

企事录

8家网盘企业承诺推出无差别速率产品

事件:11月17日,在工业和信息化部信息通信发展司指导下,中国互联网协会、中国信息通信研究院组织百度网盘、腾讯微云、天翼云盘等首批8家网盘企业在北京共同签署《个人网盘服务业务用户体验保障自律公约》。8家企业承诺,2021年内将推出“无差别速率”产品,为各类用户提供无差别的上传/下载速率服务。

点评:随着数字经济蓬勃发展,个人网盘业务正逐渐成为数字经济时代广大网民的主要应用之一。不过一段时间以来,一些个人网盘业务过度限速、诱导宣传等问题被不少消费者所诟病,成了网络提速降费中的短板环节。此次《公约》签署,不仅是网盘企业回应用户关切、履行社会责任、强化自我约束的集中体现,也是打通网速瓶颈,巩固网络提速降费成果的具体行动,对于鼓励各市场主体突破现有相对单一的发展模式,加强技术、产品和商业模式创新,增强核心竞争力和产业价值具有重要作用。

不过,“无差别速率”产品还需待相关服务上线后进行检验。对相关部门来说,对网盘企业后续行动的持续关注和监督,与签署《公约》同样重要。

广铁推出高铁奶茶

事件:近日,中国铁路广州局集团有限公司广州动车组餐饮公司推出了高铁奶茶。由于高铁奶茶的包装上印的是高铁餐饮乘务员形象,所以被取名为“那个女孩”。目前,高铁奶茶定价26元/杯,有四种口味可供选择。

点评:相关数据显示,2021年中国新式茶饮市场的规模将达到2795.93亿元,广铁推出高铁奶茶,显然也是满足消费者日益增长的茶饮需求。事实上,对这个市场感兴趣的“国家队”,不止中国铁路一家。今年6月,福建省福州市的中邮大药房开出了一家名为“邮氧的茶”的茶饮店,茶饮价格在7~23元不等。

传统企业推出贴近年轻消费者的产品,是企业谋求全面发展的正常市场行为,也是“铁老大”“邮老大”们转变思路的表现,但消费者尝鲜之后,是否愿意复购,则取决于产品供应方能否持续在产品的口味、质量、性价比上下功夫。

“拉好友退押金”引争议

事件:近日,ofo商城推出拉好友帮退押金功能。据App内功能介绍,这一活动包含“邀请好友帮你退押金”“好友下单奖励”“10元特惠充值”等奖励任务。ofo商城中对“邀请好友”任务的解释为“好友越多,退押金越快,不封顶”,“10元特惠充值”则是指“充值10元之后立即退押金2.5元”。

点评:沉寂多时的ofo退押金又出了新举措,然而该举措和此前的多种措施差别并不大。

按时退押金本来是消费者合法权益。ofo收取并挪用消费者大量的押金,最终导致1600余万人押金无法退回,这种行为侵害了消费者包括财产安全权、知情权、选择权和公平交易权在内的多项合法权益。对于ofo数次推出的附条件退押金方案,有法律界人士表示,这会进一步加重消费者负担,减损消费者权利。受到争议后,ofo相关页面已下线了“拉好友,帮你退押金”的广告。但至少从目前看来,消费者想拿回属于自己的99元~199元不等的押金,依然是遥遥无期。(骆驼)

一份“特殊”的安全答卷

本报讯(记者黄任强 通讯员于玲玲)公司安全应急管理机制是否健全?公司各单位与当地应急管理局等相关部门是否建立了良好的沟通机制?基层项目安全风险是否做到了日排查、旬总结?项目应急演练是否做到了有针对性……近日,中铁十一局五公司所有基层单位的负责人,都收到了这样一份“特殊”的安全答卷,要求他们完成每一问的答案。

这场“考试”是中铁十一局五公司开启应急管理工作“三个模式”的缩影。据了解,该公司通过精准模式、联动模式、主动模式,不断提升公司应急管理管控能力,最大程度地预防和减少突发事件造成的损害和影响。

“今年以来,公司所属45个在建项目已完成‘安全共建’。”中铁十一局五公司相关负责人介绍起通过主动模式获得的成效。该公司积极与地方应急管理部门建立沟通协调配合机制,共同开展安全教育、检查、事故预防和应急管理,促进安全管理工作提升。

上述负责人表示,应急管理是企业安全生产的最后一道防线,“三个模式”的开启助推公司应急管理工作的提升,促进公司应急管理工作得到不断创新和完善。

把办税厅“搬进企业家里”



针对长城汽车集团、河北建设集团等企业的特殊业务需求,河北省保定市税务局推出个性化、定制版“驻企微厅”,把“缩小版”办税厅“搬进企业家里”。纳税人在公司即可自主办理纳税申报、发票领购、社保缴费等一百多项企业所需业务,解决了集团性企业办税“跑大厅”的问题。

据了解,目前该市有22个“驻企微厅”、44个“分局微厅”和27个“智能办税厅”,投入智慧办税服务设备达588台,已经形成“网上办税为主、自助办税为辅、人工办税为补”的一局一厅一中心”智慧办税全覆盖体系,全市26万户纳税人96.6%以上的业务实现网上办理。图为当地税务人员上门了解长城汽车生产经营情况和涉税需求。(通讯员周子龙)

突破固有思维,抛弃“老大”心理,以全员岗位创新为突破口激发创新创效活力——

国企“巨无霸”为何向小县城民企“取经”?

阅读提示

今年以来,山钢集团开展了向民营企业永锋集团学习的活动,“永锋”这两个字以及背后所蕴含的理念、文化和能量,开始在山钢集团荡起涟漪,优秀的创新成果犹如雨后春笋般涌现。

本报记者 田国鑫

2020年营业收入2200亿元、钢产量突破3100万吨,“2020中国企业500强”第113位、“2020中国制造业企业500强”第43位……总部位于山东济南、资产规模3736亿元的山东钢铁集团有限公司(简称山钢集团),旗下包括山东钢铁股份公司、济钢集团、莱钢集团等子公司,是齐鲁大地当之无愧的国企“巨无霸”。

在与济南相隔不远的山东德州市齐河县,民营钢铁企业永锋集团2020年营业收入288亿元、钢产量1080万吨。与山钢集团相比,不管是体量还是知名度,永锋集团都“稍逊风骚”。

然而,今年以来,山钢集团却开展了向永锋集团学习的活动。国企“巨无霸”为何要比自己规模小很多且地处小县城的民营企业学习?山钢集团学到了什么?又发生了哪些变化呢?

来自小县城民企的震撼

山钢集团淄博张钢钢铁公司(简称张钢钢铁)曾是一家连年亏损的“僵尸企业”。当地人曾这样调侃道:“就算在厂区种庄稼都比生产钢铁强。”

2016年7月,山钢集团剥离公司非钢业务,引进永锋集团作为战略合作伙伴。和以往合作模式不同的是,两家“联姻”企业均持有50%的比例。

5年过去了,企业的名字从“张钢钢铁”变成了“永锋淄博”,更重要的是,这家曾处在生死边缘的企业重新焕发了强劲活力;公司的各项经营指标都在稳步提升,曾经的亏损企业变成如今的纳税大户;在中国钢铁工业协会2020年底公布的钢筋加工成本先进企业名单中,永锋淄博位列国内钢铁行业第二名,是山钢集团旗下唯一上榜企业;以前自嘲“连和老婆吵架都没有底气”的员工,收入提高了“差不多三四倍”……

装备还是那些装备、员工还是那些员工,

永锋淄博为什么能?

山钢集团推出的混改实施方案,无疑是挽救这家企业的关键一招,但从更深层看,永锋集团以精益运营、革新转型为特征的管理方法发挥了不可忽视的作用。

“精益运营、革新转型打破了国企‘铁饭碗’,以精益运营大项目、职工岗位创新改善为抓手,实现了主要经营指标取得新突破。”永锋淄博公司党委副书记、副总经理王道池说。

今年2月,山钢集团公司工会会同企业人力资源岗位的相关工作人员一行17人,围绕精益管理、全员岗位创新等课题,赴永锋集团开展学习考察活动。

厂区内绿树成荫,几乎看不见灰尘、闻不到异味;人均年创新项目3.2项,每月提交公司层面的评审创新项目达1600余项;处处显“实”的管理理念,“行不行看结果,成不成看绩效”等观念深入人心……

“通过亲眼所见、亲身感受,我们被永锋集团高水平的管理模式、行之有效的管理方法、干部职工积极向上的精神面貌所震撼。可以这样说,永锋的精益管理水平和高效精准务实的管理机制,已经超出行业内许多国有企业。”山钢集团党委副书记、董事苏斌说。

就这样,“永锋”这两个字以及背后所蕴含的理念、文化和能量,开始在山钢集团荡起涟漪。事实上,成立于2002年的永锋集团去年的利润总额已达23亿元,吨钢利润水平居同类产品前列。

调动全员参与各类创新活动

“取经‘归来后,考察组很快拿出了一份长达近9000字的学习考察报告。报告的第一个小标题即亮出了鲜明态度:‘永锋集团是

一个值得学习、值得尊重的企业!’”

山钢集团党委书记、董事长侯军,党委副书记、总经理陶登奎随即在这份报告上写下大段体会和要求,“岗位创新”和“产业工人队伍改革建设改革”是其中的高频词。

山钢集团的内部刊物上也连续出现了三篇《论向永锋学什么?》的文章,除了详细介绍永锋集团全员岗位创新的经验,还直面自身存在的问题“我们缺少一点说了就真算数、定了就真去干的‘认真劲’,缺少以不懈奋斗去达成目标和‘不破楼兰终不还’的韧劲”。

“我们形成了一个共识,要抛弃‘国企老大’心理,克服不可学、不能学的偏见,真心尊重职工、全面依靠职工,激活职工群众中蕴藏着的无穷智慧和力量,让创新变成人人想为、人人可为之事。”苏斌说。

为了解决大多数职工对创新心生畏惧,不敢创、不会创等问题,山钢集团决定从“全员平凡创新”入手,致力于让全体职工都能找到创新的渠道,让创意变项目、项目变成果、成果变效益,调动全员参与各类创新活动的热情。

具体来看,山钢股份着力打造科技创新、管理创新、全员岗位创新“三位一体”的创新工作体系,全面启动全员岗位创新工作,设立近1000万元奖励基金,用于全员岗位创新奖励。对于在全员岗位创新中表现优异的职工,除了物质奖励之外,在各类评先评优活动中也予以适当倾斜。

山钢集团日照有限公司则印发了《职工全员岗位创新管理办法》,重点搭建了“全员岗位创新重点项目孵化、全员自主改善平凡创新、合理化建议征集、青年双争”等四大平台,推动全员岗位创新在一线快速落地生根、开花结果。

聚焦绿色环保 发力高端市场



围绕“绿色发展、智能制造”,宝武马钢和菱实业公司坚持以科技创新提高产能和产品价值,不断开发引进新兴绿色包装材料,开展环保型防护、防锈等包装材料应用研究,生产工艺处于全国领先水平,行业竞争力位居前列并打入高端市场,除满足安徽市场外,还销往广西、山西、新疆等地。

图为11月19日,宝武马钢和菱实业公司的工人正开足马力赶制订单冲刺年终生产目标。

陈东亚 摄/人民图片

事业单位转企之后……

本报记者 刘旭

与4年前职工代表大会上员工普遍存在“等、靠、要”观望思想不同的是,在近日召开的鞍山市鞍勒集团职工代表大会上,员工们讨论的多是企业发展规划的相关话题。

2018年9月,按照当地“市直经营性事业单位转企改制组建企业集团工作”的决策部署,鞍山市将市胜利会堂、市接待办迎宾汽车队、市委机关印刷厂、市政府机关印刷厂4家事业单位转企改制,与市胜利宾馆、市平安印刷厂、市防盗监控科技服务公司等5家企业进行整合,组建鞍勒集团,由鞍山市国资委代表市政府履行出资人职责。

近年来,辽宁鞍山市国资委从“管资产”向“管资本”转变,通过制定“决策清单”,将经营一般甚至亏损的政府经营性事业单位整合成鞍勒集团,如今已发展为集酒店管理、商业经营、物业服务等九大板块,拥有2491名员工、20家子公司的大型国有企业。

“决策僵化、效率低、市场化意识薄弱的

事业单位抱团取暖改制成企业后,可以聚焦主业,经营灵活了,市场化水平也更高了。”鞍山市国资委副主任王志刚说。

改制势在必行

说起企业创办之初的情形,鞍勒集团工会主席英晓颖表示,彼时,企业不仅有400万元的欠账,还有沉重的“历史包袱”。

“很多员工会把工作当成‘铁饭碗’,有着‘干与不干都一样,干好干坏都一样’的惰性思维。”英晓颖在培训员工的过程中发现,员工普遍存在工作效率低、工作作风散漫的问题,成为这些企业前行路上的绊脚石。

有着45年经营历史的胜利会堂在很长一段时间内除供本市演出团体使用外,还接待来访的外国表演团体。如今,时代的发展改变着人们的娱乐生活,人们对文化生活的需求越来越高,作为传统剧场的胜利会堂也开始面临观众流失、观众老龄化等问题,改革迫在眉睫。

机制“活”起来

“改制!改制!劳动、人事、分配三项制

度不改,何谈改制!”面对那些久拖不决、积重难返的难题,鞍勒集团领导班子制定了绩效考核方案,实行全面预算管理,通过量化经济考核指标实现员工薪酬与企业经济效益挂钩,并尝试了社会化选聘职业经理人。

40岁的鞍勒集团总经理助理赵鑫就是被“挖来”的职业经理人。赵鑫年富力强、富有创新精神,在国内相关行业从业多年,工作经验丰富。正是这样一批经理人来之后,公司原本沉寂的氛围犹如一池春水被搅活。以胜利宾馆为例,通过打造胜利宾馆1959年货品牌,在2021年春节期间创造了99.3万元的“奇迹营业额”。

为了提高员工整体素质,2019年,集团还成立鞍勒商学院,搭建标准化教育培训体系,并以学分制进行学员管理,凡选拔晋升的干部及进入后备干部序列的职工,都将建立培训档案,全部课程实行学分制管理。

“将点连成线,最后成一片”

“多元化企业背景往往存在规模小、主业分散的问题。”赵鑫告诉记者,鞍勒集团涉

足多个行业,但集团将核心业务定为资产运营管理,通过补齐产业链的方式,形成全链条事业。比如,集团拥有150亩农业基地,并通过补齐仓储和物流短板,打造完整的“基地-物流-商业终端”的产业链,形成一片“闭环”业务生态。

老牌经营型事业单位往往拥有深厚的历史底蕴和良好的口碑,在当地都有叫得响的“厂牌”,但提到某项产品及服务却鲜有人知。为了改变这一状况,开始致力于将“厂牌”变“品牌”,集团致力于打造“胜利宾馆1959”“鞍山老街”“初勒便利店”等品牌。为提升剧院经营业态,打造“艺术综合体”,为剧院引流,企业打造了“惠享艺生”品牌,与社区联合组织惠民演出,开设鞍勒活动中心20余个,开展大篷车演出进社区活动。截至目前,已组织惠民演出136场,每年有50余万人在鞍山大剧院观看演出。

如今,企业日子蒸蒸日上,鞍勒集团也定下了一个大目标,那就是成为卓越的国民生活服务商,企业的内生动力正在被激发出来。