

上海工经联

SHANGHAI FEDERATION OF INDUSTRIAL ECONOMICS

**俞正声书记关于品牌建设、战略性新兴产业专题
调研时的指示和要求**

**韩正：高举创新旗帜 推进工业制造业创意产业
发展**

上海电气
SHANGHAI ELECTRIC

戴海波：制造业创意促进中心要发挥好三个作用

促进发展上海制造业创意产业



—— 韩正市长讲话在行业协会中引起热烈反响

—— 上海市制造业创意促进中心揭牌成立



8月29日，作为本市制造业创意产业公共服务平台的上海市制造业创意促进中心正式成立。市政府副秘书长、市文化及创意产业推进领导小组办公室主任肖贵玉、市经信委主任戴海波和宝山区区长汪弘出席揭牌仪式并致辞。

在上海市制造业创意促进中心成立大会上，全国政协常委、市经团联会长、中国动力工程学会理事长蒋以任以“发展制造业创意产业是上海制造业转型题中之义”为题，发表了主旨演讲。

“创新驱动、转型发展核心是创新，要以创新为动力，驱动上海的产业转型。上海必须率先转型，向现代服务业和先进制造业转型，成为推动上海最核心的支撑。制造业创意产业的发展，一定要高举创新的旗帜，没有创意，什么创新都没有。”9月18日，市委副书记、市长韩正在上海市经济团体联合会会长蒋以任主持召开的“促进发展上海制造业创意产业”会议上的重要讲话，在行业协会中引起热烈反响。

参加会议的80多家市经团联主席团成员单位及部分行业协会负责人，聆听了韩市长的讲话后，深受鼓舞。

大家表示，促进制造业创意产业的发展，是切准上海实际，迎合世界经济发展趋势的迫切需要；是上海实现“创新驱动、转型发展”的必然选择。企业和行业协会要敢于创新，勇于实践，推动制造业创意产业的发展。

为了促进制造业创意转化为实践成果和生产力，促进创意设计与先进制造业和高新技术产业化的深度融合，促进工业设计产业链的发展，上海市制造业创意促进中心正在全力推广创意设计，大力提高引进中小创意设计企业；开展各种新思想、新创意、新技术的交流和研讨。同时，下阶段将重点抓紧开展三项具体工作：一是与交通大学合作，解决汽车轻量化模具设计问题，推动汽车轻量化工程项目。二是与华东师范大学合作，解决复杂的模具设计问题，推动华谊的数字化化学工程项目。三是与托岛合作，解决重大装备中大型锻件热处理后的内部组织结构和性能提高问题，推动大型锻件项目设计的进程。



刊名题词：

第十届全国政协副主席 徐匡迪
中国工经联原会长

目录 CONTENTS

第五期（总第36期）

2012年10月

主管：上海市经济和信息化委员会
主办：上海市经济团体联合会
上海市工业经济联合会

《上海工经联》编委会

名誉主任：蒋以任

顾问：杨国雄 蒋应时 王坚
俞国生 周波 许德明

主任：陈祥麟

副主任：胡云芳

编委：姜光裕 孙环葆 陈振浩
张培璋 汤庆福 金闽珠
唐晓芬 李念政 陈忠德
任善根 叶伟成 管维镛
徐建国 胡茂元 伏中哲
冯祖新 刘家平 史文军
沈建芳 许秋塘 黄彦正

特邀编委：王肇平 左学金 王志平
华民 于海 张兆安
吴复民

设计排版：上海飞众文化传播

地址：上海市江西中路181号

邮编：200002

电话：021-63292897

传真：021-63290203

http://www.sfeo.org

上海市连续性内部刊物准印证（k）0562



【本刊特稿】Ben Kan Te Gao

- 04 俞正声书记关于品牌建设、战略性新兴产业专题调研的指示和要求
- 08 韩正：高举创新旗帜 推进工业制造业创意产业发展

【创意产业】Chuang Yi Chan Ye

- 11 上海市制造业创意促进中心揭牌成立
- 12 韩正市长讲话在行业协会中引起热烈反响
- 13 蒋以任：发展制造业创意产业是上海制造业转型题中之义
- 17 戴海波：制造业创意促进中心要发挥好三个作用
- 18 钱永铭：制造业创意产业的核心竞争力——知识产权
- 20 阮雪榆：数字化制造技术的10个主要内容
- 21 培育具有上海特色的创意产业集群

【品牌战略】Pin Pai Zhan Lue

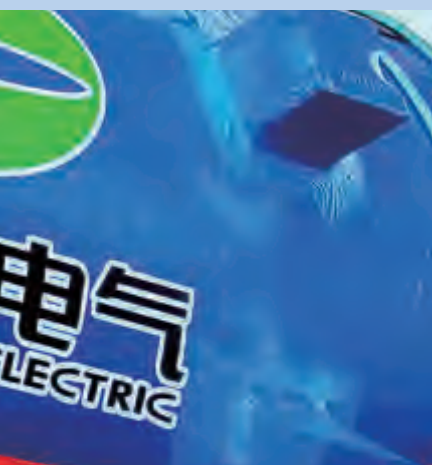
- 23 闻晖：发挥名牌效应 促进品牌和企业发展壮大
- 26 吴兰放：从复活上海老企业、老品牌中引发的思考

【党建工作】Tang Jian Gong Zuo

- 28 中共上海市工业经济联合会委员会：以“五个机制”促进党建工作
- 31 市工经联党委召开协会党支部书记座谈会

【专家建言】Zhuan Jia Jian Yan

- 32 董锡健：推进“两头在沪”的全新发展战略



【长三角工经联】Chang San Jiao Gong Jing Lian

- 34 2012 年长三角工经联联席会议在徐州举行
- 35 胡云芳：努力发挥工经联作用 为上海经济转型升级贡献力量
- 37 江苏省工业经济联合会：为江苏经济转型发展尽心尽力

【企业之窗】Qi Ye Zhi Chuang

- 38 曹春祥：上海三枪发展现状与突破思路
- 40 “中华牌”铅笔一年卖出 5 个亿
- 43 闵超群：总承包拉长了输配电的服务产业链

【节能减排 (JJ)】Jie Neng Jian Pai (JJ)

- 45 上海重型装备制造行业协会：加强管理 完善机制 打造一流能源管理企业
- 47 上海巴士公交（集团）有限公司：加强节能减排，打造绿色城市公共交通

封二、扉页：

韩正市长讲话在行业协会中引起热烈反响、上海市制造业创意促进中心揭牌成立

封三：

蒋以任会长率团赴疆考察



5月31日至6月20日，中共中央政治局委员、上海市委书记俞正声对冠生园食品、老凤祥、罗莱家纺等8家企业进行了有关品牌建设情况的调研。6月11日至20日，又对天马微电子、中微半导体、微松自动化、海得控制、复旦微电子等12家企业进行了战略性新兴产业情况的调研。现将俞书记在调研过程中所作的指示进行整理刊载。

民族品牌要发展 新兴产业要创新

——俞正声书记关于品牌建设、战略性新兴产业专题调研的指示和要求

一、品牌建设专题调研

1、上海冠生园食品总厂

5月31日，俞书记在上海冠生园食品总厂调研时，肯定了冠生园在发展大白兔品牌中取得的成绩。在谈到如何做好做强冠生园、发展大白兔民族品牌时，俞书记说：“冠生园要从文化界入手，创作并推出一部令小朋友们都喜爱的动漫片，放大冠生园‘大白兔’的品牌效应，让大白兔卡通形象更受青年人和小朋友的喜爱，这将有助于‘大白兔’品牌宣传，也有助于冠生园的发展壮大。可以考虑与申迪公司洽谈，利用迪斯尼扩大销量，但不要对与其合作开发壮大民族品牌报以希望。”

在谈到休闲食品产业，如饼干产品时，俞书记勉励冠生园要抓住转型发展契机，大力发展冠生园的休闲饼干食品。他说：“时代在前进，市民口味也在不断翻新，‘大白兔’品牌要进一步突破，一定要坚持创新，在开发深耕农村市场

的同时，更要开发高端产品。”

俞书记说：“现在民族品牌不多了，广大人民群众对‘冠生园’、‘大白兔’都怀有特别的感情，你们要千方百计地发展好。”

2、老凤祥股份有限公司

5月31日，俞书记一行到老凤祥股份公司调研。针对企业提出的某些央企采用垄断经营方式，如中国黄金利用资源与产业垄断优势，以价格战方式参与市场竞争，对地方企业造成竞争压力的问题。俞书记表示，地方上可以向上面反映，但较难解决这个问题。目前，老凤祥在黄金饰品方面取得良好销售业绩这是符合发展方向的。当听到企业反映，外办对国有企业的出国审批在时间上限制过死，影响了企业的国外采购和业务谈判的问题时。俞书记表示，这个问题可以协调解决。俞书记对老凤祥“两头在沪、中间在外”的运作模式表示充分肯定，希望加大宣传，并希望老凤祥

作为民族品牌得到更多支持，不断发展壮大。

3、上海世芬笛施服饰商贸有限公司

6月4日，俞书记一行到上海世芬笛施服饰商贸有限公司调研。俞书记对SEVEN DAYS&7D.COM.CN线上线下两个平台对中国原创设计师企业做出的整合和推动表示肯定。针对企业提出的希望政府多关注和扩大宣传、协助推动市场渠道、支持服务平台建设等需求，俞书记表示支持，并说“要集中宣传，好好宣传。”

4、上海东隆羽绒制品有限公司

6月4日，俞书记在上海东隆羽绒制品有限公司调研时指出，东隆是“两头在沪，中间在外”的企业，要鼓励这种企业在沪发展，这是一个发展趋势。当企业提出上海要成为时尚中心，要吸引国内外大牌设计师和设计工作室入沪，需要在面料辅料交易、信息发布、展示展览方面创造更好的条件时，俞书

记指出,在下一步政策制定中,要积极支持交易、展示等平台的建设,营造良好的产业发展环境。此外,针对企业提出的羽绒原料短缺,要找地方养鸭时,俞书记建议企业是否可以在大丰解决养鸭的问题。

5、上工申贝(集团)股份有限公司

6月5日,俞书记一行到上工申贝(集团)股份有限公司营销中心考察。俞书记风趣地说:“你们企业就别指望有什么扶持啰,企业靠扶持活不了,政府只有政策支持,企业关键靠市场。”俞书记指出,财政支持、资本扩大和公共财政的本意是相违背的。财政对有些方面要支持,比如说一些新兴的、国家战略安全有关的产业。如商用飞机,国家的政策、国家的意志非上不可;IT产业——集成电路制造,该投入还得投入,亏也得投。一般来说,产业的振兴靠财政是困难的。红双喜,据说一年利润4、5个亿,现已放到金山,经营得很好,也希望进一步扩展,资产进行重组,这个支持还是要的。上工申贝想进一步扩展,收购美国胜家,如果真收购成功了,企业发展了,国有股稀释,从这个角度来支持应该是可以的。还有些企业,如老凤祥,年利润差不多10个亿,希望能平等竞争,对其威胁比较大的是人民银行下属中国黄金,所以老凤祥只能做一些带有装饰性的金品,这个方面扶持不是我们上海市能够解决的,但是我们可以研究。老品牌的振兴,不同的品牌有不同的特点。又如东隆公司是一个服装贸易公司,来料加工、来样加工包括员工和销售在上海,希望上海给他们有关服装交易服务的这样一个品牌,比方说原料辅料的采购和交易市场、展示和信息平台,这样虚的产业链在上海,实的产业链在外地,靠这个虚的产业链研发销售都很方便。

俞书记进一步说:“他们需要的是这种支持,你们需要的是什么呢?可能还是资本。在引进资本上,政府能够想得

开一点,为企业在引进资本上提供更多的方便。政府的人想不开的已经不多,可能也有,一些老同志对这个产业很有感情,搞了一辈子国资,国资在稀释,他有点接受不了。在职的可能还算想得开,只要你这个品牌还在、在发展。以前这些品牌也不是国有的,最早是私人的,你现在再融合到社会上有什么不可以!你如果真把‘胜家’收购了,那你今天就不一样了。你收购之后,还是要慢慢地把研发和市场掌握在自己手里,至少中国市场。如果你只做资本投入人,要维持一个品牌,长远看也不行。‘蝴蝶牌’还算不错,在缝纫机这个行业,你们还是算领头羊之一吧。在整个缝纫机市场不景气,现在家里有缝纫机的人很少,你们能够保持就不容易。”

俞书记还指出:“老品牌不能守着,要振兴哪个品牌,靠一个领导的意志是不行的。你们上工申贝也想振兴‘上工’,振兴半天最后还是靠收购‘杜克普’(DA)解决。‘蝴蝶’要振兴,现在生产基地也撤了,主要是销售,真的要振兴,还得靠收购国外品牌。老品牌的振兴还要有新的办法,也不是所有的老品牌都能振兴,它总要淘汰,可惜没有用。上海有那么多老品牌,像凯歌牌电视机、红灯牌收音机、金星牌电视,像半导体收音机再振兴还能振兴吗?有些是必然要淘汰的,要有选择,要靠企业本身,政府要创造一定的条件,各个企业情况不同,要创造的条件也不一样。”

6、上海兆妩贸易有限公司

6月5日,俞书记一行到上海兆妩贸易有限公司调研。俞书记参观了位于“田子坊”的店铺,饶有兴致地与妩WOO的店员攀谈,赞叹:“羊绒原来也能做得如此轻盈,真是不容易”。俞书记非常关心知识产权问题,对妩WOO的未来发展也非常关切。在得知妩WOO已经与“红杉中国”合作,并且启动了IPO进程时,俞书记表示:上市之路充满曲折,你们要有充分的思

想准备,坚持和执着就一定能够走向成功!政府一定会对公司的上市予以力所能及的支持;户口问题请市经信委从人才居住证方面予以协调;高新技术企业有认定标准,希望企业努力达标。

7、恒源祥集团

6月6日,俞书记一行到恒源祥集团调研指导。当得知恒源祥以品牌为核心,采用加盟的方式发展渠道和生产基地,俞书记询问了企业如何实现品质的管控。企业表示有一套体系,通过向加盟厂商注入恒源祥的品牌、理念、文化、技术和管理,并从品牌维护、市场推广、营销策划、质量控制、员工培训等各方面向加盟厂商提供强大支持和强势制约,从而实现规模经营和快速扩张。针对企业没有自己的生产基地,但被认定为国家级企业技术中心,俞书记也非常感兴趣。企业回应其有专门的技术研发团队,并申请了132项国家发明等专利技术。恒源祥还向俞书记建议成立商标博物馆并召开上海市品牌大会。

8、上海罗莱家纺股份有限公司

6月6日,俞书记一行到上海罗莱家纺股份有限公司考察调研。俞书记询问了将公司设计和营销总部从南通迁入上海的好处,要求市经信委帮助企业联系合适的地方建设总部大楼,比如嘉定、宝山、普陀等地,同时对有关人才引进工作予以支持帮助。企业表示在南通是高新技术企业,享受相关税收优惠政策,希望在上海也能有优惠,俞书记说罗莱法律意义上总部仍在南通,真正从南通搬过来是有难度的,但上海欢迎这种企业和业态在上海发展,也可以想办法享受政策。

二、战略性新兴产业专题调研

1、上海天马微电子有限公司

6月11日,俞书记一行赴上海天马微电子有限公司调研。俞书记十分关心AM-OLED的进展,详细询问了天马掌握AM-OLED专利及设备、材料的相关情况,表示要建设AM-OLED量产线,

并希望天马进一步做好做强。当听到京东方和南京熊猫出现巨额亏损时,俞书记说,现在看来,当初上海没有和夏普合作投6代线和10代线,这个决策是正确的。

2、中微半导体设备(上海)有限公司

6月11日,俞书记一行赴中微半导体设备(上海)有限公司调研,详细了解了MOCVD及中微承担02专项的有关情况,并详细了解国内外半导体产业发展的情况,表示集成电路包括LED产业的支持,不是简单量的扩充,要提升水平,对12英寸、18英寸的支持,地方政府主导是有困难的,需要国家砸钱。座谈中,俞书记指出:一是自主创新要抓住核心产业。IT(含设备制造)和软件是所有自主创新最核心的,飞机、航母、钻井平台981都要芯片。02专项国家投入不少,但要产业化,要有资本投入,形成市场能力。核心产业要解决资本投入,国有资本收益用于资本投入。集成电路,上海肯定要搞。从18英寸线开始干,下决心干,12英寸线仅仅扩建设没有意义。集成电路产业是早投入大发财,大投入中回报,晚投入没有回报。譬如18英寸线,政府肯定要支持,要下决心进行大资本投入,单靠民间、市场不行,政府投入很重要,比如烟草每年几千亿利润,拿出三分之一,可以考虑成立高新技术公司。二是要宽容失败。财政要宽容用在高新技术产业上的投资。三是要允许财政对外资控股企业尤其是华人学者和专家创办的外资控股企业的科研费给予投入支持。四是集成电路产业发展关键是人才,要有一个计划,主动出击吸引人才,同时,集成电路产业也不能将保压在一家,至少应搞两家。最后,俞书记对中微管理层寄予很大希望,指出其他人瞄准国内市场,中微投入国际主流市场,希望中微一定要发展好。

3、理想能源设备(上海)有限公司

6月13日,俞书记在调研理想能源设备(上海)有限公司时指出,长期不搞装备,产业要上去很难。上海在太阳能、风电领域不多,长期保持一定水平不易,要有舍有取,如风电、光电更有一些地方区域政策,上海有些支持力度不可能上去,有一点就算了。但有些方面是要下大力气搞的,如大飞机,要有遭遇重大挫折的思想准备,有很多风险。核电一定要做好,集成电路装备要下功夫。上海有人才、团队基础,生活环境好,交通便利,政府行为规范等优势,高技术产业如海工981、自主研发航母、集成电路装备等要尽我们所能支持。国内IC制造比起国外落后太多,国家必须支持,没有几百亿的投资,是无法追赶国际先进水平。现在的情况是差距越来越大。他说,IC产业长期不搞装备是不行的,国家也要支持,现已当成重点,这方面有02专项支持,集成设备上海做的比较多,看准几个团队,各方投资,争取降低成本。俞书记强调,上海应该搞那些没有人搞的事情。

座谈中,俞书记对理想能源提出的给予企业厂区三年免租,并支持异质结(HIT)高效太阳能电池生产关键设备PECVD的开发项目在战略性新兴产业项目中立项等希望表示给予支持,并说,政府已经支持了映瑞光电的发展,希望双方作进一步沟通,使映瑞能够购买理想能源的MOCVD设备。最后,俞书记强调,新兴产业完全靠市场是上不去的。太阳能和光电装备国家要投入,要把MOCVD成本降下来,使LED成本降下来,这样技术突破和大规模发展才能到来。

4、上海众人网络安全技术有限公司

6月13日,俞书记一行来到上海众人网络安全技术有限公司进行调研。当提及未来互联网技术包括云计算、物联网等,离不开信息安全,而信息安全的第—道门是身份认证,身份认证核心技术是密码技术时,俞书记指出,该行

业涉及密码技术,是一个须严格管控的行业,在密码管理局等相关部门的指导下,应严谨制定该行业的准入机制,为密码及密码技术做好保护工作;应做好宣传工作,推动使用国产算法的密码技术产品在各行业的广泛应用。结合上海信息化建设,俞书记还询问了市政府办公信息化中采用身份认证管理及身份认证系统的可行性。

5、上海未来伙伴机器人有限公司

6月15日,俞书记一行赴上海未来伙伴机器人有限公司调研。座谈中,俞书记详细询问了未来伙伴机器人技术特点以及工业机器人、排爆机器人的产业情况。当未来伙伴提到目前立足教育机器人、下一步要发展家用和军用时,俞书记指出,国内中等城市应该用国产排爆机器人,上海新增排爆要有国产机器人。当了解到广茂达的LED景观灯在水立方和世博轴等标志建筑上得到应用时,俞书记说,LED照明广东做的多,上海是做景观和艺术照明,上海不推中低端的,不要拼规模,要搞高端,景观要搞绿色照明。俞书记十分关心机器人产业的发展,并强调,第三次产业革命中,机器人技术和数字化制造很重要,是产业发展的方向,使人工成本在制造中逐步下降,对产业发展的影响很大。俞书记亲切勉励未来伙伴公司,指示公司要将家用和教育机器人的市场打开。他说,家用机器人作为玩具,市场很大,未来伙伴要抓住机会,可以推出更多家用机器人产品。

6、中国航空无线电电子研究所

6月15日,俞书记一行前往中国航空无线电电子研究所(以下简称615所)调研工作。在参观过程中,俞书记就我国现役飞机的战技水平以及615所承制的航电产品在飞机整体系统中的作用作了详细的询问。当了解到615所正以重点实验室为依托、全力提升我国的航空电子系统综合技术发展水平时,俞书记指出,随着航空电子技术的不断发

展,国内必须要有一家单位担负起航电系统综合化发展的重任,希望615所不断加强前沿技术的探索,在提升国内航空电子系统整体水平方面发挥更加重要的作用。俞书记十分关心国内航空无线电技术的发展,当得知615所在新一代软件无线电核心处理技术研究方面取得了重大突破、部分成果在国家重大项目中得到了应用时,俞书记鼓励615所加快高新技术向现实生产力的转化,全力追赶国际先进水平。

当了解到615所在C919大型客机航电项目研制中扮演了重要角色时,俞书记指出,航空工业是国家战略性新兴产业,上海市将全力支持中国民机产业的发展,希望615所进一步加大国际合作力度,吸收国外先进的设计理念和管理,不断提高自主创新能力,为中国的大飞机早日翱翔蓝天做出积极的贡献。

俞书记指出,615所在中国航空工业发展史上具有重要的地位,为我国武器装备事业的发展做出了突出的贡献,615所研制的产品直接体现了飞机的先进水平,为现役飞机战技指标的提升发挥了十分关键的作用。作为在沪央企的重要代表,615所积极融入地方,认真履行社会责任,为地方经济的发展做出了积极的贡献。希望615所牢记使命,顽强拼搏,为建设航空工业强国、繁荣地方经济再立新功!俞书记表示,作为地方政府上海市有义务大力扶持央企的发展,后续615所要进一步加强与市经信委的沟通,及时反映发展中存在的问题和困难,地方政府将尽全力提供相应的支持和帮助。

7、上海拓璞数控科技有限公司

6月19日,俞书记一行赴上海拓璞数控科技有限公司进行调研。当了解到拓璞数控并不出售含有关键技术“旋转轴”的转台,而是希望在上海制造整机、并配套高端工艺软件服务时,俞书记说,我国大的机床厂在工艺软件方面比较落后,与国外差距很大,五轴机床确实难

度比较大。俞书记肯定拓璞利用自主技术,大力发展高端精密零件制造的发展战略,并指出,拓璞公司在旋转轴、数控系统、工艺软件等三个方面都有自主研发的领先技术,产业化方面很深入,做得都很好,比上海机床厂有潜力。

8、中国船舶重工集团公司第711研究所

6月19日,俞书记一行来到中国船舶重工集团公司第711研究所视察调研,深入询问了自主品牌船舶柴油机整机研发和关键技术攻关情况。座谈中,俞书记全面了解了711所发展历程、主要技术和产品、行业地位、发展规划及举措等情况,对711所在船舶动力技术研发、科技产业化、改革与发展等方面取得的成绩给予了充分肯定,对711所以分布式供能及生物质能利用项目为契机积极融入地方经济与建设给予了高度评价,对711所更高战略目标的实现寄予厚望,并给予充分鼓励。对711所提出的新能源产品的应用推广、因企业搬迁涉及的税务关系转移、退休党员属地化管理以及青年员工住房解困等问题,俞书记也提出要求,对于企业搬迁涉及到的注册地转移问题,要求市经信委研究现有政策,解剖麻雀,把问题症结找出来,帮助协调。对于711提出解决青年住房问题时,俞书记指出财政补贴是不可持续的,建议企业与闵行区联系,在马桥保障房建设基地中,划拨部分由企业自己出钱盖。

俞书记最后指出,作为为船舶动力研发的“国家队”,711所要立志于自主知识产权动力技术与产品的开发,为国防建设和地方经济建设做出新的更大贡献。

9、上海微松工业自动化有限公司

6月19日,俞书记一行调研了上海微松工业自动化有限公司。俞书记非常关心公司芯片封装工艺、全自动晶圆级植球机等的产生,详细询问了公司产品情况,并指出,目前上海微松这样以

研发生产高端封装设备为目标的国内数量不多,市场主要掌握在国外企业手中,接受国内企业的产品比较困难。如果要真正在市场站得住脚的话,光靠科研支持是不够的,不进入市场,拿不到市场是不行的。对于微松公司,费了很大功夫开发的产品,一定要让市场接受,政府可以起到推动作用。

俞书记强调,后封装包括很多工艺流程,上海微松做的是其中比较高端的一环,公司几年来创业很不容易,公司所处的行业门槛不低,需要政府支持的肯定会支持。

10、上海海得控制系统股份有限公司

6月19日,俞书记一行来到上海海得控制系统股份有限公司调研。俞书记指出,海得开发的数字类产品,属于数字化仪器仪表类型,是上海重点发展的行业之一。当了解到海得希望在政府的指引下,在重点企业之间打通产业链,针对自动控制产品做些产业合作时,俞书记说,不能搞地方产业联盟,影响市场化竞争,但是政府可以为企业创造条件,优先使用,优先配套。建议与大电气讲讲,在同等条件下能使用本地产品。俞书记充分肯定自主创新的企业发展道路,指示市经信委等相关部门要多给企业进行支持,支持企业多申报项目,请海得公司以中报项目的形式上报市里相关部门,通过对项目的扶持,扶持企业,帮助企业进行研发投入。关于解决企业搬迁和税收落地问题,他要求市经信委全程跟踪,帮助落实已有的政策。

11、中铝上海铜业有限公司

6月20日,俞书记一行到中铝上海铜业有限公司调研。对上铜走高端铜加工之路的发展战略和在调整结构、做精产品过程中取得的成绩予以充分肯定,俞书记指出上海不能放弃第二产业的发展,但其要与三产相融合;上海工业要向两个方向转型,一是向高端、高技术发展,二是坚持(下转第19页)



我认为，工业制造业创意产业的发展，首先，一定要高举创新的旗帜，核心是创新，没有创新，什么创意都没有。第二，一定要融合。什么叫融合？融合就是二产和三产的深度融合，工业和信息化的深度融合，这两条融合做好了，上海在很多方面都会有重大的突破。

高举创新旗帜 推进工业制造业创意产业发展

上海市委副书记、市长 韩正

制造业创意促进中心，我觉得这个很好

首先是把制造业这个概念，鲜明地提了出来。上海这座城市，肯定是要有先进制造业的，当然不是全部，关键是在产业链上，处在哪一段。今后，可能先进制造业的竞争，对上海来说，工业制造业这一块竞争，绝不是与内地的竞争，而是与国际上竞争。现在，大家一直都在说制造业回归，对这个问题怎么看？实际上，我们说微笑曲线的两头，在上海做得好的，可以迅速形成先进制造业的高地，有可能实现进一步的集聚。因为从国内来看，像上海，产业能力齐全，基础比较好。同时，相对来说，人才也比较集聚、齐全，各个门类、各方面、各学科的都有，这在中国是少有的。北京就没有这个条件。东北工业基地要振兴，东北市场化的概念和程度，确实与东部沿海地区相差较多。

现在就是要讲创新驱动、转型发展

创新驱动、转型发展的核心是什么？我们每一个企业，每一个人，每一个产业，每一个行业，都在发生着重大

的变化。以前是五年一变化，现在这种变化，半年都看不懂。这种变化，就是上海的发展。如果我们眼光长一点的话，就会觉得，上海不转型是不行了，上海必须率先转型。转型什么？就是向现代服务业和先进制造业转型，成为推动上海最核心的支撑。转型靠什么？动力在哪里？动力靠创新。

创新驱动、转型发展，讲的通俗一点，就是以创新为动力，驱动上海的转型，从而实现跨越式的发展。到了这样一个发展阶段，实际上，对上海各级领导干部是一个极大的考验。

现在有两个情况：第一，关于第三次工业革命。其基本观点和基本理论，大家都已经掌握了。我个人理解，是科学家和战略家，对世界发展趋势，做了一种科学的预测，这种预测现在看来是可能的。但问题是，实现这种目标，需要有些介质，这个介质是什么？就是实现这样一种可再生能源和网络的推进。一个是实现的技术，第二个是在实现这个技术中，人们发现这个材料中间没有新突破，必须要有新技术和新材料，作

为基本的介质去实现所谓的第三次工业革命。在这方面，我们应该看到上海所面临的挑战。

第二，关于科学的大发展。这几年，宇宙空间物理方面的突破是突飞猛进，这不是中国，全世界都在突飞猛进。这个突飞猛进，可能在未来的科学中，会有很多新发现、新现象。很多新的物理现象和新的物质材料，这为下一步世界的变化和发展提供了很多的想象。我记忆犹新的是，最近一次，中国科学家丁肇中先生，给我来了一封信，我请他到市政府办公厅聊了一聊，他希望请我去他的实验室，他每次到上海来，我们总会见一见。这一次他来，很出乎我意料的是，他很兴奋，他说人类对宇宙空间的发现，最近三年，是整个人类历史发现的120倍。宇宙新物质的发现不可想象，这种发现到一定程度，会是什么一种质的变化？他说明年他的实验室会公布一个不得了的新发现。所以，这个世界都在变。

再譬如，讲到美国这样的国家，它制造业的回归是不可能的，但不是全部，

我分析，有这么几条是促进发达国家，转移出去的部分制造业可以回归。

第一，现在的新技术，部分制造业可以做到基本零排放。环保上，它可以通过回收、循环，绿色，这些技术可以做到。

第二，在他们本国的整个发展中，切切实实是资源的调配。它是通过跨国机制来调配的，世界资源的配置，不是联合国，也不是各国政府跨国之间的调配，是谁？是跨国集团，世界生产资源的配置，是跨国集团在调配，它的调配是倾向于往本国流动。

第三，既然是制造产业，企业要赚钱，他不赚钱是不行的。有一个盈利模式，最近，我深深地感觉到，像中国这样一个发展比较快的发展中国家，法律的健全，民生要求的不断改善，以及人力资本的占有，整个人力资本的成本在不断地往下走，发展中国家的人力成本是在往上走，走的很快。现在的机器人有颜色和形态的识别，带有眼睛的机器人，它每个手臂都是智能的，我原以为德国、日本和美国的机器人好。最近看海立集团那机器人，40度高温不要空调、24小时工作不要加班费，工人是不可能在这种环境下工作的。所有这些，你们去看一下，机器手已经完全不是我们讲的，简单的像是在汽车生产流水线上的机器手，它完全不一样了。刚刚闭幕的丽水世博会，我去看了，机器人已经到什么程度了呢？2005年爱知世博会，日本弄了30个机器人，矮矮的个子，出来就是吹喇叭、拉琴，实际上它就是这样的动作。2010年上海世博会会有一个日本机器人在拉琴，动作和音乐是里面出来的。这次在韩国我看到的，又比它上了一个台阶，机器人踢足球，完全没有内部控制，球是随便踢，它完全是通过识别动作，红队和蓝队抢球，一撞撞翻了，翻了一个跟斗又起来了，然后脚的动作对着门，啪的就踢进去了。他

们就是在竞争，完全是自然状态下的竞争，比吹喇叭的机器人上了一个水准。还有机器鱼，放在浴缸里面，它所有的动作完全是与真鱼的动作一模一样。什么意思呢？就是智能的机器手臂，作为工业取代人的一种技术，已经完全具备，而且成本越来越低。

美国的制造业一部分迅速回归，我个人认为是可能的，这不是危言耸听，这个变化是很大的。不知各位企业家对美国第三次工业浪潮怎么看？其实这个效应还没有完全反应出来。我们想一想，为什么美国能够在1月份大选以前，敢出这样一种惊动全世界的政策，想一下，看一下就明白了，要动用这样一个政策，考虑到的因素是五条。一是经济发展，美国今年以来，总来的来讲，经济的复苏比预期的好。二是就业没有恶化。三是物价总体平稳。四是美国汇率上升。五是美国对中东的石油依赖减小了。

这么几条，都有利于它把所有的风险都转嫁出去。后面怎么样？我们看报纸，都还没有分析，反正这里就是股票涨一天跌两天。但是我看，石油进价肯定涨，这个涨对美国人就转嫁啦。我觉得，世界变化非常大，今年年初，我们预计是前低后高，因为去年上半年太高，下半年太低，前低后高没有问题，到6、7月份的时候，我们看是前高后稳，现在第三季度还没过完，要到第四季度了。一个季度一个变化，现在看来，稳要稳到什么程度？美国这种政策，我个人认为，宏观政策的余地已经很小了，我们国家的M2再有发放的余地已经几乎没有了，所以在这样一个前提下，宏观调控的两难趋势很明显。所以，今天前低后高、后稳，稳到什么程度？从上海的情况来看，这几年的转型效果开始显现出来了。现在，上海的形式是，必须转型的行业，很明显地下来了，传统产业下来了，钢铁、石化，这个月总算是盈利了（不是1~8月份，预计9月份可以盈的），日子很难过啊。钢铁还是亏，

大规模亏。出口，全球的总需求下来了。我们好，好在哪里？

这是外资就看中上海。全国外资在负增长，上海1~8月份，实到外资增长20%。实际到位，不是合同。财政收入比预计的更好一些，大概在百分之九点几，高于经济增长率。投资也略有增长，工业产值是负的，增加值是正的，增加只靠烟草。烟草，今年红中华新线投产，它的竞争力增加。这一块是上海的制造业，是需要调整的。

创新、融合、实践，实现工业制造业创意产业的发展

今天看了制造业创意产业促进中心，我觉得非常好。现在的发展，各行各业，每一个企业都离不开创新，实际上，时时刻刻都有创新的工作在里面。制造业的创意，而且是促进中心，促进两个字用的很好。我给大家一个数字，现在上海所谓的创意产业，我们讲的文化创意产业3000多亿元，其中工业设计占多少呢？1200亿元。而工业设计是什么呢？只是上海工业设计的一部分，是独立核算的，在外面的，或者讲没有脱离的叫工业设计，算在里面的，叫技术科、技术中心。烟草、石化、华谊，你们都不是独立核算的，实际上，主力还没有出来呢，主力出来了，我看工业设计就一半天下了。现在创意产业也是3000多亿元，我把结构拿来看看，结构是什么样子的？工业设计，它实际上切切实实是一个产业。其实，工业不可能没有创意，没有设计的。以任现在非常重视小企业，他主动推荐我看中小企业，这个是非常重要的。实际上，中小企业的活力代表了一个区域的活力。

我看了很多轻工小企业，在轻工的小企业中，又出来一些好东西，非常好。过去我们放下去，也是对的，现在好的东西要把它集中起来扶持一下，也是对的。我觉得这里很多都是带有创意产业内容在里面的。

所以，我认为，工业制造业创意产

业的发展,首先,一定要高举创新的旗帜,核心是创新,没有创新,什么创意都没有。

第二,一定要融合。什么叫融合?实际上,工业化与信息化的深度融合和二产与三产的紧密融合,到最后,二产和三产是分不清的。二产中间有三产,三产中间有二产,融合就是二产和三产的深度融合,工业和信息化的深度融合,这两条融合做好了,上海在很多方面都会有重大的突破。

在上海发展中间,还有一个重大的问题,就是上海发展需要人才。最近,我听了一个台湾企业家跟我讲了这么一段话,很有启发。他说,上海市容易找到人才,但是这个人才,是材料的“材”,是要经过培训,经过教育以后,才能称为人才。这个叫人才的“才”,是不是能够做出贡献,创造财富,是不一定的,是要在实践中,通过创新,创造财富,才是真正的财。材料的“材”,到人才

的“才”,到财富的“财”,是一个过程。我觉得这很有道理,看学历就是人才,不一定能够创造财富的。

第三,一定要重在实践。一切要实践去检验,这个是非常非常重要的。上海在十八大以后,要推出一个人才居住证的积分制,现在不是指标加条件吗,就是谁可以进上海户口,谁不可以进上海户口。上海两千四百万人了,人口众多,对我们公共服务环境、交通都是一个很大的压力。户口问题是要严控的,为什么呢?户口不严控,一个户口就意味着引进两位老人,户口进来了,老人可能还在江苏、或者在山东、可能在北京,他人是不过来,但是他户口是要进来的,还是需要我们提供公共服务,户口就是这个问题,法律是这么规定的。因此,我们要来一个积分制,积分到一个程度要给人才来一个居住证,人才居住证就是两条不能享受,其他和户口完全一样。一是老人不能投靠;二是不能

享受低保。人才进来,怎么能够吃低保呢?其他如医疗保障、住房、子女的读书到大学都没问题。我们准备在今年四季度,要搞人才居住证的积分制,积到一定程度就能享有这个待遇。

俞书记专门听了我们对上海下一步计划的几次汇报。我们也向北京的有关部门汇报,他们也感觉到,像上海、北京、广州这样的城市要适度的控制,控制什么呢?叫两个稳定,中央文件明确规定的两个稳定,是稳定就业和稳定居住。稳定就业标准就是交养老金,交社会保障金,你不就业就不交社会保障金。这就是上海下一步完善政策,集聚人才的重要一条政策,这是涉及到每个企业的,我和大家简要说一下。

(本文系在市经团联召开的“促进发展上海制造业创意产业”会议上的讲话)

简讯

市企联、市企协、市经团联举办“2012上海百行企业发布会”

由上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会联合主办的“2012上海百强企业发布会”于8月30日举行。会上发布了2012上海企业100强、上海制造业企业50强、上海服务业企业50强,以及2012上海民营企业100强、上海民营制造业50强、上海民营服务业50强排行榜。民企百强增长势头超过企业百强,其2011年总资产、所有者权益和净利润分别增长13.85%、18.64%和18.64%,有33家民营企业进入企业百强,4家进入前三十名。

数据显示,本市服务业企业增长势头明显超过制造业企业,经济结构调整的效果日益明显。2012年上海服务业50强企业营业收入达到16130亿元,增长21.97%;总资产94626亿元,增长16.94%;净利润达到1348亿元,增长11.87%。与之相比,本市制造业50强企业营业收入为17755亿元,增长18.98%;总资产18982亿元,增长11.73%;净利润达到1033亿元,增长7.34%。

上海汽车集团股份有限公司、宝钢集团有限公司、百联集团有限公司分别以2011年4348.04亿元、3162.45亿元和2274.17亿元的营业收入,继前年和去年后,连续第三年占领“上海企业百强”榜单三甲。而上海民企百强前三名则分别为复星高科技(集团)有限公司、中金再生资源(中国)投资有限公司、上海人民企业(集团)有限公司。

2012年企业百强入围门槛显著提高,从2006年的11.3亿元提升到今年的30.9亿元,比去年26.9亿元的门槛还高出14.9%。与上一年的7家相比,2011年营业收入入围千亿元“俱乐部”的上海企业新增三家,为绿地控股集团有限公司、益海嘉里投资有限公司和上海建工集团股份有限公司,还有43家企业凭借去年100亿元以上的营业收入入围百亿元“俱乐部”,数量与2011年百强持平。

今年入围的百强企业在2011年共取得36545亿元的营业收入,比去年增长20.5%。前十强中,绿地集团、益海嘉里和交通银行涨幅最高,其2011年的营业收入同比前一年分别增长了56%、34%和33.2%,其他十强的增长水平也普遍在15%以上。不过,企业百强在净利润上的降速十分明显,去年的总资产、所有者权益和净利润分别达115962亿元、20170亿元和2468亿元,同比分别增长了16.28%、11.49%和10.36%,但增速同比分别放缓7.08%、7.39%和29.61%。



上海市制造业创意促进中心揭牌成立 2012年制造业创意高峰论坛举办

8月29日，作为本市制造业创意产业公共服务平台的上海市制造业创意促进中心正式成立。市政府副秘书长、市文化及创意产业推进领导小组办公室主任何贵玉、市经信委主任戴海波和宝山区区长汪弘出席揭牌仪式并致辞。

在上海市制造业创意促进中心成立大会上，全国政协常委、市经团联会长、中国动力工程学会理事长蒋以任以“发展制造业创意产业是上海制造业转型题中之义”为题，发表了主旨演讲。

蒋以任说，发展制造业创意产业是上海转变经济发展方式的本质要求和必然选择。大力推进上海制造业创意产业发展，能够促进上海制造业以其高附加值、强渗透力和跨界融合能力，成为推动上海经济创新和转型的新引擎，其重要战略意义在于：一是引领上海制造业整体升级的重要途径；二是落实国家对上海战略定位的重要抓手；三是提升上海城市综合竞争力的有效手段。上海发展制造业创意产业，可以推动上海城市功能再造，使上海成为制造业订单的策源地、产品交易的结算地、创意创造的展示地、创新产品的集聚地，可以助推

上海建设创新型、融合型的新兴战略产业体系，加快实现服务经济为主的现代产业结构，提升城市综合竞争力。

他指出，要把发展制造业创意产业作为上海突破资源环境约束瓶颈、实现经济可持续发展、提升制造业产业能级、促进三二一产业融合发展、推动城市产业布局优化调整的重要抓手。1、在现有工业开发区内，推动大批专业的中小、微型制造业创意企业集聚发展。2、充分发挥科研院所的独特作用。3、搭建各种类型的公共服务平台。4、加强对制造业创意产业的知识产权保护。5、大力引进和培育创新、创意人才。6、加大财政、金融对制造业创意产业支撑力度。

市经信委主任戴海波在致词中，希望上海市制造业创意中心发挥好三个作用：一是集聚作用。集聚好创意企业、创意结构、创意人才等各种创意资源和要素，开展高层次、广领域、多内容的广泛合作，激发创意的碰撞，绽放智慧的花朵。二是对接作用。加强创意人才与创意产业的对接、创意单位与制造企业的对接、创意成果与交易应用的对接，

加快创意成果产业化，变为现实生产力。三是服务作用。围绕产业发展需要，优质提供制造业创意的趋势、政策、标准、环境、培训等咨询服务，提供创意成果培育、孵化、评定、保护、交易、应用等专项服务，扎扎实实为促进上海制造业创意产业的发展作出应有贡献。

主题为“设计、制造、竞争力”的2012年制造业创意高峰论坛，就大力发展制造业创意产业，突破资源环境约束瓶颈，实现经济持续快速发展进行深入探讨。中国工程院院士、上海交通大学教授、博士生导师阮雪榆，世界著名设计师卢吉·科拉尼，西北工业大学余隋怀教授，原市知识产权局局长钱永铭从各自不同领域，结合上海特色，探索制造业创意产业的发展之路，作了精彩演讲。

市经团联执行副会长张培璋，上海汽车资产管理有限公司总经理、上海国际工业设计中心管理有限公司董事长张国新与科拉尼大师、阮雪榆院士，以及华谊集团、上汽集团就建立战略合作联盟进行了签约。蒋以任会长为国际工业设计大师卢吉·科拉尼、中国工程院院士阮雪榆颁发了专家顾问聘书。

要以创新为动力推动制造业转型发展 ——韩正市长讲话在行业协会中引起热烈反响

“创新驱动、转型发展核心是创新，要以创新为动力，驱动上海的产业转型。上海必须率先转型，向现代服务业和先进制造业转型，成为推动上海最核心的支撑。制造业创意产业的发展，一定要高举创新的旗帜，没有创意，什么创新都没有。”9月18日，市委副书记、市长韩正在上海市经济团体联合会会长蒋以任主持召开的“促进发展上海制造业创意产业”会议上的重要讲话，在行业协会中引起热烈反响。

参加会议的80多家市经团联主席团成员单位和部分行业协会负责人，聆听了韩市长的讲话后，深受鼓舞。

大家表示，促进制造业创意产业的发展，是切准上海实际，迎合世界经济发展趋势的迫切需要；是上海实现“创新驱动、转型发展”的必然选择。企业和行业协会要敢于创新，勇于实践，推动制造业创意产业的发展。

上海制造业创意促进中心主任张培璋说，韩市长的讲话，进一步确立了制造业创意促进中心的指导思想。我们要围绕上海制造业的转型发展，不断催生创意，促进制造业创意的数字化表达，转化为设计成果和科研成果；促进创意成果转化成为生产力。制造业创意促进中心要努力推进上海制造业创意产业实现“两个融合”，推动上海制造业结构调整和发展方式的转变。

海立（集团）董事长沈建芳说，创新驱动，转型发展离不开创意创新。听了韩正市长关于发展制造业创意产业的讲话，总结海立集团在工业设计上走过的历程，我深深体会到，创新是企业

发展的灵魂。只有在工业制造中，不断注入新的设计理念，融入新的思想，才能实现创新创造。

上海工业设计协会秘书长王日华说，韩市长的讲话不仅改变了我们对原有工业设计的认识，更增强了协会进一步推进发展制造业创意产业和创意的工业设计产业发展的信心和决心。创意是设计的灵魂，没有创意，也就谈不上设计。上海工业设计服务企业总数1865家，相关从业人员8.65万人，工业设计已初步建立起以企业为主体，创意设计为驱动、科学技术为支撑、市场为导向，产学研相结合的工业设计创新体系。

上海医药行业协会会长黄彦正说，世界现有的生产力水平已经严重不适应经济发展的需要，必须要有一个根本性的变化。但是，新的生产力不会自动产生，第三次工业革命也不会自然到来，它们需要依靠人的力量、人的智慧、人的创造力去实现。这种创造力就是从大量的细微工作做起，一点一滴地积累。因此，提倡创意产业大家参与，整体推动，一定会促进全社会创新事业的发展。创意产业，必将成为改造传统产业链的重要举措。上海医药行业新药物的发明，老药物的出新，都离不开创意。“药品质量产生于药品开发设计之中”的理念正在深入医药人心，反映了创意意识在制药产业中的兴起，它会带来制药产业的新变化。

上海眼镜行业协会秘书长吴东芳说，韩市长介绍了国外机器人的现状、应用和发展，真让我大开眼界，对制造业创意产业有了进一步的认识。特别是

韩市长在讲话中引用了一名台湾企业家对人才培养的一段话，即，从材料的“材”，到人才的“才”，再到财富的“财”，深受启发，开拓了企业今后招聘、引进人才的思路。

上海溯洄工业设计公司的研发人员说，公司坚持“致力于发明专利的工业设计团队”这一定位不能动摇。创意与设计是有区别的，创意不是简单的设计，它必须要有创新。溯洄就是要将创新研发与设计进行有效的结合，为发展上海工业设计作贡献。

岸谷工业设计工坊的员工说，韩市长的一席话，使我们对创意设计界迎来蓬勃生机充满信心，这也是岸谷工业设计扎根上海、入驻制造业创意促进中心的主要原因。

为了促进制造业创意转化为实践成果和生产力，促进创意设计与先进制造业和高新技术产业化的深度融合，促进工业设计产业链的发展，上海市制造业创意促进中心正在全力推广创意设计，大力提高引进中小创意设计企业；开展各种新思想、新创意、新技术的交流和研讨。同时，下阶段将重点抓紧开展三项具体工作：一是与交通大学合作，解决汽车轻量化模具设计问题，推动汽车轻量化工程项目。二是与华东师范大学合作，解决复杂的模具设计问题，推动华谊的数字化化学工程项目。三是与托岛合作，解决重大装备中大型锻件热处理后的内部组织结构和性能提高问题，推动大型锻件项目设计的进程。



在市文化创意产业推进领导小组办公室、市经信委、市科协和宝山区政府的大力支持下,市经团联举办主题为“设计、制造、竞争力”的2012年制造业创意高峰论坛。成立挂牌的制造业创意促进中心是从行动上推动制造业创意发展的一个实际举措,而制造业创意高峰论坛则是从思想上推动制造业创意发展的一次智慧交流。

发展制造业创意产业是上海制造业转型题中之义

上海市经济团体联合会会长 蒋以任

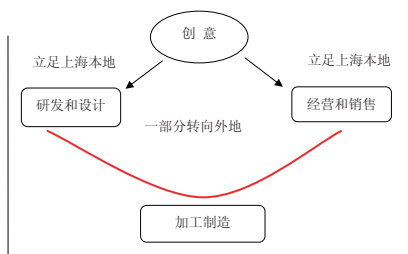
一、发展制造业创意产业是上海转变经济发展方式的本质要求和必然选择

上海制造业历来是上海经济的重要支柱。目前,上海制造业拥有产值规模达3.2万亿元,贡献着全市37%以上的经济总量、42%的税收、超过33%的就业岗位。特别是承担着众多国家级高科技专项和战略新兴产业,这是上海区别于其他国际化大都市的独特优势,是上海抵御风险、稳中求进的实力支撑。

但是,上海也为之付出了沉重的代价。2010年,上海消耗能源总量折合标准煤高达1亿1千2百万吨,平均每天的耗能,已大大超过解放初期上海半年消耗能源的总和。对于人多地少、自然资源全部依靠外来输入、环境承载力已极其脆弱的上海,这几乎达到一种极限。上海未来发展的唯一出路,就是坚定不移地践行国家科学发展战略,实现“创新驱动、转型发展”。

“转型发展”并不是要把传统产业都“转”出去关门大吉,更不是不要制造业。而是要改变发展形态、转化发展

内涵,而借鉴微笑曲线理论,大力发展制造业创意产业,是其中最重要、最有前景的业态。微笑曲线绘出了产业链的价值分布特征:微笑曲线两端分别是研发设计和营销服务,中间是加工生产。一般而言,处在两端的产业利润率在20%到25%之间,而中间加工制造利润率只有5%。



制造业创意产业是指:在制造业产业链中,各个环节广泛开展各类创造性活动,尤其是在产业链上游即微笑曲线左上端的设计与研发、以及产业链下游即微笑曲线右上端的营销与服务环节,大大强化创意活动,使之成为制造业创新升级的原动力。从广义上讲,制造业

创意产业也是文化创意的一部分,是有着巨大经济总量和生产力的那部分,也是创意产业中与制造业融合度最高、提升附加值能力最强的部分。这类创意活动和创意产业,是发展现代制造业题中应有之义,是生产性服务业的核心部分,也是现代服务业中的重要组成部分。上海发展制造业创意产业,就是把制造业左右两端放在上海,大力度注入“创新”、“创意”元素,以求质量和经济效益的最大化;而在中间制造环节,除保留高科技含量、高附加值部分,向上海之外转移一部分,以求产业成本和资源消耗的降低。通过“研发创新”和“服务创意”两大动力,整体推进制造业转型升级,使上海制造业焕发出“创新”和“创意”的蓬勃生机。

大力推进上海制造业创意产业发展,能够促进上海制造业以其高附加值、强渗透力和跨界融合能力,成为推动上海经济创新和转型的新引擎,具有重要战略意义:

第一,发展制造业创意产业是引

领上海制造业整体升级的重要途径

上海制造业在 60 多年的发展历程中，坚持了两条发展路径：一是坚持进行技术改造，促进传统产业升级换代；二是坚持发展高新技术产业，并不断提

升高新技术产业的能级。但我们应当看到，也存在一些问题：

一是上海高新技术产业对外依存度居高不减，自主创新能力薄弱。“十一五”期间，外资企业的高新技术产业总值占

上海整个高新技术产业总值的 92%，国有高新技术产业总值占比不到 1.5%；外资企业的高新技术产业利润占上海整个高技术产业利润的 70%，国有高新技术产业利润占比平均仅 4.4%。

表 1：国有、外企高技术总值和占比

指标内容	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
高技术产业总值（亿）	5606.63	6041.98	5560.65	6958.01
国有高技术产业总值（亿）	54.52	67.95	64.11	79.79
国有高技术产业总值占比（%）	0.97	1.12	1.15	1.15
外企高技术产业总值（亿）	5231.62	5569.51	5151.15	6436.45
外企高技术产业总值占比（%）	93.31	92.18	92.64	92.5
高技术产业利润（亿元）	159.25	122.16	72.94	246.74
国有高技术产业利润（亿）	2.78	3.88	5.5	13.21
国有高技术产业利润占比（%）	1.75	3.18	7.54	5.35
外企高技术产业利润（亿）	98.04	98.49	41.5	195.64
外企高技术产业利润占比（%）	61.56	80.62	56.9	79.29

资料来源：上海统计年鉴

二是技术引进与技术吸收增长呈倒挂现象，创新体系不完整。以大中型工业企业技术引进经费支出为例，2010 年为 61.09 亿元，比 2000 年增长

56.6%，比 2005 年增加 43.91%，长期处于增长趋势。另一方面，大中型工业企业用于消化吸收经费支出，远远低于技术引进经费支出，2010 年仅有 28.68

亿元，且消化吸收经费支出趋于平稳，投入不再增加，导致先进技术持续转移和吸纳能力难以提高，高端产业的核心技术难以获得。

表 2：大中型工业企业技术引进经费支出情况（亿元）

地区	2005 年	2009 年	增幅和减幅（%）
江苏	41.55	27.15	-53.0
浙江	16.0	16.4	0.25
上海	42.45	57.08	34.46

资料来源：各地统计年鉴

三是上海工业自主品牌逐渐萎缩。上海拥有 30 多个全国著名品牌，但含金量加起来，还不及一个海尔。目前，上海名牌产品存在五大问题：企业规模小，缺少具有国际竞争力的大品牌；企业创新能力不强，产品开发落后市场需求；名牌产品的品牌含金量不高；名牌的文化含量不高，知名度和美誉度不够；名牌产品的成长环境不佳，假冒产品泛滥。

四是极微利代加工制造偏多，产品附加值低。上海制造业的增加值率仅为 20%，只有发达国家制造业增加值率的一半。

上述四方面问题说明，技术引进促进了技术的大提高、产品的大发展、企业机制的大转变，但也存在不足之处：一是削弱了自主研发能力，难以使先进

技术持续转移和吸纳能力得到提高，高端产业的核心技术，难以通过引进方式获得；二是建立在引进基础上的产业竞争力提升，存在着不确定性，往往在国际产业转移中失去机会；三是产业技术创新，跟不上主导产业、支柱产业发展的需要。

显然，上海制造业在继续对外开放、利用外资引进技术的同时，必须要寻找一条新的出路。这就是大力发展具有自主创新能力的制造业的创意。这包括三层含义：一是提高制造业创意研发和设计能力，使产品设计的顶层起点高，产品性能、质量、外形不仅提高，而且更着眼于创意、创新，推动制造业的自主创新；二是创意理念注入制造业营销和服务渠道，以此推动制造业最佳商

业策划和运行，使制造业商业管理最佳化，大幅度提高制造业附加值；三是提高制造业工艺、技术水平，降低制造业生产过程中的成本。由此可见，发展制造业创意产业这一模式，能够活跃上海制造业的创新思路和实践，引领上海制造业整体升级，并加速上海产业裂变，开创“上海制造”向“上海创造”转型的新时代。

第二、发展制造业创意产业是落实国家对上海战略定位的重要抓手

现代社会产业和经济发展的一个显著特征是服务化和产业融合，其中制造业服务化是制造业发展的一个重要趋势，也是制造业创意产业的题中之义。服务化需求首先来自制造业。在制造业产品研发、设计到工艺、材料、认证、

鉴定、试验、生产、安装以及销售和售后维修服务全产业链的各个环节，都需要通过创意服务来推进产品的能级提升、功能突破和价值增值，获取更大的复合经济效益。

正因为如此，发达国家积极寻求本国制造业的转型和重新定位，融合创新的制造业服务化也成为重要趋势。从20世纪90年代起，领先的跨国企业率先开始“以产品为中心”的向“服务导向”的转型。例如，IBM成立之初以生产计算机硬件为主要业务。20世纪90年代中后期，IBM开始由制造商向服务提供商转型，服务占IBM收入的比重，已经从1994年的26%提高到2009年的60%。公司业务毛利率高达45.7%，成为全球最赚钱的公司之一。又如，风靡全球的苹果iPod、iphone、iPAD等产品的价值链上，苹果公司掌控了设计、营销两个环节，占据了全部利润的51.8%，而iPod、iphone代工制造商，只获得利润的1%。2009年，全球手机应用软件市场规模为42亿美元，其中苹果一家就占据了99.4%的份额。再如，据英国剑桥大学对全球上市公司排名前50位的制造业企业的调查，产品设计和开发、系统和解决方案、维护支持、零售和分销等4类是这些制造业企业提供的最主要的服务类型。德勤公司一项研究表明，现在航空和国防、汽车和商用车等行业，服务业务环节占销售收入的比重分别为47%和37%。

所以，根据国家对上海的战略定位，上海“十二五”规划，要求“按照加快形成服务经济为主的产业结构的方向，着力推进高端化、集约化、服务化发展，促进三二一产业融合发展。面向市场发挥优势，加快构建以现代服务业为主、战略性新兴产业引领、先进制造业支撑的新型产业体系，不断提高产业核心竞争力，全面提升国际经济中心城市地位。”推进创意产业，包括制造业创意产业的发展，正是落实国家战略

定位、实现这一综合目标的有效抓手。

第三、发展制造业创意产业是上海提升城市综合竞争力的有效手段

纵观全球，国际上有影响的大城市，几乎无一例外都是创意产业最集中和最发达的地区，都以富有特色的创意产业而闻名遐迩。这是因为，1、进入经济全球化后，国家之间、城市之间的竞争日趋激烈，任何一种技术、工艺、商业模式创新，都可能在很短时间内被竞争对手知晓和模仿。要想始终领先对手，唯一办法是不断创新，“只有创造力是无法模仿的，创造力也是最高端的宝贵资源”。特别是基础理论、产品设计、工艺技术、新型材料、新型能源等的创意发明，从历史长河来说是无穷尽的，它是新产品、新工艺、新材料、新能源的源头，将带来无穷尽的物质力量和社会经济效益。2、国际大都市往往土地资源有限，商务成本较高。同时，国际大都市真正的优势在于人的活力，而在于集中了各种有创造力、有才华的人，并且通过工业制造、金融体系、政策支持、市场传播等配套体系，把人的创意转化为巨大社会财富。因此，创意产业作为源于个人创造力、技能与才华的活动，是大城市特别是国际大都市真正拥有的比较优势，也是一个城市综合竞争力的精髓所在。上海要真正成为世界级城市，就必须发挥自身人文优势，结合城市的资源禀赋、产业特点，进一步提高和完善城市功能，而与制造业融合度最高的知识型创意产业，将在其中扮演极其重要的角色。

上海发展制造业创意产业，可以推动上海城市功能再造，使上海成为制造业订单的策源地、产品交易的结算地、创意创造的展示地、创新产品的集聚地，可以助推上海建设创新型、融合型的新兴战略产业体系，加快实现服务经济为主的现代产业结构，提升城市综合竞争力。

二、抓住机遇，扎扎实实推进上海制造业创意产业的发展

8月15日，市委书记俞正声同志在上海市科技创新大会上指出：上海现在又面临转型，转型过程中结构性减速难以避免。应对结构性减速的关键是创新，包括制度创新、科技创新、经营模式创新、商业模式创新。如果不从五年、十年或更长时期的发展着眼，布局技术研发和应用基础研究，必将无法适应产能过剩导致的产业调整，无法抓住制造业变革带来的新机遇。

当前，加快发展上海制造业创意产业，面临着难得的历史机遇：1）世界科技发展呈现出竞争全球化、创新区域化、技术融合化、学科交叉化、应用加速化的新态势，有利于上海加快发展新兴技术产业；2）国际产业转移出现层次高端化、产业链整体化、企业组团化的新特点，有利于上海承接国际高端产业转移；3）国家着力扩大内需，有利于推动上海制造业的“创意产业化，产业创意化”；4）上海加快建设更具活力的创新型城市，推进以企业为主体的技术创新体系建设，有利于为制造业创意产业发展提供政策支持。

面对战略机遇，我们必须以“等不得、误不起、坐不住”的姿态，积极推进制造业创意产业发展。要把发展制造业创意产业作为上海突破资源环境约束瓶颈、实现经济可持续发展、提升制造业产业能级、促进三二一产业融合发展、推动城市产业布局优化调整的重要抓手。要充分认识到上海发展制造业创意产业是一个长期过程，需要经过五年、十年，甚至需要更长时间才能完成结构性调整，因此，要克服急于求成的政绩观，按照三二一模式的要求，适时、适度地对产业结构进行调整。

1、在现有工业开发区内，推动大批专业的中小、微型制造业创意企业集聚发展。发达国家发展创意产业的经验表明，专业的中小型制造创意企业是创意产业的发展主体。甚至一些只有1-2人组成的小微型企业，其技术开发和研

究周期的效率都高于大型企业。要鼓励创办一大批从事设计、研发及服务新业态的中小、微型制造业创意企业，政府要给这些企业提供政策、资金、咨询和各种服务支持。同时，要通过市场交易构建上下游环节紧密联系、功能完整的产业链，使这些企业在产业集群中活跃创新思维，激发创新活力，拓展创新领域，降低创新成本。要鼓励发展相关创意设计制造的专业试验和认证机构，实现设施、设备共享和共有，培育具有上海特色的制造业创意产业集群。

2、充分发挥科研院所的独特作用。上海的科研院所创新力量雄厚、人才密集，是推进制造业创意产业发展的重要技术源头。可以对这些科研院所从事行业基础性和前沿性技术的研究力量进行重组。特别是行业的研究所，应当予以支持恢复。政府要给予行业性基础共性技术研究机构扶持保障，逐步将其打造成为制造业创意产业的服务机构和“创意中心”。积极探索科研院所，尤其是应用型科研院所与产业间建立长期合作机制，推动双方合作向更高层次、更广泛领域拓展。也可探索以项目为纽带，由制造业企业、高等院校和科研院所建立技术联盟，共同开展研发和设计，加速创新创意成果转化。

3、搭建各种类型的公共服务平台。

企业是创新的主体，但企业创新单打独斗往往难以成功，要有外力推动它们结成联盟，形成合力。政府应当或者会同公益性社会团体，培育更多促进创新、创意成果产业化的中介服务平台，整合现有创意资源，通过向企业征集技术难题，组织高校和科研单位接标，与企业签订产学研战略联盟协议，共同建立产学研长效合作机制，促进创新、创意成果在企业转化。刚才成立的制造业创意中心，就是搭建了一个制造业与创意产业对接的公共服务平台。市经团联还打算同金山区合作，建立制造业创意分中心；还打算成立院士大师流动工作站，提供智力服务，使科研成果迅速转化为生产力。

4、加强对制造业创意产业的知识产权保护。知识产权是创意产业的核心资产。要加强对知识产权的保护力度，不断完善知识产权制度。通过制定有关法律，对创意过程中的阶段性成果及最终成果进行认定。加强知识产权管理，健全知识产权保护队伍，建立无形资产的评估、预防、预警机制，明确经营步骤，降低知识产权的流失带来的损失。

5、大力引进和培育创新、创意人才。拥有更多的创新、创意人才，是企业提高创新能力的第一要素。要从制造业创意产业发展的产业布局、人才结构

及与国际接轨的需求出发，规划引进能担当行业领军重任的创新、创意人才。积极培育和挖掘本土创新、创意人才。在企业实施以提高职工综合素质为目标的“文化提升工程”和“职工卓越计划”，打造企业行业创新领军人才。积极推进企业与高等院校的合作，选派优秀人才到国内外高等院校深造；也可以探索聘请外国优秀专家来上海培训本土人才。建立多层次的创新激励机制，充分体现对人才和创新的尊重。

6、加大财政、金融对制造业创意产业支持力度。要更好地发挥财政、金融的引导作用，完善企业创新融资机制。设立市、区县两级创意产业发展引导资金，支持中小、微型制造业创意企业集聚发展；加快开发适应创意企业需要的金融产品，对创意企业提供信贷支持；各项扶持创新政策要突出针对性、协同性和实效性，从而营造激发创造力的良好环境。

大力发展制造业创意产业，是摆在我们面前的一项重要战略任务。让我们牢牢驾驭好这个推进创新转型的重要引擎，为推动上海经济可持续发展提供不竭的新增长动力。

（本文系在上海市制造业创意促进中心成立暨2012年制造业创意高峰论坛上的演讲）

简讯

市经团联开展2012年先进行业协会、协会先进工作者推荐评选工作

为迎接党的十八大胜利召开，进一步激励广大行业协会和协会工作者积极践行“公正、包容、责任、诚信”的价值取向，以改革创新的精神加强行业协会建设和制度建设，提高行业协会的工作质量和管理水平，激发广大行业协会和协会工作者的积极性、创造性，鼓励更多的行业协会和协会工作者开拓奋进、创先争优，为上海创新驱动、转型发展，全面实施“十二五”发展规划作出新的更大贡献，上海市经济团体联合会决定，在今年年底前集中表彰一批为上海社会主义经济建设、政治建设、文化建设、党的建设和行业协会自身建设作出突出贡献的先进行业协会和协会先进工作者。指导思想：以中国特色社会主义理论体系指导行业协会发展为目标，深入贯彻落实科学发展观，总结经验，树立典型，不断提高行业协会政治素质、业务素质和团队精神，通过开展行业协会创先争优，增强行业协会的凝聚力，为推动行业协会跨越发展、和谐发展提供坚强保证。

市经团联要求各行业协会要加强对评先进活动的组织领导，认真做好评先进活动的各项工作，通过本次评先进活动，使行业协会和广大协会工作者更加焕发新的面貌，体现新的水平，发挥新的作用。



制造业创意产业，作为一种智能化、知识化的发展业态和模式，体现了创意活动与制造业的高度融合。它通过创新、创意赋予制造业灵感，提升制造业发展能级，推动制造业实现从“制造”向“智造”的跨越。

制造业创意促进中心要发挥好三个作用

上海市经济和信息化委员会主任 戴海波

正当全市认真贯彻落实上海市科技创新大会精神的时候，由上海市经济团体联合会、上海国际工业设计中心管理有限公司、上海安悦节能技术有限公司共同创办的上海市制造业创意促进中心，正式揭牌宣告成立了。首先，我受市政府肖贵玉副秘书长的委托，代表市政府以及上海市经济和信息化委员会，对促进中心的诞生表示热烈的祝贺！

制造业创意产业，作为一种智能化、知识化的发展业态和模式，体现了创意活动与制造业的高度融合。它通过创新、创意赋予制造业灵感，提升制造业发展能级，推动制造业实现从“制造”向“智造”的跨越。它是全球著名跨国公司长盛不衰的秘诀所在，也是世界国际大都市闻名遐迩的精髓所在。

在市委、市政府的领导下，近几年来，伴随着上海文化创意产业的发展，上海制造业创意产业也呈现出方兴未艾的发展态势，涌现了一批生机勃勃的制

造业创意行业，其中仅工业设计去年就实现增加值 189.45 亿元，比上年增长 37.6%，为改进产品功能、提升产品质量、改变产品形象，起到了推动作用。

在这过程中，市经团联积极发挥自身优势，深入调查研究制造业发展现状，对上海发展制造业创意产业提出了富有创意和见地的意见建议，得到市主要领导和政府部门的肯定。同时，编写了创办制造业创意促进中心可行性报告。在市经信委、市工商局、市社团局等部门的支持、配合下，创意促进中心应运而生。这是贯彻落实市科技创新大会精神的一个带有创新意义的重要举措。它将为促进上海制造业与创意设计的深度融合、推动上海经济发展方式转变和城市转型发展，发挥积极作用。

发展制造业创意产业，是一个不断探索、实践的过程。上海市制造业创意促进中心的成立，搭建了一个很好的公共服务平台。我衷心希望这个平台能发

挥好三个作用：一是集聚作用。就是放宽视野、齐全要素、完善功能、形成合力，集聚好创意企业、创意结构、创意人才等各种创意资源和要素，开展高层次、广领域、多内容的广泛合作，激发创意的碰撞，绽放智慧的花朵。二是对接作用。就是促进融合、优化配置、合作开放、讲究实效，加强创意人才与创意产业的对接、创意单位与制造企业的对接、创意成果与交易应用的对接，加快创意成果产业化，变为现实生产力。三是服务作用。就是创新模式、完善配套、突出重点、搞好服务，围绕产业发展需要，优质提供制造业创意的趋势、政策、标准、环境、培训等咨询服务，提供创意成果培育、孵化、评定、保护、交易、应用等专项服务，扎扎实实为促进上海制造业创意产业的发展作出应有贡献。

（本文系在上海市制造业创意促进中心成立暨 2012 年制造业创意高峰论坛上的致词）

（上接第 44 页）曹海涛经理手抚奖状，感触万千，他说，服务一个项目，锻炼一支队伍，收集一套资料，积累一套方

法，实现了“四个认可”即“中国制造”的产品得到业主的充分认可、“中国标准”得到业主的充分认可“上海电气”的品

牌得到业主的充分认可；“上海电气”高质量的服务得到业主的充分认可。



自上世纪八十年代我国实施改革开放的政策后，我国企业通过知识产权许可协议从国外进口技术（主要是专利和专有技术），这些掌握知识产权的外国公司利用其技术的“优势”地位，在许可协议中对被许可人设定限制性的条款，试图继续保持其优势地位。今天，这种限制被许可人的行为受到了是否构成知识产权滥用和实施垄断行为的考验。

制造业创意产业的核心竞争力——知识产权

原上海市知识产权局局长 钱永铭

英国是世界上第一个政策性推动创意产业发展的国家。布莱尔 1997 年当选英国首相后做的第一件事，就是成立“创意产业特别工作组”（Creative Industries Task Force），并亲自担任小组主席。

“创意产业特别工作组”对创意产业的定义为：源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业潜力的行业。

我国颁布实施的主要知识产权法律和法规有：

专利法——知识产权海关保护条例

商标法——计算机软件保护条例

著作权法——音像制品管理条例

反不正当竞争法——植物新品种保护条例、集成电路布图设计保护条例、信息网络传播权保护条例

民法通则、刑法、合同法等法律法规中均有有关的知识产权内容，以及最高人民法院和最高人民检察院有关知识产权法律法规司法解释。

随着我国经济增长和不断融入世界，以及世界经济和贸易格局出现的新形势，知识产权的规则也有很大变化。

这对我国知识产权工作提出了新的任务，需要我们不断学习和调整政策，保护创新成果，以应对知识产权的新挑战。

中国专利申请量为世界第一，但企业缺乏核心技术专利

2005 年至 2011 年中国受理的国内发明专利数量见（附表 1）

在混合动力汽车领域，国家知识产权局共受理的发明专利申请 2731 件，其中国内申请 1040 件（占比 38%），集中于动力总成布置技术，而关键技术的专利申请数量较少。例如，国内发明专利申请中涉及控制技术的专利为 117 件，仅为国外（523 件）的 1/5，其中，日本、美国、德国等排名居前。

在纯电动汽车技术中，国内具有一定实力。国内企业申请总计 1402 件，占这个领域全部发明专利 2169 的 65%。动力电池、电池充电器以及驱动电机技术是纯电动汽车的关键，国内申请的数量不多。例如，在动力电池技术方面，国内发明专利申请 113 件，大于国外来华申请的 61 件，但仅有 4 件可以称得上是核心技术，其余的多为应用专利申请。国外来华发明专利申请有 767 件，

日本、美国、韩国等排名居前。

燃料电池汽车领域，与国外技术差距很大。该领域在华发明专利申请 1785 件，其中国内申请 227 件，仅占 13%。国内研发重点主要是燃料电池技术，有发明专利申请量 52 件，仅为国外（1028 件）的 5%。国外来华发明专利申请有 1558 件。除燃料电池外，在控制技术领域也有大量的专利申请。日本、美国、韩国等排名居前，日本丰田和美国通用两家企业在华申请占到 64%，专利布局意图明显。

中国 LED 产业专利申请量已居世界第二位，但涉及产业上游的外延技术和芯片制造上游关键技术方面数量明显不足。

截止 2011 年底，中国的商标注册累计申请量达到 971.15 万件，累计注册商标 665.07 万件，有效注册商标 551.01 万件，均居世界第一。以上数据反映了我国商标事业的长足发展，并标志着我国已成为世界商标大国，但远不是商标强国。

要大力提高运用知识产权的能力

西南政法大学知识产权学院名誉院

长张玉敏认为：“知识产权只有在市场中，在交易中才能实现利益。如果不进入市场，不流通，就无利益可言，也就没有提供法律保护的必要。”

施耐德进军中国市场的时间表：

1995年11月，与天津天利航空机电有限公司和中国航空技术进出口公司北京分公司三方共同投资成立上海施耐德低压终端电器有限公司，投资总额为791万美元。

施耐德（北京）低压电器有限公司施耐德公司控股95%的外资高新技术企业，1996年1月与上海电器股份公司成立施耐德配电电器有限公司总投资为1800万美元，其中施耐德电气（中国）占80%投资比例，上海电器股份占20%。

1997年，成立施耐德（北京）中压电器有限公司。

1997年9月，在广州成立施耐德（广州）母线有限公司。

2001年12月，在广东成立全资施耐德电子元件（东莞）有限公司。

2002年，在苏州成立施耐德（苏州）变频器有限公司施耐德富士断路器（大连）有限公司、梅兰日兰电子（上海）制造有限公司。

浙江正泰与施耐德之间知识产权的斗争历程：

1994年，施耐德要求收购正泰80%的股份，遭到拒绝。次年，施耐德

第一次起诉正泰侵权知识产权（以和解告终）。

1998年，施耐德收购正泰第二次谈判破裂，同年，正泰注册“CHINT”商标后，施耐德于1999年在法国、巴西、俄罗斯等十几个国家抢注“CSHINT”商标。1999年施耐德再次起诉正泰。

2004年，施耐德与正泰的第三次谈判未成功后，施耐德在世界各地起诉正泰专利侵权（在欧洲各国对正泰提起15项侵权诉讼），大多是以侵权为由向法院申请对正泰产品的临时禁令。

2005年，施耐德开始寻求与德力西的合作（该企业是正泰的竞争对手），并于2007年获商务部批准。

2006年8月，正泰以专利侵权为由提起对施耐德的诉讼，随即施耐德向国家知识产权局复审委员会就该专利提出无效请求，委员会经审查后，维持正泰专利权有效。

2007年9月，温州市中级人民法院一审判决施耐德专利侵权成立，赔偿正泰3.3亿元人民币。2009年4月，施耐德向正泰赔偿1.5亿元并达成和解。

一个不容忽视的问题——知识产权的滥用

法律赋予知识产权受法律的保护，其拥有人具有独占的权利。然而，知识产权的权利人利用其“优势”地位，实施限制他人对其构成的竞争，以继续保持他的优势地位。这种限制被许可人的

行为受到了是否构成知识产权滥用和实施垄断行为的考验。

涉及专利技术的标准制定中的困惑

近年来，外国的一些大公司，利用其技术上的优势和在标准制定过程中的发言权，在标准中埋设了大量的专利，我国的企业一旦使用这类标准，就陷入了专利的陷阱。我国的DVD产业，就是遇到了国际上近十个生产DVD大公司构成的“事实标准”，侵犯了他们上千项的专利，不得不向他们支付巨额的专利使用费。此外，温州的打火机等产品在欧洲受阻以及华为与美国思科公司的侵权案件，都与这个问题有着密切的关联。

在知识产权许可中限制竞争性的行为

自上世纪八十年代我国实施改革开放的政策后，我国企业通过知识产权许可协议从国外进口技术（主要是专利和专有技术），这些掌握知识产权的外国公司利用其技术的“优势”地位，在许可协议中对被许可人设定限制性的条款，试图继续保持其优势地位。今天，这种限制被许可人的行为受到了是否构成知识产权滥用和实施垄断行为的考验。

上海制造业创意中心的成立将推动制造业创造出更多的核心技术，对知识产权工作也提出了新的挑战 and 任务。

（本文系在2012年制造业创意高峰论坛上的发言）

（上接第7页）“两头在沪，中间在外”，大力发展生产性服务业，重点是鼓励加强研发和深加工；欢迎中央企业在上海发展高端制造业，支持中铝公司在上铜建立高端钢材深加工基地。

俞书记勉励上铜向高端制造业发展，希望企业大展身手，依托上海技术人才优势，加快研发和生产填补国内空白的压延铜箔，在现有厂区力争打造精

品钢材产业园区，做成上海的一个亮点。俞书记还对上铜提出的盘活存量资源、规划和开发市区工厂地块等设想表示将予以政策支持。

12、上海复旦微电子集团股份有限公司

6月20日，俞书记一行到上海复旦微电子集团股份有限公司考察调研。俞书记询问了作为有学校参与创建的企业，与

学校之间的合作模式、管理方法、协调机制等问题，肯定了复旦微电子发展所取得的成绩。对企业提出的作为复旦微电子主要股东的上海商业投资（集团）有限公司在行政管理条线上进行调整的时候，能够更多给出符合市场运作的自由空间，以便更有利于商投关联企业发展的希望，俞书记表示理解。



数字化制造技术是制造业的一个关键技术创新技术平台。我国制造业落后的一个重要原因就是没有充分发挥这项关键技术的作用。

数字化制造技术的 10 个主要内容

上海交通大学教授 博士生导师 阮雪榆

数字化制造技术是制造业的一个关键技术创新技术平台。我国制造业落后的一个重要原因就是没有充分发挥这项关键技术的作用。

数字化制造技术的内容主要有 10 个方面：

1、可视化。把设计的另部件或整台机器变成二维图纸和三维几何造型，这是最基本、最基础的可视化技术。我们有时需要的是更进一步的可视化技术：虚拟现实技术（VR），设计人员可以身临其境地观察到他所设计的机器和环境。另外，更可进一步要求可视化是有功能的，汽车的 VR 风洞就是一个成功的案例。

2、高效率设计技术。用同样的设计软件，经过两次开发或改造，可以使设计效率提高数倍乃至几十倍。知识工

程技术（KBE）和数据轻量化就是其中的两种技术。

3、产品性能预测。可以在产品还处于设计阶段时，就能预测产品的真实性能（包括产品的性能、日后的寿命和日后的损坏情况）。

4、设计优化技术和稳健设计技术。通过产品性能预测发现了原设计的缺陷，就需要用优化技术去改进设计。还可以采用稳健设计技术来寻求不良品率的合理降低。

5、数据转换技术。不同设计软件之间的相互转换是制造业所必需的一项技术。

6、高效率切削与高精度切削。不仅要追求高效率，更要保证高精度，还要保持切削后的工件精度。也要掌握高硬度切削工件的表面光洁度。

7、计算材料学。不仅要保证零件的外形，更要保证零件的内在性能（例如，材料的显微组织结构），因此，计算材料学也成为数字化制造的组成部分。

8、逆向工程。可以将已有的产品进行扫描，从而得到已有产品的数据，供设计新产品的借鉴和参考。

9、快速原型制造。能用很快的速度将新设计的产品制品制造出来。3D 打印、SLA、SLS、LOM 就是这一类型的技术。

10、企业信息化。把企业的内部信息进行完整、快速、准确、有效的管理，并同企业外部的信息集成，就能有效地进行管理（ERP）。

（本文系在 2012 年制造业创意高峰论坛上的发言）

（上接第 27 页）力。

3、希望政府给予支持和相关政策的落地。从品牌长久的发展来看，老品牌的复活与回归，不仅需要以雄厚的技术力量为基础，更重要的是必须要有政府的引导和有关政策的配套支持。如：

对老企业、老品牌的收购政策；自主创新和高新技术产业发展政策；科技型中小企业技术创新资金支持等。

4、希望给予专项资金的支持。老品牌再造其实比新创品牌更为艰难，虽然老品牌的光芒是其重生时的无形资

产，但这个品牌所承载的大量“负债”则形成对老品牌的拖累。为此，建议政府有关部门对复活老品牌，要设立专项资金给予扶持。对有些老品牌，也可以“政府支持”加自筹的方式解决。

培育具有上海特色的创意产业集群

8月29日,作为本市制造业创意产业公共服务平台的上海市制造业创意促进中心正式成立。该中心由上海市经济与信息化委员会为主管单位;上海市发展与改革委员会、上海市科学技术委员会为支持单位;上海市经济团体联合会、上海国际工业设计中心管理有限公司、上海安悦节能技术有限公司共同主办。

一、成立“上海市制造业创意促进中心”的背景

在上海“创新驱动、转型发展”战略措施的大背景下,2011年8月7日,中共上海市委书记俞正声同志在全国政协常委、上海市经济团体联合会会长蒋以任同志报送的《推动制造业创意产业发展,促进上海制造业由“制造”向“创造”转变》的专题材料上批示:“请韩正、杨雄、宝俊同志阅研。赞成以任同志意见。工业研发、设计、认证、鉴定、试验等行业是生产性服务业的重要组成部分,努力促进其发展是上海转型发展的重要内容。是否应单独制定促进政策,可请发改委、经信委研究。”该文在2012年8月24日解放日报全文刊登。市经信委主任戴海波要求“上海市经济团体联合会应发挥平台作用,为上海调结构,转型发展发挥作用”。在市委、市府政策研究室、市经信委的领导指导下,上海市经济团体联合会组织团队对上海制造业的创意产业状况进行调研,走访了有关市委办局、区政府、部分创意产业集聚区、部分制造企业、设计企业、院校等,对目前上海在制造业与创意产业相融合方面,有了进一步的认识。

二、上海制造业创意的概况

制造业创意作为围绕制造业产业链中各个环节开展创造性活动的一系列创意行业,既包括制造企业内部的研发中心和高校、科研院所等机构,更是指依

靠创意开发和设计、体现生产性服务业性质的以中小微型企业为主体的独立创意企业。是大文化创意产业的重要组成部分,也是创意产业中与制造业融合度最高、提升附加值能力最强、促进产业化和生产力发展最直接的部分。

目前,上海已经发展了一批较好的制造业创意行业,如集成电路设计、软件设计、服装设计、建筑设计、家庭装饰设计、包装设计等。它们不直接进行生产制造,却与生产制造构成上下游产业链关系。它们不仅仅从事外形、外表、包装等工业设计,更重要的是通过创意,推进产品性能和功能的实质性变化。虽然近年来上海文化创意产业呈快速增长态势,但制造业创意产业作为一个新的业态还没有得到重点突破,存在发展不均衡,推动“创意产业化、产业创意化”力度不够,与制造业等融合不够,创意产业能级有待提升,对长三角和服务全国辐射能力有待提高,政府在推动制造业与中小微型企业为主体的独立创意企业紧密度有待强化,政府在政策扶植中小微型企业为主体的独立创意企业有待完善等问题。具体来看,主要表现为:1、是创意领域广度不够,各种专业设计门类和企业不多,制造业与创意设计企业的结合未得到足够重视与充分发展。2、是创意品牌发展不够,缺少个性化凸显特色的创意行业品牌与创意城市品牌。3、是制造业创意机构数量少,社会化服务少,科研院所等机构的创意源头作用发挥得不够充分。4、以中小微型企业为主体的独立创意企业间能级差异大,行业标准化化管理欠完善。5、以民营为主体的独立创意企业生存、发展条件较为艰难,政府政策导向、服务配套欠完备。6、制造业创意人才断层、缺乏,教育学科设置不适于现实社会需求。

三、成立“上海市制造业创意促进中心”的目的、意义

制造业创意作为新的生产性服务业,以其高附加值、强渗透力及跨界融合能力,正成为推进地区经济创新和转型的重要引擎。成立“上海市制造业创意促进中心”,搭建制造业与创意产业对接的公共服务平台。为充分发挥上海产业基础优势,促进上海经济发展方式转变和城市转型发展,大力促进创意设计与先进制造业和高新技术产业化的深度融合、与区域产业结构调整以及长三角一体化发展、为全国服务紧密衔接。

成立“上海市制造业创意促进中心”的意义在于:1、加大制造业创意产业的扶持和培育力度,有利于加快创意融入制造、服务业的进程,有利于提高上海的国际竞争力,提升城市形象和完善城市功能。推动上海实现由“制造工厂”向“产品设计创意中心”的转变,建设成为更具国际影响力的“设计之都”。2、凭借制造业创意产业有别于传统制造业的资源优势,迎合上海可持续发展的现实环境,有利于推动城市产业布局优化调整,有利于提升产业能级和完善产业多元化,为城市建设和产业发展创造新空间。3、突出制造业创意产业智能化、知识化、高附加值的特点,广泛集聚优秀创意人才,有利于提高上海城市人口素质,促进人口与经济之间长期稳定、协调和可持续发展。

四、“上海市制造业创意促进中心”主要功能、业务范围

主要功能:

1、资源集聚功能:企业集聚(制造企业、设计企业、高校、科研院所)、人才集聚(国际、国内优秀创意设计人才)、机构集聚(检测机构、样板制作、教育培训、趋势研究、专业代理)、资

源对接（制造企业与设计企业、优秀设计师与制造企业、高校、科研院所与制造企业）。

2、人才储备功能：建立创意设计人才专业资质、专业技能培训教育的平台，创意产业集聚区及有条件的设计企业与高校、科研机构建立产学研基地、设计人才见习实训基地的建设。制造企业与社会设计企业设计人才流动、交流平台的建设。

3、咨询评价功能：对制造业创意设计行业政策、产业经济环境、市场竞争特点等提供咨询服务；组织专业资质评定机构对创意设计企业和设计师开展企业与职业技能资质评定；发布国内外各类型创意设计大赛信息，协助企业及个人申报参赛；集中发布最新的行业政策、行业标准、趋势并做各类咨询、解读；为企业及个人提供专项咨询服务和协助政府政策引导等服务。

4、成果对接功能：提供各类知识产权、版权的申请、保护、托管、转化、交易、质押及融资等服务；依托市、区科委等政策资源，建立小微设计企业、产学研成果培育、孵化服务平台；促进制造业产品设计成果应用、保护、交易、产业化和资本化。

5、网络服务功能：建立“上海市制造业创意促进中心”专业网站，结合上海国际工业设计中心网与中国创新材料网等社会网站合作共同实施。通过整合互联网信息资源和舆论资源，有群体针对性将中心影响力辐射扩大，同时推动制造业产品设计及其应用的国际化、信息化建设。

业务范围：

制造业创意设计应用推广，情报信息交流；组合制造业、服务业与创意资源；提供成果、技能资质授训和评定、对接及转化服务；各类创意产业的相关服务。

（1）应用推广，情报交流，出版物《制造业创意经典导读》（暂定名）；

（2）资源组合服务；

（3）技能培训、成果评定，专利及转化服务；

（4）政府购买服务（政策引导、咨询服务）

五、“上海市制造业创意促进中心”（2012年—2015年）工作目标、宗旨

工作目标：

1、企业集聚：促进中心集聚签约联盟制造企业10~50家；设计创意企业50~100家；高校、科研院所5~10所；

2、人才集聚：促进中心集聚签约优秀创意设计师20名（今后签约设计师控制在50名，实行评审期限制）。

3、机构集聚：促进中心集聚签约专业代理机构2~5家。

4、资源对接：促进中心作为第三方见证对接下，社会设计企业或高校、科研机构10~50家成为制造企业签约的设计开发机构；社会优秀设计师5~10名成为制造企业签约的特聘设计师；签约2~5家产学研基地；签约5~10家设计人才见习实训基地。适时开展民营企业设计类专业工程师资质认定的试行工作。

5、促进中心须具备专业技能、非学历培训的资质；具备设计行业标准管理、资质认定资格；具备政府扶植、支持制造业、创意设计产业政策第三方服务商资格。

6、促进中心每年组织二场设计人才专场招聘会；每年与相关行业协会共同组织1~2次上海优秀设计师或成功创

意产品应用评选活动。每年组织1~2次设计成果应用对接、推荐会。

7、建立“上海市制造业创意促进中心”官方网站。

8、设立“上海市制造业创意专项基金”，成立基金会进行管理。

宗旨：“助力企业创新，促进产业发展”

以公共化的平台服务，结合自身优势资源，努力形成“专业性”、“全套式”的制造业设计创意公共服务体系，让行业、企业、高校、乃至民众充分享用平台资源，以推动制造业的创新发展，为创意设计领域的创新成长提供便捷可靠的服务支撑。

上海市制造业创意促进中心将引导集聚，加快园区建设，推动大量专业的中小型制造业创意企业集聚发展，鼓励发展相关创意设计制造业专业试验和资质认证，加强对创意领域无形资产的评估和统计，加快创意创新成果转化，通过市场交易构建上下游环节紧密联系、功能完整的产业链。同时提供专业咨询和服务支持，如解决中小企业的融资难问题、建立企业孵化器等。此外，还将通过制造业创意产业园区将二、三产业相关的技术研究、产品开发设计及制作、人才培养等集于一体，以有效促进制造业创意产业的产学研结合，优化制造业、服务业与创意资源的组合，实现设施设备共用、共享，培育具有上海特色的创意产业集群。



发挥名牌效应 促进品牌和企业发展壮大

——对中小企业实施品牌战略的思考

企业品牌战略,是企业以品牌的营造、使用和维护为核心,在分析研究自身条件和外部环境的基础上制定的企业总体行动计划。从实际操作来看,品牌战略就是选择、包装、培育、宣传和保护某一品牌,使之逐步享有盛誉,并充分发挥名牌效应来促进品牌和企业本身发展壮大的过程。

品牌战略的主要目的是要创造品牌的极高知名度、较高的信誉度、较大的市场份额和巨大的经济效益。

第一,极高的知名度。高知名度是企业产品和服务得以顺畅销售的重要因素和企业一笔巨大的无形财富。

第二,较高的信誉度。高信誉度是企业经营者和全体员工多年乃至几代人艰苦奋斗、精心经营所形成的本企业及产品在市场消费者心目中的良好印象。对消费者而言,较高的信誉度意味着质量、高技术含量和良好的服务水平;对合作企业和提供资金的银行而言,较高的信誉度意味着可靠和值得信赖。在市场经济条件下,只有讲究信誉,企业才能得到市场主体的认同,才能得到长远的发展。

第三,较大的市场份额。市场份额可以从市场覆盖面和市场占有率两个方面考虑。企业通过品牌战略的实施,能够在提高企业品牌知名度、信誉度的同时,增加企业产品和服务的市场份额,而这正是企业取得良好效益的保证。

第四,巨大的经济效益。成功的品牌战略可以使产品有较大的销售市场,而且能够在市场上以比同类产品更高的价格出售。因此,名牌产品和良好的服务能够实现巨大的销售额和高额的利润,给企业带来丰厚的商业利润。

可以看出,品牌战略的直接目的

就是扩大企业产品和服务在市场中的影响,借以增加市场份额,取得巨大经济利益。从长远来看,品牌战略则是要实现品牌和企业的发展和持续发展。

一、中小企业实施品牌战略的必要性

中小企业要参与国内市场竞争,也只有实施品牌战略,才能增强企业的竞争力,在竞争中立于不败之地。

1、中小企业要想发展必须推进品牌成长战略

随着我国市场经济体制改革的进行,在市场经济的冲击下,逐渐形成了一些跨地区跨行业的知名企业和知名品牌。在竞争中,杂牌缓慢地退出市场,一个行业往往由几大品牌控制,市场竞争变成几大品牌之间的竞争。随着世界国际名牌进入中国,国内名牌失去了原有的优势,面临着严峻的竞争形势。在这种情形下,一些国内名牌纷纷“易帜”,或是被跨国公司收购,或是同洋品牌合资经营,国内名牌的阵地不断被蚕食。我国中小企业在发展过程中会遇到国外名优产品和国外资本进入的冲击,尤其是在高新技术领域的企业,将会在“内销不利、外销不能”的逆境中承受不住国外同类企业的重撞而出现相当一部分企业破产倒闭。为此选择和实施正确的品牌战略,提高中小企业产品和服务在国内市场上的竞争力,逐步走向世界,与发达国家企业的世界名牌相抗衡,已是中小企业管理者义不容辞的神圣使命。我国大城市消费者已有很强的品牌消费意识,中小城市及农村市场品牌意识也渐渐增强。年轻人以追求知名品牌的消费来实现自我价值,已成为一种时尚,但他们从小在消费外国品牌如雀巢、麦当劳中长大以至于发展成以追求外国

品牌为时髦,这不能不让有识之士为国内民族品牌担忧。在中国市场,外资品牌通过合资、独资或兼并收购等多种方式,创造了一个个成功的本土化品牌。相比之下,我国中小企业除了在开放较早、竞争比较完全的行业如家电、化妆品、食品饮料等行业品牌发展较好以外,受国家政策保护及限制的,真正的强势品牌几乎没有。这样下去如果不加强注重品牌的保护,促进品牌成长这些领域的企业将不可能和国外企业进行竞争,不能够获得发展。

2、我国市场已形成品牌竞争格局

随着改革开放和我国社会主义市场经济建设的蓬勃发展,我国的市场需求状况发生了巨大的变化,呈现出:由单一化需求向多样化需求转变;由雷同化需求向个性化需求转变;由贫困型、温饱型需求向小康型、富裕型需求转变。需求的改变要求供给也相应发生变化,这种需求导致企业之间竞争的加剧和竞争方式的改变,在此情形下,我国已逐渐形成品牌竞争的格局。

首先企业之间竞争的内容已由谋求资源优势、商品优势转变为谋求技术优势、人才优势和品牌优势,而技术、人才的优势最终还是要体现在品牌优势上。因而,在经济步入“相对过剩”时代之后,资源优势的重要性有所下降,谋求品牌优势已成为众多企业求得长远发展的当务之急。

其次竞争的手段逐步由以价格手段为主的竞争,转向以非价格手段为主的竞争。减价的策略虽然能够在一定时间内使竞争对手处于不利地位,但也会使企业自身效益下滑,导致两败俱伤的结局。而依靠质优、服务优和产品创新所树立起来的品牌优势,则会使企业市场

地位上升,经济效益增加,企业得以持续发展。

最后竞争的结构已由限于国内企业之间的竞争,转向国内外企业之间的多向竞争。一些实力雄厚的发达国家的跨国公司大举进入中国市场,同本土企业在我国市场上展开激烈的争夺,使我国市场竞争国际化,市场竞争日益激烈。因而,我国企业首先应运用本土企业的有利条件,努力创建出国内名牌,与洋品牌相抗争,才能在国际市场上参与竞争,开展国际化经营。

3、实施品牌战略有利于中小企业建立现代企业文化

企业文化是当代管理思想的一个新的高度,它将现代企业带入了“文化管理”时代。首先,品牌是企业文化的凝聚和代表,品牌战略的实施能够紧密联系企业管理实际,是建设企业文化最快捷有效的突破口;其次,品牌是企业文化的内容和形式上的统一,品牌战略的实施过程,实际上也是企业文化的建设过程;第三、品牌是经营与管理的统一,品牌战略可以把企业的市场战略与内部管理高度地统一起来,保证了企业文化建设的目的性;第四,品牌文化的民族性使我国企业的文化建设,牢固地建立在传统文化的深厚的底蕴上,保证了企业文化的建设方向。

二、中小企业实施品牌战略的现状

及存在的问题

1、品牌定位不科学

我国中小企业的品牌意识从总体上来看还远远没有成熟,品牌定位的工作更是处于起步阶段。纵观我国众多的中小企业品牌,能够在人们头脑中留下深刻印象的少之又少。除少数企业品牌定位比较清晰外,其它大多数品牌还处于发展阶段,定位还不是非常清晰。品牌特色普遍模糊化,使其差异化优势难以突出。品牌定位上的失误,造成其品牌属性的淡化,因而在市场上缺乏持续的竞争力。

主要表现出以下五个特征:一是品牌定位切入点偏离,所提供的功能不明确,缺少核心价值;二是品牌定位的范围过于宽泛,缺乏个性。中小企业从产品的特性出发确定其卖点时,将范围定得过大,使其差异性弱化,造成消费者对其品牌特点感到困惑;三是品牌定位面向消费者的针对性不强,表现不专一,品牌的市场占有率很低;四是大部分品牌定位都是做区域性的,这与中小企业的区域性分布和企业的规模较小有关;五是大多数中小企业品牌定位缺乏统一的整体规划,品牌定位的过程缺乏可循的规范和程序,而且缺乏专业的品牌定位管理人员。

2、做品牌重销量轻质量现象严重

国内很多中小企业的营销计划中,常常一味强调销售量的提升,把产品销量作为企业追求的最大目标。他们大都有一个“共识”,做销量就是做品牌,只要销量上来了,品牌自然会得到提升。随着产品的生产规模日益膨胀,他们的注意力就慢慢游离了质量这一核心。有的为了扩大销量经常进行促销,然而,殊不知使用太频繁是对品牌的贬低。

3、将广告当成创品牌的唯一法宝

许多中小企业都认为只要加大广告投入,进行铺天盖地的媒体轰炸,就可以促进产品销售,树立一个品牌。实际上品牌知名度可以在短期内达到,而品牌联想却是品牌建设的一项长期工程,是在品牌长期的运作中建立的资产;作为保持品牌稳定销售的主要指标——品牌忠诚度,更不是短期广告所能达成的,除了完善的品牌规划设计和持续优良的产品品质获得顾客满意度外,更有品牌长期一致的传播在消费者心中建立的价差效应;同时,消费者对品牌品质的肯定更是广告所无法做到的,它不仅需要品质恒定如一,更有对品牌在发展过程中提出的创新要求。有的中小企业还认为:好的广告创意就能树立起品牌。主要表现在:脱离了市场背景 and 企业的实

际情况,忽略了营销其他环节的配合,没有考虑产品的创新、品质的提升。

4、品牌缺乏核心价值

品牌的核心价值是品牌的精髓,一个品牌最独一无二且最有价值的部分通常会表现在核心价值上。海尔的核心价值是“真诚”,品牌口号是“真诚到永远”,其星级服务、产品研发都是对这一理念的诠释和延展。全力维护和宣扬品牌核心价值已成为许多国际一流品牌的共识,是创造百年金字招牌的秘诀。反观国内的很多品牌,几乎不存在对品牌核心价值的定位,广告十分随意,诉求主题月月新、年年变,成了信天游。尽管大量的广告投入能促进产品销售,但几年下来却发现品牌资产没有得到有效积累。

5、品牌缺乏整合规划

国内中小企业在品牌经营的过程中做过很多努力,但往往是不做调研就盲目推出新产品,想到什么就做什么,没有全面系统的品牌规划,只是一些片面的、补漏式的努力。每个企业都强调自以为重要的环节,但很少有企业把品牌的各个方面都做到位。没有市场调研的品牌建设就像空中楼阁,脱离了市场,脱离了消费者。同时,“东方不亮西方亮”的想法使多元化发展战略被一些中小企业认为是防范风险和增进效益的良方。在多元化发展过程中,企业最容易误入品牌任意延伸的陷阱。

三、我国中小企业实施品牌战略的对策

1、科学的品牌定位

品牌定位是市场细分过程的结果,企业只有将总体市场细分出适合自己产品特点、自己能提供有效服务的目标市场,并依据目标消费群体的特征进行合理的定位,才能使自己的营销力做到“有的放矢”。企业在品牌定位过程中要注意:

第一,确定品牌的核心价值。一个品牌若不具备或没有明确的核心价值,

就失去了竞争的基础,也便失去了定位的必要或可能。

第二,必须考虑目标消费群的特征,与目标消费群的需求相吻合。

第三,应考虑产品本身的特点。品牌能使人想到某种属性是品牌的重要含义。

第四,必须结合企业的规模、技术水平和实力等相关因素。

第五,应该区别于竞争对手的定位。企业在进行品牌定位时应力求在品牌个性和形象风格上与竞争者有所区别。一个行之有效的方法,是收集竞争者有代表性的广告并估算他们的传播费用,然后将广告进行分类。

2、确定最适合自己的品牌战略

常见的品牌战略有多品牌战略、单一品牌战略、一牌一品战略、品牌联合战略、品牌特许经营战略等等。中小企业可根据自身特点确定合适的品牌发展战略,如企业同时经营两个以上相互独立、彼此没有联系的品牌,可选择多品牌战略;企业所生产的所有产品都同时使用一个品牌时,可采用单一品牌战略;企业生产多种产品,但一个产品只使用一个品牌时,可用一牌一品战略;产品所使用的品牌与企业名称相同的企业可采用企业品牌同名战略;产品种类较多的企业,还可以采用副品牌战略,想通过两个或更多品牌相互联合,相互借势,那就实行品牌联合战略;一些已具有较强实力的企业,要想实现品牌的快速扩张;还有一些刚刚入市的弱小企业,要想在激烈的竞争中谋得一席之地,可以采用品牌特许经营战略。

3、重视品牌质量

质量是品牌的生命,是品牌的灵魂。优秀品牌的一个显著特征就是能提供更高的可依靠的质量。日本中小企业在质量管理、现场管理有着很高的水平,他们的质量管理与现场管理水平堪称全球一流。日本企业在重视产品质量的同时,也十分重视可能影响质量的每一个

细节,如著名的“5S”的管理(“整理、整顿、清扫、清洁、教养”)等。世界上的知名品牌如奔驰、索尼、摩托罗拉、西门子等无不体现着高质量。品质是企业创名牌的根本,是使顾客产生信任感和追随度的最直接原因。质量作为品牌的本质、基础,会影响到品牌的生存和发展。同时,高质量会带来品牌的成长,会带来高的市场份额。

4、培育有特色的品牌文化

品牌只要有了一定的品牌文化,才可能全面的满足消费者的需要。品牌文化就是产品在实际使用价值之外给予消费者的一种印象、感觉和附加价值,比如归属感、身份感、荣誉感等,它实际上和企业文化同源异形。企业文化是一个企业在共同价值观基础上形成的所有的思维模式、产品模式和行为模式的总和,主要反映在企业精神、理念、内部规章制度和相对一致的行为方式上,是向内的,而品牌文化则是向外的,是企业文化通过产品销售、公关事件、广告宣传、公司人物等传达给企业外部的一种映射文化。品牌文化是一种外化的企业文化,最终要使最重要的外部主体——顾客受益。内部认同是企业品牌文化建设的基本支持面。从价值观到行为、从行为到结果、从结果应证价值观,这之间缺少不得一个让价值观被企业内部认同并运用于实践的过程。

5、塑造独特的品牌个性

中小企业要避免分头出击,塑造独特的品牌个性,通过设计以及导入CI策划,使自己的品牌在市场上闪现新的亮点,塑造品牌形象,为消费者所接受,从而使品牌重新定位在市场上站稳脚跟,并有新的发展。品牌的个性要以产品及服务的特征为基础。如果品牌个性是创新,那么其产品和服务就必须真正具有创新性。

6、不断实施品牌创新,谨慎实施品牌延伸

品牌创新与延伸,就是把在某类产

品中已树立起来的品牌使用到其他种类产品上去。采用品牌创新延伸策略推出新产品。

第一,原有品牌的知名度有助于提高新产品市场认知率和减少新产品的市场导入费用。消费者选择产品,尤其是日用消费品总是在他们所熟悉的品牌范围内选择,以减少心理风险。在竞争激烈、产品趋于成熟的市场,产品本身的差异很小,新产品的市场开拓更为艰难。同时,市场上业已成名的品牌,常常会成为新产品进入的强大壁垒,构成竞争壁垒的原因在于品牌忠诚的存在。引入新品牌对企业利润目标的压力是相当大的。采用品牌延伸策略,则在很大程度上可以解决企业所面临的上述问题。著名品牌在市场上家喻户晓,新产品借此推出,不仅能迅即为消费者熟悉了解,为企业节约大量的促销费用,同时还有助于消除消费者对新产品的戒备心理。

第二,借助品牌延伸,用著名品牌推出新产品,使后者的定位更为方便、容易。将产品进行定位,使之具有自己的特点和个性是产品取得竞争的重要手段。产品定位往往要与产品的某些具体特征相联系,如产品的独特功能、超群品质等。如果企业拥有的成功品牌正好能准确地传达新产品定位所需要的信息,新产品定位就显得容易多了。如海尔优质高价的定位就贯穿它所推出的所有产品中。

第三,如果品牌延伸获得成功,还有可能进一步扩大原品牌的影响与声誉。品牌延伸一方面能增加该品牌的市场覆盖率,使更多的消费者接触、了解该品牌,从而提高品牌知名度;另一方面,消费者使用延伸产品的良好体验和感受,有可能反过来提高原品牌声誉,产生积极影响,使原品牌的地位不但不会因为品牌延伸下降,反而会因此而获得提升。

(闻 琿)

从复活上海老企业、老品牌所想起的

吴兰放

成功的品牌重组，能够提升品牌的知名度和美誉度，扩大市场份额，增强企业核心竞争能力。改革开放以来，由于国外品牌的大举进入，国内同类企业的蜂拥崛起，加之企业在深化改革中自身机制体制和产品结构上的缺陷，使不少曾经叱咤国内市场的一批上海轻工老企业、老品牌陷入严重困境，并渐渐淡出人们的视野。

近年来，为打造中国自己响当当的旗舰品牌，建立并培育起深度的竞争优势，上海实施了对部分老品牌进行整合的举措，使一批上海国货老品牌在沉寂多年之后，正在陆续复活起来。

一批老企业和老品牌正在被激活 双鹿起死回生

上海双鹿——一家专业生产“双鹿”牌家电产品、中国最早的国营冰箱制造企业，也是上世纪80年代在全国家喻户晓的冰箱品牌。1979年建厂，1981年“双鹿”系列品牌标志被成功注册为我国第11类冰箱产品的商品，成为我国最早的冰箱商标。然而在市场经济的浪潮中，“双鹿”却经历了一场阵痛，逐步走向衰落。到上世纪90年代中后期，国产冰箱品牌迅速崛起之时，上海双鹿却在国有体制羁绊之下经营举步维艰。随后，双鹿电气股份有限公司被白猫集团收购借壳上市。但由于白猫集团主营洗涤用品，而非家电产品，到1997年，“双鹿”冰箱基本上已经完全销声匿迹了。

2002年，陈泉苗这个从事落地钟和音响行业的浙江慈溪企业家，因看到大量慈溪生产的价廉物美洗衣机涌入农村市场，很多厂家因此赚得盆满钵满。意识到，随着农民生活条件的改善，农村家电消费市场潜力巨大。于是他开始关注并涉足“冰洗不分家”的冰箱，他

凭直觉感到：冰箱将成为继洗衣机之后农村市场的又一畅销产品，涉足冰箱行业一定能赚大钱。他收购了上海双鹿冰箱厂。2004年，又在松江区泖港镇工业园区投资2.5亿元，占地面积140多亩，建造新厂房面积达85000多平方米。现公司员工2000多人，年冰箱生产能力130万台。

现在，上海双鹿电器有限公司拥有完善的生产工艺设施，雄厚的技术研发力量和先进的质控手段，本着“打造国际化品牌，做国际化企业”的发展战略，重视人才的引进和培养，注重产品的研发和技术创新，先后导入先进的精良设备，在双鹿原有高品质的基础上融入新颖的设计理念和精湛的制作工艺，纳科技与艺术为一体，集舒适和高雅于一身，产品赢得了市场的广泛认可。在做专做精产品的基础上，更注重售后服务，目前产品除畅销全国20多个省市外还出口欧美、非洲、大洋洲等20多个国家和地区。2006年，双鹿冰箱被评定为“上海名牌”产品，2007年又被认定为“中国驰名商标”。全面实施通过ISO9001质量管理体系、ISO14001国际环境体系和ISO18001职业健康安全体系认证。

2011年10月，双鹿正式并购另一个中国最老的冰箱品牌——上菱，成立了上海双鹿上菱集团，同时运作旗下的双鹿品牌和上菱品牌。此举，受到市委、市政府的高度重视，市委书记俞正声批示“重组部分老企业和重组部分老品牌可能是开放性重组的两个方面”，并建议相关部门以双鹿品牌开放性重组为典型，重组并振兴上海轻工老品牌。

据公司总裁王建华介绍，为了重振双鹿品牌的知名度，同时应对激烈的市场竞争，公司制定了“农村包围城市”的营销战略，着力开拓乡镇农村市场。

建立了慈溪、松江、重庆三大生产基地，通过一系列经营调整和资本运作，成功复活了双鹿冰箱品牌，达到年产销冰箱300余万台、冷柜200余万台、洗衣机100万台，进入冰箱、冷柜等行业前十名，成为中国乡镇农村冰箱市场第一品牌。去年，由于受世界金融危机影响，全国冰箱市场普遍下降30%，而双鹿却逆势而上，市场销量上升了30%。

海鸥命运转折

海鸥一直以代表中国照相机工业制造水平而著称，是中国历史最悠久的照相机品牌。“海鸥”牌相机，曾达到最高年产50万架，获得“消费者购物首选的优质产品”称号。

进入上个世纪90年代后期，海鸥照相机因全球市场数码相机的兴起而日渐凋零。同时，照相机公司经几番民营化改制，四易其主。进入的“老板”们也都只在意开发海鸥分布于上海各区的土地，无心主业，设备遭废弃或拆卖。直至五年前，海鸥相机全面停产。

2010年，国内知名摄影人陈海汶，在几位原海鸥照相机公司高层的“求助”下，开始接手并复原海鸥相机的生产。他招募并接纳了十几个资深技工，利用海鸥仅存的一条双反装配线和对应的治具、夹具、模具和配件等，用收购到仅剩的1000来套配件，开始生产4A型双反相机。

3月，海鸥相机样品出来，但其试拍效果却大不如前。这款双反相机本是模仿双反相机领域的极品德国禄来相机。但在海鸥垂死挣扎那些年里，为了降低成本，这个型号相机里的27个重要零配件被换成了粗糙的塑料制品。

为了使再造的海鸥相机效果能与禄来媲美，同时在良好实用性的基础上，还能成为收藏市场上不断升值的经典款

式。陈海汶投资了近 300 万元，请来了上世纪 60 年代在上海照相机厂工作的老技师，对相机的重要零配件进行重新开模，改回生产金属零配件。同时，为了解决品牌授权问题，陈海汶还和海鸥的合资公司——上海海鸥数码影像系统有限公司达成合作。

至 9 月份，第一批 30 台新海鸥相机生产出来，大部分被爱好摄影的人买走。

现在，经陈海汶复原生产的 4A 型双反相机，连同那条仅存的相机生产线，被放到了 2012 年 6 月开馆，由政府支持民间创办的上海老相机制造博物馆里。用陈海汶话说，是希望博物馆的存在可以振兴国产照相机产业，希望中国的照相机工业能再度兴起。

永久另辟蹊径

“永久牌”自行车原具有年 400 万辆的生产能力，拥有七大系列五大类别 300 多个品种，在中国国内年销量名列全国第一。

上世纪 90 年代后期，随着私家车、公交车、轨道交通等出行方式的多样化，以及市场竞争的加剧，永久陷入了亏损的境地。2001 年，永久被中路集团收购后，虽扭亏为盈，年产量 220 万辆之多，但由于行业利润率低、竞争激烈，又面临着汽车和电动车的冲击，永久日子过得较艰难，且不被中路的掌门人看好。

2010 年，来自南京的同济大学研究生高庶三与几个曾在欧洲读过书的年轻设计师，以对自行车的情节和崇尚欧洲把自行车作为一种环保的生活方式，组成了包括 10 多个来自浙江大学和同济大学的 80 后的工业设计师、建筑师、网络设计师、平面设计师、广告人的跨界联盟，名为“乘思”（crossing）。他们有意要让自行车重回社会，并结合自己的所长，对产品进行“复古”等形式的包装。

由于永久和同济大学有合作关系，通过这层关系，“乘思”找到了永久 23 岁的董事长（中路集团董事长儿子）

陈闪，毛遂自荐。此时永久正面临因与同行在价格上较劲而陷绝境的境地。

乘思与陈闪商议，要对永久进行重新设计改造，使永久在传统市场之外寻找突破口。

他们对永久进行重新设计，在借鉴老款自行车款式的基础上，把车身换成了更轻盈的材质，拆掉了挡泥板等现在已经冗余的组件。颜色上，摒弃了自行车行业固有色卡的配色方案，采用了一些时尚行业里的亮丽颜色。

新设计的永久 c 系列新自行车图样，借助网络，在年轻人聚集的豆瓣、开心和新浪微博等 SNS 网亮相后，迅速被疯传，其中开心网上一个帖子就被转了 40 多万次，反响强烈。之后，乘思的永久 c 官方淘宝店开张了，他们以快速低成本实现销售的方式，在不到半个月的时间里，首批生产的 500 辆车一销而空。一些经营创意产品、潮流产品的门店纷纷找上门来，愿意经销永久 c。现在，永久的第一家直营店，也在杨浦老工业区永久的老厂址开业。

复活老企业和老品牌存在的困惑

得益于从僵化的国有体制中脱胎而出，双鹿正以从占领国内三、四线市场，逐步向一、二线城市拓展。新海鸥相机试图通过还原精工细作的上海制造模式来获得新生。永久也希望通过注入现代设计元素，使永久自行车不再仅仅被视为交通工具。

对“声誉不佳”的“中国制造”而言，双鹿、海鸥、永久的尝试价值非凡。在这里，现代设计，新的营销或商业模式，唤醒的不仅是这些沉睡的老品牌，还有对中国庞大制造能力的想象力。

上海轻工曾经有一大批具有历史底蕴和民族特色，蜚声海内外的老企业和老品牌。如今，由于种种原因，大多已沉寂了，个别甚至匿迹了。如何通过重组去激活这些还在沉睡的老品牌，使之复活并重新焕发生机？

就海鸥品牌而言，陈海汶并不止于

造 1000 台海鸥相机，他有意要使海鸥进入数码相机的领域。但制造数码机身，启动资金就要 5000 万元，初步投资则要 1 亿至 2 亿元，这远远超出陈海汶们的承受程度。其实在本世纪初，海鸥就有过生产数码相机的尝试，但未能成功。这在陈海汶看来，最主要的原因是“国家重视程度不够”。很难说，按这样的思路下去，陈海汶还能走多远。

双鹿虽引进了意大利、丹麦、德国的生产线，开发了一批新款冰箱产品。但对照目前众多的独资、合资和实力国资企业的产品，要进军一、二线城市，靠其现有的实力，在单打独斗中是很难实现雄心壮志的。

永久 c 开局不错，但还远远谈不上商业成功。而在已销售车型中，迎合当下复古潮流的款式卖得最好，其他类型却表现平平。永久 c 产量小、成本高，还是一个小众产品，其最终的目标还是要落到大众市场。

其实，双鹿、海鸥、永久并不是第一个“再造”的国货老品牌。上海牌手表、飞跃运动鞋等也曾通过新锐的设计回归潮流，但都未能转换为企业持续的品牌提升和商业利益。

对加快复活上海老品牌的几点建议

1、要加快复活上海老品牌。上海老品牌是上海悠久品牌文化的历史底蕴，它体现的是上海轻工业在全国的地位、实力和影响力；是提升人民生活质量，建设和谐社会的需要。在当前，加快复活上海老品牌也是推进落实上海“十二五”规划的需要。

2、要给老品牌冠以新的内涵。将老品牌以新款式、新技术、新标准重新制造，利用老品牌遗留下的知名度和影响力，实现自主品牌的复兴，无疑是为自主品牌的崛起提供了一条新思路。同时，这些老品牌的复活，可以唤醒许多消费者对过去的回忆，有利于形成一种难以割舍的消费情感，从而，加快并增强老品牌的市场竞争（下转第 20 页）

以“五个机制”促进党建工作

中共上海市工业经济联合会委员会

【背景起因】

市工经联党委从成立至今,经历了三个发展阶段:第一阶段是2002年市政府发布《上海市行业协会暂行办法》及《关于本市促进行业协会发展的指导意见》后,市工经联党委所属党支部从成立之初的8个增至20个。第二阶段是2006年8月市委组织部、市社会工作党委、市社会服务局、市社团局决定开展民间组织枢纽式管理试点工作。市工经联作为试点单位之一,为实现行业协会党建全覆盖,市工经联党委所属党支部增至68个。第三阶段是2009年市经委与市信息委合并为市经信委后,从市信息化行业协会党委划转来1个党委、17个党支部、731名党员。目前,市工经联党委所属党组织80个,其中党委1个、党总支2个、党支部73个、联合党支部4个,党员1228名。

由于所属党组织多、分布广,党员数量多、流动性大,在创先争优活动中如何加强对行业协会党组织的领导,提升党组织班子自身建设的质量,推动广大党员积极投身创先争优活动,发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用?市工经联党委在总结以往工作经验的基础上,结合新形势和新要求,决定从探索建立健全五项机制入手,促进协会党建工作。

【探索过程】

行业协会党建工作是一项带有开创性、探索性的工作。市工经联党委成立12年来,在原市经委党组、市经信工作党委、市社会工作党委的领导下,围绕加强协会党建工作,根据行业协会的特点,进行了一系列探索:一是探索推进协会党组织的思想建设,保证党在协会的政治核心作用;二是探索加强协会党建新途径,消灭协会党建“空白点”;

三是探索在协会中开展党员先进性教育,引导党员在工作中发挥模范带头作用;四是探索加强党支部规范化建设,正常开展党的各项活动;五是探索完善协会党组织的监督保证作用,为协会各项工作提供保障。在以上探索实践中,市工经联党委和协会党支部分别制订、修订了各项工作制度,促进了协会党建工作。

在创先争优活动中,市工经联党委认识到,创先争优活动是一项追求无止境的党建工程。要使创先争优活动取得成效,并持续深化,必须要有相应的制度和机制来保障。因此,市工经联党委围绕“八个结合”(即创先争优活动与创建学习型党组织相结合、与巩固和扩大学习实践活动成果相结合、与“讲党性、讲服务、作表率”党员主题活动相结合、与强化行业协会党组织建设和党员队伍建设相结合、与加强党风廉政建设相结合、与全面实施党务公开相结合、与行业协会文化建设相结合、与行业协会的中心工作相结合),进一步建立完善一套科学的工作制度和工作方法,并把它固定下来成为一套经常性的活动准则,使之成为行业协会党的建设的一项常规性工作,形成创先争优活动的长效机制。

【机制内容】

1、党内学习教育机制。按照“思想认识到位、组织措施到位、责任落实到位”的要求,建立健全党委会制度、中心组学习制度、党员形势报告会制度,抓好学习型党支部建设,确保学习全员化、经常化、制度化、机制化、组织化。

2、支部建设促进机制。针对协会党支部建设的现状和特点,坚持创新思路,抓好四支队伍建设(党支部书记、党建联络员、党员和积极分子),探索采取两种管理方法(直接管理和双重管

理)、四种组织形式(独立党支部、联合党支部、以党建联络员为主的联合支部和党建联络员),推进协会党的组织和工作全覆盖。

3、承诺践诺评诺机制。要求共产党员立足本协会和本职工作,承诺亮目标、践诺亮成效、评诺亮标准、再诺亮提高,引导党员争优秀、创一流、当模范、作表率。

4、党建考核测评机制。为促进创先争优活动透明化、党务工作公开化,建立完善“三测评”制度,即党员自我测评、党员测评协会党支部、协会党支部测评市工经联党委,推动“党建带群建、群建促党建”做到常态化。

5、先进表彰激励机制。树立典型、发扬先进,开展年度评选先进党支部、优秀共产党员的活动,并召开大会,隆重表彰。

【把握关键】

1、作表率一党委和支部要当好标杆。“当标杆、做示范”是开展创先争优活动的关键点。在五项机制形成和运行的过程中,市工经联党委和各协会党支部要加强自身建设,以身作则、身先士卒,在学习、调研、工作、服务等各方面发挥模范带头作用,当好示范标杆。

2、亮主题一各项机制要突出坚持党性。创先争优的核心主题是一次增强党性的再教育。建立和落实五项机制,既能从制度上为增强党性教育提供不竭动力,又是把增强党性、创先争优活动的目标和要求落实到行动中的具体实践。

3、抓主体一突出党员的主体地位和主体作用。党员是党的活动和党的建设的行为主体。五项机制既是充分发挥党员主体作用的制度保障,又是要求党员自觉遵守的行为规范和制度规范,机制的建立和执行都要有利于调动党员的

能动性和积极性。

【成效反响】

1、推动了学习型党组织建设。市工经联党委每年突出一个主题推动党委和协会党组织领导班子学习。2010年围绕“世博先锋行动”，增强班子成员参与、奉献世博的意识；2011年围绕庆祝建党90周年，坚定班子成员走中国特色社会主义道路的信念；2012年围绕“基层党组织建设年”，激发班子成员强组织、增活力、促提升的责任感。各协会党支部遵循学习途径多元化、学习资源共享化、学习行为个性化、学习环境虚拟化的趋势，创新学习方式，采取电子邮件、视频会议、手机短信、“彩虹”、“飞信”、MSN、QQ等网络化、个性化手段组织党员互动，不断提高党员干部的学习自觉性。铸造、锻造、热处理、电镀、焊接协会联合党支部创办“组织生活园地”，交流学习体会；信息服务外包发展中心党支部坚持“头脑风暴、集体学习、分头体会”的学习制度，精心组织各种主题学习活动；信息服务业协会党委开发了党建网络教育平台，为党员提供网上学习、动态反映和互动交流空间，组织“增强使命感，争做好书记”井冈山红色之旅活动以及重温党史活动，增强了支部书记的使命感和责任感。

2、提升了党支部建设质量。市工经联党委在深入协会调研，对协会党组织进行梳理和调整的基础上，对基础较好的党支部，鼓励其继续提高工作能力和水平；对存在薄弱环节的党支部，帮助其解决具体困难，开展党建工作；对多年未换届的党支部，则按照党章规定，指导帮助其进行换届改选；对新组建的行业协会，指导、推进其同步成立党支部。两年多来，市工经联党委对8家协会党支部进行调整，指导28家协会党支部进行换届，有效加强了党支部的基础建设。

市工经联党委积极探索加强协会党

建工作的新方法。一是建立健全党委委员分工联系协会党支部制度，每人确定2-3个党支部作为联系点，及时有效指导、服务协会党建工作。二是健全完善党组织生活，加强党内民主建设，坚持实行向党员报告工作制度。三是及时召开支部书记会议，强化支部书记培训，组织支部书记座谈会，交流党建工作经验，拓展党建工作思路。并抓好党支部换届工作，严格把好质量关。四是利用市委组织部的党员党组织管理信息系统，建立党支部和党员信息库，加强对党组织和党员的管理。五是选择一批党建工作开展较好的党组织，建立示范点，发挥其示范标杆作用。同时，整合党内资源，搭建党建联建平台，鼓励协会党组织之间合作、开放、互联、互动、互补，提升支部工作水平。一些行业相近、地缘相邻的协会党支部结对合作，促进共建联建。铸造、锻造、热处理、电镀、焊接协会联合党支部积极探索与重型装备制造协会党支部对接交流活动党建方式；化工协会党支部和电机协会党支部多次结对交流共建，签订互帮互促协议书，做到有目标、有措施、有成效，带动了协会党建工作。

3、树立了党员优良形象。市工经联党委和各协会党组织要求党员承诺亮目标、践诺亮成效、评诺亮标准、再诺亮提高，使创先争优活动不断深化。各协会党组织和党员立足本协会和本职工作，争优秀、创一流、当模范、作表率，使履行承诺成为每个党员的自觉行为，确保承诺实效。信息服务业协会党支部在世博期间组织党员积极响应“信息行业、不辱使命、勇担责任、奉献世博”的倡议，努力工作，确保世博信息安全。通信制造业协会的党员在深入调研、行业统计、对外宣传、公平贸易援助、合作交流等方面，以“工作争先、服务争先、业绩争先”为目标，承接艰巨任务，以实际行动和作用成效诠释和践行党的先进性。中药协会党支部组织每个党员

签署“共产党员承诺书”，要求做到带头学习提高、带头争创佳绩、带头服务群众、带头遵纪守法、带头弘扬正气。党员同志努力服务企业，促进中药行业发展。建材协会党支部认真履行为民服务的承诺，组织开展“互对接、互帮红、全覆盖、争先锋”活动，全体党员同协会会员工结对互帮互助，共同进步。

4、强化了党内民主监督。市工经联党委为了落实党建考核测评机制，一是重点围绕党员民主权利、党务公开、党员廉政行为、履诺践诺情况进行党内评议；二是做好党外群众监督，通过群众满意度调查、督查通报等方式，把创先争优活动的履诺践诺情况置于群众监督之下，使创先争优活动透明，接受群众的全方位监督。市工经联党委还设立了党务公开领导小组及办公室，加强对系统党务公开工作的领导。各协会党组织由支部书记作为党务公开第一责任人，确保党务公开工作有人管、有人抓。到2011年底，各协会党支部全面实行党务公开，并且达到了有组织机构、有公开制度、有公开载体、有实际成效的标准。企业信息化促进中心党支部认真设计党务公开的载体，编辑和发行电子版简报《心灵之窗》，逐期公布相关信息。家用电器协会党支部做到党的组织建设公开、领导班子建设公开、民主科学决策公开、人事工作公开、联系和服务群众工作公开、党风廉政建设公开，设立党务公开公示栏，把每次公开的内容、形式、时间、地点，分门别类归档保存，使党务公开工作程序化、规范化，促进了党内基层民主，提高了党组织的公信力。

市工经联党委加强对干部和党员的党性、党风、党纪教育，组织大家认真学习中央和市委关于廉洁从政的规定，组织党委中心组和协会党支部成员观看反腐倡廉警示片，与各协会党支部签订“党风廉政责任书”，开展党风廉政监督检查，针对存在的问题和薄弱环节，及

时提出整改建议,建章立制,堵塞漏洞。各协会党组织制订廉政守则,规范党员行为,推动了行风建设。两年来,市工经联党委系统党员廉洁自律,党员的先进性进一步体现,干部的模范作用进一步发挥,保证了协会各项工作顺利开展。

5、树立了党建先进典型。市工经联党委认真组织开展评选先进党支部、优秀共产党员的工作。对领导班子好、党建工作好、发挥作用好、工作机制好、廉洁自律好的协会党支部,以及在“服务企业、规范行业、发展产业”中成绩突出、坚持党性、廉洁自律、有较高威望的党员予以表彰。2011年有2个协会党支部、2名党员和3名党务工作者获市经信工作党委、市委组织部和市社会工作党委的先进集体和个人称号。2012年有4个协会党组织、5名党员荣获市经信工作党委、市社会工作党委先进集体和优秀个人称号。同时培育了一批积极分子,两年来转正和发展了80名党员。这些先进党组织和优秀党员敬业奉献,成为行业协会的示范旗帜,引领带动协会工作者为促进企业、行业 and 产业发展多作贡献。

【延伸阅读】

典型案例1:轻工协会党支部推动学习型团队的建设

在创先争优活动中,轻工协会党支部认真学习中央、市委的重要文件、重要会议精神,及时领会精神实质,努力做到学有所思、学有所获、学有所行。党支部建立健全个人自学与集中学习相结合的政治理论学习制度,在加强协会领导班子成员和全体党员自学的基础上,党支部集中学习(组织生活)活动时间不少于每月一次,其中包括安排一次“走出去”或“红色之旅”活动。

党支部组织开展丰富多样的学习活动:在纪念建党90周年系列活动中,发动党员积极参加工经联党委组织的党史知识竞赛、摄影比赛、文艺汇演活动,作为组织生活的内容。把市委党史研

究室编写的《上海党史知识读本》发给大家学习。今年以来,党支部又组织开展多项学习活动,主要包括:传达2月15日市工经联党建工作会议精神,反馈协会2011年度“创先争优”活动党员测评本党支部的整改意见,讨论协会党支部2012年工作要点;听取检察院有关领导关于反腐倡廉教育报告会;开展赴赣东北的“红色之旅”活动;参观“城市新印象(2007—2012)大型主题展览”;学习市第十次党代会精神,讨论如何聚焦工作重点,把市第十次党代会明确的目标任务落实到各项工作中去,并加强自身建设,进一步提高协会服务能力和服务水平;参加市工经联党委“纪念建党91周年暨创先争优表彰大会”等。

典型案例2:企业信息化促进中心党支部加强党建工作

企业信息化促进中心党支部根据创先争优活动的要求,制定了一套党支部和党员个人的努力目标。党支部的建设目标是创建一个“有威信、能凝聚、显和谐的战斗堡垒”,具体分解为:建设一个凝聚型党支部——努力营造一个“珍惜共同工作的缘分、珍视员工相互间的感情、珍重中心为大家创造的机遇”的温馨集体;建设一个服务型党支部——认真履行思想上引导、工作上指导、生活上辅导、情感上疏导的“四导”工作法,对员工的服务切实做好有难必帮,有感必解,有事必访;建设一个效能型党支部——想方设法释放每个党员的智慧和潜力,促使党员成为各自条线的带头人,从而提升中心各方面的工作效能。

党员的目标是确保实践“一个党员一面旗”,具体分解为:在政治上,党员要时刻与党支部保持高度一致,不折不扣地执行党支部决议,注意个人修养的提升,做一个讲道德、端品行的人;在学习上,党员要自觉主动,人人有一份学习的计划、提升的目标,不断丰富各方面的知识水平;在行动上,党员要在各项业务工作中充分体现领跑者水

平,在本职工作岗位上充分发挥带头人作用,在日常的生活中充分展示素养高品位高的情操。

为了确保目标的实现,党支部着重在三个方面下功夫:一是写好个人承诺书。组织党员学习、对照党员“五带头”和“八条义务”的有关要求;引导党员逐条自我对照,找出个人优缺点;党支部规定承诺书必需包含三项内容——对自己的自我剖析,找出自身的不足,订出努力目标。二是开展内外评议。党支部采取先党内、后党外的方式,多次向全体职工征集意见和建议。特别是在整改阶段,列出调查提纲和打分表,让所有职工对党支部工作提出评价、期望、建议,对党员进行评议、打分。并将听取的所有意见、建议逐条筛选、认定,向党员们转交,让他们对各自的承诺书做出调整和修改。三是逐层反馈。在创先争优活动的每个阶段结束转入下个阶段时,党支部召开一次民主生活会,要求每位党员对党支部工作做一次概括性评判、提一条有实际内容的意见;然后党支部对所征集到的评议逐条过堂、分析、筛选、认定。经全体党员讨论和酝酿,确定整改重点。

【深度思考】

继续探索行业协会党组织巩固和深化长效机制的新措施

机制和制度问题带有根本性、全局性、稳定性和长效性,科学的机制和制度能够保障党建的水平和成效。因此,应当把机制和制度建设作为立足长远的治本之举。如何在新形势下把机制和制度建设贯穿于行业协会党组织的思想、组织、作风、反腐倡廉等各项建设中?如何在现有制度的基础上进一步完善构建一套内容协调、程序严密、配套完备、有效管用的制度体系?如何根据行业协会新的情况和问题来研究采取确保机制和制度有效实施的方法和措施?这些都需要我们在行业协会的党建实践中不断地探索和总结。

探索行业协会党建工作新途径 ——市工经联党委召开协会党支部书记座谈会

为积极探索市工经联党委系统行业协会党建工作新途径,扎实开展创先争优活动,8月31日、9月7日,市工经联党委召开了部分行业协会党支部书记座谈会。市工经联党委书记胡云芳出席会议并讲话。会议由市工经联党委办公室主任范岚岚主持。

8月31日,11家协会党支部书记或代表出席。会上,支部书记交流了各支部开展创先争优活动的经验以及建立长效机制的方案。

在创先争优活动经验方面,信息安全协会党支部紧扣行业专业特点开展创先争优,开展了行业调研、举办专业展览、专业技能竞赛。信息化培训协会党支部细化五好党支部、五带头党员标准;化工协会党支部探索协会党建新途径,与电机协会党支部签订“结对协议书”。医药协会党支部在创先争优活动中做到“三个结合”:一是与协会中心工作相结合,二是与促进协会发展相结合,三是与创建和谐协会相结合。轻工业协会党支部介绍了开展创先争优活动的三个阶段、四个成效和五个长效机制。

在创先争优常态化、长效化规划方

面:企业信息化促进中心党支部从四个方面做了规划:一是在动态中更新目标,二是提升党员思想观念,三是突出重点,使党务工作不断完整提升,四是不断评议,使支部工作在党员监督下进行。纺织协会党支部提出要坚持四项制度:学习制度、党风责任制度、党内民主制度和党务公开制度。信息服务业协会党委副书记袁丽燕围绕两新组织的党建工作提出了三点深度思考:怎样做到党的组织覆盖、工作覆盖?党员的思想建设怎么开展?党组织的引领作用怎么加强?

座谈会上,市工经联党委还听取了大家对党委工作的意见和建议。

9月7日,市工经联党委召开第二批部分行业协会党支部书记座谈会。支部书记交流了开展创先争优活动的成功经验和好的做法。

塑料协会党支部提出了创先争优工作“七个结合”:与协会的中心工作相结合、与支部党务公开相结合、与支部反腐倡廉工作相结合等。铝业协会党支部通过做好三个基础工作、抓好三个活动、加强支部活动三个结合,将教育渗透到活动,使活动服务于教育。集成电

路协会党支部注重发挥和依靠党员的骨干带头作用和先锋模范作用,促进和谐协会建设。工业合作协会党支部在创先争优活动中注重加强学习型支部建设,树立全员学习、持续学习、创新学习的理念,每次学习都做好材料汇编,发到每个党员手中,不断增强学习的自觉性和主动性,不断提升学习的层次和水平。都市型协会党支部的创先争优工作紧紧围绕党员为会员单位服务,主要通过指导企业申报职称、高新技术转化等帮助会员单位解决实际问题。仪器仪表协会党支部推出了党务、政务三公开,支部班子成员以身作则、带头奉献,示范、引领作表率。有色金属协会党支部提出了创先争优“三个一”,即体现一个中心工作、突出一个主题和树立一个形象。

市工经联党委书记胡云芳称赞协会支部党建工作结合紧、搞得活、服务实、典型好、信息明。希望各党支部紧紧围绕协会中心工作,结合协会实际,积极推进创先争优长效机制建设,不断巩固和发展创先争优的丰硕成果。

(市工经联党委办公室)

简讯

市轻工业协会主办“创新包装、创意服务”研讨会

日前,上海市轻工业协会主办、中防联(北京)技术开发有限公司承办“创新包装、创意服务”——以防伪包装一体化设计提升品牌价值研讨会。

研讨会流程由领导开场、企业需求、案例介绍、互动环节等四部分组成。首先由上海市轻工业协会常务副会长俞友涌和上海市商委、中国防伪行业协会领导从宏观角度主讲国内行业在品牌过程中的机遇和挑战;然后由行业代表上海家化联合股份有限公司和上海良虹印务有限公司介绍品牌在维真、创新、营销上遇到的具体问题和实际需求;第三部分则由中防联盟单位中防联盟(北京)技术开发有限公司、武汉思臻光信息科技有限公司介绍以防伪包装一体化设计来提升品牌价值的具体案例;最后进入互动环节,由中防联盟单位现场解答企业代表的提问。研讨会由上海市轻工业协会副秘书长左异群主持,上海纸业行业协会、上海数字印刷行业协会、东方网印协办,支持单位中国防伪行业协会《纸业周讯》为研讨会出了专刊。



推进“两头在沪”的全新发展战略

董锡健

今年早些时候，上海市委、市政府从上海产业发展的实际与大局出发，高瞻远瞩地提出了“两头在沪”的全新发展战略，引起了海内外产业界的关注。“两头在沪”，这是上海产业经济“创新驱动，转型发展”的重大战略决策；同时又是上海产业经济扬长避短，发挥比较优势的重大战略举措。

“两头在沪”的认知与理解

所谓“两头在沪”，从战略层面上考察，它是产业经济转型发展的一个集成性的整体概念，而从战术层面析述，它却包涵深刻且丰富的含义。据笔者之见，“两头在沪”的内涵，至少包括四个层面的内容或含义：

其一，直析“两头在沪”的本意，就是将上海先进与高端制造业的“研发/设计”与“营销交易”这“两头”高端服务（即以往管理学上所称的“微笑曲线”的“两端”）设在上海，或留存上海；

其二，深析“两头在沪”延伸的含义，就是将“研发/设计成果的”生产制造“环节”，或“产能实现”过程，外移到劳动力成本相对合理，要素资源相对丰

沛，性价比较为适中的城市；

其三，选择“产能实现”基地，必须优中选优，必须是制造能力业界前茅、员工技能水平一流、经营守信口碑良好，具有专业制造资质与资格企业；

其四，检验“两头在沪”的最终目标成果，就是将上海打造成为中国，乃至全球具有指标意义的“智造”型城市与创新型城市，使“上海制造”，真正转型为“上海智造”，乃至“上海创造”。

“两头在沪”的指标体系

“两头在沪”，既然被列为上海产业经济“创新驱动，转型发展”的重大战略举措与战略抉择，那么必然要有其鲜明的战略特质与特色，也就是说必须要有彰显其特性与特征的指标体系。经研究与探究，笔者认为：构建与凸现“两头在沪”战略的指标体系，应该包含以下八个方面的“高度集聚”：

1、既然是“两头在沪”，那么与上海发展先进与高端制造业相关的国内外研发、设计机构，以及营销组织、交易机构、采购机构，应该在上海高度集聚，且尽快构建研发与营销集成港；

2、既然是“两头在沪”，那么与

上海发展新型工业与新兴产业急需的各类前沿科技人才与高端人才，应该在上海高度集聚，且尽快形成国内业界人才的高地；

3、既然是“两头在沪”，那么与上海“创新驱动，转型发展”产业经济战略相匹配的各项特惠政策（包括招商引资、招商引“智”、招商引“知”，以及邀盟聚业等政策），应该在上海高集聚，且高效形成“政策池”；

4、既然是“两头在沪”，那么与上海打造中国乃至全球“智造型”城市相融合、相互动的各类高端服务机构与服务组织，应该在上海高度集聚，以尽快形成国内“服务型智造源”；

5、既然是“两头在沪”，那么与展示上海“智造”品牌质量、水准、含金量相匹配的各类品牌推导、营运与管理机构，应该在上海高度集聚，且尽快形成“上海智造”的综合品牌服务解决方案中心；

6、既然是“两头在沪”，那么与上海前沿产业、高新技术产业，以及与上海“智造”相匹配的知识产权维护与高新科技成果认定评价服务机构，应该

在上海高集聚,且以尽快形成国内知识产权保护具有样本意义的示范区;

7、既然是“两头在沪”,那么就应该着力营造一流的投资氛围,以“两头在沪”与“上海智造”的巨大财富商机,广泛邀盟与吸引海内外产业经济战略投资机构与各类“非银行”特色服务机构云集上海,且形成高度集聚,致使上海真正成为国内具有指标意义的产业经济与产业资本高度融合的示范城市;

8、既然是“两头在沪”,那么各类有益于推进“两头在沪”的助力、给力要素资源与提升“上海智造”的活力、动力机制氛围,都应该在上海形成高度集聚,致使上海真正成为国内“四创”(创新、创造、创意、创智)前沿城市与引领城市。

“两头在沪”的“软实力”

“两头在沪”,作为“上海智造”的主体形态与核心竞争力,其最具魅力与核心价值部分,应该是“两头在沪”的“软实力”。“十二五”期间,上海工业经济与产业经济主管部门,为配合“两头在沪”战略的全息实施与推导;同时,旨在为“上海智造”赢得更多的话语权、解力与含金量,率先国内各地,着力投资与提升“上海智造”的“软实力”,成为了“两头在沪”的显明标识与重要符号,这些“软实力”主要包括以下12个方面:

1) 研发平台与研发载体的建设;2)

知识产权与品牌资源的经营;3) 技术营销与技术成果的交易;4) 商业模式的整合与创新;5) 高端人才的引进与储备与职业发展的支持;6) 营销渠道的设计、构筑与管理;7) 产业链的衔接与配套整合;8) 供应链的设计与构建;9) 系统集成与应用;10) 服务型“智造”的创意与设计;11) 产业转型发展与优化升级的策划与设计;12) 高端制造服务的总集成与总承包等。

对“两头在沪”的特别建言

诚然,“两头在沪”战略的提出,实施与推导,从整体上来说,其意义是十分积极与正面的,且对上海产业经济的转型发展与优化升级来说,其效能就更加瞩目与显现;但是在具体实施与推进过程中,由于机制不完善,法规不健全,监管不到位,营运不规范,也会不同程度地存在或产生某些风险与不确定因素,以致重复改革开放初期,上海在外地发展布点“联营厂”的“往事”,结果是“品牌满天飞,产能成倍翻,质量无保证,连累上海厂”。当然,昔日“联营厂”的情形与今日“两头在沪”的战略,不能同日而语,但以往在发展与布局“联营厂”中的“四失”教训(失误、失策、失控、失调),则是值得我们今日在实施与推导“两头在沪”战略时,所该深刻记取的。正是有基于此,笔者特别建言:在实施与推导“两头在沪”战略时,必须“强化”以下六个“坚持”:

1、必须强化坚持“两头在沪”的品牌形象与地位,且须严格把控品牌授权企业的资质与资格。

2、必须强化坚持知识产权的维护与确权机制,特别是对源于上海的研发设计成果,必须实行最严格的知识产权保护制度。

3、“产能实现”基地,或“飞地”的布局与布控,严格实行“研发设计”与生产制造“分离”,且严格把握产能与发展规模。

4、必须强化坚持最严格的“研、产、销”分离制度,严格把控销售渠道的布点,严禁产能实现企业越轨越权,进行自营自销。

5、必须强化坚持人才引进管理与流动的规范,严格实行“竞业禁止”的行规业规;研发设计与营销采购人员,决不能擅自向制造企业私相出让研发成果,或在营销采购上行“明修栈道,暗渡陈仓”之损举。

6、必须强化坚持构建“两头在沪”实施推导的法制保障体系,切实为“上海智造”保驾护航;而对上述任何一项情形的发生或出现,必须严格实行“一票否决制”,果断中止或取消“研、产、销”关系,以致最终诉诸法律。

(作者为上海市咨询行业协会副会长、上海工业发展咨询有限公司总经理)

(上接第34页)技术产业产值和60%的新兴产业产值。围绕企业转型升级,省工经联抓了“三个环节”:一是下企业调研,了解实情,总结经验,树立典型,以点带面。推广创新成果、促进产业升级。为企业排忧解难,推进科学发展;二是选择重点,突出难点,反映企业诉求和经济社会值得关注的问题,为党政部门决策进言献策;三是抓培训,促管理,推进企业文化建设,提高企业转型

升级总体水平。

会上,徐州市委常委张赴宁介绍了徐州工业支柱产业的发展情况,主要包括工程机械,规模1200亿元左右;光伏光电,规模1000亿元;食品行业,规模近1000亿元;煤油化工,规模1500亿元左右;能源产业,装机容量1500万千瓦。

9月21日上午,代表们参观了徐州工程机械集团年产1万台混凝土机生

产基地、年产4万台大吨位装载机智能化生产基地、年产2万台大吨位起重机(1200吨~1600吨)生产基地,给代表们留下了深刻印象。

为了完善长三角工经联秘书长活动机制,会议商定建立秘书长工作会议制度。并拟于明年9月中旬在浙江举行2013年长三角工经联联席会议,会议主题仍是转型发展。

(纪行)



工经联要为经济转型发挥促进作用 ——2012 年长三角工经联联席会议在徐州举行

9月20日至21日,2012年长三角工业经济联合会联席会议在江苏省徐州市凯莱度假酒店举行。这次会议的主题是转型发展。来自上海、江苏、浙江、苏州、昆山工经联的负责人相聚一堂,交流促进本地区经济转型发展的情况。与会代表一致表示,工经联要发扬自己的优势,在应对严峻形势、推进结构调整、推动转型升级中发挥积极作用。

9月20日下午,举行正式会议。中国工经联秘书长荣剑英出席会议并讲话。他首先传达了中国工经联会长李毅中的指示精神:各地工经联要针对区域经济发展战略,结合资源、能源环境、市场情况,推动企业转型升级。今年是第十二个五年计划的第二年,工经联要考虑如何为促进“十二五”规划实施发挥作用。要研究当前宏观经济中出现的新问题,帮助企业解决困难,走出困境,推动发展。荣剑英秘书长介绍了当前世界第三次工业革命的发展趋势,通报了

年内中国工经联的主要工作:启动工业史和工业博物馆的调研;研究发布实体经济景气指数;制定企业社会责任评价体系;举行环球商务峰会、省市工经联会议、中国工经联理事会议。他强调,中国工经联与各省市工经联是兄弟,要进一步上下沟通,团结一致,相互促进交流,共同把工作做好。

全国政协常委、上海市工经联会长蒋以任介绍了上海经济转型发展的情况,分析了上海经济转型升级面临的形势,并介绍了上海加快发展高新技术产业、推进传统工业改造、促进二三产融合、积极发展制造业创意产业的情况。秘书长胡云芳介绍了上海市上半年经济指标完成情况,以及市工经联为推动经济转型发展,在9方面所做的工作:即实施品牌战略、推进节能减排、服务中小企业、倡导社会责任、发展创意产业、开展形势教育、扩大对外交流、促进协会建设、加强党建工作。

浙江省工经联常务副会长慎仁安介绍了上半年浙江省通过抓落实、抓重点、抓小微企业、抓投入、抓协调、抓服务,完成工业增加值5073.5亿元,增长5.2%;高新技术产业增加值1233.5亿元,增长8.2%;工业投资2873.6亿元,增长17.4%,其中工业技改投资1955.5亿元,增长17.1%。围绕经济工作,省工经联开展了五项工作:一是配合政府做好当前工作;二是加强行业发展调研工作;三是协助开展服务工作;四是开展对外交流工作;五是加强党建工作。

江苏省工经联会长李冬华介绍了江苏省实施“转型升级工程推进计划”,狠抓战略性新兴产业的情况。上半年新兴产业销售收入为1.35万亿元,增长38%;全省研究与试验发展经费支出和企业研发投入均居全国第一;目前全省吸引高层次人才近9万名;全省有16个国家级和省级高新技术产业园区,创造了全省34%的高新(下转第33页)

努力发挥工经联作用为上海经济转型升级贡献力量

上海市工经联执行副会长、秘书长 胡云芳

这次长三角工经联召开促进经济转型升级研讨会,为我们提供了一个向兄弟省市工经联学习的极好机会。我们谨对会议的召开表示衷心的祝贺!

今年是国际金融危机以来外部环境更加复杂多变的一年,也是上海推进实施“十二五”规划的关键一年。在上海市委、市政府的领导下,上海深入贯彻落实科学发展观,牢牢把握稳中求进工作总基调,紧紧围绕“创新驱动、转型发展”工作总方针,全面推进各项工作,经济运行总体平稳有序。

今年上半年,全市实现生产总值9552.24亿元,同比增长7.2%;其中第一产业增加值41.97亿元,增长3.2%;第二产业增加值3344.57亿元,增长3%(工业增加值3416.25亿元,增长2.8%);第三产业增加值5765.70亿元,增长10.3%。1至7月,全市进出口总值2529.11亿美元,同比增长2.2%;地方财政收入2560.28亿元,增长6.9%;规模以上工业总产值13975亿元,同比下降0.6%。由于受外需不足和内需增长乏力的影响,当前经济形势仍然严峻复杂,经济下行压力较大,企业生产经营困难较多。根据中央和市委、市政府相关会议精神,上海市经信委提出了“不能放任工业增速下滑,要坚定发展信心,争取今年四季度增速企稳,力争全年增长5%左右”的工作要求,并正在大力加强四方面工作,即加强运行监测、加强分析研究、加强企业服务、加强能源协调,突出经济运行质量和内涵,保障重点企业稳增长,努力完成全年工业生产任务。

围绕上海经济转型发展,上海市工经联结合自身特点和优势,开拓创新,锐意进取,积极发挥行业协会和会员企业的行业性、专业性、联合性的作用,在服务会员单位、规范行业行为、促进

产业发展方面,主要做了以下一些工作:

第一、实施名牌战略,推进品牌建设。早在2005年,我们经过调查研究,向市政府提出了《上海品牌战略实施方案建议》,得到了市政府支持。之后,市工经联38家主席团企业联合向全市工业企业发表了“实施品牌战略、重振上海品牌辉煌”的倡议书。我们组织专门力量,积极参加两次推荐中国工业大奖的评选。在市经信委支持下,我们与市商联会、市企联会共同发起了上海市先进制造业和商业领军人物评选活动,开展了“上海市装备制造业和高新技术产业自主创新品牌评选”工作,还倡导28家行业协会开展了推荐本行业名优产品工作,近五年就向社会推荐了800多项名优产品,为广大市民在鱼龙混杂的商品市场中选购优质产品提供参考意见,得到了市民的好评。在实施品牌战略的同时,这几年来,我们还总结和推荐了一批体现转变经济发展方式、代表上海先进制造业和现代服务业管理现代化水平、经济效益显著、具有在上海推广意义的企业管理成果,共有726项优秀企业管理创新成果获奖,其中60项成果获得一等奖。

第二、推进节能减排,促进绿色生产。2008年,我们向市政府提出开展上海市节能减排小组活动建议。在市政府领导的支持下,市发改委等7家单位联合下发了《关于在本市有关重点领域试点开展节能减排改进小组活动的通知》。3年多来,在我们的积极推动下,已有14家行业协会和83家企业组建了241个节能减排JJ小组,有1441人参与。我们会同有关单位举办了JJ小组培训,共有2400人接受了培训。还编辑出版发行了《上海市节能减排JJ小组活动教材》、《上海市节能减排JJ小组活动丛书》

(化工篇)、(钢铁篇)、(机械制造篇),汇编了《上海市节能减排JJ小组活动案例集》一至三集,取得了明显成效,对促进节能减排、绿色生产起到了补充作用,并引起了中央有关部委的重视。

第三、服务中小企业,帮助排忧解难。我们坚持服务企业的宗旨,努力帮助企业特别是中小企业和民营企业克服金融危机的影响,保持生产经营正常进行。蒋以任会长亲自主持召开民营企业座谈会,听取建议和要求。针对小企业、民营企业不了解政府政策的情况,我们会同市中小企业办公室、中小企业服务中心组织金融机构与中小企业、民营企业,每年多次举办融资政策推介会议、融资担保咨询会议、企业融资对接会议,帮助企业了解相关政策和办事程序,解决融资困难。我们还推动协会为银企合作牵线搭桥、组织专家帮助企业调整经营策略、举办展销会帮助企业推介产品、开展行业技术培训等等。

第四、倡导社会责任,弘扬企业文化。企业履行社会责任,是弘扬企业文化、促进和谐发展的重要标志。2010年以来,我们会同市质量协会、市企业联合会等,先后举办了“浦江经济论坛暨2010年上海企业社会责任论坛”、“中荷企业社会责任研讨会”等一系列活动,组织翻译了英文原版《ISO26000社会责任指南》,编写了《ISO26000社会责任指南标准问答55题》,并结合我国实际,编制了市工经联(1.0版)《企业社会责任指南》。同时,先后举办了5期、共有500名企业管理者参加的“企业社会责任培训班”。今年5月14日,市工经联召开了“2012年上海企业社会责任报告发布会”,有32家企业分别登场发布和书面发布《企业社会责任(CSR)报告》,这是上海首次集中举行企业社

会责任报告发布。为此，韩正市长发来贺信并给予了充分肯定。

第五、发展创意产业，推动产业转型。为进一步发挥上海产业基础优势，大力促进创意设计与战略性新兴产业、先进制造业的深度融合，促进上海经济发展方式转变和城市发展转型，去年，在调查研究的基础上，蒋以任会长撰写了《推动制造业创意产业发展，促进上海制造业由“制造”向“创造”转变》的专文，率先提出把制造业创意作为独立的产业加以集聚、强化和发展，受到中共中央政治局委员、市委书记俞正声同志的重视，并作了重要批示。在市委、市政府的关心和领导下，在市相关部门的支持、配合下，我们经过近一年的酝酿和筹备，今年8月份又成立了“上海市制造业创意促进中心”，为制造业与创意产业对接搭建了合作交流的公共服务平台，通过发挥集聚、对接、服务三个作用，集聚创意企业、创意机构、创意人才等各种创意资源和要素，加强创意与制造企业的对接，加快创意成果产业化。

第六、开展形势教育，提升发展信心。市工经联是行业协会的联合组织，为行业协会和会员企业服务好是我会的根本宗旨。我们根据各个阶段的形势特点，搭建协会、企业与政府直接沟通、对话的平台，不定期邀请中央有关部委和上海市的领导作专题报告和进行对话互动。近两年，我们邀请十届全国政协副主席徐匡迪、市长韩正、市委副书记殷一璀、副市长杨雄、艾宝俊、原国家发改委副主任张国宝、市经信委和市商

委主要领导，以及北京清华大学、上海市政府发展研究中心、复旦大学、财经大学的一些著名学者为我们作报告。去年，我们创建了《上海浦江经济论坛》平台，先后举行了“行业协会发展”、“企业走出去”、“应对危机、创新调整、振兴发展”等专题研讨。我们还提供信息服务平台，通过网站和刊物发布相关信息，经常举办经贸、税收等政策解读讲座，帮助企业和协会扩大视野，增长知识，提升信心，受到了会员单位的欢迎。

第七、发展对外交流，拓展服务平台。近两年来，为了为企业和行业协会走出上海、面向全国、接轨世界提供民间交流合作平台，我们加大对外交流合作的力度。与日本关西经济联合会、西班牙马德里工商会、马德里企业家联合会、德国汉堡商会，以及台湾三三会等组织签署了合作协议，联合举办了一系列活动，并组织相关企业集团同他们进行交流洽谈，组团赴泰国、台湾等地考察访问。此外，我们还为外省市来沪招商引资牵线搭桥，组织行业协会和企业与常州、东台、宜兴、象山、上虞、磁县等举办产业对接会、招商会等。

第八、举办专题研讨，促进协会发展。我们把规范和促进行业协会建设作为一项重要工作来抓。2010年和2011年，上海市人大和市委、市政府办公厅先后颁发了《上海市促进行业协会发展规定》和《关于进一步加强本市社会组织建设的指导意见》。为了贯彻落实文件精神，我们成立了行业协会发展研究委员会，制定了委员会工作条例，并先后与

香港共同举办沪港行业协会合作发展论坛，与市社团局联合举办行业协会发展论坛，邀请政府领导、专家学者、外省市行业协会负责人，共同探讨促进协会建设的方法和途径。我们已确定每年围绕一个专题，举办行业协会发展论坛。

第九、加强党建工作，增强协会活力。行业协会党建工作是一项开创性工作。自2010年以来，市工经联党委按照市委和市经信工作党委的部署和要求，结合行业协会枢纽式管理试点，坚持围绕中心，服务大局，以“服务企业，规范行业，发展产业”为有效载体和有力抓手，切实加强协会党组织建设，广泛开展创先争优活动。两年来，我们坚持执行学习制度，加强理论学习；不断夯实基础、实现党组织全覆盖；健全“三会一课”、“党务公开”、“党员民主评议”等规章制度，每年组织支部书记培训；努力创新党支部的活动形式，探索行业协会党建工作新途径。目前，市工经联党委所属党支部发展到117个，党员1257人。各行业协会党组织建设得到进一步加强，党员的模范作用得到进一步发挥，有力推动了行业协会的各项工作。

以上是我们努力为上海经济转型发展所做的的一些工作。我们决心认真学习各兄弟省市工经联的好经验、好做法，不断创新，积极探索，为深入贯彻落实科学发展观，推动经济增长方式转变贡献力量。

（本文系在2012年长三角工经联联席会议上的发言）

简讯

上海轻工开展新生代优秀产业工人评选活动

为进一步弘扬工人阶级的先进思想，展现优秀员工风采，在新生代产业工人中营造积极向上、争当先进的良好氛围，激励广大员工为推动上海轻工行业经济转型发展建功立业，上海市轻工业协会、上海轻工业工会联合会决定在上海市轻工行业企事业单位的劳动合同制员工和劳务派遣员工中评选和表彰100名“2012年度上海轻工行业新生代优秀产业工人”。“新生代优秀产业工人”正式候选人名单报请上海轻工行业和谐劳动关系促进委员会审定后，由上海市轻工业协会和上海轻工业工会联合会共同表彰，颁发《荣誉证书》和奖章。

为江苏经济转型发展尽心尽力

江苏省工业经济联合会

一、江苏经济转型发展总体态势

近年来,江苏在推动产业升级,促进经济转型发展上进行了积极的探索,做了大量工作。

去年召开的党代会和今年召开的人大、政协“两会”,都把“转型升级工程”列为江苏推进“两个率先”实施“八项工程”的首项工程。出台了《转型升级工程推进计划》,提出以现代产业体系构建、需求结构调整、自主创新能力提升、城乡区域协调发展、“两型”社会建设等“五大行动”实施转型升级工程。《计划》提出了“转”的基本要求是:通过“转”,推进战略性新兴产业在关键领域和技术环节实现新突破,推进服务业向高端化、集聚化、国际化跃升,推进传统产业向价值链高端攀升,实现需求结构协调化、要素结构合理化和城乡区域结构均衡化。

江苏推进转型升级工程的目标为:通过五年的努力,加快推进“五个突出”,实现“五个转变”,即:

突出发展服务经济,推动产业结构向“三二一”转变;

突出扩大消费需求,推动经济增长向消费主导、内外需协调拉动转变;

突出提高科技创新能力,推动经济增长向创新驱动为主转变;

突出节约资源和保护环境,推动经济增长向集约节约、环境友好型转变;

突出调整城乡区域关系,推动城乡区域发展向协调互动转变。

围绕《计划》的实施,突出了四个重点狠抓:

1、狠抓战略性新兴产业的发展。“十二五”期间,江苏将原定的六大战略性新兴产业增至十大战略经济型产业,即新能源、新材料、生物技术和新医药、节能环保、新一代信息技术和软

件、物联网和云计算、高端装备制造、新能源汽车、智能电网以及海洋工程装备。去年,战略性新兴产业销售收入达到了2.06万亿元,同比增长了36%,今年上半年达到了1.35万亿元,同比增长38%,呈现良好的发展态势。战略经济型产业在“十二五”期间可望保持在30%的增长速度,明年可占GDP的15%,2015年十大新兴产业将成为支柱产业,占GDP的18%。到“十二五”末,江苏的战略经济型产业技术和规模水平力争处于全国前列,成为全国战略经济型产业的引领发展区之一,形成全球有影响力的战略经济型产业的高地。

2、狠抓创新驱动战略实施,推动企业转型、产业升级。通过大力提升科技支撑作用、加强创新载体建设、探索科技金融结合新模式、鼓励跨国公司研发本土化等方式,取得了新成效。至今,江苏已与70多个国家和地区建立了长期稳定的科技合作关系,近5年组织国际科技合作项目3000多个,与26个发达国家的148个专家组织建立了引智合作关系,建立国家级国际合作基地18个,引进外资研发机构411家,支持26个本土企业建立海外研发机构,区域创新能力连续两年保持全国之首(主要创新指标与韩国、芬兰上世纪90年代中后期水平相当)。

江苏研究与试验发展经费(R&D)支出和企业研发投入均居全国第一,2010年江苏(R&D)经费支出达到858亿元,其中企业研发投入达到680亿元,占到全社会投入的80%。江苏省率先在全国开展可贷可投的科技小额贷款公司试点工作,已有7家小额贷款公司开业,5家获准筹建,吸引各类社会资本投入资本金达33亿元;已有各类创业风险投资机构275家,管理资金588亿元;

江苏银行和中国农业银行在无锡成立科技支行,实行专业化的科技信贷运营模式和考核评审机制,开展知识产权质押贷款业务。

3、狠抓优秀人才的集聚。出台了“江苏省高层次创新创业人才引进计划”、“科技创新创业双千人才工程”、“科技企业家计划”、“企业青年博士计划”。目前,江苏省吸引高层次人才近9万名,创新创业团队2200多个、高层次创新创业人才918名,其中列入国家“千人计划”120名。

4、狠抓高新技术产业园区的建设和发展。江苏共建有16个国家和省级高新技术产业园区,其中国家级高新区7个。2010年高新园区内的高新技术企业超过1300家,占全省总数的43%,省科技成果转化资金项目中有1/4在高新园区。高新园区创造了全省34%的高新技术产业产值和60%的新兴产业产值。

二、江苏工经联为经济转型发展尽心尽力

江苏与全国一样,在政府作用为经济主导的“中国模式”框架下,工经联、行业协会等社会经济组织的作用和能量难以高估,但它的存在,以及政治体制改革的内涵,驱使我们从事协会工作的同志也应责无旁贷地为经济转型发展尽心尽力。由于江苏工经联是与企业联合会、企业家协会三会合署的,与企业的密切联系,形成了我们的工作长线,为企业服务的职能,锁定了我们的工作立足点。围绕企业的转型升级,我们注重抓了三个环节:

1、下企业调查研究,走基层了解实情,认认真真为企业服务。

一是推广好做法,总结好经验,树立典型,以点带面。(下转第42页)

上海三枪发展现状与突破思路

上海三枪(集团)有限公司常务副总经理 曹春祥

上海三枪(集团)有限公司是以生产“三枪”牌内衣著称的上海针织九厂自我发展、优势扩张形成的品牌集团。

1998年上海纺织资产重组,三枪集团以优质资产整体进入上海龙头(集团)股份有限公司。三枪集团注册资金3.76亿元,现有总资产14亿元;净资产7.4亿元;2011年销售额144642万元,现有员工1500人,其中科研技术人员140人。主要产品为三枪牌针织内衣,主要针对国内市场,重点客户群为35岁以上的消费者。

1996年至2011年三枪牌内衣连续十五年保持全国市场同类产品销量第一,市场综合占有率第一。

一、三枪品牌发展现状及经验

(一)发展现状

三枪集团旗下现有民族品牌:三枪牌、鹅牌、菊花牌;新创立的新品牌ElsMorr(艾仕摩)品牌、DICI和MUM。集聚了行业内众多老字号品牌的三枪集团以多品牌建设为首要实行品牌战略,为不同消费群体带来舒心的穿着感受。现有品牌群组合:

1、三枪牌——中高端主体内衣品牌消费群定位是“改善了生活的工薪阶层主要进驻全国一线城市和门户城市。”

2、鹅牌、菊花——传统基础内衣品牌 产品是与三枪牌产品形成差异化,如价格、花型等作区分,定位于“大众化的针织内衣”。以拓展二、三线市场为销售渠道。

3、MUM——年轻男士内衣品牌。

4、DICI迪茨——年轻女士内衣品牌。

5、DISNEY迪士尼——少儿和青春版内衣品牌。

6、ElsMorr艾仕摩——新通路休闲内衣品牌 为年轻消费群体设计的休

闲内衣品牌主张乐活、易搭的穿着风格。目前,在上海、西安、四川等地先后开设了16家专卖店,在上海大型的shoppingmall内也开设了3家店中店。

(二)主要经验

1、坚持终端拓展持续增长

自2008年以来,三枪的自营终端每年以150家门店的速度递增。三枪的营销主要依靠四条渠道,目前(2012年6月底)在全国设立了25家分公司;582家商场专柜;864家自营专卖店,且保持盈利和强劲的发展势头,这是三枪独有的资源;同时,三枪也和全国排名前50位的超市都有的直接的业务交易;近几年加盟客户的渠道也有较大发展(加盟店382家)。

2、立足盈利能力稳健提升

三枪直营门店的业务比重已从2008年21%迅速发展至2011年41%,盈利增幅每年都以10—15%的比例递增,已经形成了三枪独特的盈利模式。

3、多品牌运作进一步清晰

通过近几年的探索,三枪旗下的多品牌运作已逐步显现,从而进一步延伸三枪品牌的宽度和深度。

4、坚守内衣设计专业化

内衣研发、做精做强始终是三枪产品设计的核心、是发展之本。2009年设计新品近600个,到2011年推出新品达到1084个。不仅每年设计研发的数量在递增,其中产品的科技含量、功能特性、环保理念都不断增强,因此也成为消费者乐于接受的优势所在。

5、门店形象改造促进品牌形象提升。

多年来,三枪着力提升门店形象,取得良好成效。在行业内具有一流形象的三枪门店,丰富的品类极大地吸引了顾客的购买欲望。

6、电商业务稳步发展

2010年5月三枪启动了电商业务,开设第一家旗舰店,2011年实现销售200万元,2012年上半年实现销售173万元,与2011年同比增长300%。

二、品牌发展瓶颈与发展思路

(一)发展瓶颈

由于经营目标的不断提高,能源、人工、租金成本的高速增长、内销市场品牌竞争的日趋激烈,三枪品牌盈利增长空间不断受到挤压。主要原因有:



1. 部分一线市场的拓展已经达到饱和程度。专柜基本覆盖完毕,专卖店的开设达到较高数量、超市的竞争极其激烈,同时占用供应商资源的情况非常严重,资金周转基本达到一年。

2. 中国二三线市场发展迅猛,内衣市场的发展不容轻视。有很多品牌已经在二三线市场发展得非常好了。

3. 三枪要全面保持位居行业之首,必须要有突破性的发展,规模需要上一个台阶。

(二) 突破发展的思路与措施

二次创业、挑战自我、创新思路、突破提升

保持原有市场的拓展,特别是力保三枪中高端市场;

加速二三线市场的拓展进程;

加速电商业务拓展力度;

(1) 进一步强化产品设计、包装设计、门店形象设计强化专柜内的高端产品、概念产品的推广,提升专柜的形象。

三枪原有的设计风格要保留、强化,以有别于其他品牌的。特别要凸显内衣类、女式T恤、净色打底衫和家居服的设计。

明确各品牌的设计风格,根据目标消费群,使各品牌在同一品类里形成互

补的格局(即形成风格差异、价格差异)。

(2) 强化各类成品采购功能,继续探索“两头在内、中间在外”的生产模式。目前每年外购产品1.5亿元以上,可以节约生产资金800余万元。为此要继续加快采购平台的建设力度。加强对非三枪能自己生产的面料采购能力。将来的制造业是一个产量和品种相对稳定的以内衣面料为主的生产基地,对生产成本较高、三枪不太擅长的面料的外发能力,形成和三枪面料生产互补格局。(如纯涤纶拉毛产品)通过对现有成衣工厂转型或者新的成衣工厂的培养,建立专业化生产三枪需要的各类产品的成衣生产基地。要增强对加工企业的掌控力。即根据采购定价,从原料采购、设计制样、质量监控等方面予以指引,从而打造全方位的采购平台。

(3) 建立并完善渠道向下渗透的各种可行措施在全国探索开设县城店(自营)进行综合门店的模范试点,同时推进现有客户增加三枪其他品类的销售进程。进一步拓展三枪加盟客户,并以有效的激励考核制度予以推进。

(4) 加强存货管理以及培训管理等各类管理工作充分运用营销信息系统,确保运营速度受控、清货及时、库存安

全。加强两级培训,除了产品知识、陈列、售货技巧以外,要建立有效下沉的两级培训机制。

(5) 稳步推进电商业务的发展进程。预计今年完成1000万元。

(6) 加速制造业全面盈利能力。理顺、规范各环节流程。减少耗费,增强全面稳健的盈利能力适时考虑纯制造业缩减富裕人员,减少发展包袱。

(7) 加强人才培养以及各类人员工作效率的提升加大销售人才的引进和培养,形成分公司人才梯队。加强产品设计研发人才、计算机应用人才、培训人才、平面设计人才的引进和培养,并通过专家模式提高这些人员的激励和待遇。

2008~2010年是三枪爬坡的三年:更是在主营业务方面实现根本好转的最关键的三年。不仅是主营业务收入、利润每年都有明显的提高(2011与2010年同比增长155%);而且2011年在存货、应收款控制和资产质量方面每年都有很大进步,目前达到了非常良性的循环发展状态。

三枪将继续探索转型发展,推进稳健提升的管理实践,从而再上新台阶。

简讯

2012年上海市企业管理现代化创新成果终评会议召开

2012年上海市企业管理现代化创新成果评审的终评会日前召开。评审委员会成员包括上海市高等院校的知名专家教授、政府有关办领导和上海市经济团体联合会领导。全国政协常委、上海市经济团体联合会会长蒋以任、上海市经济和信息化委员会副主任周敏浩、上海市国有资产监督管理委员会秘书长马咏华出席指导本次评审工作。会议由上海市经济团体联合会常务副会长陈祥麟主持。会上,通过初审参加终评的企业单位向评委会作了成果的简要汇报,并回答了专家组的提问。评审委员会经过认真评审,对成果进行最终审定,产生2012年上海市企业管理现代化创新成果获奖等级。其中上海外高桥第三发电有限责任公司《火电企业实行可持续发展的节能改造系统管理》、上海杨浦科技创业中心有限公司《卓越集团化管理模式下的创新型服务体系建设》、上海三枪(集团)有限公司《老品牌企业从制造向智造转型升级的管理实践》、上海电气电站集团《大型装备制造集团的无边界管理变革实践》、上海市自来水市南有限公司南市自来水厂《现代化水厂水质提升的全方位动态管理》、中国电信股份有限公司上海分公司《通信企业与政府、社区联合推进的城市光网建设管理》等十五项成果获得本年度一等奖。

本年度的上海市企业管理现代化创新成果获奖名单于十月向各区县经委、各集团公司、各行业协会及获奖企业发文公布,并适时在报刊上公布获奖管理创新成果名称、等级、企业及一等奖成果创造者名单。



“中华牌”铅笔一年卖出5个亿

有谁能想到，不到两毛钱一支的铅笔，却做出了大市场。75年历史的上海老字号——中国第一铅笔有限公司去年生产了22.5亿支“中华”、“长城”牌铅笔，销售额近5亿元，出口3650万美元，盈利7100万元，均刷新了纪录。今年公司业绩继续高速增长，在全国中高端铅笔市场占到七成份额。

“三步走”拓出大空间

改革开放后，中铅一厂走上了发展的快车道。1985年，胡书刚开始担任中铅一厂的厂长，上任不久便雷厉风行地推行厂长负责制，抓企业管理，实施内部改革，成效显著，中铅一厂一跃成为全国铅笔行业中规模最大，效益最好的企业，并得到国家一级企业的称号。

到了上世纪90年代初，中铅一厂要对企业进行公有制改革。摆在胡书刚面前有三条路可以选：一是股份制，一个二纺机模式，最后一个中外合资模式。“当时考虑到企业有品牌、有产品、有市场就是缺发展资金，如有了资金，

企业就能如虎添翼，快速发展，于是我们想通过上市来解决企业的融资问题。”胡书刚说。

决定走上市之路后，中铅一厂仅仅用了8个月的时间，就获得了上海体改委的批准。在1992年7月登陆资本市场，发行A股和B股，共募集资金约1亿2千万元，并且更名为中国第一铅笔股份有限公司，国家股占总股本45.2%。第一铅笔成为上海工业系统较早一批改制上市的股份制企业。上市之后，第一铅笔按照现代企业制度要求，规范公司运营。并建立实施了激励约束机制，推行了风险与收入联动机制，奖惩与个人收入直接挂钩。第一铅笔将上市募得的大部分资金用于发展主业上，企业的规模得以迅速扩大，并支撑了企业未来几十年的发展。2011年，相比1991年，第一铅笔的资产扩大了56倍，铅笔产量扩大3.25倍，利润增长5.5倍，跻身“世界铅笔制造业三强”。

铅笔行业属于劳动密集型、资源消

耗型、充分竞争型产业，第一铅笔也深知，在成本高企的上海，铅笔行业走出去成为必然的选择。上世纪90年代开始，第一铅笔开始通过“三步走”的梯度转移策略，把铅笔生产从上海本地的高商务成本区域迅速转移出去。

90年代初，在计划经济向市场经济转型期间，市场供给实行双轨制，一方面有计划供给，另一方面需要企业寻找原料，因此第一铅笔的第一步战略转移是用技术换原木，对东北的加工厂进行技术扶持，将铅笔板生产直接放在林区，降低运输和加工成本。第二步，进入21世纪，为了应对民营企业的竞争，背靠林区建立自己的白杆铅笔生产基地，先后在黑龙江方正和吉林桦甸独资设厂，白杆铅笔年产能分别达到350万罗和400万罗，大大释放了采购、运输和劳动力成本压力，拓宽了产品毛利空间。第三步，第一铅笔实现高成本地区向低成本地区的战略转移。公司投资1.5亿元，在上海松江新浜和江苏泗洪

地区开辟新的铅笔深加工基地,以提升产品竞争力。2005年至今,第一铅笔仅仅将高档加工、营销、研发、管理等核心部门留在上海,其余的全部转移到周边地区,降低投资成本和运输成本。

事实证明,“两头在沪,中间在外”的战略转移,换回了更大的发展空间。2010年,第一铅笔产量达到22.5亿支,销售收入超过近5亿元,盈利7300万元,均刷新了纪录。作为国有控股企业,第一铅笔的三次战略转移,使之历经风雨而不倒,反而历久弥新,在市场竞争中越战越勇。1998年,第一铅笔收购老凤祥,开启了老品牌的新时代。

用精工艺高品质发展

位于上海浦东金桥的第一铅笔老厂房里,伴随着机器运作的“咔咔”声,各式各样的“中华牌”在流水线上穿梭:红黑相间橡皮头“经典款”唤回记忆,各色荧光圆形笔杆让人眼前一亮,卡通印花镭射沾头铅笔充满童趣……仅此工厂,每天的产量就达9000万支。

在人们的印象中,随着电脑和网络普及,越来越多的人远离“书写”,小小的铅笔还有市场吗?第一铅笔总经理黄骅说:“其实铅笔的市场比想象中更大。除了小学生、考试人群等外,测绘、绘画等都需要各类铅笔。圆珠笔和中性笔的诞生渐渐将钢笔淘汰,但铅笔目前还没有替代品。”

市场还在,但第一铅笔更早意识到,企业品牌和产品质量是企业走向世界的通行证,只有努力加强质量管理工作,不断提高产品质量,才能在世界贸易的竞争格局中永不言败。

一支铅笔的份量很轻,材料看似也很简单,实际上,它的生产要经过制芯、制杆、油漆、装橡皮、辊印、沾头等30多道工序。铅芯,是第一铅笔的产品核心,铅芯是石墨和粘土的结合,时间、季节、温度、湿度的变化,都影响铅芯质量。第一铅笔建立配方调整机制,气候一变化,配方小样、中样、大

样都调整,确保180毫米的铅芯保持均匀。

生产过程中,第一铅笔对铅芯的配方、工艺、质量等实行国内行业的最高标准。在出厂前,每一支铅笔都会进行全方位的“体检”,包括滑度、浓度、硬度、强度和芯尖受力五大物理指标检测。在目前国内铅笔行业中,其他同行企业尚未达到这一严格标准。这既是第一铅笔的优势,也是劣势,因为增加检测无疑会增加成本。黄骅坦诚说:“如果老品牌不通过品质去维护,它迟早会倒下的。国内铅笔企业的设备大同小异,比拼的就是原材料和工艺。”曾经一度,第一铅笔被市场上铺天盖地的假货困扰,但它渐渐发现,与其花大力气在打假和防伪上,不如踏踏实实做好自己的产品,用高品质来吸引并留住消费者。

早在1999年4月,第一铅笔经中国方圆标志认证委员会认证,中华牌铅笔率先在行业中通过产品质量认证;1999年6月,公司通过了ISO9002质量体系认证。近十年来,第一铅笔继续坚持质量体系认证工作,并取得丰硕成果。2003年,公司通过上海出入境检验检疫局一类管理企业审核;2004年,中华牌铅笔经中国名牌战略推进委员会评审,被国家质量监督检验检疫总局授予全国铅笔行业唯一的“中国名牌产品”;2007年,中华牌铅笔再次被授予中国名牌产品。尤其是2007年被国家质量监督检验检疫局批准为国家出口免验企业,是政府授予在进出口商品领域中的最高荣誉。2011年,中铅公司被评为全国“质量先进单位”,也同时再次通过国家质量监督检验检疫局的审核,继续得到国家出口免验企业称号。

为保证出口产品质量安全的长效性和稳定性,第一铅笔不仅花重金从国外引进先进设备,增强对铅笔油漆多元元素重金属含量检测,还自我加压,主动将出口铅笔送出入境检验检疫局按玩具出口检验标准进行检测。“尽管这样做会增加

企业的资金成本和人力成本,但只要持续改进所要求的,企业都会毫不吝啬,一抓到底。”黄骅说,多年来,第一铅笔出口产品检验批次合格率和成品出厂检验企业自检率都达到100%,符合公司制定的质量目标;在全国铅笔抽样测定中,中华牌铅笔代表产品全部达到国家A级质量水平。

既做好生产者,又当好把关人,无论是出口还是内销,第一铅笔始终坚持高于国标的企业标准组织产品生产,同时严格执行欧美出口铅笔质量卫生检测标准,确保每一批次出口产品符合质量安全指标。第一铅笔生产技术部部长、总工程师黄维虎介绍说:“在质量优先和安全为本的理念之下,公司严格执行ISO9000国际质量体系认证标准,参照执行日本《铅笔和彩色铅笔及其铅芯》工业标准,并采用欧共体的卫生标准和ASTM美国标准检验检测每一支铅笔。同时还在高起点上积极推行产品质量内控标准,不断强化品质控制,从而为安全高质量铅笔的出口打下了坚实的基础。”

创新让小商品大作为

铅笔是一个传统的、微利的小产业,是沉沦、萎缩、退出?还是发展、扩张、再铸辉煌?这些选项曾摆在第一铅笔面前,难以回避。

伴随着第一铅笔产品在美国市场的不断扩大,美方的反倾销诉讼始终没有停止过。黄骅说:“从全球视野看问题,这其实也是一种竞争手段,不能害怕退缩以致被动挨打。”于是,第一铅笔协同美国律师,勇敢积极应诉。

第一铅笔不屈不挠,据理力争,20年来都以全国同行的最低税率胜出。每年执行的单独税率,远低于美国商务部针对中国其他未应诉铅笔出口企业所裁定的114.9%的普遍性税率。其中,甚至两次以零税率完胜对手,开创了中国企业反倾销应诉的先河。在国际金融危机的大背景下,近几年同行中主要竞

争对手由于被美国商务部裁定惩罚性税率，只能被迫停产退出美国市场，而第一铅笔却以 1% 的超低税率再次赢得商机。依靠对美铅笔反倾销低税率带来的便利，铅笔外销在竞争激烈的市场中占得了先机，出口铅笔数量不降反增，赢得了优势。可喜的是，自营出口创汇从 1992 年初期的 56 万美元，已发展到 2010 年的 3680 万美元，增长近 66 倍。

在“三步走”的战略之下，产品仍然是第一铅笔创新的立足点。近年来，第一铅笔在人才引进、设备引进、科研攻关等多个环节上，先后投资几千万元，初步形成了良性驱动的科技体制和机制。公司设计开发并成功进行市场化运作的一系列科技创新成果，不少项目在行业中树立起了标杆，代表了当今中国铅笔制造业最高的科技含量，获得多项全国轻工和上海市科技进步奖。

2008 年，第一铅笔用“中华牌”铅笔记载了“太空”的历史。2008 年 9 月 25 日 21 点 10 分 04 秒 988 毫秒，在中国酒泉卫星发射中心载人航天发射场，神舟七号载人航天飞船用长征二号 F 火箭发射升空，中国航天员首次实现了太空出舱活动。

航天员执行任务时，有个小秘密，他们身上携带着国产“太空笔”行走在太空。据悉，太空书写笔是太空行走重要的配备品，美国和前苏联曾组织众多科研人员并投入巨资研制。首先是失重和无氧，再加上阳面和阴面的温差极大，普通笔无法书写。

针对太空失重、环境温差大以及航天员出舱书写等特殊要求，第一铅笔科研人员经过近两年的全力攻关，成功研制出了“中华太空笔”，并由中国航天员在太空行走时写下神奇的一笔。作为

中国航天员在太空出舱环境下使用的第一支书写笔，以其独特的科技含量填补了国内航天技术装备的空白，为中国今后在有人参与的航空环境下从事科学实验提供了必不可少的书写工具。

凭借技术上的创新，第一铅笔绘出全新的色彩。第一铅笔研发的“高固体环保型铅笔表面修补漆”新材料，已被应用于处理坏损铅笔，使笔杆原有缺陷被完全修复，大大提高了产品的正品率。这一国内首创的科技成果被成功推广应用后，不但节约了大量的椴木资源，还产生了良好的经济效益。小行业做出大科技成果，不但巩固了第一铅笔的地位，也为公司创造了不菲的收益。

如今，在谱写“小商品，大市场，多创汇，高效益”的企业发展轨迹上，古稀之年的第一铅笔春光拂面，正在努力再创新的辉煌。

（上接第 37 页）如波司登、徐工、亨通、法尔胜、悦达、常熟开关、南车集团等优秀企业，我们不仅在省里树标立榜，广泛宣传，还积极向全国性的先进表彰平台推荐（如：中国工经联主办的“中国工业大奖”、中国企联、企协主办的“优秀企业家”评选等）。一方面，榜样的力量是无穷的；另一方面，我们的优秀企业（家）们会以“盛名之下其实难副”的箴训，励精图治，倍加努力地赶超世界最高水平。

二是推广创新成果，促进产业升级。转型升级的实践中，企业有很多创新成果是值得推广的，应该成为全社会的发展动力和财富。对此，我们努力沟通渠道，搭建平台。

三是竭力为企业排忧解难，推进科学发展。企业在转型升级，科学发展过程中，也会遇到不少人为的难事忧事，甚至让企业处于“叫天天不应叫地地不灵”的困境。为难中，他们往往想到“省

三会”的帮助。按照“服务企业，取信企业，依靠企业”的工作方针，凡是企业求助的事，只要合理而不违反规定和原则，再难，“省三会”也将不遗余力。

2、选择重点，突出难点，反映企业诉求和经济社会值得关注的问题，为党政部门决策进言献策。

主要渠道就是简刊《企业之声》，直送党政领导和部门，效果明显。越来越多的企业、行业希望通过这个途径反映心声和诉求。

3、抓培训，促管理，推进企业文化建设，提高企业转型升级总体水平。

企业转型升级成效，取决于企业综合水平的提高和全员素质的适应。这是当前江苏企业转型发展面临的不可忽视的大课题、硬任务。江苏工经联（三会）始终把面向企业组织培训、推动企业管理创新和促进企业文化建设作为持之以恒的工作重点，努力办实事，求实效。

培训工作主要依托两个平台：“知

识更新工程”（采取点、线、面相结合的办班方式，因人施教地组织教学）；“职业经理人资质培训”（以培养合格的中、高级职业经理人为目的，提高受训人的综合素质）。

企业管理创新工作的推动，以“企业管理创新成果”评选为动力，一年一度，与中国企联（企协）联动互通，受到越来越多企业的重视，对企业现代化管理有较好的提升作用。

企业文化建设，作为现代管理的新方法已经引起企业的广泛重视，以此提升企业的“精气神”，推动转型发展效果明显。这项工作在江苏已循序渐进地展开，并初见成效。

一年过去了，企业转型升级，经济转型发展不是轻而易举的简单过程，愿我们“长三角工经联”携手把这个题目继续做下去，为我们长三角地区的企业出谋划策，为长三角地区经济的转型发展多做贡献。

总承包拉长了输配电的服务产业链

上海电气输配电工程成套有限公司 闵超群

2011年春，在风景秀美的埃塞俄比亚东非大裂谷，极目远望，绵延五百公里的400kV输电线，列队的铁塔似雄鹰流线型地展翅翱翔在奔流荡漾的青尼罗河畔，这是工业基础薄弱的东非国家之一，低等级电压为其输电网的主网络，全国7000个乡村，3328个有电力供应，用电覆盖率仅33%。近年来，东非等国正在积极加强电力基础设施建设，以突破制约经济发展的能源瓶颈，高度依赖着电力供应增长。而上海电气输配电工程成套公司承建的项目电压等级为400kV，线路长度500公里；无疑凝练着东非最高最长的输电线、构成了东非高原最重要的国家全部的高等级电压电网服务领域；

在斯里兰卡，公司承揽的PUTTALAM燃煤电站一期117公里的国家电网线路，被誉为印度洋明珠增添了光彩；

在苏丹，公司建设了第三回输电线路九个220kV新建变电站项目受到了该国总统的二次视察鼓励，也已经拿到业主的最终验收合格证书，实实在在构筑了苏丹国家电网的服务基础……。

上海电气输配电工程成套有限公司的总承包工程带动了输配电装备向高端化，服务化发展；公司组织的输配电设备的总集成拉长服务产业链，提升了企业服务能力！

坚守输配电优质工程服务理念

上海电气输配电工程成套公司原先作为设备贸易公司，在业界是销售上海电气产品，随着市场发展，企业却遭受严重的信任危机。公司客户很坦率地说：传统的销售模式没办法参与国家突飞猛进的建设大市场，况且，上海电气本身在资产重组，上海电气的产品本身在优胜劣汰。传统的单一产品销售方法，

客户很难有延续性，企业只能被市场边缘化了。在输配电集团的帮助下，公司在逆境中转型为涉外型施工企业，专司输配电工程和设备成套服务。

转型后的企业发展之路在那里？公司董事长刘史华在管理层会议上明确指出，坚守之路就在脚下，适合工程施工的优质工程管理之路就是我们的坚守之路。同时，公司党政班子认真学习了电站老大哥在走向国内外工程市场中严格内控管理的经验，按照上海电气内部控制评审项目的要求，对公司内部规范和分别建立了工程项目管理流程、尤其是工程项目（EPC）管理流程下的各项内控制度，积极营造以人为本的良好工作环境，尤其在开拓海外工程市场中，全面坚守输配电优质工程服务理念，提高客户满意度。虽然企业转型涉外型服务企业坚守之路是曲折的，也有过血的教训，但几年下来坚守输配电优质工程之路，基本做到了顾客、员工、供方、股东、社会五个满意，实现总承包和设备总成套的经济效益、社会效益、环境效益相统一。

拉长输配电质量、环境、职业健康安全上的服务产业链

拉长输配电的服务产业链谈何容易，尤其是海外项目开拓，前人没有走过，也没有现成的道路可走，我们怎么办？

借鉴施工企业服务的经验，拉长输配电的服务产业链应重在质量、环境、职业健康安全。公司在总承包施工资质、安全许可证申请成功后，提出并取得了ISO19001，ISO14001、OHSAS18001三合一认证，既获取了通往国内外工程市场的“绿色通行证”，又扎扎实实地获取了拉长输配电的服务产业链的基本条件。

在斯里兰卡高耸的228号塔位旁，上海主管走出去的领导在一旁作认真的检查，铁塔被公路和民居包围着，架空线路穿插而过，塔边高高的椰子树上硕果累累，绿油油的稻禾覆盖着塔基丰收在望，一抹绿色、一袭香甜，呈现一派热带雨林和谐的自然风貌。项目部年轻的施路经理笑呵呵地告诉国内一脸疑惑的领导，项目部在建设时，变电站、线路一次启动投产成功质量指标是达标了，安全指标也实现了，但大家更重视控制电力工程灌注桩基础施工泥浆排放不污染农田；控制开挖式基础施工时的地表损坏；最大限度保留现场的自然植被不被破坏，输电线的质量环境职业健康安全三合一服务，这更受到了斯里兰卡业主的好评。

当然，国内政府主管领导笑了，质量环境职业健康安全三合一服务之路，服务的是发展中国家电网的主动脉、生命线，坚守的是我们上海电气输配电优质工程服务理念。

产业链上滚打出总承包服务的领军人才

上海电气输配电工程成套有限公司的总承包工程带动了输配电装备向高端化，服务化发展；同时，产业链上也滚打出总承包服务的领军人才。

埃塞俄比亚BBDA项目，合同总额为1.68亿美元，项目的竣工，得到了当地媒体和中国媒体的高度关注。在仪式现场，新华社、CCTV-4国际新闻均作了报道，媒体对上海电气好评如潮；

项目是公司代表上海电气第一次独立执行输配电EPG总包项目，第一次执行超高压400kV的输电线路的建设，第一次在高原（北非）大河（尼罗河）长距离（500公里）施工的项目，对公司和上海电气电力工程输出战略意

义重大。在埃塞主办的输变电工程竣工仪式上，徐子瑛副总裁代表上海电气向公司陈术宇总经理转交了业主颁发的竣工证书。陈总接过证书后，深切地感受到输电线连接发展中国家能源生命线的沉重。当初在埃塞项目机遇面前，却没有赞许，因为大家习惯于传统的制造业的设备贸易，不看好海外工程的建设。陈术宇作为公司的当家人，高级工程师，看在眼里，急在心窝。他在分析了公司传统的制造业经营方式的利弊，确定开拓海外输配电工程作为公司再次创业的的举措，促进企业质量、环境、职业安全三合一管控方式的转变。线路有1080多基铁塔，尤其要跨越尼罗河及埃塞高原。在人力、资质上资源远远不够，客观上工程碰到过种种的挫折，陈总以海外工程领军人才的气度，十几次亲临埃塞工地，身先士卒，组织项目部工程技术人员一个塔位一个塔位逐项检查。北非高原条件差，很多塔位交通不便，需步行过去。他们边走，还要不时停下来认真检查。这北非高原地区的微地形会产生微气象，塔高几十米，塔顶与塔基温差和风速就不一般，施工时影响很大；而在巡视山腰间突然刮起大风、下大雨，杳无人烟山区，连个躲雨的地方都没有更是平常，项目部在陈总的指导下，认真过细的巡视检查，不遗漏一处，不产生一个盲点；铁塔在荒野中耸立，是挺漂亮的，走近一细看，才发现某些钢结构被人偷盗过一截，对这些致命的问题，陈总立即下令施工合作方亡羊补牢，决不含糊，确保了埃塞国家电网生命线的健康服务。

如果说公司总经理陈总是坚守总承包工程带动了输配电装备向高端化，服务化发展的领军人才，可产业链上滚打出的领军人才还有一大串：高级工程师王玉成、金春梅，石世忠；还有公司新培养的注册一级建造师、二级建造师、注册安全工程师、注册造价师、项目部的经理、安全员、质量员……

拉长服务产业链与拉长风险防范同步

企业拉长了输配电的服务产业链，客观上也拉长总承包的市场，但是，拉长服务产业链与拉长风险防范又是同步的，尤其是海外工程的拓展。

几年来，苏丹经历了内战、平叛，总统的大选，苏丹国家电力公司的改组及南方独立的公投，在很大的程度上，影响了公司在建项目和跟踪项目进展，使公司项目部面临着巨大的压力。

苏丹在建九座220KV变电站，合同建设总额为7.4亿元人民币，站址却分在南、北苏丹二地，在复杂的南、北苏丹冲突地区，上海电气输配电工程成套有限公司现场项目部的几任经理上任伊始就对冲突地区可能发生的特殊风险及早做好特殊防范预案，基本确保了人员、资金、设备，工程的安全防范。预案主要依据商务部海外施工人员安全管理指南等国家法律法规进行细化，并建立冲突地区可能发生特殊风险的快速反应措施。公司承担了北苏丹首都喀土穆向南及位于南苏丹境内的变电站的建设，除工程设计外、设备制造、成套、供货、厂内试验、出厂验收、包装、商检、中国境内运输和货运保险、工程的土建、设备安装及变电站内的总体调试、配合上网调试、设备的监造、技术支持、设备及工程验收、工程保险、培训业主人员及提供操作使用，直至CMEC从业主处取得最终验收证（FAC）。当九座变电站建设基本竣工后，也是进入服务产业链与风险防范同步拉长的关键阶段。

长期的战乱、冲突地区种族、宗教、文化等差异可能发生的特殊风险，对苏丹业主而言，则是司空见惯，苏丹业主工作的重心是对变电站工程质量严格审核，要求我项目部需长时间现场沟通以及积极的消缺等工作；对此，项目部必须建立可靠的冲突地区可能发生特殊风险的快速反应措施，同时对已竣工项目

积极开展消缺的质量保证工作同步。

实践中公司以增强顾客满意为目的，确保顾客的工程消缺要求得到确定并予以满足。其间苏丹项目部有惊无险地避免过几次中方施工人员与冲突地区的武装人员的对峙，在武装人员面前，项目部现场人员从演练的快速反应措施中，通过业主快速与现场武装人员解释和及时返还拘押的工程车辆等。

工程服务与风险防范同步，客观上取得了很好的回报。在工程服务中，公司还选派技术人员对用户（苏丹业主）操作人员进行技术培训，公司承担北苏丹国家电力公司用户部分员工的培训项目。目前已全部取得了北苏丹最终竣工的FAC证明，实现了中间交接验收全部完毕；对冲突地区后续项目也起了积极的示范作用；2011年以来，公司成功向北苏丹电力大坝部高级代表团进行了风电和燃气轮机项目的推介，签署320MW的风电项目、新签了动力变压器、33kV变电站设备项目，特别是2012年春季，企业勇敢地新接220KV BABANUSA-ADILA-ALDAEIN-NYALA-AL FASHER 输变电线路项目，企业与北苏丹新签220KV新建变电站4座，扩建变电站1座及570公里220KV双回路架空线路的交钥匙工程，项目金额约为2.34亿美元，拟定全部为业主从伊斯兰银行自筹，目的是帮助冲突的达尔富尔地区完善输电电网；南苏丹也给了上海电气全新的机遇和挑战，对冲突地区特殊的工程市场开拓中，同样也能取的新的成果。在中国驻苏丹南部总领事馆关注下，企业与CMEC联合对苏丹南部电力公司董事长 Mr. Ajuoi 教授、苏丹南部能矿部长 Mr. Garang 和苏丹南部第一副总统 Mr. Riek Machar 博士进行了友好访问和会谈，并成功签署了220kV RANK-MALAKALA 输电项目的合同，合同金额约1.5亿美金。苏丹项目部还荣获了上海工人先锋号和上海五四青年的大奖，（下转第17页）



加强管理 完善机制 打造一流能源管理企业

上海重型装备制造行业协会

随着国际社会对节能减排的持续关注,全球公众对能源控制管理认识的不断提高,企业在优化能源利用方面正承受着前所未有的社会责任。而对企业而言,如何高效地使用和管理能源成为其可持续发展的关键。国际能源机构在《世界能源展望》报告中指出,未来20年世界主要能源需求量每年会平均增长1.5%。照此下去,全球平均气温将在20年内上升6摄氏度,给气候带来“无法弥补的伤害”。

当发达国家大力推进以高效率、低排放为核心的“低碳革命”之际,全球产业、能源、技术、贸易等政策都面临着重大调整,中国面临的压力和挑战是不言而喻的。我国已经提出科学发展观和经济社会可持续发展战略,在环境保护方面的重视程度越来越高,我国的节能减排工作在如火如荼地推进。但是,我国不断提升的高经济增长态势、目前的能源条件、国际制造业转移趋势、以及产业发展水

平都决定了我国将成为世界能源的需求大国,节能降耗的形势十分严峻。

我国的能源消耗中,工业是我国能源消耗的大户,能源消耗量占全国能源消耗总量的70%左右。根据我国“十二五”期间节能工作的奋斗目标,明确到2015年我国规模以上工业增加值能耗将比2010年下降21%左右,“十二五”期间工业部门将节能6.7亿吨标准煤。因此,加强企业能源控制管理,开展企业节能降耗行动,提高能源利用率是减少资源消耗、保护环境的最有效途径,也是我国走新型工业化道路的重要内容,这对于提高企业经济效益,缓解社会经济发展面临的能源和环境约束,完成“十二五”规划目标有着十分重要的意义。

企业是能源消耗的主体,在优化能源利用、提高能源效率担负着经济、环境和社会责任,只有做好能源消费过程的计划、组织、控制和监督等一系列工

作,才能更合理地安排能源利用,引导企业朝向低碳的轨道发展。

上海重型装备制造行业协会在上海市节能减排(JJ)小组活动指导委员会的领导下,在全行业的共同努力下,根据《上海市节能减排工作实施方案》的要求,围绕全市和二、三产企业节能减排的目标和任务,对行业内的企业全面开展节能减排工作进行推动和落实,以行业内龙头企业为试点,以点带面,支持、推动企业建立和完善能源控制管理运行机制,全力打造一流能源控制管理企业。

一、开展能源管理体系认证试点工作

早在2009年10月,国家认监委已经发出了“关于开展能源管理体系认证试点工作的通知”,结合国家产业发展规划,先从钢铁及有色金属、煤炭、电力、化工、建材、造纸、轻工、纺织、机械制造等重点行业开展能源管理体系认证试点。通过认证认可工作,对节能减排,

保护环境,起到积极的作用。所以,在行业中在重点企业开展能源管理体系认证试点工作,是全行业开展能源控制管理重要部署。

上海重型机器厂有限公司是行业的龙头企业,该企业于2010年开始导入GB/T23331能源管理体系,积极开展能源管理体系试点贯标工作,并提出“在产品制造整个周期的各个环节,贯彻清洁生产和节约能源理念,优化企业运行方式,以最小的环境影响,最少的能源消耗,实现科学发展,履行企业的节能和环保社会责任”的能源管理理念。贯标过程中,上重厂通过内部网络发布学习资料、培训等宣传手段,使企业的能源管理理念深入人心,并积极组织开展初始能源评价工作,通过对生产工艺用能特点、主要生产用能设备、法律法规的贯彻落实、能源计量管理、能源管理制度、能源利用现状、主要产品的单位综合耗能、万元产值能耗、能源成本、用能利用状况等方面分析,较全面地掌握了企业能源管理现状,找出能源管理存在的问题和改进方向。经过一年多的努力,上重厂日前已顺利通过能源体系认证,获得了能源体系认证证书。证书覆盖范围为磨煤机系列产品设计开发、生产和大型铸锻件产品的生产所涉及的能源管理活动。涵盖冶炼、浇注、锻压、热处理、金属加工和装配等过程。该证书标志着该企业已跻身于装备制造行业能源管理先进企业的行列。也充分说明了能源管理体系建设是提升企业能源管理水平,实现节能管理目标行之有效的办法。

二、推行全员全过程精细化管理,全力实现生产方式由可控运行向经济运行转变

鼓励企业将加强能源控制管理作为应对市场危机和生存发展的有力手段,全力打造一流能源控制管理企业,力求社会效益和经济效益双赢。

提倡企业专门成立能源环保部门,

加强与行业内能源控制管理先进企业对标学习,大力提高企业能源控制管理水平。将能源控制管理纳入日常成本管理和考核体系,制定能源成本目标,层层分解,落实责任。利用多种形式加强宣传教育,不断增强各单位、各岗位职工节能降耗的责任意识。通过加强各工序能源管理,严格执行各工序定额标准,主体工序的能耗全面降低。

三、两化深度融合是企业建立和完善能源控制管理运行机制的重点

信息化和工业化的深度融合,即管理与运行结合、信息化和生产结合、信息化与市场应用结合。企业信息化平台是规范化的管理平台,是提升工作效率的平台,更是高效的监督管理平台。由于企业能源控制管理是一个复杂和庞大的计算机信息化系统。这需要企业内部完善的企业局域网(Intranet)系统的有力支持。就目前行业内各个企业的现状而言,不少企业都建立起了其内部Intranet,而且建立在企业内部局域网系统的各种应用系统也在逐渐完善的过程中,企业能源控制管理系统就是建立在企业内部局域网系统的一种应用系统,它需要与企业其他应用系统(如企业内部办公系统)紧密结合,协调完成各项工作。

为了能使企业更好的完成资源调配、组织生产、部门结算、成本核算,需要建立一套有效的自动化能源数据获取系统,对能源供应进行监测,以便企业实时掌握能源状况,为实现能源自动化调控打下坚实的数据基础,同时方便企业的计量和成本核算工作。

能源数据具有标准化、专业化、科学化、时效性强的特点,采集难度较高。同时,考虑到能源数据对于企业决策的重要意义,以及能源本身具备危险性的特点,需要对企业建立的能源数据获取系统提出更高的要求。因此,企业能源控制管理系统必须满足专业性强、实时性好、可进行远程资料交换、可用性强的需求。

四、企业开展节能减排(JJ)小组活动是广大员工积极参与能源控制管理的有效形式

由市经团联组织、经韩正市长批复“上海市首批试点(JJ)小组活动”,于2009年正式启动。我行业协会积极响应,在全行业开展群众性的节能减排JJ小组活动。行业协会在行业中开展节能减排JJ小组活动,这是开创了一项新的工作,是推动上海经济发展方式转变的重要抓手和突破口。这个活动的核心理念是节能、低碳、绿色、环保;着力点是群众性的、落实到企业基层的基础性活动;是关联产业结构优化,引导产品技术升级的基础性工作。二年来,经过JJ小组活动开展,取得了企业管理水平提高、技术改造项目落实、节能减排成果显著的三大成效。对建立和完善能源控制管理运行机制,打造一流能源控制管理企业起了促进作用。2011年,行业协会进一步扩大JJ小组活动的会员单位,包括开展“办公室绿色办公JJ小组活动”,开展了节能减排JJ小组活动培训和交流活动。上海重型机器厂有限公司成立了三个JJ小组:能源管理体系贯标认证、能量系统优化工程、节能型变压器替代,企业将JJ小组活动列入企业的“综合考评管理细则”进行项目完成状况考核,有力推动了JJ小组的开展,取得了积极的节能环保效果。

去年,环绕上海市和装备制造业的节能减排目标和任务,在市节能减排JJ小组活动办公室和市经团联的支持和指导下,行业协会成立了以会长为主任,全体副会长参与的编委会,组织了行业内专家,编写了40多万字的《节能减排小组活动丛书——节能减排JJ小组活动装备制造篇》,目的是使装备制造行业的工作者了解目前国内外先进装备制造业生产与节能减排技术,了解JJ小组以及JJ小组活动要点和过程,是国内最新的装备制造节能减排技术培训教材和工程技术人员有用的技术参考书。

加强节能减排，打造绿色城市公共交通

上海巴士公交（集团）有限公司

创建资源节约型社会，实施节能减排是国家可持续发展战略的基本方针。巴士集团作为上海最大的公交骨干企业、拥有 10600 多辆营运车辆，承担着日均 460 万人次的客运量，年消耗柴油 2.1 亿升，是全市重点用能单位之一。如何进一步加强节能减排，优化城市环境，我们深感责任重大。在过去的一年中，我们紧紧围绕节能减排目标，通过多种措施，有效控制了能耗。去年我们的百公里油耗同比下降了 0.86 升，相当于每天节约柴油 11.6 吨，取得了较为明显的效果，我们的主要做法是：

一、加强组织领导，明确任务目标

集团公司成立了由总经理任组长的节能减排工作领导小组，由技术机务部作为节能减排工作的职能部门，对全集团节能减排工作实行统一管理；制定年度节能减排考核指标，对各营运公司任务目标进行细化分解，在经济责任指标中加入节能减排考核项目，并建立了过程预警控制机制。

二、健全节能体系，形成合力

节能减排是一项系统工作，需要各部门通力合作，行成合力，集团公司自上而下建立了节能减排体系：

1、集团技术机务部作为节能减排管理的职能部门，设专人分管节能减排工作，每月对不同营运公司、不同车型的能耗情况开展横向、纵向对比，找出问题，抓好落实整改。

2、集团业务部重点做好线网调整和运营班次的调整，通过提升运营效率，减少低效公里，实现节能减排。

3、各营运公司管理部门负责建立健全能源消耗台帐，做好各类报表资料的收集、整理、分析、归档等工作。

4、各营运公司修理单位负责提高车辆维修质量，减少因机械故障造成的空

驶公里，确保车辆处于良好的技术状况。

三、加大宣传力度，形成节能减排的良好工作氛围

去年以来，集团公司组织开展了形式多样的节能减排宣传活动，总结优秀驾驶员的节油操作经验，在集团内广为宣传和辅导培训，有效带动了面上的节油活动。

四、加大激励力度，调动节油积极性

集团制定了《2011 年节能管理竞赛方案》，推广了分班量油制度，通过将油耗精确到每一个人，使对个人的奖励考核有了依据。另外，每月在各线终点站将驾驶员节超情况张贴，并根据驾驶员节超情况颁发或考核节油奖，从而使每个驾驶员都关心自己的油耗，关心本路线的油耗，变要我节油为我要节油。同时，集团设置了奖金总额为 250 万的节能奖，根据各营运公司节油量的多少，分别给予了 5 万元至 30 万元的一次性奖励，全年共计发放奖励费用 235 万元。各营运公司在集团奖励方案的基础上，又开展了形式多样的竞赛活动，进一步调动了一线管理人员的积极性。

五、加强技术培训，提高员工的技术素质

做好节能降耗工作，驾驶员的良好操作习惯十分关键，为此，我们着重抓了三方面工作：一是抓辅导。要求驾驶员必须正确使用档位，必须一档起步，保持经济车速行驶，严禁空档滑行，有效控制车速，减少无效刹车实现科学减耗。二是树典型。大力宣传、推广全国节能能手杨峻、市节油明星陈文军节油经验和先进的操作方法。通过树典型，以点带面，形成良好的节油氛围，并使驾驶员化为自觉行动。三是抓培训。举办安全节能培训讲座。邀请专业人士辅导讲课，努力提高驾驶员对操作技能的感性认识。

六、调整车辆结构

世博会后，园内新能源车投入常规线路运营，使我集团新能源车总数达到 273 辆，其中纯电动车 120 辆、超级电容车 78 辆、混合动力车 75 辆，占集团公交车总数的 3%。通过各型新能源车的应用，减少柴油使用量 1400 吨，相当于减排二氧化碳 4500 吨，减排有害排放物 140 吨。另外，在政策的支持下，对公司早期投入的高污染、高能耗车辆实施了提前报废，去年净减营运车辆 961 辆。

七、优化公里投放

去年我们在充分调研的基础上，对行车时刻表做了调整，推行了一周三表，在满足高峰时段市民出行的前提下，我们车公里较 2010 年减少 900 万公里，按能耗 34.36 升 / 百公里计算，节油 309 万升。

2012 年，我们将继续采取措施，加大节能减排力度：

一是将在总结新能源车使用经验的基础上，拟投放 50 辆电电混合纯电动车在外滩或南京东路的线路上，通过批量应用，为新能源车的不断完善摸索经验，为今后大规模使用新能源车奠定基础。

二是利用信息化手段，实现精细化管理，进一步优化公里结构，并且通过对不同线路、不同车型能耗的对比分析，制订出相对先进的油耗标准，进一步激励员工做好节能减排工作。

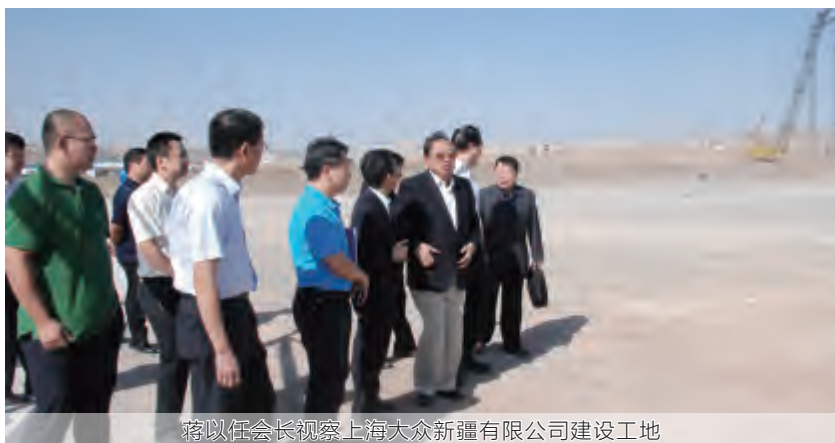
节能降耗只有起点，没有终点。随着节能减排工作的不断深化和推进，巴士集团节能工作的潜力在不断缩小，工作难度在加大，但我们有决心，有信心，在市建交委、市交通港口局的领导和支持下，通过自身的不懈能力，继续加大节能减排力度，为创建绿色城市公共交通做出最积极的贡献。



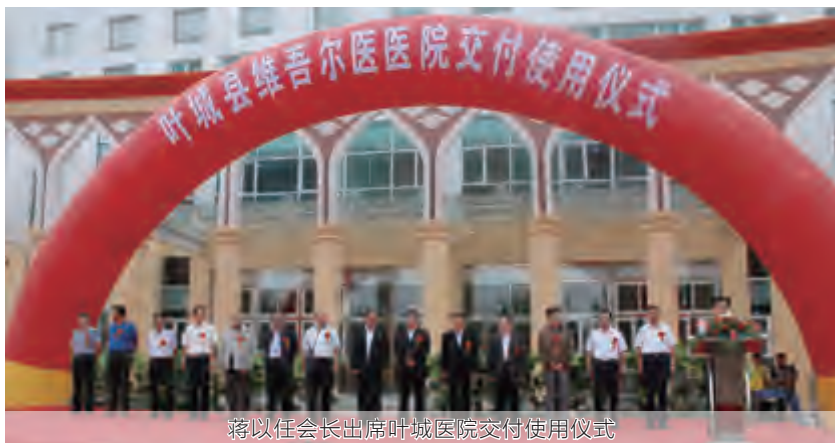
新疆维吾尔自治区党委书记张春贤会见蒋以任会长



蒋以任会长参观八一钢铁厂



蒋以任会长视察上海大众新疆有限公司建设工地



蒋以任会长出席叶城医院交付使用仪式

蒋以任会长率团赴疆考察

9月11日至18日，蒋以任会长率領市经团联及部分行业协会和会员单位负责人赴新疆考察。

宝钢、上海大众在乌鲁木齐扎根

考察团参观了宝钢集团新疆八一钢铁公司和上海大众（新疆）有限公司建筑工地，以及上海市政府驻疆办事处。

八一钢铁公司于2007年4月加入宝钢集团，目前资产总额320亿元，年销售收入200亿元，上交税金20亿元。在宝钢总体发展战略指导下，2012年将达到1000万吨产钢能力，2015年达到1500万吨产钢能力，成为中国西部和中亚地区最具竞争力的钢铁企业。

上海大众汽车新疆项目于今年4月23日正式签约，9月28日奠基。一期工程41万平方米，年产5万辆桑塔纳后续车型。具体计划是明年8月SKD（局部装配），11月MKD（完整总装线），2014年CKD（车身、油漆工艺等）。2013~2014年年产2万辆，2015年年产5万辆。整个项目占地面积可满足年产30万辆的需求，将成为西部最大汽车生产基地之一。据上海大众汽车公司党委书记张志勇介绍，蒋以任会长是第一位上海市领导考察该厂。

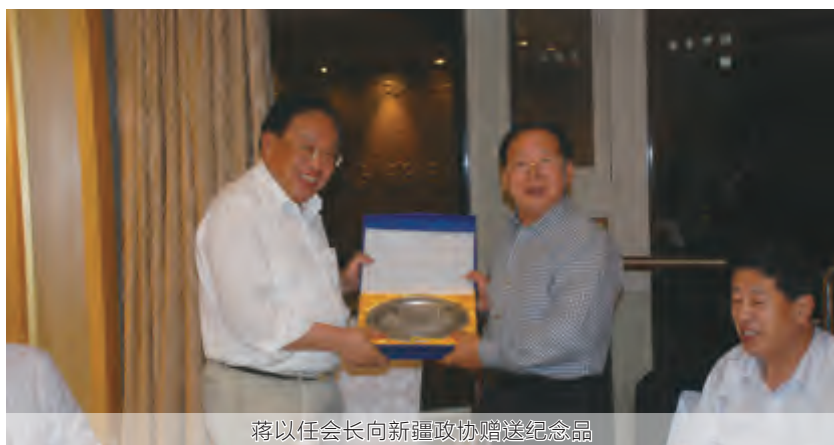
在上海市人民政府驻疆办事处参观时，听取了援疆情况介绍，参观了图片展览。从2010年至2012年，上海援疆项目共313项，援疆金额达33.8亿元。

上海在喀什援建医院

考察团在喀什参加了叶城县维吾尔医医院剪彩仪式，并参观了新落成的医院大楼。该医院由上海援助建设，是目前叶城县规模最大的医疗机构，可满足叶城县60%居民的诊疗需求。在剪彩仪式上，上海电气、华建电力、洗霸等三家企业共捐款200万元，给医院用于填平补齐，添置医疗设备和设施。在喀什，上海负责对



蒋以任会长等参观叶城县维吾尔医医院医疗设备



蒋以任会长向新疆政协赠送纪念品

新疆之旅的主要收获

这次考察，历时八天，行程匆匆，但收获颇丰。一是了解了宝钢集团和上海大众汽车有限公司在新疆投资企业的发展情况，加深了对上海企业“走出去”的认识和感受。二是了解了上海援疆工作的情况，慰问了援疆干部，并且捐款资助叶城地区医院的建设，为援疆尽了一份心意。三是了解了新疆改革开放发展情况，目睹了新疆巨大变化。在疆期间，考察团在当地安排下，还先后参观了香妃墓、艾提尔清真寺、维吾尔高台民居、卡拉库里湖、喀纳斯风景区，领略了新疆秀美的自然风光、丰富的人文景观和特有的风俗民情。四是结识了自治区、州、市和县的新朋友。蒋以任会长等分别同自治区、伊犁州、喀什地区、叶城县、哈巴河县的领导进行了交流，增进了了解和友谊。其中伊犁州政协领导表示了明年来沪考察的愿望。

（纪行）

口援助4个县。考察团专门赴上海对口支援新疆工作前方指挥部慰问了援疆干部。

在伊宁市考察

考察团在伊宁市参观了位于中哈（哈萨克）边境，正在建设中的霍尔果斯经济开发区，这是国家在新疆设立的两个经济开发区之一。其中的中哈霍尔果斯国际边境合作中心是全国唯一的跨国经济合作区。

9月15日下午，蒋以任会长住在乌鲁木齐，拜会自治区党委书记张春贤同志。

在喀纳斯考察

在位于新疆最西北边缘、阿尔泰山南麓的哈巴河县，考察团参观了由哈巴河县国投公司、上海海洋大学共同投资成立的额尔齐斯冷水鱼开发有限公司。该公司主营业务是从事额尔齐斯河特种鱼类人工繁殖、在规格鱼种培育、商品化鱼集约化养殖及水产品加工。目前养殖基地已成功繁殖出江鳕、高体雅罗鱼、白斑狗鱼等品种，并具备批量生产能力。



蒋以任会长看望上海驻疆办事处



蒋以任会长在霍尔果斯海关

