设“民企心向党”专栏,以民营企业发展离不开党的领导、从百年党史中汲取智慧与力量为主题,记录江苏民营企业的发展和江苏民营企业家的奋斗历程。





崔根良在《群众》杂志发文： 为科技自立自强贡献民企力量

江苏省委机关刊物《群众》杂志2021年第15期(思想理论版)刊发亨通集团党委书记、董事局主席崔根良署名文章《为科技自立自强贡献民企力量》。以下为文章全文。

习近平总书记在庆祝中国共产党成立100周年大会上向世界庄严宣告,经过全党全国各族人民持续奋斗,我们实现了第一个百年奋斗目标,正在意气风发地向着全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标迈进。民营企业作为推动经济社会发展的重要力量,在我国实现高水平科技自立自强、建设现代化强国的新征程中承担着重要的历史使命。奋斗“十四五”、奋进新征程,我们必须进一步提升自主创新能力,为科技自立自强贡献力量。

党的领导是民企发展最坚强的后盾

“七一”前后我在北京参加了“两优一先”表彰、建党百年庆祝大会等系列活动,多次现场聆听习近平总书记的重要讲话,参观了百年党史展览馆,我深切感受到中国共产党百年来艰苦卓绝的奋斗历程,感受到百年大党的自省、自信、自强,体会到中国人的志气、骨气、底气,深为我们党的伟大而倍感自豪。看到在“七一勋章”颁授仪式上,29位获奖者平均年龄85岁的老党员,甚至有几位超百岁老党员,他们历经生死考验,用生命托起信仰,耄耋之年仍不忘初心,终身奉献于党的事业。他们既是我们党员学习的楷模,也是我们为党奋斗的人生坐标。

通过学党史悟初心,我们一方面深感,正因有了党的坚强领导,有党的正确路线,才有我们国家的今天,才有我们民企的今天,党的领导是我们民企发展最坚强的后盾。另一方面也深感我们党创建百年来的初心使命和为民情怀。我们要始终听党话、感党恩、跟党走。

1991年,我们在亨通初创时同步成立党支部,后来发展到党总支,率先成立企业党委、党校、纪委。有人问我:民企不挣钱搞党建干吗?我说:人站起来靠的是脊梁,企业强起来靠的是强大的组织,党组织就是企业的主心骨。亨通的员工来自五湖四海,只有形成组织合力才有战斗力。如同黄沙、石子、水泥、钢筋,只有掺了水,才会凝固成坚强无比的混凝土,党建就像混凝土中的水,通过党建抓队伍、党建促经营、党建强管理、党建聚人心、党建助发展的五位一体的亨通党建工作体系,让大家心往一处想、劲往一处使,形成了党建强、企业强的发展格局。30年间,亨通从无名小厂到行业冠军,从民营企业到上市公司,从本土企业到国际化企业,一次次华丽转身,归功于党的领导、英明决策和改革开放的好政策。抓党建就是抓生产力。千名党员千面旗帜,党旗在民企高高飘扬的聚合效应,使亨通走出一条跟党走正道、依法守商道、诚信讲公道、治理



上轨道、发展不偏道的特色发展之路。

发展中的问题必须依靠创新来解决

习近平总书记指出,惟创新者强、惟创新者进、惟创新者胜。通信产业的快速迭代让我们深感:今天不创新,明天就落后,后天就被淘汰。大到一个国家,小到一个企业,所有的问题必须要靠发展来解决,发展中的问题必须要靠创新来解决。惟有科技创新、自立自强,拥有自己的核心技术,才能在世界民族之林占有一席之地,才能在国际市场中占有一席之地,才能在全球产业竞争格局中占有一席之地。

创新无处不在,创新无时不有,创新永无止境。亨通正是在中国信息通信产业一代又一代的技术升级和产业转型中,通过创新抓住发展机遇,通过创新突破自我、超越同行。从开始生产通信电缆到通信光缆、光纤,到光纤材料预制棒、特种激光光纤、光器件设备、光纤网络,再到今天工业互联网、智慧城市、物联网全产业链系统集成服务商,亨通形成从产品创新向技术创新,从模仿创新向自主创新到系统集成创新的发展格局,通过不断创新为企业赢得发展新优势、市场竞争新优势。

中国的光通信产业过去一直被国外所垄断。亨通就是靠科技创新一步步结束了三十年前中国光缆靠进口、二十年前光纤靠进口、十五年前光纤材料靠进口的历史,把中国光通信的核心技术牢牢掌握在中国人手里,结束了国外垄断中国光纤市场的历史,让中国在该领域有了世界话语权,也把光纤网络建设成本降了70%,推动宽带中国、网络强国的实施。

我们从2009年开始海底光缆的研发和生产,经过10多年核心技术连续攻关,已在数十个国家承建国际海缆网络系统超7万公里,占全球市场份额15%左右,成为全球

第四家、中国唯一一家具备全球海洋光纤网络全产业链能力的企业,跻身国际海洋通信“全球俱乐部”,打破了欧美对国际海缆通信的长期垄断。

企业“走出去”要为国争光

企业发展到一定规模,必须要把市场定位全球,走国际化发展之路。尽管国际形势严峻复杂,特别是受全球疫情、贸易保护主义、单边主义抬头影响,世界经济萎缩,但经济全球化势不可挡、不可逆转。如今,中国经济早已融入全球经济,你中有我、我中有你,围是围不住的,堵是堵不住的。我们坚信:企业要做大,必须定位全球市场;企业要做强,必须参与全球竞争;世界冠军只能在奥运赛场上产生。

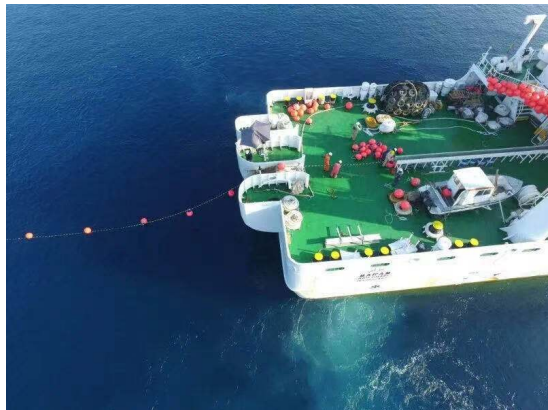
我们提出“看着世界地图做企业,沿着‘一带一路’走出去”,从20年前开始布局全国13省市建立产业基地,到近10年布局全球,建成11个海外产业基地,市场覆盖全球100多个国家和地区,光纤网络全球市场占有率20%以上,成为全球光纤通信前三强。依靠自主可控的关键核心技术,为全球承建了100多个国际海洋光网项目,海洋光网通信技术也因此列为中国大国重器,为中国赢得了全球光纤市场的话语权和国际声誉。

作为一家民营企业,亨通正在投资建设连接亚非欧三大洲,从新疆喀什到巴基斯坦瓜达尔港,到吉布提、肯尼亚,向北到埃及,经地中海到法国登陆,向南到南非,中国第一条完全拥有自主知识产权、自主研发的海底光纤技术及网络系统,打造安全可控的“一带一路”信息互联互通高速公路,为国家战略担当民企责任。

企业走出去,代表中国形象。企业间的国际竞争就是国与国实力的较量,就是为国而战、为国争光。

惟有科技领先才能成就强国崛起

习近平总书记多次强调,国家强盛、民族复兴,根本出路在于创新,关键要靠科技自强。只有科技强,才有国家强。企业是市场的主体,更是创新的主体,民企承担着70%以上的技术创新成果。我们民企也正是靠创新驱动、靠科技进步,才一步步从市场中走出来,从技术上站起来,从国际竞争中强起来。这些年的发展,我们深深体会到:只有科技强盛,只拥有与世界高手同台比武的“撒手锏”,才能在国际竞争中有立足之地。未来企业竞争,靠的是科技和创新,这也是我们民企做强做大、提高国际竞争



力的唯一途径。

21世纪人类将进入智能时代。现代科技日新月异,产业变革层出不穷,我们只有顺应时代潮流,瞄准全球科技发展前沿,以超越追赶的奋进之态勇立潮头,才能站在引领行业发展的高度抢抓先机,实现从全球并跑向领跑的跨越。下一步,亨通将聚焦新一轮信息通信技术及产业变革,聚焦人工智能、万物互联、数字技术,聚焦光纤通信及海洋通信全产业链,全面布局5G光网、光电子及硅光子芯片技术、太赫兹技术、毫米波技术,打造从陆地到海洋全覆盖、全球领先的5G+双千兆全光网信息通信科技系统集成商和网络服务商。

习近平总书记指出,“越是伟大的事业,越是充满挑战,越需要知重负重。”我们将以建党百年为新起点,坚定产业报国信念,坚定科技自强信心,努力把亨通打造成为高科技国际化一流企业,为实现党的第二个百年奋斗目标、建设社会主义现代化强国不懈奋斗,再立新功。

来源:《群众》杂志



新华社发表长篇通讯： “双碳”目标下巨头转身： 盛虹进军新能源新材料

8月16日，新华社发表题为《“双碳”目标下巨头转身：盛虹进军新能源新材料》的报道，全面回顾盛虹集团30年来创新发展取得的辉煌成果，深度解析在新时代新发展理念引领下，盛虹集团在行业内率先启动向新能源新材料方向转型的宏大战略规划。以下为报道全文：



8月初,2021年《财富》世界500强发布,盛虹控股集团有限公司(简称盛虹)位列第311位,较去年首次登榜排名跃升了144位。随后,入列2021年《财富》“中国最具影响力商界领袖”榜单第6位的盛虹董事长缪汉根宣布:盛虹启动战略转型,加快进军新能源新材料。

“事实上,面对风云变幻的石化产业,盛虹面向新能源新材料的战略布局早已开启。”缪汉根说,“特别是在中国领导人提出的碳达峰、碳中和目标指引下,盛虹转型发展的脚步变得更加坚定而有力。”

成长:从印染“小作坊”到炼化“巨无霸”

走进盛虹,探寻这家全球领先石化巨头的成长之路。从印染到化纤、再到石油炼化,从“一根丝”到“一滴油”,盛虹走的是一条自下而上沿着产业链不断扩张的道路;而其每一步成长和壮大,都伴随着中国改革开放的历史进程。

上世纪80年代,改革开放的春风吹拂苏南大地,刚刚高中毕业的缪汉根,选择回到家乡苏州吴江盛虹村一家村办丝织厂当工人。1992年,邓小平的南方谈话,激发了这位年轻人的创业梦。他接手了村里一家印染小厂——盛虹砂洗厂,开始了自己的创业人生。很多人没想到,一家原本作坊式印染小厂,在缪汉根手里一天天壮大。在历经了一系列“小鱼吃大鱼”式的并购整合后,到1999年末,盛虹已成长为一家旗下拥有7家印染厂、且个个盈利的企业集团。

2002年,缪汉根把目光投向了产业链的上游环节——化纤行业。2003年,60万吨熔体直纺项目在盛虹上马,引发业界瞩目;2007年,40万吨熔体直纺超细纤维项目投产,奠定了盛虹超细纤维年产量在全球的地位;2008年,世界领先的专业PTT(聚酯类新型纤维)记忆纤维生产线建成;2011年,中国领先的具有完全知识产权的年产3万吨PTT聚合装置开车一次成功……随着一系列高科技项目的投产运行,盛虹成长为全国乃至全球化纤纺织工业的佼佼者。

“接下来再向产业链上游延伸,进入石油炼化行业,这是盛虹发展进程中最为惊心动魄的一步大棋。”缪汉根介绍说,那是2010年5月,有“鼓励民间投资新36条”之称的《国务院关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》出台,随后国家发改委规划布局了包括江苏连云港在内的全国“七大世界级石化基地”。盛虹抓住机遇,在连云港连连落子——2010年底,以生产高端化工新材料为主的斯尔邦石化成立;2011年,以生产纺织原材料PTA为主业的虹港石化诞生;2018年底,以解决大宗石化基础原料的1600万吨/年盛虹炼化一体化项目隆重开工……至此,一个规划总投资超过3000亿元的盛虹炼化产业园区在连云港国家级石化基地悄然成型。

这其中,最为引人瞩目的是总投资达677亿元盛虹炼化一体化项目。据缪汉根介绍,该项目引进吸收国际国内最先进技术,打破国外产品垄断,对提升我国石化产业的国际话语权意义重大。出席项目开工仪式的国家发改委

一位领导强调,盛虹炼化一体化项目是经国务院常务会议审议通过的《石化产业布局规划方案》中的重大建设项目,其对于拉动制造业投资、优化供给侧结构、补足石化产品供应短板将发挥积极作用,对促进我国石化产业转型升级、实现产业高质量发展具有重要意义。

从苏南到苏北,从印染到炼化,盛虹的产业链一路向上,业务版图持续扩张,最终成长为全球领先企业巨头。2020年《财富》世界500强榜单发布,盛虹以总营收278.69亿美元,名列第455位;而2021年《财富》世界500强榜单上,盛虹以384.40亿美元的营收,名列第311位。

创新:从“一根丝”“一滴油”到“一体化”

谈及盛虹发展壮大的“秘诀”,缪汉根归纳为两个字“创新”。

创业之初,盛虹的成功归因于管理创新。那是在经营纺织印染时期,缪汉根凭借自己在实践中摸索出来的一套高效率、高质量的企业管理模式,把一家印染小作坊,发展成为拥有7家印染公司的企业集团。

盛虹在化纤行业的发展壮大则得益于关键技术创新。初入化纤行业,他们便瞄准超细纤维寻求技术突破,很快把产品规格做到了0.5d_{pf}(即1万米重量0.5克),取得了国内领先。然而,一家日本公司率先将超细纤维单丝细度做到了0.3d_{pf},并自信宣称:这是世界上工业化纺丝的技术极限。

“日本企业能做到,盛虹一定能做到,而且要做得更好。”缪汉根下定决心,投巨资在欧洲成立研发中心,并联合清华大学、东华大学等高校科研人员,展开超细纤维技术攻关。他把印染业务赚的钱大把投放到“一根丝”的研发上,历时两年多、经过无数次失败后终获成功,盛虹超细纤维单丝细度竟然做到了0.15d_{pf}。业界惊呼:“这才是世界工业化纺丝真正的技术极限!”

盛虹0.15d_{pf}超细纤维单丝很快实现量产,并迅速占领了国内外市场。如今其产量已超过欧美日韩等国家和地区的总和,全球领先。随后,他们又凭借世界领先的PTT记忆纤维生产线、具有完全知识产权的年产3万吨PTT聚合装置等核心技术优势,成为全球化纤纺织行业的龙头老大。2019年6月,经工业和信息化部批复,由盛虹牵头组建、10多个单位参与的国家先进功能纤维创新中心宣告成立。这是全国第十三个、江苏省首个国家级创新中心之一。盛虹由此承担起中国由化纤制造业大国走向强国的责任和使命。

“特别是在进入石油炼化行业后,盛虹实现了由‘一根丝’到‘一滴油’再到‘一体化’的重大突破,这更加需要创新。”缪汉根说,2017年4月,盛虹石化成立了由12位“两院”院士组成的院士咨询委员会,目的是为企业发展提供最前沿的技术和科技成果;2019年6月,盛虹石化创新平台宣告成立,重点是围绕石化产业链推动科技成果向生产力的转化。此外,盛虹石化还与江苏海洋大学合作共建了省级企业研究生工作站,与清华大学、中科院石化研究院等科研院所确立合作关系,为企业石油炼化产业发展提供技术支撑。

正是缘于强大的创新技术支撑,盛虹石化项目特别是炼化一体化项目全部采用国际领先的工艺技术和设备,核心装置创下国内多个先进。比如,1600万吨/年常减压蒸馏装置、蜡油加氢裂化装置单套规模国内领先,煤油加氢装置按照航空煤油和柴油两种工况设计,可根据成品油市场需求动态调整生产安排,市场竞争力将进一步增强;对二甲苯装置为国内率先引进两段式重浆化回收工艺,也是目前全球规模领先的单系列对二甲苯装置;项目还拥有目前国内规模领先的国产工艺技术连续重整装置,实现了关键技术完全自主化。

转型:瞄准新能源新材料打造“新盛虹”

“如果说过去30年,依靠中国改革开放的好政策和企业创新发展的内在动力,盛虹成长为世界级石化产业巨头,那么未来盛虹的壮大则必须依靠转型——向新能源新材料转型。”缪汉根强调说,这既是在新时代新发展理念指引下盛虹的新使命,同时也是顺应中国经济高质量发展盛虹作出的新选择。

来自中国石油和化学工业联合会的数字显示,2020年我国化工新材料产量达2700万吨,但消费量高达3800万吨,供给和需求量相差1100万吨,化工新材料的自给率仅为71%。同时,高端新材料、专用化学品等高附加值的产品进口依赖度更高,总体处在全球石油和化学工业产业链低端,成为制约石化产业高质量发展的重大挑战。

盛虹面向新能源新材料的战略转型事实上早已启动。早在2010年,盛虹投资建设斯尔邦石化。从名称上不难发现,它是从三大国际化工新材料巨头——巴斯夫、拜耳和杜邦的中文名字里各取一字,其中已蕴含缪汉根向新材料转型的勃勃雄心。2016年,斯尔邦石化240万吨/年醇基多联产项目投产,用甲醇转化制烯烃(MTO)工艺生产乙烯和丙烯,其丙烯腈、MMA、EVA、EO及衍生物等

装置产能在行业内名列前茅。丙烯腈作为生产碳纤维、ABS树脂/塑料、丁腈橡胶、腈纶等主要材料,被广泛应用于航空航天、汽车机械、电子设备、环保、医药等国民经济众多领域。

同时,斯尔邦石化还是国内领先的EVA光伏材料供应商。其自主研发的EVA光伏材料在晶点、熔指等关键指标上实现了重大突破,通过了中国石油和化学工业联合会科技成果鉴定,技术水平达到国际先进水平,整体性能、质量已经可以替代进口产品,有力打破了国外垄断,极大缓解了下游市场需求。目前,盛虹集团EVA年产能达30万吨,占国内总产能的31%,其中光伏级EVA产能超过20万吨,占全球光伏级EVA产量28.6%。

特别是盛虹1600万吨/年炼化一体化项目,建成后将极大地弥补我国烯烃、芳烃等高附加值、紧缺型化工产品国产供给率,为后续“延链”发展新能源、新材料、电子化学、生物技术等战略性新兴产业提供原料保障。项目还将规划实现80%以上的原料和产品在基地内互供,构建完整的高端石化产业链闭环,盛虹石化产业链一体化项目优势进一步凸显。

实现大型炼化项目落地投产,被认为是产业链延伸的“顶点”。但盛虹的产业布局,是国内少有的“芳烃、烯烃”双链模式。“烯烃”是生产高端新材料的重要基础原料。斯尔邦石化以“烯烃”进行创新链、价值链延申,已经在新型能源材料、高性能膜材料、生物基材料、生物医用材料、高性能纤维及其复合材料等领域取得突破。同时,大型炼化一体化具有产品结构丰富、产能规模大型化的特点,适合构筑世界级规模的新能源、新材料产业基地原料保障大平台。

去年底,在中国领导人明确提出碳达峰、碳中和的目标后,盛虹向新能源新材料转型发展的步伐进一步加快

2021年4月19日,盛虹与鄂尔多斯市政府签订绿色新材料循环经济产业园项目投资协议,拟投资建设甲醇和下游生产醋酸、甲醛、丙烯酸、烯烃及可降解材料、高吸水性树脂等多种高端新材料及精细化工产品。

2021年7月9日,盛虹旗下上市公司东方盛虹发布公告,拟通过发行股份及支付现金方式,作价143.6亿元购买斯尔邦100%股权。目前斯尔邦正在快速推进二期丙烷产业链项目建设。项目建成后可实现年产70万吨丙烯、52万吨丙烯腈、18万吨MMA。

2021年7月22日,一场由缪汉根主持、企业高层管理者悉数参加的战略转型会议在连云港盛虹石化产业园



召开。会议宣告,成立“新能源新材料战略实施领导小组”,缪汉根任组长;会议确定,盛虹将围绕国家战略方向和“双碳”目标要求,在“十四五”期间,将企业建设成为具有“强大基础原材料保障能力、世界领先的科研与创新能力、世界一流的新能源新材料供应能力的高新技术产业集团”。

目前,盛虹集团在新能源、高性能新材料、低碳绿色产业等三大方向开始了快速实施。据介绍,一是围绕新能源领域,布局氢能、风能、太阳能及配套新材料项目,建设百万吨全球领先级EVA光伏料生产基地、锂电池隔膜材料、电解液和氢燃料电池质子交换膜等新能源重大需求项目;二是围绕高性能新材料领域,布局建设国内规模领先的POE等高端聚烯烃材料项目,以及尼龙66特种工程塑料等国家重大战略需求项目;三是围绕低碳绿色产业领域,布局建设百万吨级可降解塑料、二氧化碳综合利用及回收提纯等环保型新材料项目。

“盛虹战略转型是一场蝶变。”缪汉根说,按照规划,企业将以炼化一体化项目的大宗石化原料为平台,全面加快推进转型,形成核心原料平台+新能源、新材料、电子化学、生物技术等多元化产业链条的“1+N”新格局,打造一个更有竞争力的“新盛虹”。



引进人才自主研发 牵手学研融合创新 一家光学“小巨人”企业的蝶变之路

文/熊杰 邢文华

创新始终是推动一个国家、一个民族向前发展的重要力量,科技创新是一个企业获得竞争优势和可持续发展的重要保障。江苏视科新材料股份有限公司就是这样一家专注视光学新材料领域的“专精特新‘小巨人’企业”。8月,江苏省首届科技创新发展奖公布,江苏视科新材料股份有限公司凭借科技实力与创新能力获奖。



坚持创新驱动 深耕技术沃土

我国是光学材料和光学镜片的生产大国,但与之相配套的上游高端原材料却长期被美、日等国外公司垄断,限制了企业产业结构调整的自由度。江苏视科新材料股份有限公司积极实施创新驱动发展战略,将企业从镜片加工转型到上游原材料研发生产上来,进行高端功能性视光材料的应用开发。

经过反复地技术攻关,公司在防蓝光光学树脂关键核心技术方面取得重要突破,一代防蓝光产品于2014年6月成功面市,实现了我国防蓝光光学树脂单体从无到有、从“0”到“1”的突破,填补了国内空白,并通过产品差异化竞争,逐步打开了国内视光学企业参与国际市场竞争的新格局。2015年10月,二代纳米防蓝光产品研发成功,其蓝光危害降低率达70%以上的同时,拥有100%的紫外防护效果及93%以上的高可见光透过率,综合防护性能远领先于国内外市售产品,技术达到国际先进水平,先后获得了第五届中国创新创业大赛新材料行业第三名、第四届江苏省创新创业大赛二等奖、中国轻工业联合会科技进步奖二等奖、中国先进技术转化应用大赛优胜奖,从价值链高端环节实现了技术赶超。

公司根据“人无我有,人有我专”的原则,专攻蓝光防护技术、光致变色技术、轻量化技术、多功能集成技术研究并取得突破,实现光致变色系列、超韧系列产品的进口替代及双防、多防等多功能集成产品的创新性开发,2015-2020年先后获得授权发明专利30件,其中欧洲发明专利1件,产品质量达到国内先进水平,完成2017年江苏省重点研发计划项目,先后获得江苏省科技进步奖三等奖、中国眼镜协会行业创新贡献奖、淮安市市长质量奖,被认定为国家高新技术企业、国家“专精特新‘小巨人’企业”、江苏省小巨人企业、江苏省服务型制造示范企业等。

强化平台支撑 拓展创新空间

公司不断强化科技创新平台的支撑引领作用,促进产业应用基础研究、前沿高科技技术研究以及关键技术攻关的紧密衔接、深度融合。针对企业创新需求,公司在坚持自主创新的同时,先后与中科院、吉林大学、南京大学、扬州大学、江南大学等国内院校建立产学研合作,或共建产业研究院,把高校院所人才及技术资源搬到“家门口”,与国际知名企业依视路集团建立了战略合作;同时,加大研发经费、人员及设备投入,公司拥有高素质、高层次人才19人,建有江苏省光学树脂及制品工程技术研究中心、江苏省博士后科研实践基地等省级研发平台,2020年研发投入1447万元。目前已开展研发项目26项,承担省、市以上科技项目6项。

另外,在创新管理机制方面,建立了以创新为导向的激励机制,规范了研发活动从组织论证、审批立项、过程管理到结题验收的全流程管控,获得了第27届江苏省企业管理现代化创新成果一等奖。

自2013年成立以来,江苏视科新材料股份有限公司始终以科技创新为驱动,现已发展成为我国眼镜行业重点骨干企业,是国内防蓝光单体材料龙头企业,是全球最大的太空PC镜片制造企业,是我国眼镜行业全产业链企业;“米兰达”防蓝光单体是我国眼镜行业标志性品牌,“SIGO+”自主品牌镜片分布全球五大洲94个国家和地区,在纽约、曼彻斯特、马德里、米兰、圣保罗等国际大都市与国际品牌同台竞艳。

未来,视科新材坚持以“恒心办恒业”,以“专精特新”为方向,专注视光学新材料细分市场,聚焦主业、苦练内功、强化创新,争当高质量发展的排头兵和技术创新的重要发源地,把企业打造成为掌握独门绝技的“单打冠军”或者“配套专家”。



世界500强出炉 江苏4家企业上榜

8月2日,2021年《财富》世界500强排行榜正式发布。中国共有133家公司上榜,其中江苏企业占据四席(苏州3家、南京1家),分别为恒力集团有限公司、江苏沙钢集团有限公司、盛虹控股集团有限公司和苏宁易购集团股份有限公司。

第67位 恒力集团

恒力集团有限公司1007.73亿美元,位列2021《财富》世界500强第67位,首次进入世界百强企业阵营。与此同时,在2021年全国工商联民营企业上规模调研中,恒力集团有限公司以6953.36亿人民币营收,同比增幅24.89%,首次位列江苏省民营企业第1位,在重要指标净资产收益率(ROE)榜上,恒力集团以32.4%位列中国上榜公司第2位,充分体现了恒力集团强劲的发展势头。

恒力集团始建于1994年,多年来立足主业、坚守实业,是以炼油、石化、聚酯新材料和纺织全产业链发展的国际型企业。集团现拥有全球产能最大的PTA工厂之一、全球最大的功能性纤维生产基地和织造企业之一,员工近12万,建有国家“企业技术中心”,企业竞争力和产品品牌价值均列国际行业前列。

第308位 江苏沙钢

去年排名第351位的江苏沙钢集团有限公司,今年继续入围,名次大幅上升43位,以营收386.64亿美元(折合人民币2667.92亿元),位列第308位。

江苏沙钢集团作为世界知名的钢铁材料制造和综合服务商之一,坚持以钢铁强国为己任,目前拥有5大生产基地,产品远销至全球100多个国家和地区。沙钢还以钢铁产业链条纵向延伸、横向拓展为主线,大力发展资源能源、金属制品、金融期货、贸易物流、风险投资、大数据等多元产业,已成为跨行业、跨地区和跨国界的企业集团。

第311位 盛虹控股

去年排名第455位的盛虹控股集团有限公司,今年凭借37.76%的营收增幅,名次跨越式提升144位,以营收384.4亿美元(折合人民币2652.37亿元),位列第311位。

盛虹控股集团有限公司于1992年创立于吴江盛泽,是以石化、纺织、能源为主业的创新型高新技术企业集团,现拥有上市公司1家、实体公司超30家、员工4万余人。集团下辖苏州、连云港、宿迁三大产业基地,业务遍及全球,是中国化纤产业引领者、国家石化产业战略发展践行者、新型高端制造业全产业链生态缔造者。

第328位 苏宁易购

作为国内专业零售的典型代表企业,苏宁易购连续5年入围该榜单,实现逆势稳健增长。苏宁易购2020年度报告显示,2020年苏宁易购实现营业收入2522.96亿元,商品销售规模为4163.15亿元,同比增长9.92%。

据榜单排名,今年,沃尔玛连续第八年成为全球最大公司,中国的国家电网公司上升至第二位,亚马逊首次进入前三,苹果公司前进至第6位。此外,华为排名保持上升势头,由去年的49位升至今年的44位。

此次的榜单里,中国上榜公司数量连续第二年居首,达到124家,比上一年增加11家。加上台湾地区企业,中国共有133家公司上榜。其中,华为、京东、阿里巴巴进入前100。

综合报道



入围企业户均实现营业收入255.91亿元， 比去年增长13.63% 苏州民营企业100强公布

8月27日，“2021苏州民营企业100强”发布暨“2021年度十大创业新苏州人”评选发布会在苏州新闻大厦举行。江苏省委统战部副部长、省工商联党组书记顾万峰，苏州市委副书记、市长李亚平出席并讲话。苏州市委常委、统战部部长姚林荣，苏州市委常委、宣传部部长金洁，苏州市政协副主席、市工商联主席李赞参加活动。

李亚平在讲话中表示，近年来，苏州深入学习贯彻习近平总书记视察江苏重要讲话指示精神，认真落实中央和省推动民营经济健康发展的决策部署，民营经济蓬勃发展，在全市经济社会高质量发展中发挥了中流砥柱的作用。当前，苏州正积极抢抓长三角一体化发展机遇，全力构建亲清新型政商关系，各类高端资源要素加快集聚，希望企业家抢抓机遇、乘势而上，主动把握国家重大战略，对接优质资源，促进合作共赢，不断提升企业发展能级，为全市经济社会发展作出新的更大贡献。

顾万峰在致辞中表示,近年来,苏州市在持续优化营商环境、加快推进智能化改造和数字化转型、打响“苏州制造”和“江南文化”品牌等方面不断迈出坚实步伐。民营经济规模总量持续扩大,发展预期继续向好,社会贡献不断提升,企业活力持续迸发。苏州包容兼济的城市性格,必将激励更多新苏州人扎根苏州、勇创大业。希望苏州民营企业和优秀创业者们保持定力,专注实业、聚焦实业、做精主业,不断弘扬企业家精神和工匠精神,争做具有国际竞争力的一流企业,勇担社会责任,展现新时代新苏商的良好形象。

据了解,截至目前,苏州市共有民营企业71.8万家,占企业总数的90.2%,是科技创新、税收贡献、境外投资的主导力量。3家企业入围2021年《财富》“世界500强”,占全省75%;28家企业入围“2020中国制造业民营企业500强”、26家企业入围“2020中国民营企业500强”,上榜企业数分别位列全国城市第一和第二。

入围企业全年实现营业收入总额达25590.81亿元,户均实现营业收入255.91亿元,比去年增长13.63%;拥有资产总额18580.74亿元,户均资产规模185.81亿元,比去年增长8.53%;全年共缴纳税收742.18亿元,户均缴税7.42亿元,受益于各项减税降费政策,与去年基本持平;全年实现税后净利润总额764.55亿元,户均净利润7.65亿元,比去年增长10.59%;企业员工总数为66.94万人,户均企业用工6694人,比去年增长4.71%。

“2021苏州民营企业100强”发布的同时,10名创新创业型中青年企业家入选首届“十大创业新苏州人”;20名企业家荣获民营经济领域“十大创业新苏州人”提名奖。

榜 | 单 | 亮 | 点

100强入围门槛为营业收入21.82亿元

“2021苏州民营企业100强”营业收入入围门槛为21.82亿元,较上年的16.64亿元提高了5.18亿元,涨幅31.13%。其中,营业收入总额超过200亿元的共26家。6家企业营业收入总额超过1000亿元,比去年新增1家千亿级企业;2家企业营业收入总额在400亿元-500亿元之间;7家企业营业收入总额在300亿元-400亿元之间;11家企业营业收入总额在200亿元-300亿元之间。

榜单前六名

- ①恒力集团以6953.36亿营收,位列第一,增幅24.89%
- ②沙钢集团以2667.92亿营收,位列第二,增幅5.84%
- ③盛虹控股集团以2652.37亿营收,位列第三,增幅37.76%
- ④亨通集团以1170.06亿营收,位列第四
- ⑤永钢集团以1009.69亿营收,位列第五
- ⑥协鑫集团以1003.90亿营收,位列第六

“2021苏州民营企业100强”行业分布

“2021苏州民营企业100强”分布在制造业的企业数达66家,批发、零售等服务业企业22家,房地产业、房屋建筑业、建筑装饰业企业12家。

“2021苏州民营企业100强”地域分布

入围企业中,张家港市15家,常熟市、吴江区各13家,工业园区12家,太仓市11家,昆山市、相城区各8家,吴中区、高新区各7家,姑苏区6家。

来源:苏州市工商联

2020年服装行业百强企业正式发布 江苏33家企业上榜,居各省市首位



2021年8月,中国服装协会正式发布“2020年服装行业百强企业”,榜单采取自愿参与原则,分别对“营业收入”“利润总额”和“营业收入利润率”三项指标进行排序。三份榜单共有127家企业上榜,江苏33家、浙江24家、山东16家、北京10家、福建8家、广东上海四川各6家、陕西湖南安徽重庆各3家、辽宁山西各2家、河南河北各1家。其中,营业收入超过100亿元的企业有11家,江苏省有4家,分别是海澜、红豆、波司登、阳光;超过10亿元的企业有65家。

江苏33家上榜企业

海澜集团有限公司	常州东奥服装有限公司	法派服饰股份有限公司
红豆集团有限公司	苏州天源服装有限公司	江苏玉人服装有限公司
波司登股份有限公司	江苏三润服装集团有限公司	江苏贝德服装集团有限公司
江苏阳光集团有限公司	宜禾股份有限公司	江苏联宏纺织有限公司
江苏东渡纺织集团有限公司	日禾戎美股份有限公司	南通东润实业有限公司
江苏虎豹集团有限公司	江苏泰慕士针纺科技股份有限公司	江苏业勤服饰有限公司
江苏苏美达轻纺国际贸易有限公司	南京圣迪奥时装有限公司	南通富士美帽业有限公司
江苏华瑞时尚集团有限公司	江苏刘潭集团有限公司	江苏AB集团股份有限公司
江苏汇鸿国际集团中锦控股有限公司	苏州市青田企业发展有限公司	江苏华艺服饰有限公司
晨风(江苏)服装有限公司	江苏华佳控股集团有限公司	江苏世纪燎原针织有限公司
江苏卡思迪莱服饰有限公司	海安市联发制衣有限公司	南京际华三五〇三服装有限公司

来源:中国服装协会



全国百强县不再“GDP论英雄” 江苏凭什么再次傲居榜首

文/王建朋 李晞

8月4日,由赛迪顾问县域经济研究中心编制的《2021中国县域经济百强研究》正式发布。报告指出,2020年,百强县人均GDP达到11.2万元,根据世界银行对低中高收入国家的划分标准,百强县人均GDP已达到高收入国家水平。

围绕高质量发展主题,报告从经济实力、增长潜力、富裕程度、绿色发展四大维度,构建了包含24个三级指标的县域经济高质量发展评价体系,对县域经济综合竞争力进行全面解析。

榜单数据显示,2021年百强县,东部地区占65席、中部地区占22席、西部地区占10席、东北地区占3席。其中以县域经济著称的江苏和浙江各占25席和18席,山东则以13席在所有省份中位居前三。

2021 年赛迪百强县

排序	县(市、旗)	所属省(自治区)	排序	县(市、旗)	所属省(自治区)
1	昆山市	江苏省	51	闽侯县	福建省
2	江阴市	江苏省	52	宁海县	浙江省
3	张家港市	江苏省	53	招远市	山东省
4	常熟市	江苏省	54	伊金霍洛旗	内蒙古自治区
5	晋江市	福建省	55	平度市	山东省
6	慈溪市	浙江省	56	邹城市	山东省
7	太仓市	江苏省	57	肥西县	安徽省
8	宜兴市	江苏省	58	济源市	河南省
9	长沙县	湖南省	59	莱州市	山东省
10	龙口市	山东省	60	醴陵市	湖南省
11	义乌市	浙江省	61	东阳市	浙江省
12	余姚市	浙江省	62	兴化市	江苏省
13	福清市	福建省	63	瓦房店市	辽宁省
14	诸暨市	浙江省	64	永城市	河南省
15	胶州市	山东省	65	临海市	浙江省
16	浏阳市	湖南省	66	玉环市	浙江省
17	海宁市	浙江省	67	扬中市	江苏省
18	乐清市	浙江省	68	新密市	河南省
19	温岭市	浙江省	69	莱西市	山东省
20	荣成市	山东省	70	沐阳县	江苏省
21	南安市	福建省	71	高邮市	江苏省
22	如皋市	江苏省	72	三河市	河北省
23	宁乡市	湖南省	73	沛县	江苏省
24	瑞安市	浙江省	74	荥阳市	河南省
25	桐乡市	浙江省	75	肥城市	山东省
26	泰兴市	江苏省	76	仙桃市	湖北省
27	启东市	江苏省	77	宜都市	湖北省
28	丹阳市	江苏省	78	邹平市	山东省
29	海安市	江苏省	79	大冶市	湖北省
30	惠安县	福建省	80	永康市	浙江省
31	石狮市	福建省	81	句容市	江苏省
32	如东县	江苏省	82	射阳县	江苏省
33	迁安市	河北省	83	长丰县	安徽省
34	滕州市	山东省	84	建湖县	江苏省
35	溧阳市	江苏省	85	肥东县	安徽省
36	靖江市	江苏省	86	安宁市	云南省
37	寿光市	山东省	87	潜江市	湖北省
38	东台市	江苏省	88	库尔勒市	新疆维吾尔自治区
39	南昌县	江西省	89	博罗县	广东省
40	神木市	陕西省	90	枣阳市	湖北省
41	仁怀市	贵州省	91	海盐县	浙江省
42	准格尔旗	内蒙古自治区	92	海城市	辽宁省
43	平湖市	浙江省	93	汝州市	河南省
44	仪征市	江苏省	94	庄河市	辽宁省
45	巩义市	河南省	95	府谷县	陕西省
46	邳州市	江苏省	96	西昌市	四川省
47	长兴县	浙江省	97	汉川市	湖北省
48	诸城市	山东省	98	枝江市	湖北省
49	新郑市	河南省	99	昌吉市	新疆维吾尔自治区
50	嘉善县	浙江省	100	简阳市	四川省

数据来源：赛迪顾问，2021.08

流水的“百强县”、铁打的“前四强”

翻开最近四年的“百强英雄榜”，凭借着四分之一及以上的席位数量，江苏稳步积攒起傲视“群雄”资本。但事实上，在这场精彩刺激的排位争夺赛上，江苏并非开局即巅峰。

记者查阅“赛迪百强榜——县域经济100强(2016)”榜单发现，彼时，东部地区的浙江、山东、江苏三省表现最为抢眼，分别占26席、22席和17席，占据了百强县总数的六成以上。

次年，表现最亮眼的前三省仍然没变，但格局却发生很大变化——浙江、江苏、山东分别占23席、22席和21席。那一年，邳州市、仪征市、沛县、射阳县、兴化市一举入围。

时间来到2018年，句容市、高邮市、新沂市跑步越过射阳县，紧随沛县之后加入百强县行列。自此，百强县江苏“四分天下有其一”的全新格局出现，并延续至今。

在今年的百强榜前十强中，江苏占据六席，分别为昆山市、江阴市、张家港市、常熟市、太仓市和宜兴市。其中，昆山市、江阴市、张家港市和常熟市已连续6年包揽前四。

有意思的是，自2007年国家统计局告别长达16年的“百强县”评比后，工业和信息化部直属单位赛迪研究院2016年首次加入到组织中国百强县评选的队伍中，这解释了“苏南四小龙”为什么是连续6年包揽前四，而不是更多。同时更能看出，无论从经济实力、增长潜力、富裕程度还绿色发展等多维度评估，“苏南四小龙”都是当之无愧的县域标杆。

傲视“群雄”，江苏凭的不只是“量”，更有“质”

多维透视县域经济新发展，赛迪顾问也对江苏县域经济发展给出评价：从质量效益看，江苏省县域GDP均值高居首位。记者注意到，在百强县中，2020年GDP突破千亿级别的县域达38个，较上年增加5个。“千亿县”中，江苏共斩获16个席位，占比42.1%，浙江跟随其后，获得9个席位，福建4个席位，其余省数量均不超过3个。

在江苏16个县域“千亿俱乐部”中，昆山、江阴GDP总量均超4000亿元，而张家港和常熟则稳居“2000亿俱

乐部”。“南通四虎”皆晋级“千亿俱乐部”，实力也不容小觑。此外，沭阳和邳州强势崛起，更让苏北地区首次出现了千亿县的身影。从强县域的共性来看，“千亿县”往往也是工业强县，在江苏尤其如此，实体经济是县域经济发展的重要动能。

许多人惊艳于江苏县域经济的飞速发展，殊不知，其县域经济崛起的背后有着清晰的逻辑——在产业顶层设计上，从招商引资到市场主体再到投资环境形成了较为完整的体系；在载体打造上，运用先发优势，深度优化整合产业园区载体，推动县域经济发展；在特色产业布局上，敢于选取前瞻性产业，打造县域经济产业名片。

此次报告指出，第二产业仍是百强县发展的强劲引擎。但从产业结构看，县域二产主导地位渐失，三产占比稳步提升，四成省(区)县域以二产为主导，六成省(市、区)县域以三产为主导。

新的特征趋势下，江苏又将如何破题？

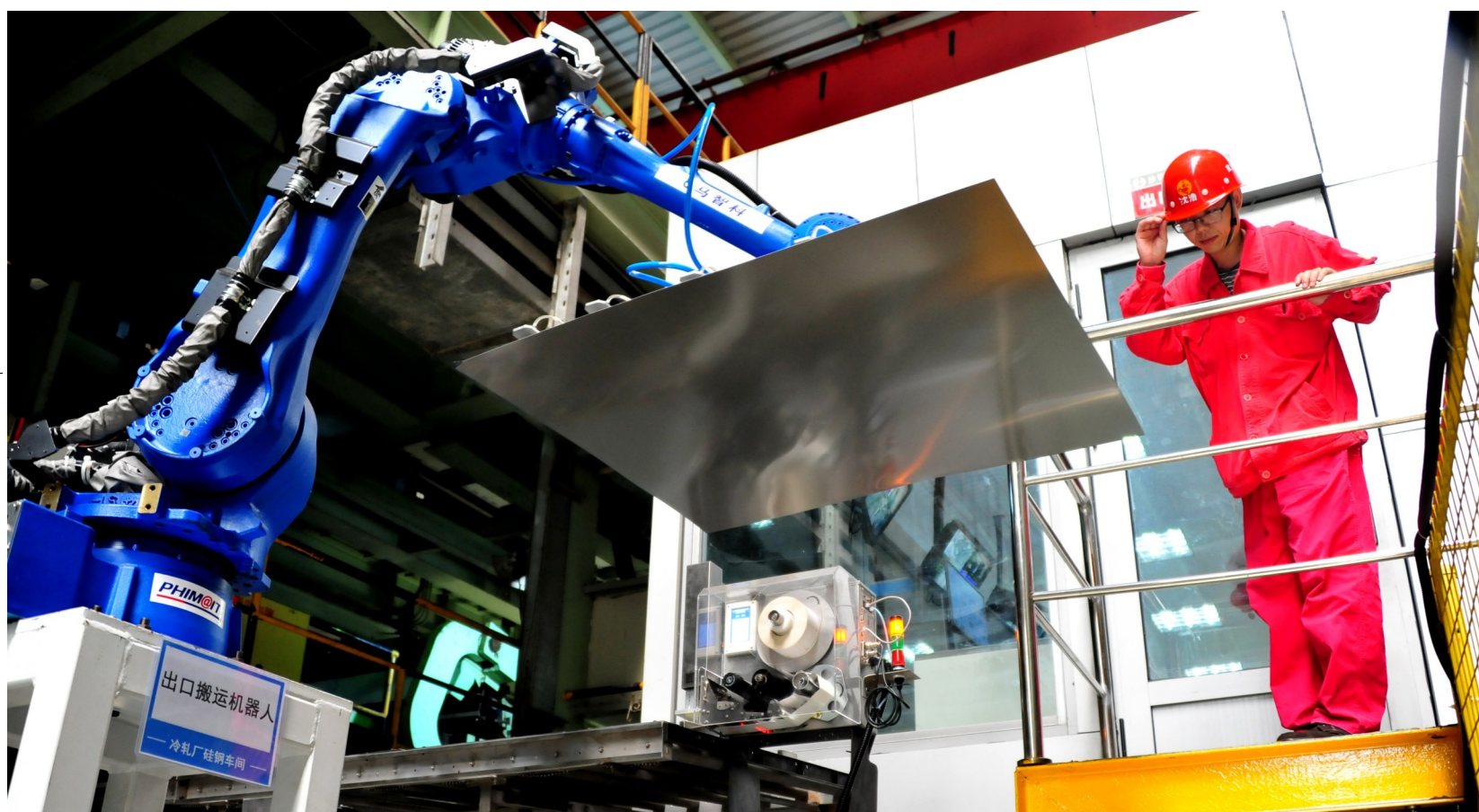
事实上，近年来以昆山、江阴为领头羊的江苏县域经济，一直在为“百尺竿头更进一步”做尝试探索，甚至频频互访取“真经”——昆山认为，江阴想在先、干在前的发展劲头以及在调整产业结构、助推企业上市等方面的先进经验，都值得学习借鉴；而江阴则表示，在科技创新、对外开放和城市建设等方面，昆山提供了许多值得学习借鉴的思路和经验。

“学非探其花，要自拨其根。”翻开近6年的全国百强县榜单，“不平衡”是出现次数最多的关键词之一。即便强如江苏，同样也面临这个问题。

记者注意到，2021年不同省(区)上榜百强县位次分布中，在11-20、51-60和91-100区间内，江苏县域出现空白档，并且除“苏南四小龙”外不少县域位次波动幅度较大。这说明，已经列席百强榜的县域仍有较大提升空间，未列席但有潜力的县域仍可继续竞逐91-100区间。

此外，百强县的农村居民人均可支配收入占城镇居民比重远高于广东、江苏、浙江和山东，表明百强县城乡人均收入相对均衡。富民与强县并举，进一步推动城乡走向共同富裕，这也正是江苏需要努力的方向之一。

来源：江苏1号



沙钢集团： “数”“智”赋能，打造智慧高地

偌大厂房内5台无人行车忙得不可开交，机器人“长袖善舞”，25秒自动完成取样检测，扫描二维码，钢卷“身份”信息一览无余……走进沙钢，处处都能感受到智能化给企业带来的强劲推动力。

近年来，沙钢遵循“并行推进，融合发展”的智能制造战略方针，紧抓信息技术革命机遇，将先进的钢铁制造技术与以互联网、大数据、人工智能为代表的新一代信息技术深度融合，着力打造安全环保、资源集约、环境友好的“智慧沙钢”。

智能集控中心——“最强大脑”

从原料入厂到投入生产再到产品发运,大量的数据在这个过程中产生,这些数据与产品质量有着千丝万缕的关系。如何有效运用这些数据,发挥其在钢铁生产中的价值?

沙钢以数据集成作为切入点,将生产、质量、设备、能源、物流等领域的数据进行互联互通,使“神经末梢”与“神经中枢”有效对接,庞大的数据流如“血液”汇集到智能集控中心这一“最强大脑”,形成“联合作战体系”。

以今年初投运的沙钢海力公司管控中心为例。该中心通过对码头生产作业、通航秩序、防污染作业、岸电使用、环保监控设备等进行全面监管,实现码头指挥、协调和调度的集成化系统运行。“以往船舶靠岸后,需要电话联系码头作业,费时费力。现在工作人员直接通过中心大屏就能及时掌握船舶动态情况,协调大型船舶‘直进直靠、直离直出’,减少了船舶进港待泊时间,提升了周转效率。同时,对水域多个码头进行统一管理,改变了原本‘各自为政’的状况。”海力公司管控中心负责人表示。

冷轧管控中心利用大数据技术将整个冷轧厂的生产和管理推向数字化,目前从岗位到班组、条线专业、车间、总厂,数字壁垒基本打通。正式运行后,各项指标数据、各种报表自动生成至冷轧厂APP,实现“一机在手,数据全有”。

这正是基于数字化、集成化的“智慧大脑”的“聪明”之处。据了解,2018年以来,沙钢以公司、分厂两级数字化管控中心建设为抓手,促进信息纵向集成、横向集成,实现生产过程数字化、透明化、可视化,建设了生产调度中心,动力、焦化、冷轧、海力、铁前、新材料等多个管控中心,“最强大脑”正在释放出强大的发展潜能。

沙钢积极运用大数据技术,探索数据的有效应用,让

数据产生更高价值,从而更好地服务于生产经营。目前,决策支持系统利用数据平台实现了对数据的集成及有效分析统计,为各层级有效决策提供数据支撑;全流程质量管控分析系统实现了质量的预判、质量问题快速定位及全过程追溯,极大地提高了生产质量水平;设备在线监测及故障智能诊断系统彻底改变设备运维方式,实现由“点检定修”到“智能运维”;高炉数字化诊断,实现了由经验判断模式向数据支撑决策判断的转变。

此外,沙钢还建立了生产管控系统、客户关系系统、设备全生命周期系统、能源管理系统、环保管理系统、安全管理信息系统、大物流管理系统等多个系统平台,进一步打破工序、部门间壁垒,实现系统与产线之间的协同与集成。

产线智能制造——“人机共舞”

在沙钢集团冷轧厂硅钢车间,操作工黄亚娟正在电脑前对生产过程进行远程监控。“以前,钢板样本都是通过人工搬运的,现在机械手臂自动将钢板抓取搬运下来,完全解放了我们的双手,真是省力又安全。”黄亚娟表示。

“机器人”在取样、贴标、酸洗喷印等工段大显身手,安全又高效;设备点检不再需要人工记录,轻点手机便可完成数据传输,管理效率大大提升……目前,车间已经看不到工人们守着流水线忙碌的场景,取而代之的是机械手精准而快速的操作。车间内为数不多的员工主要负责设备维护,并对可能出现的突发状况进行应急处理。

作为省级示范智能车间,目前该产线所有机组均实现了入口上卷、出口打捆的自动化,为优化岗位配置、降本提质增效、提高劳动生产率和保障安全生产创造了条件,通过各个系统之间的信息传递,实现了生产工艺全程数字化控制和“一键下单”组织生产。

智慧场景在省级示范智能车间——冷轧厂酸轧车间

同步上演。1.4万平方米的原料库区空无一人,整片作业区域几无照明,五台无人行车在空中自如行走吊卸钢卷,无人库系统的成功运行实现了整个酸轧原料库所有设备的全自动运行控制。该项目运行一年以来,设备故障减少了60%以上,原先灯火通明的库区也具备了全天候黑灯条件。以点带面,示范带动,目前热卷板二车间、宽厚板一车间等也都在加速推进“黑灯工厂”建设。

树起一个“智造”标杆,打造一个智慧“矩阵”。目前,沙钢共有近500个岗位实现了智能机器人代替,不仅大幅降低人力成本、劳动强度和安全事故发生率,还有效提高了操作精准度和产品品质稳定性。

去年,沙钢国家智能制造项目“高端线材全流程智能制造新模式应用项目”顺利通过省工业和信息化厅组织的专家组验收。该项目总投资4亿元,通过建设一个中心、一条智能化生产线、四大系统、七大平台,探索形成一种高端线材智能制造新模式,为企业节能减排、减员增效、提质增效等提供强大的技术支撑。项目实施后,生产效率提高了31.5%,运营成本降低了23.2%,产品研制周期缩短了35.4%,产品不良率降低了26.8%,单位产值能耗降低了19.7%。

工业视觉检测——“火眼金睛”

疫情防控常态化形势下,在医院、地铁、学校等人流集中场所,这一规定动作很常见:站在门口的“智能通行自助机”前面,拿出身份证或苏康码“扫一扫”,验证相关信息,与此同时,热成像温度仪自动测体温后提示“体温正常”,允许通过。

在沙钢,热成像技术也被运用得淋漓尽致。今年初,沙钢新材料公司石灰车间回转窑智能燃烧项目成功投运,该项目同样是在窑外及窑口安装热成像仪和红外测温仪,

实时观察高温段耐材使用情况,同时通过对回转窑原系统数据进行采集、比对、分析,并按照设定风煤配比自行调整风量与煤气的使用量,既减少岗位工频繁调整操作,又对煤气用量及充分燃烧进行了优化,使其更加安全、经济、稳定运行。热成像技术的成功应用,可谓给生产线安上了“火眼金睛”。

为了让设备更智能、生产更智慧,沙钢积极探索图像数据智慧化运用。在原料烧结厂,国内最先进的自动化造球系统“如鱼得水”,该系统借助视频技术与计算机图形处理技术,可自动分析计算生球直径与分布情况并形成实时数据,实现造球数据共享、生产联动,有效降低人工调整的偶然性,提高粒径分析的准确度,从而进一步提高生产效率。作为钢铁生产的主要原料,废钢的规范化、科学化的采购、加工、判级一直是长期困扰钢铁行业的一大难题,这也是多年来沙钢重点关注且下定决心要解决的课题。今年7月份,沙钢启动废钢智能定级系统项目,预计将于2022年正式上线。

据了解,该系统基于深度学习技术、自动识别技术以及废钢远程监控技术,综合利用多个模块及算法,实现对废钢的实时自动评级,具有速度快、稳定性高、精确度高等特点。该系统上线后,将解决人工废钢判级带来的识别不准、客观性无法保证等问题,同时大大降低员工的劳动强度,促进废钢检验工作的安全、精准、高效运行。

“从国家的角度讲,落实智能制造是增强中国制造国际竞争力的重要路径,也是重塑我国当前制造业格局的需要。从企业的角度讲,实施智能制造是转型升级、可持续发展的必经之路。”沙钢集团党委书记、董事局常务执行董事、有限公司董事长沈彬表示,沙钢将致力于打造具有行业示范和引领作用的智能制造新模式,助力企业转型升级和创新跨越发展,构建沙钢新时代核心制造能力。

来源:沙钢集团

从“制药”转向“创造药”： 扬子江药业迎来 “徐浩宇时代”

文/徐培琪

7月12日,扬子江药业集团董事长徐镜人溘然长辞,留下一个千亿规模的商业巨轮,这艘巨轮将由谁接棒,一时间众说纷纭。

7月29日,扬子江药业集团官方宣告,公司董事会选举徐镜人之子徐浩宇担任公司董事长兼法定代表人,并聘任其担任公司总经理。

半月时间,从掌门人突发噩耗,到官方发布人事通告、徐浩宇子承父业,扬子江的这场权力交接算是暂时尘埃落定。这期间,扬子江的各方动向都备受瞩目。



家国一体,抗洪战“疫”

7月于扬子江而言过得煎熬,企业上下各项事务都亟待解决。与此同时,国家也正面临巨大考验:新冠肺炎疫情反扑、河南暴雨洪灾,无论是咫尺之近的南京,还是远隔千里的郑州,皆受到考验。家国实乃一体,在国家需要援手之时,扬子江如往常一样,毫不犹豫地站了出来。

自7月20日本轮疫情发生以来,为支援南京,扬子江派出志愿者团队,购买物资、维护秩序,出人出力,为助力医务人员战“疫”筑起一道坚强后盾。

7月20日,河南郑州连降暴雨,灾情牵动人心。扬子江药业集团向捐出款物2000万元,近百名扬子江人组成河南志愿者小分队,积极参与当地抢险救灾工作。

7月掌门人去逝,扬子江备受关注,也让扬子江在国家有难之时默默作出的贡献为更多人所知晓。即使集团面临巨大变动,扬子江对于社会的责任初心不改。这个7月困难重重,扬子江人齐心协力,艰难度过。

7月29日,扬子江药业集团官宣新任董事长及公司总经理,“药二代”徐浩宇正式接棒。

低调上任,平稳过渡

徐浩宇的上任可以用“低调”二字形容,除了7月29日集团刊发的一纸文书外,并无其他过多宣传。徐浩宇的作风或承自其父,曾有业内人士评价,其与父亲徐镜人一样属于“少说多做”的类型。

或许是为平稳过渡,或许是父辈早已进行了细水长流的铺垫,徐浩宇上台至今,公司人事关系未发生太大变动。出生于1972年的徐浩宇,人生中超过一半的时间都是在扬子江药业度过。自1994年到扬子江药业任职以来,历任销售办科员、省公司经理、销售一局局长,一路稳扎稳打。直到2005年9月,方升任为副董事长。或许正是这段从基层做起的工作经历浇筑基础,使得徐浩宇能在最短时间内完成这家有16000多名员工的大药企的权力交接,对于稳定集团军心、维持公司运营有重要意义。目前来看,大局算是稳住了。

8月1日,“2020年度中国医药工业百强榜”正式发布。扬子江药业排名第二,在江苏上榜企业中排位第一。与此同时,其旗下的江苏龙凤堂中药有限公司还获得“2021年中国医药工业最具成长力企业”“2021年中国医药企业社会责任优秀项目”。龙凤堂主打将现代化技术装备与中药制造工艺进行融合,被视作扬子江产业布局中的一枚关键棋子。

8月5日上午,泰州市委副书记、代市长万闻华到扬子江药业总部进行实地调研,徐浩宇陪同参观,这也是徐浩宇首次以新任董事长的身份出现在公共视野。万闻华此次来访,对扬子江提出“抢抓健康中国战略机遇”“加快转型升级”等勉励,这也是对徐浩宇个人的要求和期望。

积极求变:由“制造”转向“创造”

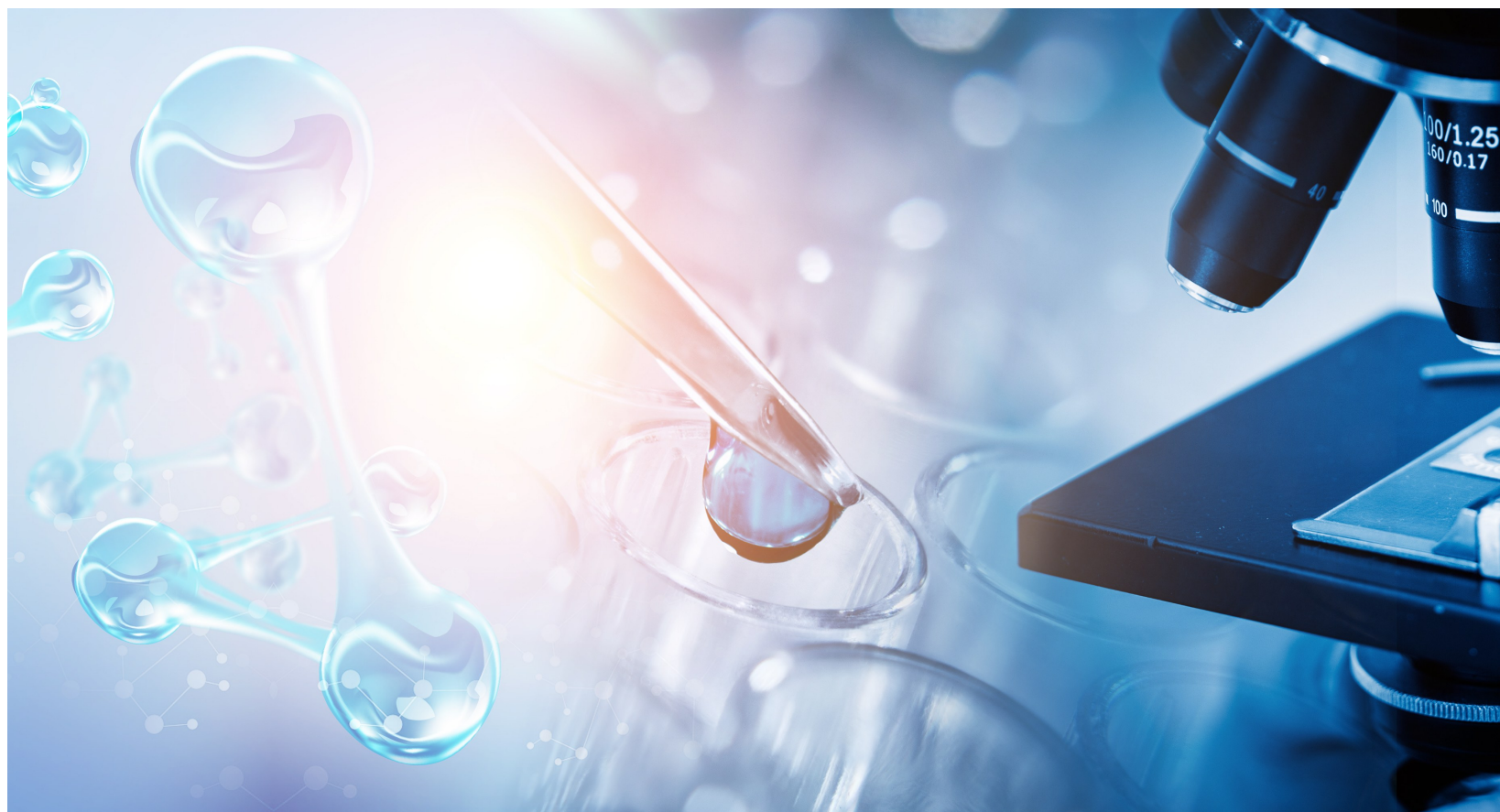
8月初,扬子江药业集团经营总公司发布《经营质态管控补充规定》,包括取消非必须的备货、对开票申请签批流程进行严格控制、加强市场考核、对员工进行更加人性化的科学管理等内容。规定中的相关条例,相较之前的销售流程、管理要求等,有较大变动,在公司职工中取得较好反馈。吐故纳新,可以视为徐浩宇对旧销售模式的初步改革。

作为一家已有半世纪历史的老牌药企,创新于扬子江而言始终是企业的一大痛点。这也成为徐浩宇目前主要攻克的方向之一。“今年是‘十四五’开局之年,集团已启动圣森生物制药项目,计划年底前建成3栋现代化厂房,加速打造现代生物药产业新高地。与此同时,锁定大分子生物药创新研发,迅速建成全流程临床前生物药研发等多个创新平台,2023年生物药投产上市”。徐浩宇对媒体表示。进军生物药领域,是扬子江药业实行创新驱动战略的一大布局。

对于国家发布的集采政策,徐浩宇也曾发表过自己的看法。他将“4+7带量采购”称为加了品牌质量验收的“拼多多”,并认为将来会有大批做普药、仿制药的企业被淘汰,市场集中度将进一步提高。从这段话中或许可以窥见徐浩宇的野心。就在今年5月26日,扬子江药业上市了公司有史以来第一个1类新药:注射用磷酸左奥硝唑酯二钠,俗话有“十年磨一剑”,这款抗生素产品从启动临床到上市,扬子江一共打磨了13年。据官方数据披露,目前公司至少还有9个以上的创新药物处于研发阶段。

一代人有一代人的使命。第一代创始人面临的是“什么都缺”,大多是白手起家、从零做起,“制药”往往被放在第一位。而当企业进行到第二代,接班人面临的使命便成了如何把先人打下的基业传承下去,从“制药”转向“创造药”,是中国药企,也是扬子江必须要走好的一条路。

可以预见的是,中国医药行业正处于关键的十字路口,各个药企都将面临一次重新洗牌。扬子江未来经营模式的升级转型、医药产品的研发创新等动态走向,于业界都不无影响。静水流深,徐浩宇如何打好手上这副牌,我们拭目以待。



上半年业绩韧性稳增 鱼跃医疗战略升级再寻新突破

文/徐培琪

8月11日晚间,中国医疗器械行业领军企业江苏鱼跃医疗设备股份有限公司(简称“鱼跃医疗”)披露2021年半年报。报告中称,在去年同期因疫情带来的高业绩基数背景下,公司实现营业收入为35.93亿元,同比增长5.03%;归母净利润9.63亿元,同比下滑13.99%;基本每股收益0.97元。值得注意的是,公司旗下非疫情产品实现较快的恢复性增长,各业务均回归至正常轨道。

高业绩基数背景下 半年报净利9.63亿元

鱼跃医疗成立于1998年,是一家以提供家用医疗器械、医用临床产品以及与之相关的医疗服务为主要业务的公司。公司产品主要集中在呼吸制氧、糖尿病护理、感染控制解决方案、家用类电子检测及体外诊断、急救与临床及康复器械等业务领域,包括电子血压计、呼吸机、制氧机、体温计等。

2020年,突如其来的疫情变革了医药生物行业,鱼跃医疗也不例外。2020年上半年,鱼跃医疗抗疫相关产品出货量剧增,尤其是高毛利的呼吸供氧和家用医疗产品,给公司利润增长提供了充沛动力。据鱼跃医疗2020年半年报,公司营收超34亿元,同比增长36.74%,净利润超11亿元,同比增长109.86%。

而2017-2019年间,鱼跃医疗历年归母净利润同比增长率分别为20.1%、18%、13.5%。可以说,疫情给鱼跃医疗业绩带来了明显的增长势头。

而今年,在去年同期因疫情带来的高业绩基数背景下,鱼跃医疗实现营业总收入35.93亿元,同比增长5.03%。由于去年同期公司产品销售占比受疫情影响较大,同比整体毛利水平有一定差异,报告期内公司实现营业利润11.31亿元,同比下降14.79%,归属于上市公司股东净利润9.63亿元,同比下降13.99%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8.80亿元,同比下降13.92%,公司业务结构已进入更健康轨道。

报告期内,公司期间费用7.47亿元,公司通过严格可靠的成本管理手段与供应链体系,不断降本增效,实现精益化成果,虽较去年同期疫情形势下产品结构有所不同,但仍实现销售毛利率50.48%,同比2019年上半年增长8.81%。



调整产品结构 相关板块毛利率增至65.08%

随着国内疫情进入常态化防控阶段,鱼跃医疗相关业务恢复常态,毛利率近乎全线下滑。

报告期内,公司呼吸治疗解决方案板块依旧保持稳定增速,其中制氧机产品国内外业务成长显著,同比增速超过160%,雾化产品较去年同期销售业务增长显著,同比增速达220%,呼吸机产品较去年同期受疫情特殊需求影响的情况,业务规模下降较多,但其常规销售业务开展较好,海内外市场均有一定拓展。

相比之下,糖尿病护理业务和康复及临床器械业务恢复高增长。

半年报显示,鱼跃医疗正逐步加码糖尿病业务,公司糖尿病相关产品业务规模放量增长,上半年实现营收约2.05亿元,同比增长130.15%,毛利率比上年同期增长2.42个百分点至65.08%,市场占有率与用户规模不断提升。

康复及临床器械业务实现营收约7.47亿元,同比增长43.45%。其中轮椅类产品销售持续恢复,同比增速超过120%,针灸类产品同比增速超23%,各类康复护理类产品销售较去年同期均有较快增长。

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分产品						
呼吸治疗解决方案	1,321,947,311.51	574,681,146.08	56.53%	13.52%	45.90%	-9.64%
糖尿病护理解决方案	204,568,283.46	71,429,817.14	65.08%	130.15%	115.20%	2.42%
感染控制解决方案	444,903,174.31	178,435,408.12	59.89%	-7.36%	3.60%	-4.25%
家用类电子检测及体外诊断	754,308,154.66	383,515,701.48	49.16%	-17.88%	-3.60%	-7.55%
急救	94,157,752.82	59,412,649.37	36.90%	4.57%	7.40%	-1.67%
康复及临床器械	746,817,801.59	487,015,112.49	34.79%	43.45%	86.10%	-14.94%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1期按报告期末口径调整后的主营业务数据

2021年中报上，鱼跃医疗交出如此稳健的成绩单，打消了此前市场对于鱼跃医疗能否在疫情红利期之后实现业务平稳过渡的疑虑。

布局新赛道 自主创新再发力

固守疫情前期战略显然不是上策。事实上，自2020年度鱼跃医疗完成二代接班，少东家吴群接任董事长，新管理层上台后，鱼跃医疗在今年上半年进行了战略调整，将企业由成熟资产转向成长型业务，对目标进行进一步清晰和聚焦。

目前，鱼跃医疗明确将“呼吸、血糖及POCT、感控”划为核心主赛道。今年5月，鱼跃医疗通过收购凯立特医疗51%股权，正式进入CGM(动态血糖监测)领域。据悉，凯立特的动态血糖监测产品在2016年和2021年分别获得欧盟CE认证和中国国家食品药品监督管理总局医疗器械注册证。收购凯利特一举被视为鱼跃医疗三大主赛道布局的第一个举措。

鱼跃医疗正在加码对应赛道领域的自主品牌建设。目前公司拥有“鱼跃 yuwell”“洁芙柔”“安耐糖”“六六视觉”等几大主要品牌，分别涵盖呼吸、感控、血糖等多赛道。鱼跃医疗董秘陈坚曾对媒体表示：之前

国际上对中国的医疗器械一直有所顾虑，但疫情期间，鱼跃医疗自主品牌 yuwell 大规模进军欧美发达国家，收到了良好反馈，并且也为中国制造自主品牌进入发达国家提供了一个非常好的契机。

除了在本行业深耕，鱼跃医疗也正“试水”新领域，通过与蚂蚁集团等企业合作，借助蚂蚁集团在商业模式创新上的经验功底，力图探索新商业模式，占领新兴消费模式。

此外，鱼跃医疗战略布局中也表现出对创新的高度重视。2021年上半年鱼跃医疗基于研发投入1.84亿元，占比5.13%。公司的技术投入也得到了回报和认可。在国家知识产权局公布的第二十二届中国专利奖名单中，鱼跃医疗实用新型专利“一种呼吸机”(ZL201820240430.4)荣获中国专利金奖。每年金奖仅评选30名，鱼跃呼吸机是今年全国唯一的实用新型专利金奖。

陈坚特别提到，疫情期间鱼跃医疗业绩爆发，除了疫情的刺激，也有公司强大的自制供应链的内在能力支撑。疫情也让公司更加看到，除了保质保量，更要研发真正具有创新性、原创性的医疗器械产品。同时，陈坚也表示，财报上的数字只是短期影响，大水漫灌下来市值并不可靠，鱼跃医疗更看重的是长期价值，要做好自己的事情，承担自己的责任，引领行业往高处走。

江苏动态·8月



南京

苏宁易购联合授信委员会在南京成立 8月中旬,苏宁易购联合授信委员会成立。同时,江苏银行、南京银行、建设银行、工商银行、农业银行和中国银行等六家银行,为苏宁易购新增百亿授信,进一步支持苏宁易购提升零售服务和供应链能力。据悉,苏宁易购联合授信委员会由建设银行牵头,中信银行、交通银行、浦发银行、兴业银行、江苏银行、光大银行、民生银行、招商银行、

汇丰银行和农业银行、华侨永亨银行共12家银行参与,将保障苏宁易购平稳的金融环境。

弘阳服务获“买入”及“跑赢大市”评级 8月20日,弘阳服务召开2021年中期业绩投资者发布会。据中报数据,弘阳服务2021年上半年营收5.29亿元,同比增速63.7%;净利润6399万元,同比增长71.2%。8月23日,弘阳服务获招银国际及建银国际分别给予“买入”及“跑赢大市”评级,目标价分别为9.37港

元及6.60港元。

苏州

东吴证券成功发行全国首单碳中和知识产权质押双创债 8月18日,由东吴证券主承的全国首单碳中和知识产权质押创新创业债——“金通灵科技集团2021年绿色创新创业公司债券(专项用于碳中和)”在深交所成功发行。同时,全国首单碳中和信用保护凭证成功创设。

无锡

红豆集团成立供应链管理公司 8月10日,天眼查信息显示,红豆集团成立全资子公司上海宏路达供应链管理有限公司,法定代表人为胡浩,注册资本2000万元,经营范围包括货物进出口、供应链管理服务等、国内贸易代理、互联网销售等。

双良节能拟定增募资35亿元 投建单晶硅项目 8月8日,双良节能发布公告,公告显示公司此次公开发行股票数量不超过此次非公开发行前公司总股本的30%,即不超过4.88亿股,募集资金总额不超过35亿元,其中30亿元用于双良硅材料(包头)有限公司40GW单晶硅一期项目(20GW),5亿元用于补充流动资金。据悉,整个双良硅材料(包头)有限公司40GW单晶硅一期项目(20GW)总的投资规模实际接近70亿元,募资用于该项目的30亿元仅为其中一部分,双良节能拟加码光伏产业。

常州

常州诞生首家科创板千亿市值公司 常州高新区科创板上市公司天合光能市值再创新高,突破千亿大关。截至8月5日收盘,

公司股价48.98元,市值1013亿元,较2020年底增长534亿元,增幅高达111.5%,成为常州首家、全国第九家市值破千亿元的科创板上市公司,也是高新区首家市值破千亿元的上市公司。

中天钢铁上半年净利21亿 8月,中天钢铁集团有限公司发布2021年半年度报告,报告期内实现营业总收入385.25亿元,同比增长44%,归母净利润为21.63亿元,同比增长162%。其中,中天钢铁主业突出,上半年钢铁板块收入占比达96.12%,贸易板块和酒店板块营收规模较小,占比分别为3.87%、0.01%。

徐州

维维食品饮料股份有限公司成立食品研究院 8月6日,维维股份食品研究院正式成立。维维食品研究院的成立,将会为维维股份“大粮食、大食品”主业、科技创新、提升产品品质持续增添新力。研究院将充分发挥专业优势,适应公司改革发展要求,做好战略协同,凝心聚力打造健康产品、做好健康产业。通过建立食品研究院,维维将完成粮食和食品“双轮驱动、两翼齐飞”战略布局,形成“从田间地头到百姓餐桌”的粮油食品全产业链。

连云港

恒瑞医药上半年营收132.98亿元 8月19日晚,恒瑞医药发布2021年半年报。半年报显示,恒瑞医药上半年营业收入132.98亿元,同比增长17.58%,归母净利润26.68亿元,同比增长0.21%(报告期计提股权激励费用3.65亿元,剔除股权激励费用影响,报告期归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长10.51%)。另一方面,恒瑞半年报中还详细披露了已上市创新药后续主要临床研发管线情况以及在研创新药主要临床研发管线,其中10条管线已经进行到NDA阶段,另外还有超过40款在研创新药产品。

宿迁

洋河股份受让民生信托5.9455%股份 8月10日,北京银保监局披露的信息显示,同意武汉中央商务区股份有限公司将持有的中国民生信托有限公司5.9455%股份转让至江苏洋河酒厂股份有限公司。此次股权转让完成后,洋河股份将以持股5.94%跻身民生信托第四大股东。



如何促进共同富裕 总书记这样部署

8月17日,习近平总书记主持召开中央财经委员会第十次会议,研究了扎实促进共同富裕问题。

全面建设社会主义现代化国家新征程已经开启,中央召开这次会议,对促进共同富裕的方向、路径和重要任务等,作出更为明确的阐释和部署。



一条时间线凸显坚持不懈的追求

共同富裕,习近平总书记始终念兹在兹,视为“国之大者”。党的十八大以来,党中央把逐步实现全体人民共同富裕摆在更加重要的位置上。

2012年11月15日,在十八届中共中央政治局常委同中外记者见面时,习近平总书记强调,“坚定不移走共同富裕的道路”;

2017年10月,党的十九大对实现第二个百年奋斗目标作出了两个15年的战略安排,两个阶段都对推进共同富裕提出了具体的要求;

2020年10月,党的十九届五中全会明确提出,到2035年,“全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展”;

2021年全国人代会审议通过的“十四五”规划和2035年远景目标纲要中,把“全体人民共同富裕迈出坚实步伐”列入“十四五”时期经济社会发展主要目标;

2021年6月,《中共中央 国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》正式发布,选取浙江省先行先试,为全国其他地方促进共同富裕探索路径、积累经验、提供示范;

2021年7月1日,在庆祝中国共产党成立100周年大会上,习近平总书记庄严宣告“全面建成了小康社会”,强调新的征程上,“推动人的全面发展、全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展!”

……

一条时间线,凸显坚持不懈的追求。实现共同富裕,正成为我们这一代人“看得到、摸得着”的目标,激励我们更加积极有为地为之奋斗。

两个表述凸显特征和路径

习近平总书记的重要讲话中,两个表述格外引人注目

共同富裕是“中国式现代化的重要特征”;“在高质量发展中促进共同富裕”。

这两个表述,凸显了促进共同富裕的时代特征和必然路径。

从时代特征看,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。促进共同富裕,就是要解决“不平衡不充分的发展”的问题,二者内在高度统一。我们要建设的现代化,就是以实现共同富裕为目标和特征的现代化。

从发展路径看,我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段,发展仍然是我们党执政兴国的第一要务。“在高质量发展中促进共同富裕”,强调了实现共同富裕的前提基础和必然路径:我们不但要持续做大蛋糕,而且要做“优”、做“好”蛋糕,让全体人民在社会全面进步、人民幸福安康的高质量发展中共享发展成果。

四个层面理解丰富内涵

如何理解“共同富裕”?

此次会议有一段明晰论述——共同富裕是全体人民的富裕,是人民群众物质生活和精神生活都富裕,不是少数人的富裕,也不是整齐划一的平均主义,要分阶段促进共同富裕。

两个“是”、两个“不是”、一个“要”,彰显共同富裕丰富内涵。



从共同富裕的覆盖面看,不是一部分人和一部分地区的富裕,而是全体人民的富裕,使全体人民共享改革发展成果。

从共同富裕的含义看,不是简单的物质生活富裕,而是兼顾物质生活和精神生活的富裕,实现人的全面发展。从共同富裕的实现途径看,不是牺牲效率的平均主义,更不能养懒汉,而要鼓励勤劳创新致富。让每个人能够公平享有发展的机会,畅通向上流动的通道。

从共同富裕的阶段性的看,不是一蹴而就,而是逐步共富。要脚踏实地,久久为功,在实现现代化过程中逐步解决好这个问题。

立足国情,明确方法论

会议立足当前国情,明确了促进共同富裕的重要方法论。

——促进共同富裕,“两个毫不动摇”绝不能变。要坚持基本经济制度,坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展,让各种所有制的经营者吃下“定心丸”,通过辛勤劳动、合法经营、敢于创业成为致富带头人,先富带后富、帮后富。

——促进共同富裕,尽力而为量力而行,建立科学的公共政策体系,形成人人享有的合理分配格局。把保障和改善民生建立在经济发展和财力可持续的基础之上,重点加强基础性、普惠性、兜底性民生保障建设。

——促进共同富裕,坚持循序渐进,对长期性、艰巨性、复杂性要有充分估计,鼓励各地因地制宜探索有效路径。

正确处理效率和公平的关系

扎实促进共同富裕,是以人民为中心的发展思想的充

分体现。我国将在推进高质量发展的过程中,促进社会公平正义,促进人的全面发展,使全体人民朝着共同富裕目标扎实迈进。

效率与公平,是实现共同富裕必须处理好的一对关系。

会议提出构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排。

这三种分配各有功能,互为补充。初次分配主要由市场机制形成,要坚持多劳多得,也要健全生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制;再分配主要由政府调节机制起作用;三次分配则鼓励社会力量自愿投入民间捐赠、慈善事业等。

扩大中等收入群体比重,增加低收入群体收入,合理调节高收入,取缔非法收入,形成中间大、两头小的橄榄型分配结构。

会议明确了当下扎实促进共同富裕的几方面重点任务——

提高发展的平衡性、协调性、包容性,着力扩大中等收入群体规模,促进基本公共服务均等化,加强对高收入的规范和调节,清理规范不合理收入,保护产权和知识产权,促进人民精神生活共同富裕,加强促进共同富裕舆论引导,促进农民农村共同富裕……

值得注意的是,这次中央财经委会议听取了国家发展改革委、财政部、人力资源和社会保障部、中央农办关于扎实推动共同富裕问题的汇报。

从几个部门的职能看,分别涉及总体规划、财力安排、基本保障以及农民农村这个重点领域,从中也可以看出促进共同富裕的着力点。

从美好愿景到逐渐清晰的“施工图”,印证着促进全体人民共同富裕迈出的坚实步伐。 来源:新华社



在生产端高质量发展中 促进共同富裕

文/张月友(南京大学长江产业经济研究院研究员)

刘志彪(南京大学长江产业经济研究院院长、长江学者特聘教授)

内容摘要:中国发展为减少世界不平等作出了重大贡献,但国内经济发展不平等显著扩大。1998-2006年是收入不平等急剧扩大期,2003-2011年经历了一段财富不平等急剧扩大期。如今收入不平等仍处在高位运行,但不平等程度有所缓和,有望走出西方发达国家期望而没有实现的“倒U形”曲线。财富不平等暂时趋于稳定,但不平等水平大幅高于收入不平等。需要注意的是,我国中产阶层收入和财富占比均在下行,不利于形成“橄榄型”分配格局。我国城乡间二元结构有所缓解,地区内差距继续扩大。区域均衡发展收获进展,区域内差距继续扩大。新技术发展和行业垄断也导致行业收入差距有抬头之势。建议正确看待我国贫富差距成因和格局演变,将推进共同富裕的政策取向,放到继续注重从生产端发力、努力减少不平等的同时有助于促进经济增长上。

一、中国经济发展不平等状况

十一届三中全会以来，“中国增长奇迹”为消除国内绝对贫困提供了坚实的物质基础，并为促进全球减贫事业发展和减少世界范围的不平等做出了重大贡献。但与此同时，我国基尼系数在上世纪80年代处于0.3左右比较平均的数值水平，与欧洲福利型社会国家相当。到上世纪90年代中期超过欧洲，赶上美国。2001年以来，不仅大幅高于欧洲，也超过0.4的国际公认警戒线水平，甚至长期高于美国。我国经济发展不平等格局演变表现在六大方面：

1. 收入差距变动初现“倒U形”，不平等水平处于高位。我国基尼系数在2006年前波浪上涨，2007年—2010年趋于稳定，2011年以后，收入差距扩大有所缓解，收入不平等变动初现“倒U形”。但基尼系数仍处于0.46以上的高位运行，“倒U形”下降拐点有待进一步明确。

2. 收入不平等在1998—2006年经历了一段急剧扩大期，其间前10%阶层收入比重由34%大幅增长到42%，后50%阶层收入比重由19%大幅下降到14%，中产阶级收入占比小幅下降。2007年以后，劳动者报酬比重由2007年的41%逐年稳步提高到2017年的52%，初次分配逐渐向劳动者倾斜。

3. 城乡收入差距扩大由地区间差距转向地区内差距，特别是农村地区收入差距高于城市地区。1978年，我国城乡收入比为2.57，到1986年下降到1.86，此后一直到2008年震荡上升到3.33的最高位开始回落。但在城市和农村地区内部，贫富差距一直扩大。而且农村地区收入差距高于城市地区，且都大幅高于城乡间差距。

4. 区域间收入差距有所下降，区域内收入差距一直增加。我国区域间收入差距经历了先扩大再缩小，然后在2013年至今再回升的过程，目前低于2000年初。但东部、中部、西部、东北部各区域内收入差距一直稳步增长。

5. 行业收入差距自2015年以来显著增长，股份有限公司和国有单位平均工资增长较快，互联网、金融业等垄断行业收入水平较高。

6. 财富不平等在2003—2011年急剧扩大，其间中产阶级财富占比下降。我国财富不平等大幅高于收入不平等，对贫富差距扩大发挥了更大作用。1995年之前，我国财富不平等长期保持稳定，自1995年开始分化。主要的分化发生在2003—2011年。收入前10%阶层、中间40%的中等收入阶层和收入最低的50%阶层拥有财富份额之比由2003年的49:37:14急剧扩大为2011年的

66.7:26.7:6.6。2012年后，财富不平等重新趋稳。与收入分配相比，财富分配中，低收入阶层和中等收入阶层的状况进一步恶化。我国财富分配的两级分化更为严重。

二、中国经济发展不平等成因

我国经济发展不平等的两端急剧扩大，主因有两条：第一，国有企业私有化改革导致私营部门急剧增长。改革开放以来，我国经历了漫长的国企私有化过程。先是上世纪80年代对国有企业采取合同包干，接着到上世纪90年代初激励员工共同持股，再到90年代中后期采取“抓大放小”和“管理层回购”。以1998年为节点，国有企业数量明显减少，私营企业数量明显增加。从国民财富所有制结构看，其结果是，1995年，我国国民财富中的公共财富份额与私人财富份额同为50%。此后，公共财富份额不断下降到2015年的31.67%，私人财富份额不断增加到68.33%。私人财富大幅增长带来了收入差距大幅扩大，而公共财富份额下降也在一定程度上限制了政府调节收入分配和遏制不平等水平上升能力。第二，不平衡工业化发展战略使地方崛起有先有后和制造业比重大幅提高导致劳动收入占比下降。上世纪90年代初至本世纪初，起步于沿海城市渐进开放的工业化非均衡发展策略，一方面导致区域收入差距扩大和城乡二元结构加剧，另一方面导致我国三大产业中劳动报酬占比最低的资本密集型工业和制造业比重上升，也使得整体劳动收入占比下降。

我国财富差距扩大的主因应归于住房分配货币化改革导致私人住房存量急剧增长。1998年，通过住房分配货币化改革，我国开启了住宅商品化时代，城市化率开始大幅加快，私人住宅存量大幅上升。中国人民银行在2020年发布的调查报告显示，到2019年底，我国城镇居民家庭的住房拥有率为96.0%，有一套住房的家庭占比为58.4%，有两套住房的占比为31.0%，有三套及以上住房的占比为10.5%。在商品房市场价格机制作用下，城市间和不同规模城市内包括不同地段的房价差距巨大，而农村自建房缺乏市场定价机制，流动性小，价值较低。加上我国居民家庭资产以实物资产为主，我国城乡间、城市间、不同大小城市内部拥有不同数量房产的收入阶层财富差距急剧扩大。

三、未来推进共同富裕政策取向

综上，通过改革开放，引入多种经济成分，实施一系列

诸如上世纪80年代农业去集体化、90年代乡镇工业私有化和国企民营化、2000年左右部分服务业破除垄断和放松价格管制行动等的经济政策和社会制度，推动先富带动后富，对我国贫富差距扩大发挥了重要作用。

未来我国推进共同富裕，继续注重从生产端发力：

第一，上世纪80年代以来，社会贫富差距扩大是全球普遍现象。但与发达国家中的日本、德国、法国的公共财富下降到仅略高于零，美国和英国的公共财富下降为负数形成鲜明对比，我国公共财富仍有30%左右比重。更重要的是，这30%左右公共财富仍然控制国民经济命脉，其主体性地位并未发生动摇。现在的中国比以往更健康、更富裕、更强大，生活在其中的人都比以往过得更好。从这个角度看，以公有制占主体地位的“混合所有制经济是组织微观经济活动的最佳方式”。这要求，一方面，在竞争性经济领域，政府监管不能缺位，要防止市场竞争向行业垄断演变。另一方面，也要继续深化国有垄断行业市场化改革，避免政府失灵。

第二，通过调整所有制比例关系改善收入和财富分配的思维，是一种“汲取”思维。这种思维将财富错误地理解为“零和”甚至是“负和”。实际上，财富形成在基于自愿交易的市场经济中往往是“正和”，获取收入和积累财富完全可以做到“双赢”。比如，1978年以来，由于建立了社会主义市场经济，我国国民总收入增长了171倍，净财富增长了326倍。其中，公共财富比重虽然大幅下降，其净财富仍增长了170倍，尽管小于私人净财富808倍的巨幅增长，但也基本维持了国民总收入相同的增长速率。这说明我国国有企业效率低于私人企业。从这个角度看，做大做强国有企业，增加公共财富比重，理应从提高自身效率着手。

第三，虽然自上世纪80年代以来，“收入增长越快，分配越多”的分配模式与欧美国家一致，但不同于欧美两级分化中底层劳动者收入份额增长停滞，我国底部收入群体的贫困率大为改善。具体来说，中国经历长时间的财富私有化改革进程，形成了现在的公有制占主体地位的混合所有制经济。主要通过两个途径改善了贫困率：一是，以追求私人财富增长为目标的多种所有制共同发展，充分调动和有效激活了各行各业劳动者的生产积极性，大大提高了生产率，使得中国从一个贫穷、低收入的落后国家变化为世界领先的新兴经济体。二是，仍然在国民经济中占据主体地位的公有制部门拥有雄厚的公共财富，有效保证了贫困地区和人口的持续受关注和生产性资源供给强度，中国走出了一条以政府为主导的中国特色社会主义减贫

道路。从这个角度看，我国当前虽然已经消除了绝对贫困，但人均国内生产总值只相当于欧洲国家上世纪40年代中期左右水平，仍然是中等收入发展中国家。无论是从欧洲部分国家成为发达国家前20年平均接近两位数的经济增长速度看，还是从巩固减贫成就顺利开展缓解相对贫困工作需要看，抑或是从大国竞争需要出发，继续发展生产力，保持适度经济增长仍然是我国第一要务。这要求在国家层面实施共同富裕的政策取向，必须继续坚持“富裕”第一，兼顾“共同”。也即要求能够在消除不平等的同时有助于促进经济增长。但需要注意的是，未来促进“富裕”的路径不再是过去的发挥先富带动后富的“滴涓效应”，而要落实到大力促进农村和中西部落后地区经济发展和收入提高上，落实到区域经济一体化上。

第四，增加税收是紧缩性财政政策，对刚刚从疫情中恢复但还很脆弱的中国经济将构成沉重打击。更重要地，根据欧美发达国家经验和国内实践，政府再分配并没有在过去四十年中促进中低收入和适龄工作劳动者的收入增长。税收和转移支付等对改善贫富差距发挥作用有限。原因可能是初次分配不平等具有巨大惯性和再分配中富人能够避税。从这个角度看，推进共同富裕，在完善反避税法律体系之外，有必要强调在初次分配中也讲公平，包括要避免人力资本、金融资本和议价能力在初次分配中形成不合理差距。因此，要健全和完善生产要素参与分配的机制。继续调整和优化产业结构，纠正服务业歧视，特别要支持社会需求旺盛、劳动者报酬在生产要素分配中占比较高的产业发展。对相对落后地区和农村，以更加开放的态度推进户籍制度改革和农村城市化改革。继续通过专项开发计划，加大健康、卫生和教育干预，强化基础设施建设和人力资本投资。注意弘扬中国传统勤劳美德和文化力量，防止和消除福利依赖。

第五，对富人持有物质财富征收累进税将减轻财富不平等，其前提是富人的收入获取和财富积累非法和不正当，如利用技术和市场优势阻止竞争，资本无序和盲目扩张等，否则可能增加其他社会风险和扭曲。比如，通过征收财产累进税虽然减轻了物质财富不平等，但其他方面诸如尊重财产权、法治原则和社会秩序可能遭到破坏。从这个角度看，一方面，我国对财富不平等踩急刹车，当务之急是要从生产端增加保障房供给，抑制房地产投机和炒作。另一方面，改善财富分配，与其对富人采取强制征税等激烈措施，不如发展基于自愿性，以募集、捐赠和慈善公益等的“第三次分配”。

来源：南京大学长江产业经济研究院



东京奥运会，一堂“沉没成本”教学课

文/阿庆

8月8日，受新冠肺炎疫情影响延期一年举行的第32届夏季奥运会在日本东京闭幕。将近一个月过去了，虽然目前还没有准确的统计，但毫无疑问，东京奥运会在很多人眼中已经肯定将成为“史上最亏”的奥运会。可如果我们换个角度看东京奥运会，其实是给大家上了一堂生动的经济学普及课程——什么叫“沉没成本”！

“沉没成本”，是指以往发生的，但与当前决策无关的费用。这些已经发生不可收回的支出，包括时间、金钱、精力等。害怕走向没有效益产出的“沉没成本”而不敢投入，在现实中就是选择停止举办东京奥运会；而对“沉没成本”过分眷恋，继续原来的错误，在现实中就是咬牙继续举办东京奥运会。

实际收益远低于预期

东京奥运申办成功后，东京政府于2017年4月份曾发表效果预测，奥运会将提升东京作为国际旅游城市和国国际商务中心的形象，带来直接经济效益12.24万亿日元，2013年至2030年期间，奥运会将带动东京增收20万亿日元，给日本全国带来经济效益超过32万亿日元！据日本观光局统计，在日本政府发展国际旅游政策带动下，访日游客从2015年的1973万人增加到2019年的3188万

人，因此制定了2030年接待6000万国际游客的新目标。如果一切顺利，这本来应该是“安倍经济学”的高光时刻……

然而，现实很骨感。

东京奥组委预估东京奥运会举办成本达154亿美元，是最初预算的2倍，这个数字超越伦敦奥运会成为“史上最贵”的奥运会。东京奥运会计划中的收入来自周边产品销售，其次为门票和观众消费。现实呢？受疫情影响，绝大部分场馆实施无观众比赛，观众上座率仅为3%。投资

1569亿日元新建的可容纳6.8万人的奥运主体育场开幕式当天除各国运动员外入场人员仅950人。原计划销售的363万张观众入场券中359万张将逐一退票,原计划近900亿日元的门票收入最终减至数十亿日元。

按照日本野村综合研究所经济学家木内登英的估算,“无观众”方针将致使东京奥运会的经济效应减少1468亿日元(约合人民币86.33亿元),整体效益将从1.8108万亿日元(约合人民币1063亿元)缩水至1.664万亿日元(约合人民币977亿元)。与此同时,最近一轮新冠肺炎防疫紧急状态,还将带来1万亿日元的经济损失,相当于抵消逾六成的奥运经济效应。

取消是不可能取消的

东京奥运会仅仅一年的延期就耗费了28亿美元。有业内专家分析称,延期举办的经济损失为6408亿日元,约合人民币380亿元,如果取消奥运会预计损失4.5万亿日元,约合人民币2700亿元。取消奥运会还可能会产生更持久的恶劣影响,它可能削弱商业和消费者信心,这两者对于经济复苏至关重要。彭博社经济学家益岛由纪甚至对最坏情况进行了预测:如果取消东京奥运,这将对日本GDP造成1.7个百分点的打击,令日本今年预估的大部分增长化为乌有。

如今的奥运会本身早已超越了单纯的国际体育赛事,日本政府坚持办奥运会,一来贸然取消的确会造成巨大的经济损失;二来办与不办最终的决策权其实都不在主办国手上,美国全国广播公司(NBC)以约120.3亿美元的价格签下了2014年至2032年总共10届奥运会的美国地区的电视转播权合同。这仅仅还是美国这一单一地区的电视转播权能够兑现的价值。另外,奥运会的电视转播权还向欧洲、亚洲、大洋洲、中南美等世界各地出售。根据《纽约时报》的计算,光是通过全球各地的电视转播权销售,国际奥委会便可以收入近40亿美元,而这一数字占到了国际奥委会收入的73%,这还不包括超过数十亿美元的奥运会相关赞助收入。一旦东京奥运会取消,国际奥委会不仅仅会失去这部分收入,甚至还可以遭遇广告商的索赔。谁敢负责?谁能负责?

坚持办,是最明智的选择

除了金钱损失之外,2020东京奥运会如果不能最终顺利举办,对日本的声誉损害也将是无法估量的,这才是

更大的“沉没成本”。

“奥运会是一项展示地球上这个生活方式大国的品牌推广活动。”在日本生活了30多年的投资顾问耶斯佩尔·科尔在接受《纽约时报》采访时表示,“归根结底,不是建设成本能不能收回,而是国家品牌能不能得到提升。”

如今,日本已经经历了长久的经济停滞,也经历过福岛的海啸和核危机,因此这一次的东京奥运会长久以来都被视为是日本重新振作的象征,同时也是又一次日本对外展示其文化形象的重要机会。

日本一直想展示的是:在疫情等挑战重重的境况下,东京组织起了这场奥运会,并且阻止奥运村内出现大规模的群体感染,对许多人而言,已经值得一定程度上的称赞。毕竟日本艰难地在大疫之下举办了一届“安心、安全”的奥运会,而且成功地在奥运精神中添加了一项“更团结”。哪里是钱的事儿。一个国家的实力与优势体现的方式多,政治、军事、经济、文化……日本办奥运会当然想赚钱,但想出的风头不仅仅是钱的事儿。

坚持办,已经是最明智的选择,这个不是面子问题!

东道主,格局要大

奥运会只有一个绝对的赢家,那就是国际奥委会。凭借电视转播、国际赞助、主办国国内赞助、门票收入、许可证收入这五大块,它是稳赚不赔。

能赚钱的东道主真心不多,除了1984年洛杉矶奥运会、2000年悉尼奥运会、2008年北京奥运会,现代奥运会如果单算经济账就没有不亏的!然而,对于所在国经济社会发展的推动乃至国家形象打造的功劳却无人可以否认。奥运会投入的经济成本收不回来不叫亏,办奥运会的目的没达到才叫亏。如果能够借助东京奥运会彻底走出广场协议带来的“失去的20年”阴影,那么只计算东京奥运会赚钱赔钱没有那格局就有点小了。

历史上有东道主国家借助奥运会实现经济腾飞。如伦敦(1948)、罗马(1960)、东京(1964)凭借一次奥运,成功地宣布自己的国家从经济衰落的阴影中摆脱出来,日本也曾因举办第18届奥运会享受到了奥运经济红利。疫情打乱了观众涌入带来的文化输出和消费增值,但是疫情不妨碍搞好日本特色的开幕式进行文化输出,长远角度也多少能够彰显国力和人民精神面貌、提振经济形势和国家影响。奥运会建设总体还是增加了日本GDP,至于奖牌榜第三给日本国民带来的士气提振,也不是某些所谓的大V或者小网红们说没有就没有的。

TO KLY COY

东京奥运会留给品牌 五大方面的营销启示

文/陈天飞

8月8日,东京奥运会伴随着奥运圣火的熄灭在“纠结与欢喜”中终于落下帷幕。作为历史上第一次延期举办的奥运会,这届奥运会注定不平凡。虽然大部分赛事现场无观众,但场内场外依然不缺话题。那么作为四年一届、受到各大品牌关注的体育盛会,今年东京奥运会又给品牌营销带来哪些方面的启示呢?



启示一 流量争夺,愈演愈烈

毫无疑问,作为世界上最具影响力的体育盛事之一,奥运会成为全世界各个国家人民关注的焦点,也因此每一届的奥运会都会受到各大品牌的关注,可谓品牌流量争夺场。东京奥运会虽说受疫情的影响,但品牌流量争夺战并未因此而削弱。

就拿国产品牌来说,在本次东京奥运会上露脸的就有多个品牌,李宁、安踏、红双喜、匹克、特步、粒子狂热等。在运动员们在赛场激烈的争夺时,它们也一次次在观众面前露脸。

根据“体育大生意”制作的《2020年东京奥运会品牌价值榜》显示,在本届奥运会当中,最终有多达151个品牌登上榜单,可见其品牌之间在奥运会场内场外的博弈。但是从这份榜单当中我们也能够看出,虽然耐克和阿迪达斯依然占据前两位,但是中国品牌李宁和安踏已经进入前十,说明中国本土体育品牌的竞争力正在逐步提升,并且越来越受到消费者的认可。未来,品牌在诸如奥运等赛场上的竞争也会愈演愈烈,而随着国货崛起,中国品牌的竞争力也会大步向前。

启示二 场景赋能,快速链接

本届奥运会因为处于疫情的特殊时期,各个国家都为运动员准备了具有特色的口罩等防护用品,中国的口罩是富有传统的红黄配色,走红全国,许多民众也通过电商平台对同款口罩进行采购。但据生产厂家表示,奥运口罩从未在任何渠道进行销售,这也说明目前在售的奥运口罩都不是正品。但奥运场景的赋能,快速将线上与线下链接,实现了转化。

再者,杨倩同款小黄鸭发卡此前是滞销的寻常产品,但杨倩在奥运赛场夺冠后,也迅速带火了这一产品。“杨倩同款发卡热销半天销量上万”的话题迅速在抖音、微博等平台上跻身热搜榜,成为爆款商品。

一名在义乌小商品市场的商户早前在接受记者采访时表示,今年由于疫情影响,奥运会相关商品的国际订单并不算多,但开赛之后,随着中国运动员的优秀表现,带动了不少商品意外走红。奥运场景的有效赋能,让这些看似平常的产品迅速火爆,也从另一个侧面说明,特定场景的价值。

启示三 年轻化热潮,席卷而来

当杨倩夺得东京奥运会上第一枚金牌时,她在领奖台上的比心手势预告着中国年轻一代正式登上奥运赛场;当全红婵五个动作三个满分以打破世界纪录的成绩强势获得十米跳台冠军的时候,我们看到了更年轻一代的责任与潜能;当16岁的曾文蕙在东京滑板赛场第一次亮相,第一次滑行,最终在决赛当中排名第六,创造了中国滑板的奥运历史的时候,我们看到了更年轻一代的韧性与信念……很显然,本届奥运会,中国的00后选手带来了许多的惊喜。

正是因为这些00后运动员的异军突起以及在奥运会上优异的表现,也吸引了更多年轻观众的关注,他们通过自己的方式积极参与到奥运当中,微博、抖音、快手、B站等都成为了他们参与奥运的入口,积极发表自己的感受和看法。

很显然,Z世代已经走到台前。据相关数据显示,当前我国Z世代人口规模约2.64亿,占我国总人口约19%。在互联网行业整体渗透见顶的背景下,年轻人市场是互联网用户流量渗透饱和下的少数结构性流量红利。未来,这一市场的活力也将不断释放。

启示四

内容为王，价值观当道

碎片化的时代之下，如何才能吸引消费者的目光、走进他们的心里？这或许是所有品牌都在问自己的问题，而答案就是内容。在这个人人都在比拼技术、拿来主义的时代，只有那些更走心的内容才能真正打动他们，为他们所认可。

从这一届的奥运会当中我们能够看到，越来越多的品牌也更加注重向消费者传达品牌内容和价值，而不是以往生硬无味、简单的广告语。

比如快手的《决战东京奥力给》，用剪纸造出来的高燃大片，由480张人物画稿和600余件剪纸物料共同完成。此广告短片在奥运会开幕当天上线，以一个乒乓球为起点，捅破万物，一镜到底，最后通过流畅的浮世绘风格画面转化为多个奥运项目羽毛球、射击、排球等，吸引到消费者的关注。

再比如蒙牛的《致要强的你》，蒙牛联合在日同胞，借助中国传统文化和艺术展现中国拼搏的力量。短片通过普通人视角，将生活解说成奥运。宣传通过携手龚俊等七位明星倾情献声，用声音演绎要强精神，用动画和真人互动的形式，将运动和角色相结合，为英雄出征加油呐喊。

当下，越来越多的品牌不只将广告看成一则简单的TVC，而是越来越重视广告的内容，核心是要传达给消费者的价值主张和品牌理念，真正让消费者感同身受，从而让消费者对产品产生好感度。品牌不再单刀直入，而是希望耳濡目染、潜移默化地影响消费者、陪伴消费者。

启示五

无声胜有声，品牌真诚很重要

当下的品牌传播已经不仅仅是品牌本身个体的事情，

通过本届奥运会我们能够看到，越来越多的消费者参与到品牌传播的共创当中，而前提是品牌要足够真诚。

恒源祥这一品牌似乎很久没有听到过它的发声，但是本届奥运会却受到了网友大量的关注，甚至登上了微博热搜，原因在于恒源祥为本届奥运会难民代表团提供了服装赞助。

难民代表团可以说是奥运会当中最没有存在感的群体，但是恒源祥却为他们提供了赞助，向外界传达的是品牌的人文情怀，也给运动员带去了温暖。而作为普通消费者，显然也更加感受到了品牌的温度和真诚，对其好感度加深，许多消费者也自发对其进行传播，品牌声誉也悄然走高。

现代社会，品牌越来越多，也越来越急于求成，真正能够为消费者考虑，循序渐进地建设品牌、创造品牌内容及文化的品牌并不多。因此，那些真诚的品牌显得难能可贵，也会被消费者看见，得到消费者的认可。

结语

从本届奥运会整体上来看，品牌营销并没有那么多哗众取宠的内容和营销方式，这可能是因为这届奥运会处于特殊的一个时期，疫情之下，品牌保持了一定的克制。另一方面，在品牌传播当中，更多走心的创意内容得到放大，有效传达了品牌的精神内核，也与普通消费者进行了有效的连接。这也说明，其实最好的营销就是通过最简单的方式去做营销，品牌通过有效的内容和创意，带着足够真诚的态度，从消费者出发，就一定会让他们感知到。

未来，随着年轻一代消费者的不断崛起，足够真诚的品牌营销也将变得越来越重要。品牌与消费者之间，将心比心，才能彼此信任，品牌才能走得更为长远！

来源：数字营销市场



5.6折降价抛售，南京一老牌商场二度流拍 “边缘商圈”面临无人接盘窘境，如何自救？

文/耿朴凡 徐培琪

位于中央门商圈的老牌商场先锋奥特莱斯，正陷入无人接盘的窘境。

8月初，南京市鼓楼区人民法院首次公开拍卖鼓楼区中央路417号先锋广场101室等97套房产，吸引了近4000次围观，因无人报名出价最终流拍。8月20日10:00至21日10:00，该处房产再次以6263万元的价格在阿里拍卖网上公开拍卖。尽管吸引了4200多次围观，但依旧流拍。

此次拍卖相关负责人邱女士告诉记者，二度流拍后，这栋房产或将用于抵债或变卖，具体以网络公布为准。而老牌商场无人接盘的境遇，令不少人感到唏嘘。

老牌商场亏本抛售

评估报告显示,该拍卖标的由南京同元房地产开发有限公司单独所有,目前租给南京奥特莱斯商业管理有限公司,期限自2019年11月1日至2024年10月31日,租金支付至2021年10月31日。

作为一幢商办综合楼,先锋广场裙楼1-3层为商场,4-17层塔楼为办公用房,地下1-2层为停车场。此次被拍卖的部分正是1-3层,目前出租作为“先锋奥特莱斯广场”。整体布局营业使用,其中第1层主要经营品牌有“江南小镇”“正新鸡排”餐饮,“百丽”“瑞贝卡”“李维斯”“巴拉巴拉”等时尚服饰销售;第2层主要经营品牌有“安踏”“森马”“麦诺伊”“太平鸟”等时尚服饰销售;第3层主要经营品牌有“安踏”“阿迪达斯”“耐克”“乔丹”等运动服饰销售。

被拍卖的房产共计97套,分别位于第1-3层,其中第1层共计53套,建筑面积21.49至144.54平方米不等;第2层共计23套,建筑面积14.19至79.91平方米不等;第3层共计21套,建筑面积13.29至68.61平方米不等。

之所以被拍卖,是由于开发商实现担保物权纠纷一案。阿里拍卖网显示,拍卖标的评估价约为1.1亿元,是目前南京市内标的额最大的房地产司法拍卖。相比第一次7827.7万元的起拍价,第二次起拍价为6263万元,相当于以5.6折降价抛售。参拍需缴纳保证金800万元,加价幅度为2万元。

记者注意到,本次拍卖共吸引4200余次围观,有43人设置提醒,但始终无人报名出价,最终流拍。据拍卖相关负责人邱女士介绍,二度流拍后,这栋房产或将用于抵债或变卖。

曾经辉煌难掩今日落寞

曾经,作为南京商圈“顶流”,先锋奥特莱斯所在的中央门商圈红极一时。

1986年,城北第一座现代化商场——南京商厦开业,随后金桥、玉桥两大批发市场加入,逐渐形成以中央门汽车站为交通枢纽的中央门商圈。凭借临靠火车站和客运站的地理优势,中央门商圈集聚大量人气,迅速崛起,包涵批发、百货、零售等多种业态,与新街口商圈、湖南路商圈并驾齐驱。而地处核心位置的先锋奥特莱斯,曾是老南京人经常“打卡”的商场之一。

在零售商业中,“奥特莱斯”专指由销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心,大品牌、低折扣也吸

引着很多人前往消费。先锋奥特莱斯于2006年左右开业,是南京开店时间较早的奥特莱斯。

然而辉煌并未持续太久。一方面,随着中央门汽车站撤出、全市交通逐渐完善,中央门商圈的交通优势不再;另一方面,南京各地零售商场遍地开花,分走大量客源,而中央门商业业态固态化、低端化,逐渐丧失竞争力,与城中、城南的差距越拉越大。中央门商圈,乃至整个城北商圈,都正面临原地踏步甚至倒退的困境。

一项2019年南京重点商场销售业绩数据显示,业绩前20名中,位列前四的德基广场、新街口中央商场、新百中心、金鹰新街口店皆属于城中商圈,城南、江宁表现亦尚可。相较之下,城北商圈中仅有招商花园燕子矶店勉强以3亿元营收挤上第19名,中央门商圈范围内的各家商场更是寂寂无名。以先锋奥特莱斯为例,从2006年初创刊时的人声鼎沸,到如今“门前冷落鞍马稀”,前后不过十数年。

“边缘商圈”的艰难自救

中央门商圈也曾努力过。

从小市建立电建泛悦城市广场、花样年喜年中心,到五塘的绿地缤纷广场等,几记大牌砸下来,却不曾见水花。除此以外,玉桥商业广场近些年来陆续引进海底捞、瑞幸咖啡、泸溪河等网红餐饮品牌,以摆脱“批发市场”的标签。去年,金桥市场开展直播带货培训,试图开拓电商领域,争取到更多客源。中央门立交桥也进行大型重新修缮,为中央门商圈打造更佳环境。只是目前来看,不论是推出新商场,还是改造老商场、修缮道路,中央门商圈都没能挽留不断流失的客流。

在中央门商圈艰难自救时,城北其他区域也在努力尝试,试图振兴城北商圈经济。然而,无论迈皋桥的万谷慧生活广场、常发广场,还是下关(现在多称鼓楼滨江商务区)的大观天地、世贸52+mini,都没能达到一开始的期望值。

城北尚在做更多的尝试,目前发展主力集中在燕子矶和新玄武两处。目前,燕子矶招商花园城已经开业三年,如今日均客流2万人次,月销售额近3000万元。另一处主力板块——新玄武也谋划出规模宏大的商业版图,体量巨大。

从燕子矶到新玄武,城北期待打造出第二个“中央门商圈”。然而,随着先锋奥特莱斯二度流拍,未来中央门商圈命运何去何从,是重新崛起再现辉煌,还是成为“时代的眼泪”,我们拭目以待。



中国江苏人才创新创业大赛设榜 10亿元征集60个项目的“解题高手”

文/黄红芳

由江苏省人才办和省人社厅联合举办的第九届中国江苏人才创新创业大赛总决赛将在11月中下旬举行。此次大赛首次设立揭榜领题赛项目。8月29日,大赛组委会向全球发布60个“揭榜领题”赛项目,项目涉及资金总投入逾10亿元,诚邀海内外英才“揭榜挂帅”。

中国江苏人才创新创业大赛以“聚天下英才，谱江苏新篇”为主题，是江苏目前规模最大、规格最高的双创赛事。揭榜赛项目征集主要围绕江苏13个先进制造业产业集群和30条优势产业链展开，覆盖新材料、高端装备制造、节能环保、新一代信息技术、生物技术和新医药、新能源和能源互联网、高端软件和信息服务业、新能源汽车及现代农业等9大高精尖产业领域。其中，道尔道科技有限公司、江苏长风海洋装备制造有限公司等高端装备制造企业提出了14个需求；无锡英特派金属制品有限公司、聚合微孔（常州）新材料科技有限公司等新材料公司提出13个需求；无锡西玖环保科技有限公司、常州厚德再生资源科技有限公司等节能环保企业提出10个需求。此外，还有来自新一代信息技术、生物技术和新医药、新能源和能源互联网、高端软件和信息服务业、新能源汽车、现代农业等产业领域的23个需求。

60个发榜项目有52个来自企业、8个来自事业单位。既有江苏沙钢集团等世界500强企业，也有江苏奥力威传感高科股份有限公司、新松机器人（南通）有限公司等省委省政府重点关注项目、“G42+”重点民营企业。发榜事业单位则包括了材料科学姑苏实验室等重量级省级实验室和科研院所。

在60个项目中，亿元以上投入项目3个，千万元以上投入项目20个，百万元以上投入项目33个。这些单位聚焦自身“卡脖子”技术和行业空白技术提出项目需求，其中属于卡脖子技术的项目占比近四成。常州纵慧芯光半导体科技有限公司提出的“50G PAM4 高速光通信 VCSEL 芯片研发”卡脖子项目，就是希望打破目前国内各家光模块公司使用的光电芯片大部分被欧美大公司垄断的现状。

江苏集萃碳纤维及复合材料应用技术研究院有限公司提出的“风力发电系统复合材料结构件回收再利用”项

目属于填补国内空白技术的项目。项目通过对风力发电系统的复合材料回收进行针对性研究，希望从部件拆解、分类、回收、二次原料制备销售等诸多环节进行开发，并形成专用设备。此外，揭榜赛项目还有一些自主可控技术项目和前沿颠覆性技术项目。

为吸引海内外英才，项目单位也是显示了满满的诚意。有46个项目设置了揭榜成功奖励，奖励总金额超3000万元。其中，锐志微创医疗科技（常州）有限公司为500万元，江苏嘉和热系统股份有限公司为300万元。还有一些企业愿意以技术入股、技术转让的方式吸引人才或团队揭榜。此外，本次揭榜赛对获得一、二、三等奖的选手，除了与发榜单位签订协议、领取悬赏奖励外，还将分别获得10万元、5万元、2万元奖励。

在项目合作方式上，发榜单位提出了技术转让、技术入股、联合开发、授权委托、委托专家团队长期技术服务和共建新的研发生产实体等多种合作方式，有15个项目需求提出了两种以上项目合作方式。

“创新不问出身，英雄不论出处”，江苏省人社厅副厅长朱从明表示，通过对一些卡脖子的重大科技项目实行“揭榜领题”，打破人才机制上的条条框框，打破传统科研任务组织方式的路径依赖，以更加开放的姿态不拘一格用人才。在以竞赛形式筛选优秀人才的“评价导向”基础上，凸显以解决核心技术难题为目标的“需求导向”和“问题导向”，推动实现从“评人”向“破题”的转变。

揭榜赛项目详细目录将在江苏人才信息港平台(<https://www.jsrccxg.com>)张榜发布。有意向的人才及团队可在指定时间前向大赛组委会提出申报及书面解决方案。大赛组委会将对项目需求和解决方案进行综合评审，遴选10个项目共30名选手（每个项目不超过5名选手）参加揭榜赛总决赛，通过现场挑战的方式角逐出获奖选手。

小微企业符合相关条件 这些费可以免征

近年来,党中央、国务院高度重视小微企业、个体工商户发展,出台了一系列税费支持政策,持续加大减税降费力度。为便利小微企业和个体工商户及时了解适用税费优惠政策,国家税务总局针对小微企业和个体工商户的税费优惠政策进行了梳理。符合条件的企业暂免征收残疾人就业保障金、符合条件的缴纳义务人免征有关政府性基金和符合条件的增值税小规模纳税人免征文化事业建设费。

符合条件的企业 暂免征收残疾人就业保障金

【享受主体】

符合条件的企业

【优惠内容】

自2020年1月1日至2022年12月31日,在职职工人数在30人(含)以下的企业,暂免征收残疾人就业保障金。

【享受条件】

企业在职职工总数在30人(含)以下。

【政策依据】

《财政部关于调整残疾人就业保障金征收政策的公告》(2019年第98号)第四条

符合条件的缴纳义务人 免征有关政府性基金

【享受主体】

符合条件的缴纳义务人

【优惠内容】

免征教育费附加、地方教育附加、水利建设基金。

【享受条件】

按月纳税的月销售额不超过10万元,以及按季度纳税的季度销售额不超过30万元的缴纳义务人免征教育费附

加、地方教育附加、水利建设基金。

【政策依据】

《财政部 国家税务总局关于扩大有关政府性基金免征范围的通知》(财税[2016]12号)

符合条件的增值税小规模纳税人 免征文化事业建设费

【享受主体】

符合条件的增值税小规模纳税人

【优惠内容】

增值税小规模纳税人中月销售额不超过2万元(按季纳税6万元)的企业和非企业性单位提供的应税服务,免征文化事业建设费。

【享受条件】

月销售额不超过2万元(按季纳税6万元)的增值税小规模纳税人,免征文化事业建设费。

【政策依据】

《财政部 国家税务总局关于营业税改征增值税试点有关文化事业建设费政策及征收管理问题的通知》(财税[2016]25号)

摘自《小微企业、个体工商户税费优惠政策指引汇编》

来源:国家税务总局



日本

资讯速递

2021年8月

1、日本总人口减少48万 外国人7年来首降 日本总务省8月4日发布的基于居民基本登记册的人口动态调查结果显示,截至今年1月1日,包括外国人在内的日本总人口为126654244人,较上年减少483789人(0.38%)。包括外国人在内的统计自2013年以来,一年间的减少数和减少率均创历史新高

高。不仅是日本人减少,新冠肺炎疫情导致入境者大减,外籍居民7年来首次下降也成为主要原因。

2、疫情下日本个人消费萎靡 经济复苏恐推迟 受新冠肺炎疫情蔓延影响,日本二季度(4至6月)经济持续低迷。日本内阁府8月16日公布的国内生产总值(GDP)初值显示,剔除物价变动因素后的实际GDP换算成年率仅增长1.3%。核心的个人消费萎靡,熟悉日本经济的经济学家普遍认为,经济全面复苏将推迟至四季度以后。

3、日本7月出口额同比增长37.0% 日本财务省8月18日公布的贸易统计初值显示,7月的出口额为7.3564万亿日元(约合人民币4400亿元),较上年同期增加37.0%,连续5个月保持增长。面向中国的半导体生产设备、半导体电子零部件大幅增长18.9%至1.5807万亿日元。半导体在5G移动通信系统等的利用增加,此外由于远程办公的普及,电脑用半导体也表现抢眼,全球呈现供应短缺。

4、日本上半年农产品出口额首次突破5000亿日元 日本农林水产省8月3日公布的2021年上半年(1~6月)农林水产品和食品的出口额较上年同期增长30.8%,为5407亿日元(约合人民币320亿元),创新高。若包括单个品种20万日元以下的小额货物在内,总额则增长31.6%至5773亿日元。这是上半年首次突破5000亿日元,全年出口额有望首次突破1万亿日元。

5、7月访日外国旅客超5万人 奥运相关入境激

增 日本观光厅8月18日发布的估算数据显示,7月访日外国旅客数是上年同期的13.5倍,达51100人。这是自去年12月以来首次超过5万人。东京奥运相关入境者增加推升了总数。另一方面,4~6月日本人的国内旅行消费额(初值)较新冠肺炎疫情流行前的2019年同期减少了69.8%,为1.8091万亿日元(约合人民币1068亿元)。

6、美国虚拟货币巨头 Coinbase 启动日本市场交易 比特币等加密资产(虚拟货币)交易中介商、美国巨头 Coinbase Global 的日本法人8月19日发布消息称,已参与日本国内市场并启动交易,除比特币外,还应对以太坊等有代表性的虚拟货币。该公司不仅开展交易中介,还根据顾客订单提供虚拟货币以及套现服务。只要有三菱日联银行的账户,就可通过网银操作钱款进出。

7、日航本财年一季度净亏579亿日元 同比缩窄 日本航空公司8月3日公布的2021财年第一季度(4至6月)合并财报显示,净利润为亏损579亿日元(约合人民币34亿元)。新冠肺炎疫情下的往来限制等持续,日航连续两年第一季度呈现净亏。不过,尽早停用飞机和削减工资等合理化措施发挥积极作用,日航净亏额较上年同期的937亿日元有所缩窄。

8、SkyDrive 携手 JAXA 加快研发空中飞行汽车 研发“空中飞行汽车”的日本企业“SkyDrive”(东京)8月12日消息称,与宇宙航空研究开发机构(JAXA)合作启动了机体空气动力特性研究。该公

司面向2025年大阪-关西世博会力争实现成果转化,将运用JAXA的技术加快研发。围绕空中飞行汽车的研发,teTra aviation(东京)、美国Joby Aviation、德国Volocopter等参与其中,国际竞争趋于激烈。

9、日本拟规定建筑物必须设置太阳能发电设备 日本政府的专家研讨会8月10日大致批准了旨在建筑物去碳化的方针草案,规定新建住宅、小规模楼宇也从2025年度起必须符合节能标准。草案写道,力争2030年达到新建独栋住宅的六成设置太阳能发电设备,“作为选项之一将讨论”未来规定必须设置。政府计划向明年的例行国会提交相关法律修正案。

10、日本7月啤酒销量与上年持平 奥运助力家庭需求 日本四大啤酒商8月发布的7月啤酒类销量与上年几乎持平。新冠肺炎疫情急速蔓延和政府发布紧急事态宣言导致商用低迷,但酷暑的到来推动了销量,东京奥运会观赛时在家饮酒需求的扩大带动罐装啤酒畅销。包括发泡酒、第三类啤酒在内的销售额方面,朝日啤酒较去年同期减少1%,受暂停提供酒类影响,面向餐饮店的销售低迷。

11、本田高档跑车“NSX”将在明年底停产 本田公司8月3日发布消息称,2022年12月将停产高档跑车“NSX”。现有车型是2016年发售的第二代,在首代车型停产约10年后作为混合动力车(HV)重返市场,但本田把经营资源集中于电动汽车(EV)研发,对商品结构进行调整。



韩国

资讯速递 2021年8月

1.8月,韩国斗山工程机械公司将以3050亿韩元(约合人民币17亿元)的价格收购由金融机构(FI)持有的其中国当地法人——斗山工程机械(中国)有限公司(简称DICC)的20%股份。由此,双方围绕DICC长达六年的诉讼即将告终。FI于2011年以3800亿韩元的价格收购了DICC20%的股份,条件是DICC进行首次公开募股(IPO)。但受当地建设业不景气等因素影响,公开募股未能实

现,通过行使随售权(第一大股东出售其股权时第二大股东有权以相同价格出售其股权)出售其股权的计划也随之告吹。此后,FI为了回收投资款提起诉讼,斗山工程机械在2017年的一审判决中胜诉,FI在2018年的二审中胜诉。韩国大法院今年1月裁定将此案发回重审以来,双方不断就此展开协商。据悉,FI方面将在交易结束后立即撤销诉讼。

2.据悉,韩国房地产市场的外籍购房者中中国人居多,连续第九年成韩国最大的外国房地产买家。业界相关人士表示:“虽然海外买家的占比不到总数的1%,但正在稳步增长。”8月17日,根据韩国房地产信息平台Zigbang的数据显示,今年1-7月,韩国房市的买家数量达137.4521万人,其中有9464名外籍人士,占比为0.69%。按国籍来看,中国人连续九年成为韩国房产最大海外买家,其占比从2013年的36.48%跃升至2017年的60%-70%。今年,中国买家占外籍购房者数量的62.50%,美国和加拿大买家的占比分别为16.66%和5.06%。Zigbang相关人士指出:“目前外国人购房相对容易,存在反向歧视的争议,相关法律法规有待完善。”

3.8月,新罗免税店与海南旅投免税品有限公司签署了战略合作协议。双方计划设立合资公司,共同开展采购货源、开拓市场、交流人才、研发商品等全方位经营合作。海南旅投免税品有限公司是海南旅游投资发展有限公司去年设立的全资子公司,营业面积达9.5万平方米,经营500多个品牌,门店临近海南必去景点之一——天涯海角。

4.8月,韩国药企保宁制药将向中国医药集团提供价值8714万美元的洁维乐(磷酸铝凝胶)产品,进一步扩大公司产品的在华流通渠道。该药品在韩英文名称为 Gelfos Suspension,以吸附性佳的凝胶剂状碱性物质中和缓冲过度分泌的胃酸,缓解腹痛和胀气等症状。1975年最早在韩上市,1992年作为韩国普通医药品首次进入中国市场,2004年在华销售额首破100亿韩元(约合人民币5519万元),2014年首破500亿韩元大关。

5.韩国GS集团将与中国康桥资本拟组财团收购韩国最大肉毒素制造商 Hugel Inc.,由此进军生物医药产业,并打造增长新引擎。由GS集团牵头的财团正与美国私募股权公司贝恩资本就收购韩国生物制药公司 Hugel 进行协商,目前谈判处于最后阶段。双方计划签订股份购买协议(SPA),贝恩资本聘请美银美林处理出售事宜。据悉,收购价格约为2万亿韩元(约合人民币112.2亿元),其中有10%至20%的资金由GS控股投入。Hugel成立于2001年,是韩国最大的肉毒素生产商,占据市场50%的份额,去年营业利润和销售额分别为780亿韩元和2110亿韩元。该公司旗下产品已进军27个海外市场,包括日本、越南和中国台湾等地,并于去年获准在中国大陆上市。

6.韩国雷诺三星汽车将与中国吉利汽车集团和瑞典沃尔沃汽车的合资品牌领克汽车共同开发环保汽车。8月,雷诺集团宣布将与吉利控股成立合资

公司携手研发混合动力汽车,并在中国推出。雷诺拟通过与吉利的长期合作,瞄准韩中两国的新能源汽车市场,且将进军东南亚和其他亚洲地区。雷诺曾与中国东风汽车组建合资公司,但由于销量低迷,去年宣布解散。

7.韩国芯片厂商SK海力士(SK Hynix)拟将英特尔NAND闪存业务作为一个独立公司运营,并计划在美国和中国设立新公司。美国公司将由英特尔副总裁罗伯特·克鲁克(Robert Crooke)带领。去年10月,SK海力士宣布以90亿美元(约合人民币581.62亿元)收购英特尔的NAND闪存及SSD(固态硬盘)业务,已获得美国和韩国等7个国家的批准,目前该交易只待中国政府审批。一旦获批,SK海力士计划在华也设立一家新公司。业界预计,该公司将落户大连,也就是英特尔的NAND工厂所在地。

8.据韩国贸易统计振兴院发布的《主要露营用品进出口动向》,疫情下韩国露营用品进出口创历史新高。具体来看,韩国去年露营用品的进出口总额为3.99亿美元,较2019年增长40%,创历史新高。今年前6个月进出口达到2.93亿美元,超过2019年全年总额,预计今年全年还将继续刷新纪录。与疫情暴发前的2019年上半年相比,出口和进口分别增长75.1%和136.2%。上半年露营用品贸易收支逆差达到9000万美元,2019年以来贸易逆差不断扩大。露营用品主要销往美国、日本,进口来自中国、越南、美国的比重较大。



西班牙

资讯速递

2021年8月

1、西班牙获 90 亿欧元欧盟经济复苏资金

8月,欧盟财政部长最终批准包括西班牙在内的12个成员国的复苏、投资计划。据悉,若一切顺利,首批90亿欧元欧盟资金预计将在夏季结束前提前“到账”,今年一年则预计收到约190亿欧元的资金。而为保持复苏基金供应不中断,西班牙劳动力市场、税收改革和养老金改革仍是其复苏计划的三个关键点。

2、西班牙经济部长:预计明年西班牙经济增长获最大增速

8月3日,西班牙经济部长纳迪亚·卡尔维诺表示,尽管受新冠病毒大流行影响,预期2020年西班牙经济将创纪录地下降近11%,但明年西班牙经济增长水平将录得发达国家当中的最大增速。预计2021年和2022年西班牙国内生产总值将分别增长

6.5%和7%。

3、现金交易超 1000 欧元将被问责

8月,西班牙法律发生变更,所有现金等于或大于1000欧元的消费都不可再通过现金交易,必须使用转账或信用卡。在西班牙境内,如果被发发现金支付超过1000欧元,用户需根据所支付的金额,再支付25%的罚款。不仅买家需要缴纳罚款,收款方也将会被财政部问责。

4、政府计划推出企业成长法案

8月,西班牙政府计划推出“创造和成长”(Crea y Crece)法案草案,以促进企业的创建和成长,该法案将允许以一欧元快速和远程方式成立公司。以期通过便捷的成立方式、较低的创立门槛,促进各方积极创立企业,拉动经济发展。

5、燃油价格恢复上涨

8月,西班牙燃油价格恢复上涨,并在8月的第一周攀升至年度新高。使得汽车邮箱的加注费用比2020年同期高出21.8%。对此,消费者和用户组织(OCU)在一份声明中谴责说,能源价格的上涨也开始影响到食品的生产运输,燃油价格上涨的影响因子更是显著。目前来看,这种上涨已经影响到西班牙人的购物篮。

6、西班牙电价持续走高

8月底,西班牙热浪滚滚,南部安达卢西亚地区最高气温达到47摄氏度。居民用电量激增同时,电价持续飙升。西班牙消费者权益团体FACUA发布声明称,“各种信息显示今年8月将迎来史上最昂贵的电费账单。”FACUA预计,西班牙家庭8月平均电费支出将达到92欧元(约合699人民币),比去年8月增加44%。根据消费者和用户组织(OCU)数据,与去年同期相比,消费者的平均电费增加25%。

德国

生产商出售信息一览 2021年8月

1. 德国家具及室内装修生产商出售

8月,德国一家家具生产商出售,该生产商专注于客户的个性化需求,为酒店、餐厅、商业办公室以及私人住宅提供高品质的室内装修。此外,其还注重高品质的材料和卓越的生产工艺,为客户提供从整体设计到施工再到完成装修的整体解决方案。家具材料以木材为主,辅以金属、石材以及玻璃制品。

这家生产商拥有非常丰富的业绩证明,其中不乏为国际知名酒店品牌以及当地知名公共建筑或办公场所提供家具以及整体装修方案。

2. 德国高端弹簧制造商出售

一家总部位于德国的弹簧生产商出售,这家生产商致力于为汽车行业以及农业机械行业提供高品质的弹簧及其组件产品。

在汽车行业,该公司主要为汽车座椅、底盘,以及制动系统提供时钟弹簧和扭杆弹簧等产品,且该公司是Tier 1:一级供应商。

在农业机械行业,这家公司主要为收割机等机械产品提供弹簧,主要市场在欧洲。

3. 德国天然营养品生产商出售

出售公司是德国一家在膳食补充剂和营养品的研发、制造和销售领域具有多年经验的质量一流的制造商。公司从大自然的原材料中提取天然物质,开发和生产具有胶囊、片剂、粉剂以及液体形式的营养补品。

值得注意的是,该公司的专业团队包括食品技术专家、微生物学家、生物学家、生物技术专家和营养师等,并且与上千名医生、科研人员以及大学和研究机构进行合作,将最前沿最具创新性的食品研究用于其产品和配方的开发。其中,该公司产品主要包括天然食品补充剂如乳果糖、乳酸菌、维生素、膳食纤维、微量元素补剂、辅酶、蛋白质、脂肪酸等。可以针对人们

的消化系统、免疫系统、神经系统以及关节骨骼等方面提供必要的营养。

4. 德国营养保健品牌生产商出售

此外,德国一家生产营养保健产品,且具有自己品牌的制造商出售。

该公司致力于打造全方位的营养保健概念,让人们拥有更健康的体魄、更有活力的精神,以及更美丽的外表。产品按照最高质量标准在德国制造,并且请世界顶级的独立实验室和机构进行多级质量监控。

该公司主要的产品包括调理身体营养所需的维生素、氨基酸以及辅酶胶囊、钙片、玛卡、鱼油胶囊及皮肤美容产品,还包括适合健身人士作为营养保健补剂的支链氨基酸、左旋肉碱以及含镁铁天然元素的胶囊产品等。

据了解,这家公司的产品已经销往全世界,并且被越来越多的人所认可。

5. 德国工业气体设备制造商出售

德国有一家工业气体设备制造商,用其生产的设备可以制造出工业用途的气体,比如氧气和氮气。目前,该公司处于待出售状态。

据悉,该公司在该领域深耕多年,积累了大量的技术和经验,也可以按照客户的要求提供定制化的服务以及产品设计。且该公司的产品涉及多个行业应用,从水产养殖、航海航运,到食品饮料、水处理、制药、油气行业以及野外作业、采矿及加工等。公司的产品已经遍销全球,在多个国家均设有代表处。

6. 德国汽车精密零部件制造商出售

待出售公司是一家德国汽车行业精密零部件的一级供应商,拥有近百年的开发和生产经验,主要为传统汽车以及电动汽车提供用于变速箱、发动机和动力总成系统的关键精密零部件的生产,以及紧固件的设计、开发和生产。

产品主要包括用于变速箱、发动机的齿轮、凸轮轴;用于动力总成的万向节,以及如螺母等紧固件产品。公司的产品不仅使用在乘用车上,在商用车上的应用也十分广泛。该公司的业务遍及全球,在欧洲和美洲都设有工厂。

信息来源:DCBC 德中商务服务中心(ID:DCBC-Germany)

飞行在 雅鲁藏布 大峡谷

文/丁康权

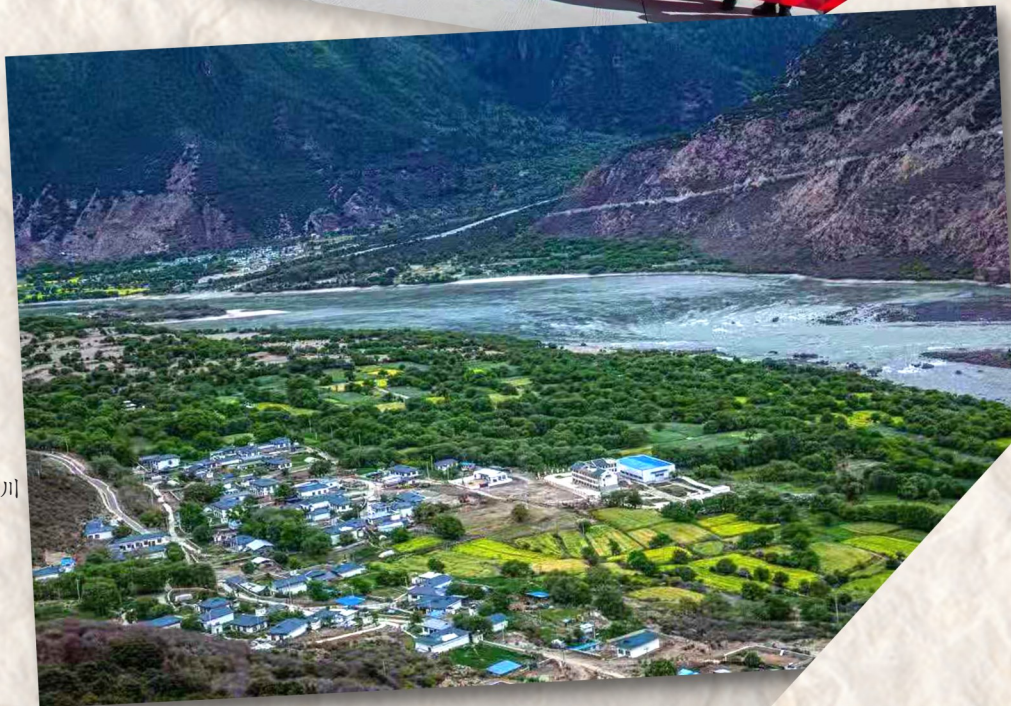
(无锡市如东商会会长)

(一)

我用卑微的生命
敬畏地拍摄下山川湖海
俯瞰西藏雪域高原的冰峰
飞行在隐世的峡谷/村庄/湖泊/山川
穿过真正的雅鲁藏布大峡谷
仿佛脑海里
始终拥有“一措再措”的花花羊湖
女子在岗巴拉山口的那朵白云旁
轻曼地飞过来
幽蓝蓝里衍生着绵羊的白
一圈又一圈地向我走来
大峡谷上面是白羊朵朵在浮动
大峡谷下面是绿油油的水在流淌
拐一个大弯
又奔向羊卓雍措的最远处

(二)

经过大自然亿万年的精雕细琢
1994年中国科学家首次确认
“世界第一”雅鲁藏布大峡谷
它行走于山间



与黄河大峡谷/长江三峡/怒江峡谷/齐名
在西部山区里
时而勇猛刚烈
时而峡谷柔情
我时常想起美国的科罗拉多大峡谷
恒古而苍凉
而我飞行的雅鲁藏布大峡谷
宏伟而壮丽
我体验着大峡谷
险峰/沟谷/峭壁/洞穴/急流/缓滩/密林
带来的刺激和神奇
我回眸着大峡谷

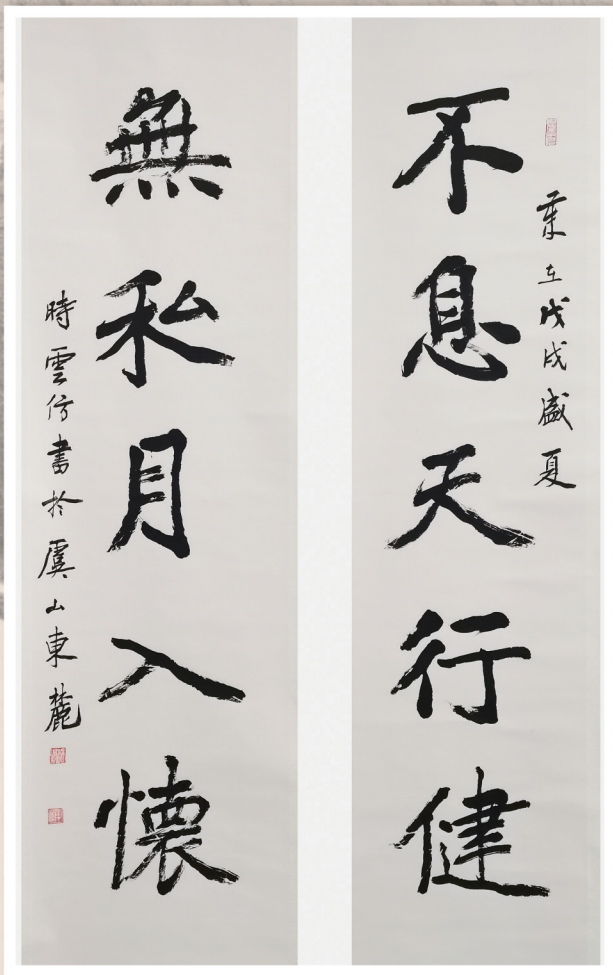


雪山/岭脊/孤峰/奇石
带来的日出云海的佛光
巍峨万象
奇伟壮哉
如同一首首喷涌的藏歌
穿过大峡谷历史的尘埃
穿过两亿八千万年前的青藏高原的汪洋
全长505公里的雅鲁藏布大峡谷
比美国的科罗拉多大峡谷还要长65公里
比秘鲁的科尔卡大峡谷还要深2809米
雅鲁藏布大峡谷/南迦巴瓦峰/巴东瀑布
摘得“名山名峡名瀑”三项世界第一的金牌
集高/壮/深/润/幽/长/险/奇/秀/于一身

(三)

我翻开“鸡字形”的版图
用放大的显微镜
透视了
喜马拉雅山有座谜河
是密林中的人间绝域

对大自然神奇造化的崇敬
是我一生的信仰与膜拜
对全世界大峡谷成因奥秘的探寻
是我一生的追求与敬畏
据说有一位叫关志华的中国水资源专家
大胆猜想
在雅鲁藏布大峡谷
构建世界超级大电站的宏伟奇想
超越“三峡”的三倍
青藏高原能源短缺的瓶颈
被融化了
藏水可以北调了
让印度洋的暖湿气流打开
喜马拉雅山洞
让雅鲁藏布大峡谷的水汽通道
去滋润干渴的大西北
将雅鲁藏布江/怒江/澜沧江/金沙江
清澈的峡谷水
北调大黄河北调大西北
这是蓝图
也是我写诗的梦想



时云仿

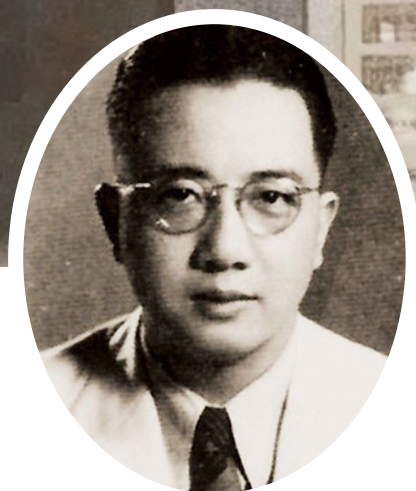
1963年生于常熟，受业于言恭达先生，现为江苏省书法家协会会员，常熟市政协委员，民进常熟市委书画支部主委，常熟开明画院执行院长。书画作品多次入选国家级展览并在全国各类书画竞赛中屡次获奖。



魂飛萬里盼歸來
 此水比山此世
 百姓誰不
 夢好官把淚
 集桐成雨生
 芝沙正死
 它沙
 正父走生死
 係暮雪朝
 霜毋改
 英雄氣
 依然月明如
 管思君夜
 肝膽長如
 洗路
 漫其修
 諒矣兩袖
 清風來去
 為官一
 任造福子
 緣了平生
 顏綠我
 涓滴會
 它
 子頃澄碧
 習正子
 主席詞
 時
 曹竹
 鼓書

恨臥新
 暮白趁
 交白門
 寥落
 竟多
 遠紅樓
 隔雨相
 聖冷珠
 箔颼燈
 獨白
 歸遠
 路癭悲
 昏晚
 殘宵
 獸得
 夢依
 稀玉
 璫緘
 札何
 奇
 達萬里
 要關一
 鴈飛
 李商
 隱春
 雨

時雲竹書



历经千险三本账 红心向党润中华

1938年，一家名为“联合行”的不起眼的小商号在香港干诺道创立，注册资金为两万美元。那是抗日战争最艰苦的时期，这家联合行接受中国共产党指导，体量虽小，担子却不轻。其主要任务有三：一、汇兑工作，将世界各地捐款兑换成国币，送到延安；二、接收、转运慰劳品；采购前线战士需要的西药、无线电器材、交通器材等；三、负责接待许多到香港看病和养伤的人，其中包括共产国际的代表。另外，多位外国的医生、记者，上千名华侨青年等都取道香港，在联和行的护送下前往延安。

1948年，联合行改名“华润”，取中华的华、毛润之的润，蕴含“中华大地，雨露滋润”之意。历经80多年风雨，华润从小小的联合行，成长为商业巨轮：多元控股、万亿身家，商业版图遍及零售、电力、地产、医疗等多领域。在华润迈向100年的路途上，我们透过创始人秦邦礼的三个化名、三本账，剖析这家红色央企的“前世今生”。

巧用“三化名”

从抗日战争、解放战争，到新中国成立初期、抗美援朝，再到改革开放。不管哪个历史环境下，华润在中国经济发展历史中始终占有一席之地。

而说到华润，必离不开一个人——华润最初的掌门人、无锡籍地下党员秦邦礼。秦邦礼1908年出生于无锡，14岁起在钱庄做学徒，先后为中国共产党做过许多后勤支持工作。1931年冬，秦邦礼正式加入中国共产党。

1935年初遵义会议后，由于上海地下组织遭受迫害，中央指示：直接去莫斯科向共产国际汇报会议情况。据公开资料，去往莫斯科进行汇报的人中，有一个叫“方一生”的年轻人，始终不知其真实身份。直到2004年，作家吴学先在外贸部档案馆考证2000多份卷宗后方确认，这正是秦邦礼在苏联学习期间的化名。

除了“方一生”，为方便开展革命事业，秦邦礼一生中曾用过许多化名。

1937年，抗日战争全面爆发。1938年，中国共产党在香港设立八路军办事处，以香港为据点，凝聚全球华人力量。秦邦礼临危受命，化名“杨廉安”，于1938年夏天抵达香港，开办联合行，与香港八路军办事处的办公地点仅相距几百米。值得一提的是，在秦邦礼老家无锡的方言中，“廉安”正是“联合”的谐音。公司的名字与个人名字相关联，更像一家私人公司，利于隐蔽，该名经过中央有关部门和中共中央长江局的批准后开始使用。

抗战胜利后，蒋介石拒绝和谈。1946年秋，周恩来致电香港，请杨廉安等人到上海汇报工作。此时，杨廉安化名“杨琳”，经营着多家店铺，在港、粤等地经营桐油出口和百货进口业务。“把鸡蛋放到多个篮子里”，是杨琳在战争年代一直坚持的经营之道。按照周恩来指示，杨琳回到香港，在“联合行”基础上成立“联合进出口公司”。1948年，联合进出口公司进行改组扩张，更名为华润公司。

自此，华润扎根香港，初具雏形。

守护“三本账”

作为中国共产党的优秀党员，坚定的无产阶级信仰和革命的忘我精神，始终支撑着秦邦礼的革命道路。作为香港联合行的灵魂人物，秦邦礼对经济发展极具前瞻性的布

局，离不开“生意账”“红色账”“廉洁账”这三本账。这三本账，也构成了他独特的革命经历。

14岁时，秦邦礼便在无锡北塘的复元钱庄当学徒。后来去往上海一家店铺工作，养成其对数字的敏感性。1931年，秦邦礼被推荐给中央特科新的负责人陈云，负责为党筹措经费、保障后勤。在这段经历中，秦邦礼首先用陈云交给他的两根金条在上海开了一家米店，将无锡大米运到上海销售。米店盈利后，又开了一家家具木器店，这家店铺专门用来布置机关，家具是特制的，有夹层，供共产党人会议使用。后又开设糖坊、南货店、文具烟纸店，一方面作为联络站；另一方面出面打保单，营救被捕但没有暴露的党员。这段经历为秦邦礼打磨出色的业务能力，造就了他人生中的第一本“账”——“生意账”。

1931年，秦邦礼正式加入中国共产党，开始了他人生中的第二本“账”——党的“红色账”。1938年，他遵照党组织的指示，在香港创办了商贸公司“联和行”。从1944年到1945年，短短一年时间里，秦邦礼通过“联和行”为党组织采购了价值一千多万法币的物资。此外，彼时香港八路军办事处代表中国共产党，在宋庆龄、何香凝的动员下，在香港以及全球范围内展开大规模的抗日募捐活动。华侨的捐款大部分由香港大英银行代收，皆存入联和行的账号。募集到的物资则由联和行安排，送至武汉、重庆八路军办事处，再分批运往抗日前线。秦邦礼的这本“红色账”，为中国共产党抗日工作提供了可靠的后备力量，为抗战胜利和民族解放战争作出了重大贡献。

在多年从事党的经营活动的过程中，秦邦礼的红色账本，每一笔进出都条理清晰、分毫不差，因为在他心中，还有着第三本“账”——“廉洁账”。1942年春天，由于叛徒的出卖，广东的地下党组织遭受到了严重的破坏，为了向党中央汇报南方地下党的损失情况和转移经费，秦邦礼把钱都绑在身上，装扮成一个和尚，一路化缘历尽艰险赶往重庆，在红岩村，衣衫褴褛、疲惫不堪的秦邦礼将钱解下，交到了周恩来的手上，分毫不差。

正所谓“历尽千险三本账、红心向党润中华”。秦邦礼的三个化名、三本账，联合行的“前世今生”，都是中国共产党、中国共产党人百年来艰苦奋斗的小小缩影。华润集团始终坚持将总部留在香港，或许在1938年的“联合行”开始，便赋予它抹不去的红色基因。

综合整理

奇点8月新书推荐 | 认识商业社会,从这里开始

里山资本主义

作者: [日] 藻谷浩介
[日] NHK 广岛采访组
出版社: 人民文学出版社
译者: 朱惠雯

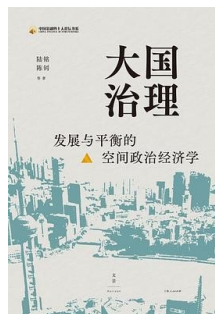
日本人隐隐感到金钱资本主义已经走到了极限。研究地域经济振兴的专家藻谷浩介通过走访3000余个村庄和几十个海外国家,提出一种振兴乡村和地方经济的战略,希望能够消除不安和不满,提供新的富足生活,这就是改变生存方式的“里山”生活方式和“里山资本主义”。“里山资本主义”不是让人们放弃便利的城市生活,都搬去乡村过日子,而是提供一种新的视野和生活方式的可能性,让读者从不同的角度审视自己的生活和未来。



大国治理

作者: 陆铭/陈钊/等
出版社: 上海人民出版社

大国治理,核心是城乡间和区域间关系,本质是资源的空配置,在这个意义上,大国治理的终极目标是实现城乡间和区域间发展与平衡的共赢,这天然是一个空间政治经济学问题。在中国这样一个转型和发展中的大国,必须要将结合中国体制的政治经济学分析融入城乡和区域发展的研究中去,而城乡和区域的发展又是深刻理解中国经济的必需。



逛动物园是件正经事

作者: 花蚀
出版社: 商务印书馆

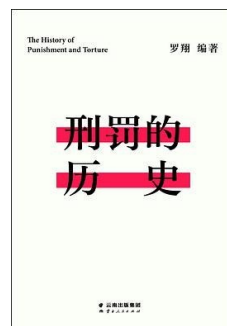
为什么要逛动物园?许多人会这么问道,或许通过网络资源和纪录片,我们能够毫不费力地知道一种动物长什么样。但是,这样的“浏览”,只是借助别人的耳目去观察。而逛动物园,能用眼睛看,能用耳朵听,甚至可以用鼻子闻,去感受每一种动物的独特之处。作者带着对动物园的热爱与使命感,通过欢乐、有趣的文笔和生动、直观的照片向读者展示了动物园存在的意义。



刑罚的历史

作者: 罗翔
出版社: 云南人民出版社

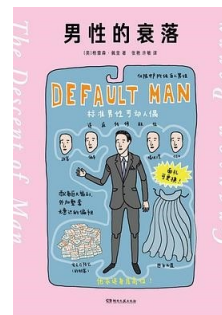
中国古代的法律以刑法为基础,其主要的法律后果就是刑罚。成文刑法自产生以来,一直试图约束刑罚权。但是人治传统决定这一目的不可能真正实现“法有限,而情无穷”的刑罚思想导致酷刑泛滥,法外之刑五花八门。刑罚的历史并不单纯是对日闻掌故的叙述。从奴隶制五刑到封建制五刑,直至近现代五刑,中国法律的发展历程漫长而艰难,折射出人类从野蛮到文明的嬗变,也让法治背景下的自由价值显得尤为珍贵。



男性的衰落

作者: [英]格雷森·佩里
出版社: 湖南文艺出版社

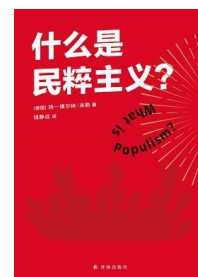
男人,阳刚、坚强、理性、独立、自信、勇敢的代名词。但对一些男人来说,这样的男子气概可能是致命的负担。在英国,四十五岁以下的男性最常见的死因是自杀。从全球范围看,男性的自杀率是女性的两倍。这些悲剧的原因不在于男人们的性别,而在于传统社会赋予他们的性别角色。在《男性的衰落》中,作者从自身经历出发,反思传统男子气概的弊端及成因,探索身处新时代的男人应如何改变,才能让自己变得幸福圆满。



什么是民粹主义?

作者: [德]扬一维尔纳·米勒
出版社: 译林出版社
译者: 钱静远

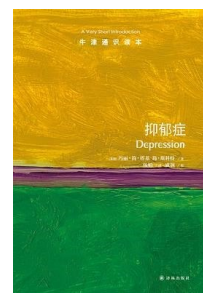
到底什么是民粹主义?它真的是对民主的纠错和补充吗?在本书中,米勒定义了民粹主义的核心要素:它反对多元主义,垄断对人民的定义,剥夺持反对意见者的人民资格;民粹主义并非民主政治的正当组成部分,而是它挥之不去的永恒阴影。



抑郁症

作者: [英]玛丽·简·塔基/
[英]简·斯科特
出版社: 译林出版社
译者: 杨娟

抑郁症正日渐渗透我们的生活,给越来越多的人带来痛苦。它绝不是单纯的悲观或抑郁情绪,而是有着复杂临床诊断标准的精神疾患。本书从历史早期的忧郁症开始追溯,继而讲述了现代精神病学对抑郁症的诊断和分类,又逐一介绍抑郁症的高风险人群、抑郁症的病因理论和治疗手段的演变,与之相关的一些争议及由它带来的社会负担等议题也得到了探讨。



生老病死的生意

作者: 陈纯菁
出版社: 华东师范大学出版社
译者: 魏海涛/符隆文

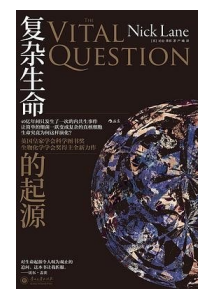
作者通过在上海等地进行的深入细致的民族志访谈,记录了中国人寿保险市场在避谈死亡的文化禁忌下的发展历程及其背后的微观政治。书中提出的“文化多重互动模型”,对市场起源进行了具体而微的文化解释,呈现了作为共享价值观的文化和作为工具箱的文化的精彩交互。



复杂生命的起源

作者: [英]尼克·莱恩(Nick Lane)
出版社: 贵州大学出版社
译者: 严曦

在生命40亿年的漫长岁月中,从简单的细菌到令人敬畏的复杂生命,这样的演化飞跃事件为何只发生了一次?不得不承认,在生物学的核心地带,横亘着一个巨大的认知黑洞。生命究竟为何沿着这么令人困惑的路径演化?生物化学家尼克·莱恩从生物能量角度,交给了我们一把有望解开生物起源之谜的钥匙。生命的起源、人类的健康乃至生死,都可以从能量角度重新发问。



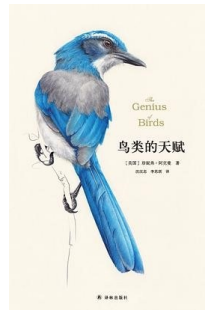
鸟类的天赋

作者: [美]珍妮弗·阿克曼

出版社: 译林出版社

译者: 沈汉忠/李思琪

人类与鸟类在演化之路上走向不同的分支,我们习惯于以自身的尺度衡量智力,从而严重低估了其他物种的潜能。《鸟类的天赋》用一段寻找最强鸟脑的旅程,颠覆了人类对鸟的认知。本书从工具制造、沟通、鸣唱、审美、空间感和时间感、环境适应能力等方面展示了鸟类的智力奇迹,让我们重新认识了身边这些熟悉又陌生的精灵。



阿尔茨海默病自我管理全书

作者: [美]迪恩·谢扎/[美]艾伊莎·谢扎

出版社: 天津科学技术出版社

译者: 张雪

阿尔茨海默病俗称“老年痴呆”,是痴呆症的一种类型,中国至少有1000万阿尔茨海默病患者,是全球患者数量最多的国家。我们应该如何预防和治疗,才能使它不再成为一个家族的厄运?身为患者家属的两位权威专家立足以上需求,根据前沿研究成果和多年临床经验首创“神经元计划”,围绕营养、锻炼、放松、睡眠和优化五个维度,在实际操作和个性化需求方面设计了量化和精细的自我测评和管理方案。



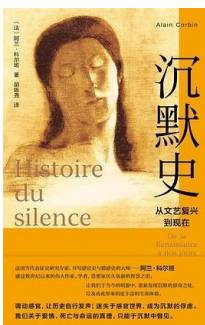
沉默史

作者: [法]阿兰·科尔班

出版社: 南京大学出版社

译者: 胡陈尧

《沉默史》的作者是法国知名历史学家阿兰·科尔班,科尔班认为,沉默,不仅仅是没有声音。沉默存在于我们内部,存在于伟大的作家、思想家、学者和有信仰者数世纪以来所构建的内心城堡之中。科尔班带领读者细细品读从古至今众多重要思想家及作家的“沉默”书写,让我们重新发现了沉默的惊奇之处,以及由此带来的更丰富的生命体验。



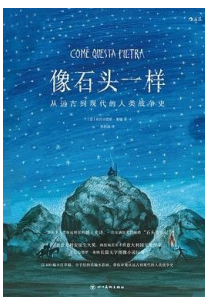
像石头一样

作者: [意]亚历山德罗·桑纳

出版社: 四川美术出版社

译者: 孙阳雨

作者亚历山德罗·桑纳以宏观角度带领我们审视了几乎与人类历史一样古老的战争史。从亘古洪荒中以石互击,到猩红天空下万箭齐飞,从星空下战马奔腾,到火海中相继沉没的船炮,从空袭火光下幢幢废墟,到世界大战鬼魅般的历史影像,从士兵、枪炮、坦克、战机和运载数以百万计犹太人的火车与关押他们的集中营,再到原子弹爆炸后的蘑菇云和遍地石砾的景象……未来,面对人性的欲望,我们该如何选择?



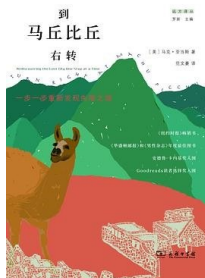
到马丘比丘右转

作者: [美]马克·亚当斯

出版社: 商务印书馆

译者: 范文豪

1911年,年轻的耶鲁大学教授海勒姆·宾厄姆进入秘鲁的安第斯山区,“发现”了马丘比丘。将近一个世纪之后,新闻报道将这位英雄探险家视为贩运文物的罪犯和欺世盗名的窃贼。马克·亚当斯是探险旅行杂志的编辑,他决定调查事情的真相,重走宾厄姆的艰险考察之路。



《新苏商》编辑部、奇点书集友情推荐 奇点书集地址:玄武区中山路286号羲和广场F2-3

收官钜献 一席必争

建筑面积 115-128m² 精装科技宅

臻品房源 诚邀品鉴



0527

8097 6666 | ADD: 宿迁市苏宿园区石公山路 8 号



*“朗诗”品牌及商标系朗诗集团股份有限公司持有，经许可，宿迁朗诗置业有限公司（以下简称“本公司”）有权在宿迁项目上使用。本项目宣传资料内容仅为要约邀请，房屋买卖双方的权利义务，房屋具体事项等均以买卖双方签署的《商品房买卖合同》约定为准。宣传资料中相关图片及描述仅供参考，不构成本公司的任何要约承诺。宣传资料中关于项目规划、数据及示意图等内容的表述均可能被进一步修改、优化。【苏宿房内销准字第 18-30、18-57、18-46、20-02、20-04、20-07 号】房产预售证号。本项目推广名为“朗诗蔚蓝”，核准地名名为“蔚蓝雅苑”。本宣传资料制作于 2021 年 7 月，自此时起，所有在此之前发布的与本项目相关的宣传内容均即时作废，本项目宣传资料实时更新，恕不另行通知。



INNOVATIONAL & PROFESSIONAL
REAL ESTATE SERVICES

蒙安置业

承蒙恩惠 安心置业

蒙安置业成立于2015年，公司汇聚了众多经验丰富的地产精英。凭借精益求精的专业服务及前瞻性的视野，经过几年的发展，迅速成长为一家拥有强大跨界整合能力的综合性地产服务企业，为客户提供营销、运营、配套金融，乃至品牌策划等全方位服务。如今，蒙安置业的业务范围已从长三角扩展到全国，其客户涵括国内名列前茅的20大地产品牌。未来，蒙安将继续以专业精神服务客户，奉献社会，开拓奋进。

