

关于“亩产论英雄”发展路径的思考与研究

高超

新时代我国经济发展的基本特征,是由高速增长阶段转向高质量发展阶段。过去,粗放型经济发展方式在我国发挥了很大作用,加快了我国经济发展步伐,但现在再按照过去那种粗放型经济发展方式来做,不仅国内条件不支持,国际条件也不支持,是不可持续的。我国正处于转变经济发展方式的关键阶段,劳动力成本上升,资源环境约束增大,粗放的发展方式难以持续,经济循环不畅问题十分突出。因此,坚持以工业经济为切入点,以“亩产论英雄”为突破口,突出高质量发展成为应有之义和必由之路。按照区委“不忘初心,牢记使命”主题教育要求,开展此次专项调研活动,为区委区政府在工业经济方面的决策部署提供参考。

亩产现状

淮安区围绕工业经济赶超发展“三年行动计划”,积极实施存量企业双50质效提升工程,牢牢把握50强企业带动、20个劣质项目置换、30户低质企业提升三大关键,稳步推动工业经济高质量发展,取得显著成效。2018年,全区规模以上企业298家,占地11101.08亩,实现销售总额2334819.79万元,税收总额106294.49万元,每亩产出税收9.6万元。2019年,规模以上企业280家,占地11104.78亩,1-8月份实现销售总额1664252.42万元,税收总额59156.03万元,1-8月,每亩产出税收5.33万元。固定资产投资强度方面,以开发区为例,整体固定资产投资强度仅90万元/亩,与合同约定的280万元/亩还有差距,与全省国家级开发区的平均水平542万元/亩差距更大。

做法成效

(一)政府引导方面:

- 1.构建全覆盖保障机制。淮安区成立了工业经济三年行动计划推进工作领导小组,围绕工业经济质效提升这一中心,强势推进招商引资、优化存量、经济运行、服务保障和督查问效。细化方案保障,制定《2018年淮安区工业经济提质增效工作实施方案》,全力推动劣质项目置换和低质企业提升。优化制度保障,制定实施了金融支持制造业6条意见、科技创新15条政策,筹建了产业发展基金。出台了12条补充意见,将产业引导资金规模调整为10亿元,重点聚焦高端智能装备制造、半导体电子信息、机器人、人工智能等产业项目,重点给予项目设备补贴、装修扶持、租金减免、人才补助等政策激励。
- 2.打造全要素服务模式。畅通政企沟通渠道,进一步建立健全政企交流机制,召开企业家座谈会,了解阻碍企业发展的宏观问题和具体事项,通过实地走访调研,拿出科学解决方案,切实做好企业生产、运行过程中各项服务保障工作。强化金融服务支撑,进一步加大对实体经济的扶持力度,定期开展政银企对接活动;推进“政银企担”融资担保风险分担机制。深化审批制度改革。切实强化服务企业,扎实开展的意识,持续深化“放管服”改革,扎实开

展“35745”专项审批行动,进一步加大简政放权力度,努力营造程序最简、手续最省、效率最高的政务环境。

3.激发全方位赶超热情。为加快推进双50计划,激发企业比学赶超、奋勇争先热情,围绕“产业转型、产品升级、产出增效”发展目标,在全区重点企业开展“比投入产出、赛发展质量”季度竞赛活动,在设备投入、税收贡献、亩均税收、品牌创建、节能环保等方面评选“星级企业”,予以奖励。评选出设备投入之星、税收贡献之星、亩均税收之星,通过会议专题表彰并在报纸、电视等新闻媒体同步宣传,在引导更多企业转型升级、推动企业做大做强同时,为全区工业经济发展注入强劲动力。

4.提升全链条推进质效。成立工业经济提质增效推进工作领导小组,从相关部门抽调责任心强、业务过硬的工作人员脱岗定点办公,同步建立考勤考核、人员管理等相关制度,强势推进质效提升工作。结合近2年企业亩均效益完成情况,按路按片逐企过堂,完善充实项目置换资料。严格对照区相关规定,对亩均低于最低产出要求,经提质增效仍不能实现规定产出的,一并纳入目录分期予以置换。

(二)企业主体方面:

1.品牌化运营,提高市场份额占比。企业要长足发展,争创一流品牌,打造金字招牌,进入有效益的市场是长久之计。康乃馨织造以“五星级的纺织品和服务,创造卓越生活”的企业使命,获得“江苏省质量奖”和“市长质量奖”,成为中国最大的酒店纺织品供应商。公司占地215.14亩,2018年实现销售总额25327.12万元,税收总额1987万元。今年1-8月份,实现销售总额53070.98万元,税收总额1480.85万元。共起草并建立了完善的产品研发和质量控制体系,先后通过了ISO9001和ISO14001认证,产品远销70多个国家和地区。国内市场份额达45%,全球市场份额占17%,居全球首位。公司占地750亩,2018年实现销售总额134270.30万元,税收总额17910.33万元。今年1-8月份,实现销售总额103000.28万元,税收总额5357.1万元。

2.智能化作业,提高投入产出比。企业自动化转型升级将员工从繁重的手工劳动中解放出来,同时产品质量得到很好的保障,降低了人工成本以及生产成本,赢得了市场。文善电子自2013年下半年开始进行自动化项目升级改造,累计投入1.2亿元,购进自动化智能化设备,建成7条自动化生产线,生产工人从1250人减少到830人,生产效率、产品质量得到很大的提高。产能0.7亿只/月提高到2.2亿只,人员降低近一半,人工成本每年节约2000万元。公司占地23亩,2018年实现销售总额32275.33万元,税收总额1428.57万元。今年1-8月份,实现销售总额21283.55万元,税收总额1061.86万元。

3.资本化运作,提升传统行业质态。不少企业运用金融科技手段,以及中小企业融资平台,实现信息采集、信用评价、信息共享、线上融资对接、风险补偿等一体化线上智能融资服务,企业新动能不断激发。融昱药业通过资本化运作,促进传统产业转型升级,企业占地

28.92亩,2018年实现销售总额7516.50万元,税收总额1066.58万元。今年1-8月份,实现销售总额4691.60万元,税收总额826.44万元。飞翔纸业加大投入,由过去的劳动密集型逐渐向资本密集型过渡。公司占地421.27亩,2018年实现销售总额37656.89万元,税收总额3351.38万元。今年1-8月份,实现销售总额21690.74万元,税收总额1432.43万元。

4.技术改造,激发中小企业内生动力。部分中小企业“小升规”和技术改造,不断激发企业创新活力和转型动力,真正实现“活力强”。奋发电子生产各类SMD电感和变压器及绕线机并且通过ISO9001国际质量体系认证。主要产品有56个系列,1000多个品种,产品远销欧美、东南亚,遍及珠江三角洲。公司占地16.98亩,2018年实现销售总额3039.84万元,税收总额118.57万元。今年1-8月份,实现销售总额2142.04万元,税收总额80.30万元。

存在问题及原因分析

(一)低质效项目“雀占鸠巢”。调研中有很多低质效或停产项目长期占着土地,产能很低,甚至“零”产出,拉低了淮安区整体的土地产出率。与此同时,有一些发展前景好,亩均效益高的优质项目,受土地要素制约等影响,迟迟无法落地。调研中也发现,多数劣质项目处于倒闭被法院查封状态,长期无人过问,历史积累矛盾多。债权人多元化、负债方式多样化,异地拍卖增加了资产处置的难度。部分地块被拍卖或者资产处置后,拍得方以各种理由推脱投产或是等空地起价,甚至不闻不问,以至于地块依然闲置,没有达到提质增效的效果。

(二)投入产出并非“步调一致”。近年来,我们花大力气引进了一批质态佳、前景好、市场广的外资项目,但面临着长期向好、短期产出慢的问题。同时,我们培育了一批具有良好发展前景的企业。双环齿轮在销售额年年增长的情况下,因新设备的投入,利润率却在下降。在新项目未能快速见效的同时,老项目升级改造的进程未能跟上。投入产出的步调不一致,给经济转型发展带来“成长的烦恼”。

(三)部分企业“蜗行牛步”。少数企业家存在“小富即安”的思想,观念较为保守,面对企业的利润空间受到严重挤压的情况,仍然安于现状,不愿转型,也不敢转型。也有一部分传统行业企业,受土地、资金、技术以及发展规划等因素影响,导致转型效果不理想。有的公司因上下游企业的战略延缓,来不及调整,导致销售不理想。

(四)人才政策“行而未果”。我市长期以来,始终高度重视人才引进,出台了一系列人才引进政策,但是人才引进效果不尽人意。不少外地客商,看到苏北落后的设施面貌,不愿意留下来。即使有些客商留下来了,也因为有些人才政策没有落实到位,没有留得住。今年年底,高铁即将开通,淮安的人才会受到“虹吸效应”的影响,经受更大的考验。一家总经理反映,他们想要留住一个人才,往往比发达地区要付出更多的代价。即便如此,培养了5年的



人才,刚刚可以独立承担起一个团队,还是被大城市的公司挖走。

(五)产业链条“半半拉拉”。产业链未能较好形成,企业利润被瓜分,很多企业只能生产其中一个技术含量很低,或者利润不高的环节。就产品种类看,产品间关联相对不足,尤其是一些优势产业的产业链拓展不够,不利于产业集聚,影响整个产业的发展;就产业结构看,总体上还处于劳动密集型产业,处于价值链低端环节,产品附加值不高,缺乏核心竞争力,产业发展缺乏高端化、高新化。

对策建议及探索做法

如今,经济发展每增长一个百分点,对资源环境的消耗或倍增。我们既“做不到”也“受不了”像过去那样高速增长。必须坚决树牢“亩均论英雄”理念,加快推进产业转型升级,争做高质量发展排头兵。

(一)多部门联动把好项目准入关。我们要积极引进符合产业规划、带动性强的龙头骨干企业,全力推进重大产业项目尽早达产见效。对新进入的项目,无论是置换新上,还是新拿地块,均严格按照产业规划和环保要求进行项目布局。开发区范围内原则上体量不得低于1亿元,亩均固定资产投资投入必须达到280万元以上,一般制造业产出率亩均税收15万元以上,总部研发项目单体建设规模2万平方米以上,产出率亩均税收30万元以上。支持和引导企业建设多层厂房,上楼发展,提高单位土地的投入产出效益。规范项目置换流程,对于企业股权转让、产权转让、破产清算新接手的项目,必须经过区项目领导小组的评审同意,并经再次确认,方可落户。争取用2-3年的时间,使淮安区企业亩均税收达到10万元/年以上,用5年左右的时间,使企业亩均税收达到15万元/年以上。

(二)优化营商环境助推质效提升。进一步优化发展环境,切实转变政府职能,提升审批效率,让企业和群众省时、省钱、省心。定期走访了解企业发展过程中遇到的困难和营商环境中存在问题,梳理企业的需求和困难,排查各种干扰企业正常经营、增加企业负担的行为。走访帮扶重点企业,对重点企业进行“拉网式”走访,进一步发挥50强企业“领头羊”“主力军”作用。针对销售和税收出现下降的企业,

形成“一企业一专题、一专题一方案、一方案一推进”的工作机制,全力扼制企业经营下滑势头,帮助企业止跌回升。同时,积极采取措施,破解企业生产运行中面临的各类问题。

(三)大数据监测倒逼企业提高效率。依托“人工智能+互联网+政府服务”新模式加快政府数字化转型,拓展数字应用,推进数据共享,推行智慧办公,更加高效优质服务企业。进一步完善企业亩均效益综合评价机制,实施资源要素差别化政策,对全区工业企业进行综合评价,将全部参评企业分为A优先发展类、B鼓励提升类、C监管调控类、D落后整治类,综合评价连续两年D类,强制退出。

(四)创新是高质量发展的第一动力。把科技创新放在核心位置,加快“互联网+科技成果转化”的新模式,链接技术转移机构、投融资机构和各类创新主体,充分发挥淮河教育体育装备产业园国家火炬基地的龙头带动作用,建设一批众创空间、科技园区和产业创新服务综合体。完善激励企业自主创新的发展机制,鼓励企业加强与院校合作,着力提高企业自主创新的内生动力。大力培育智能工厂、智能车间,推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合,促进以数字经济为核心的新兴产业不断发展壮大。

(五)做大做强特色优势产业。推动相邻或相近的特色园区、产业集聚区、工业集中区按照“一个主体、一套班子、多块牌子”进行整合,解决产业集聚区小散乱和产业链不完整问题。建立开发区联席会议制度,统筹协调“一区三园”的管理服务工作。开发区核心区重点发展“3+1”产业,着力推动新一代信息技术与装备制造业深度融合,大力培育一批创新型领军企业,“专精特新”小微企业,打造特色鲜明、具有影响力的先进高端装备制造业集群。

(六)产才融合实现“弯道超车”。人才是高质量发展的第一资源,苏北地区想要实现“弯道超车”,必须要加紧人才政策的落地。紧扣装备制造、生物医药、人工智能等产业,分类编制产业人才发展规划和紧缺急需人才目录。与企业共同探讨留住中层政策,落实其子女教育、住房补贴、医疗补助、职工再教育、未婚大学生青年婚姻等具体服务项目。优化人才生活环境,提高他们的认同感、归属感。大力实施淮安工匠、优秀企业家培养等计划,着力培养一批高技术人才和优秀企业家。

(高超,淮安经济开发区管委会主任)



打造“老字号”品牌 促进“老字号”发展

——我区“老字号”品牌现状及传承保护与发展的调查

衡爱国 邱长山

经营理念创新不足。部分企业满足于保持“传统特色”、严守“祖传秘方”,经营管理相对保守,销售渠道较为单一,做大做强办法不多。二是管理模式相对滞后,人员管理沿用传统的“师傅带徒弟”模式,缺乏系统科学的培训手段及相应的激励机制。三是宣传推广重视不够。过多依赖于老顾客的口碑传播,新生代消费者的认同不足;品牌延伸范围较小,难以发挥品牌的综合效益。

二、我区“老字号”品牌经营后继乏力

我区的老字号体制经历了先家族、后公私合营,然后是国有企业的历程。老的体制已经很难适应新时代变化的要求,凡是改制好的老字号,都能焕发青春;凡是没改制或改制不彻底的则步履艰难,甚至被市场淘汰。

据统计分析,在“老字号”品牌经营户中,有20%的“老字号”品牌由于历史包袱重、冗员多、积累不足、观念陈旧,不重视老字号品牌的保值增值而面临长期亏损的困境,有的甚至丧失了社会价值,被市场淘汰;70%的“老字号”勉强维持现状;只有10%的老字号企业通过创新发展、改革改制,焕发了青春。

大多数“老字号”品牌经营和生产条件恶劣。“老字号”往往具有“前店后厂”和“工商兼营”等特点,由于经营和生产条件所限,形不成规模经营,吸引力、辐射力和市场开拓能力减弱,严重制约了自身的发展,降低了市场竞争

力。甚至有一些老字号被迫破产或靠租赁房屋度日,导致传统文化资产流失。

随着经营环境的改变及传统工艺的失传,一些“老字号”品牌在市场激烈的竞争中,逐渐淡化了自身特色,有的甚至已经名不副实。一些“老字号”品牌把保住经营特色与增加经济效益对立起来,改变了原有企业性质,经营起与本店特色毫不相关的商品,失去了维系百年的历史文脉。也有一些企业由于来回转手经营换了招牌,从老字号队伍中流失。

人才流失问题也是一些“老字号”品牌消失的原因之一。一方面一些老字号由于自身机制等原因,身怀一技之长的员工经常被其他企业挖走,而急需的人才又难以引进,造成后继乏人。另一方面很多年轻人不愿意从事“老字号”的传承工作,导致后继无人。“老字号”品牌的竞争,实际上最终都是人才的竞争,人才的短缺必将严重制约老字号的进一步发展。凡此种种,都使拥有悠久历史传统和深厚人文底蕴的“老字号”品牌无奈地走向萎缩乃至消亡。

三、“老字号”品牌传承取得成效

为培育老字号品牌,推动老字号的传承保护和创新发展,更好发挥老字号在诚实守信经营、勇于社会担当等方面的引领作用,形成学习和弘扬老字号优秀商业文化氛围,我区开展了2轮“老字号”品牌申报。2016年,根据省商务厅关于开展第一批“江苏省老字号”认定工作通知要求,区商务局组织文楼饭店的“文楼汤包”、淮安食品厂的“淮安茶馓”申报江苏省“老字号”品牌,“文楼汤包”、“淮安茶馓”2个品牌已获得省商务厅颁发的首批江苏省“老字号”品牌,并获得了资金支持。2017年,我区组织岳家茶馓等一批企业参加第一批淮安市“老字号”申报工作,其中岳家茶馓、朱桥甲鱼、兴

懋调味品、天妃宫酒家等4个品牌获得“淮安市老字号”品牌。今年,我局已推荐符合条件的岳家茶馓参加第二批“江苏省老字号”申报工作,推荐“软子肉圆”申报“淮安市老字号”。岳家茶馓、兴懋调味品等企业,将传统做法和现代科技相结合,进一步增强了企业竞争力;淮安文楼、朱桥甲鱼馆、天妃宫酒家等餐饮企业,通过不断创新创优菜品,进一步丰富了淮扬美食品类,提高了企业知名度,扩大了社会影响力。

四、传承保护与发展建议

要把淮安传统“老字号”的挖掘保护工作列入商贸流通工作重点内容,研究制定“淮安老字号”管理办法,对“淮安老字号”实施动态管理,积极创造条件将文化特色浓、品牌信誉高、市场竞争力强的“淮安老字号”申报“江苏省老字号”和“中华老字号”。建议从以下几个方面抓起:

- 1.制订好老字号的保护与发展规划。将老字号的保护和发展规划纳入城区各项规划之中,在城区分区规划中突出老字号的地位和作用,对老字号集中区域进行重点分析,制订控制性详细规划、修建性详细规划。
- 2.保护好老字号的历史与文物建筑。古朴、典雅的历史建筑是老字号存在与发展的实物载体。在城区化建设加速进程中,要积极抢救这一笔巨大的物质财富和文化遗产。应停止城区建设中对老字号建筑的盲目拆除与迁建,确保“把根留住”。
- 3.维系好老字号的环境与生存空间。要在保护老字号历史建筑与传统特色的同时,还应注重保护老字号所处的环境。对于处在传统商业街区的老字号,应保护其周边传统街道的历史风貌,必要时确定相应的保护范

围和建设控制地带。要支持发展与老字号相关联的传统手工业及特色旅游业。

4.延续好老字号的经营与管理特色。品质和诚信是老字号成功的制胜法宝。众多老字号凭借着独特的文化内涵,独到的经营之道,独有的饮食和手工技艺,形成了一整套独具匠心的企业经营模式与理念。老字号在发展过程中应注意做到健康、有序,不能采取“卖名牌”的方式发展自己,以免影响正宗老字号的声誉和信誉。

5.保持好老字号的竞争与创新潜力

老字号是充满活力的文化遗产,应在保护传统的基础上发扬光大。如果老字号在市场经济的大潮中始终沉湎于过去的辉煌,仍旧固步自封,制订控制性详细规划、修建性详细规划,必然会失去竞争力而被淘汰。

6.更新老字号的经营与服务设施

老字号要想在更大范围内吸引顾客,就必须及时研究消费者的需求变化,突出传统文化特色,适时改善经营环境和服务内容。

7.改革好老字号的体制和经营机制

老字号应努力克服计划经济时期遗留下来的种种弊端,使经营者和员工利益与老字号的命运和发展紧密结合起来,使老字号管理体制和经营机制更加适应市场变化。同时,要增强自我保护与发展能力,促进企业品牌化、差别化、特色化发展。

8.建立好老字号的鼓励与支持体系

文化是维系城市生存发展、挑战经济竞争的生命力所在,而老字号则是城市文化的骄子,城市经济的潜力,老字号大扶持力度,让“老字号”更加行稳致远。

(衡爱国,淮安商务局局长;邱长山,淮安商务局市场体系科科长)

在商务部门的扶持下,积极落实国家品牌战略,全面实施“老字号”重振行动,部分“老字号”逐渐恢复,但仍存在后继乏力的情况。近日,我们对全区“老字号”品牌的现状、存在的问题进行调研,并就“老字号”品牌的传承保护与发展提出一些建议。

一、我区“老字号”品牌现状

我区历史上文化底蕴丰厚,造就了一大批“老字号”品牌,但由于历史原因和体制机制问题,我区“老字号”品牌发展并非一帆风顺,而呈现出逐步消退状态。我区现有的文楼饭店、淮安茶馓、岳家茶馓、朱桥甲鱼、“兴懋调味品”、天妃宫酒家、苏嘴膏药、博里宋氏膏药、平桥豆腐、博里羊肉、淮点三绝等10余个“老字号”品牌在经营发展中遇到很多新问题。一是