

决战三季度 冲刺四季度 加快创新转型 建设工业强市

“建设工业强市”系列《对话》⑤

电商换市，风正潮涌劲扬帆

本报记者 易鹤 通讯员 杨丹 孔庆洁

国内外市场需求不足、产能过剩，导致国内不少工业产品供大于求，双重叠加效应使得工业企业竞争越来越陷入“白热化”，“市场”成为制约企业发展的主要瓶颈之一。工业新政31条的出台，从经营理念引导、金融财政扶持、搭建服务平台等多方面，为工业企业抢占市场注入强劲正能量。作为工业企业，如何再蓄能量闯市场？政府部门在帮助企业拓展市场上何该为、何不该为？工业企业如何走好电商之路？昨天下午，市经信委副主任周学明、市贸易局副局长廖永法、宁波市和众互联科技有限公司总经理吴鼎伟做客中国宁波网直播室，围绕“电商换市、市场开拓”等话题与广大网友在线交流。

释放政策正能量 助力工业企业勇闯市场

工业企业是宁波经济中最具活力的因子。面对不断加大的竞争压力，工业企业该如何迎难而上、勇闯市场？面对提问，周学明说，拓市场的能力，归根到底反映的是企业的综合素质。他说，党的十八届三中全会提出，让市场在资源配置中起决定性作用。政府应有所为有所不为。近年来，我市为帮助企业拓展市场频频出招，通过政策、信息、典型引导助力企业勇闯市场。“推动工业企业拓展市场，经信委搭建了五个平台。”周学明介绍，搭建产业平台，让企业唱戏。去年，全市经信委系统组织各类展会18个，如服装节、智博会、新博会等，尽力满足宁波产业拓市场的需求。根据国家政策，助推宁波民企抢抓国有投资“快车”。早在2002年，市政府就出台文件，指出在同条件下，国有企业项目优先采购宁波地方产品。“从那以后，我们每年编制宁波品牌产品目录，目前录入的产品数超过800个。我们还先后举办7期培训，提高企业中标率。另外，我们加强产品制造业企业与国有控股单位等建设单位供需对接，收效很大。”从去年情况来看，企业参与本地重点项目的中标率提高了25%，中标率和中标金额达到65%和62%，分别比上一年提高10个百分点和9个百分点。另外，宁波还通过组织企业参加境外展会，帮助宁波产品走出去；利用“宁波周”等政府系列活动把宁波产品推到国内主要城市及国外高端市场；出台工业企业电商换市三年行动计划，鼓励企业电商换市。

不同企业不同玩法 传统企业“触网”讲求个性

很多传统企业在电商大潮中，显得有些无所适从。廖永



法直言，大可不必。他说，从企业实际情况看，目前传统电商企业基本可分为4类，包括品牌厂商、分销商、零售商和代工企业，不同类型的企业，在走电商之路时应该有各自不同的玩法。“从分销商转型而来的电商企业，最为轻车熟路，也最容易成功。”廖永说法说，品牌厂商试水电商也比较容易成功。但问题的关键是，并非所有的传统企业能够下定决心、走电商之路。一个普遍的顾虑是线上渠道与线下渠道充满矛盾。但仔细一想，这其实是一个伪命题。对于传统企业而言，电商已是大势所趋。无论传统企业自身是否建有线上销售平台，线上和线下的冲突都客观存在。与其让竞争对手的线上渠道阻碍自己的发展，还不如拥抱发展大势，主动去满足线上用户的需求。“实际上，这种冲击也不会像我们想象中的那么可怕，用户的需求已经变得越来越多样化、多元化。”廖永说法说，有的用户看重低价格，有的用户看重体验及个性化的服务，“线上线下两个渠道，完全可以和谐共舞，从而满足不同的市场需求”。

紧盯市场练就功夫 拓展线上市场占领成长空间

开拓市场，除了参与各种展会，对传统企业而言，关注

网上市场动态更为迫切和重要。吴鼎伟说，除了阿里系的天猫和淘宝之外，京东、唯品会、亚马逊等平台也值得关注。互联网电子商务浪潮滚滚而来，移动互联网变化莫测，对于企业来说决策的难度越来越大。如何顺势而为，找到关键的发展机会？吴鼎伟谈了自己的经验。在当前的市场环境中，首先要关注用户需求的新变化。今天的瞬息万变，对企业未来能带来什么样的影响，需要“先知先觉”，“后知后觉”就可能失去重大商机。前些年，相机用胶卷，几年后数码相机已经“一统江湖”。现在，数码相机也遭遇了“滑铁卢”，更多地被手机所取代。很多东西正在发生颠覆性的变化，作为企业一定要切合市场以及用户的需求。互联网化即企业是否把互联网变成基本工具，这是电商换市的基本理念之一。企业要把企业经营和互联网结合起来，如营销系统、管理系统、服务系统，都应该用好互联网。如此一来，效率提升，成本下降，企业产品自然有了竞争力。作为传统企业，还要关注移动互联网和物联网的最新进展。未来是万物互联的世界，这给企业经营环境带来挑战和机遇，需要引起足够重视。宁波虽是外贸大市，当前发展却要求内外兼顾。开拓国内市场必须了解消费者的能力，同时要有产品开发的能力，否则就会出现国外畅销、国内滞销的怪现象，形成生产经营风险。

数据快报

200万宁波人 7个月网购240亿元

这些年来，宁波电子商务发展迅猛，电子商务与其他产业融合加快。根据相关数据测算，去年，宁波全大市的电子商务交易总额已经达到3015亿元，同比增长90%。其中网络零售额达到268.99亿元，同比增长84.37%。居民网络消费额达到349.04亿元，同比增长68.7%，增长幅度非常快。今年1月份到7月份，宁波全大市按照测算，网络零售额达到232.9亿元，同比增长76.04%。网络消费额达到246.02亿元，同比增长42.23%。到目前为止，宁波全大市的网民总数已经达到600万人，其中网购的人数已经有200万左右。应该说电子商务已经成为宁波经济发展新的增长点和经济转型升级的一个重要抓手。

政策点睛

四大行动 提升工业企业电商水平

推进电子商务既是政府的引导也是企业走向市场的必然需求。周学明说，最近市政府出台《宁波市工业企业电商换市的三年行动计划》，即从今年到2016年，遵循政府引导跟企业主体相结合，重点推进跟全面普及相结合，鼓励应用与平台扶持相结合，管理提升与创新应用相结合。我市将通过四大行动计划来推动工业企业电商换市。电子商务应用的普及行动。让广大中小企业认识、应用电子商务，利用电子商务作为拓市场重要手段，鼓励企业搭建企业官方销售平台，引导企业开展跨境电子商务、引进相关电子商务人才。电子商务产业的集聚行动。发挥宁波民营经济特别活跃的特点，利用各县（市）区产业集群和区域块状经济优势，发展重点行业的电子商务平台，推介一批特色电子商务集聚优势，加上宁波名优产品的品牌目录推广，带动电子商务应用，打造电子商务的“宁波板块”。电子商务应用支撑行动。通过电子商务的应用、服务体系，夯实电子商务的信息化水平。电子商务创新发展行动。因为电子商务，一些有特色优势的企业进展很好，但是从面上看，有的企业刚刚起步，特别是老一代的企业家，对这方面的认识还不是很到位。要通过推进电子商务流程创新、模式创新、应用创新，来培育电子商务的示范典型，来推广全市工业企业电子商务的应用。



用国家公园制度破解“游不起”难题

□盛翔

近期，国内多家景区宣布上调门票价格，涨价后5A级景区平均票价超过百元。面对门票“三年必涨”怪圈，一方面，民众感叹游不起；另一方面，景区也抱怨运营开销太大。专家指出，景区票价要体现公益性，应建立合理的票价生成机制，从长远看，景区应摆脱“门票经济”依赖，谋求向产业经济的转型升级（9月18日新华社）。多少年了，与景区门票相关的关键词，似乎只有一个：涨价。为此，国家发改委没少发“三年才能涨一次”之类的文件。梳理景区与国家发改委之间的“门票价格博弈史”，不禁让人感叹：要发多少个限价通知，才能遏制住景区的涨价冲动？由于景区涨价不是个别行为，由于假日安排高度统一、带薪休假制度未能落地……种种原因极大限制了消费者对景区“用脚投票”的能力，极易导致景区在门票价格上形成“攻守同盟”，甚至有恃无恐。在“市场失灵”语境下，景区集体涨价似乎只有得没有失，因为不涨白不涨，于是你涨我也涨。这种行为其实已经涉嫌垄断，反垄断部门有必要介入调查。如何遏制或扭转景区集体涨价行为？反垄断固然是一条途径，但笔者以为，更好的方法是建立国家公园制度。那些人头攒动的旅游景区，基本上都是大自然的馈赠和祖先的馈赠，“景区票价要体现公益性”应是一个常识。现在，景区门票之所以不断上涨，虽然不能排除成本增加等因素，但其更主要的原因是，地方政府和景区经营者，将景区资源看成了“私有财产”，当成了“摇钱树”。只有把这些来自自然馈赠和祖先馈赠的大美风景，以国家名义收归国有并且以国家公园形式实行管理，其“国家级”和“公益性”才能真正体现，广大游客才不会为高价的门票所累。摆脱“门票经济”，形成大的旅游产业经济，已经有免费游西湖等成功案例，但更多的地方政府和景区管理者，显然不愿意放弃既有的蛋糕，而总是奢望鱼和熊掌兼得。只有以国家公园形式对更多景区实施管理，才能真正将免费游西湖经验推广开来——“损失”门票收入小头，获得旅游产业大头。事实上，很多国家设有国家公园，实行免费或者非常低廉的门票（有些仅针对本国公民采取低门票）。比如美国黄石国家公园的门票，每辆车只需花50美元，一年内可无限次进出。如果购买“美国真美丽”系列门票，不但可以在美国所有国家公园，还可以在联邦政府管理的2000多个国家野生动物保护区、森林及草原、湿地、活动中心等地通行。如果学校组织学生到国家公园参观，只要填写一张表格，说明参观的目的是以教育为主，也可以免门票。

在我国，国家级风景名胜区的英文名就是“中国国家公园”（NATIONAL PARK OF CHINA）。自1982年起，国务院总共公布了8批、225处国家级风景名胜区。如果能让这些国家级风景名胜区成为名副其实的国家公园，实行价格低廉且全国通用的年票月票，不仅能增加国民对祖国大好河山的自豪感，而且可将免费游西湖经验放大到最大，从根本上解决游客“游不起”的问题，极大推动旅游产业发展。基于此，笔者认为，新成立的国务院旅游工作部际联席会议，不妨将建立国家公园制度，当作做大做强旅游经济的助推剂。

“践行群众路线的81890样本”之四

为老人提供家政、医疗、救助等订单式服务，为弱势群体、打工者设立爱心超市，为盲人成立“看到风景、闻到花香”的光明电影院，为企业建立政策咨询和信息服务平台……81890做的这些，不是哪个领导坐在办公室里想出来的，而是老百姓工作和生活中实实在在的需求。所不同的是，对于这些需求，81890不是听过完事，而是认认真真做了，让有需求的人“拨一拨就灵”。81890如此“知难而上”、“没事找事”，动力来自于对老百姓的一片深情：“老百姓以及人之老”，不能让那些生活不安全、不方便、不快乐的老人“输在终点线上”，不能让那些遭遇困境的弱势群体失去生活的希望，不能让盲人等特殊群体的特殊需求只是“天方夜谭”，不能让遇到急事、难事、烦心事的企业报告无门，等等。说起为老百姓服务好不好，许多人总以为这是个方法问题、技巧问题，而恰恰忘了它首先是个感情问题。81890对百姓情深，主要表现为它把老百姓的事当成自己的事，看不得求助者焦急无奈、遭罪受苦。试想，如果全心全意为人民服务的宗旨意识淡薄，甚至视百姓为草芥，必然情感缺失，对百姓疾苦熟视无睹、呼声充耳不闻，甚至一听老百姓提要求、有意见就烦躁就怒，81890就不可能急老百姓之所急，想老百姓之所想。81890教育培训员工，说得最多的一点是，要把为老百姓服务当作本职工作，天职，把每个求助者都当成自己的亲人，将心比心、以心换心，设身处地帮他们排忧解难。一百个宣言抵不上一个行动。虚情假意，喊口号、说空话，敷衍塞责，口惠而实不至，对老百姓的感情就是假的。81890对百姓情深，敢于夸下“海口”：“利民便民，有求必应”、“让老百姓100%满意”，如此“不留后路”，目的在于自我加压，把服务做到最好。他们决定服务项目取舍的标准，不是领导好恶，也不是难度大小，而是百姓需要，检验标准则是老百姓满意不满意、高兴不高兴。对老百姓的情感是装不出来的，装出来也经不起时间的检验。一些人、一些部门为老百姓做事，开始时轰轰烈烈、大张旗鼓，一遇到困难、一捞够了“政绩”，觉得费力不讨好，不能往脸上贴金，便退避三舍、偃旗息鼓。13年来，81890为民服务始终热情不减，创新不辍，精益求精，事业越做越大，越做越好，倘若没有对老百姓朴素而深厚的感情，是不可能的。情之所至，金石为开。老百姓是最讲感情的，对老百姓投入多少感情和诚意，就能从老百姓那里获得多少支持和认可。人们深情地信赖81890、真诚地夸赞81890，就是深情与深情的互动，人心对人心的回应。

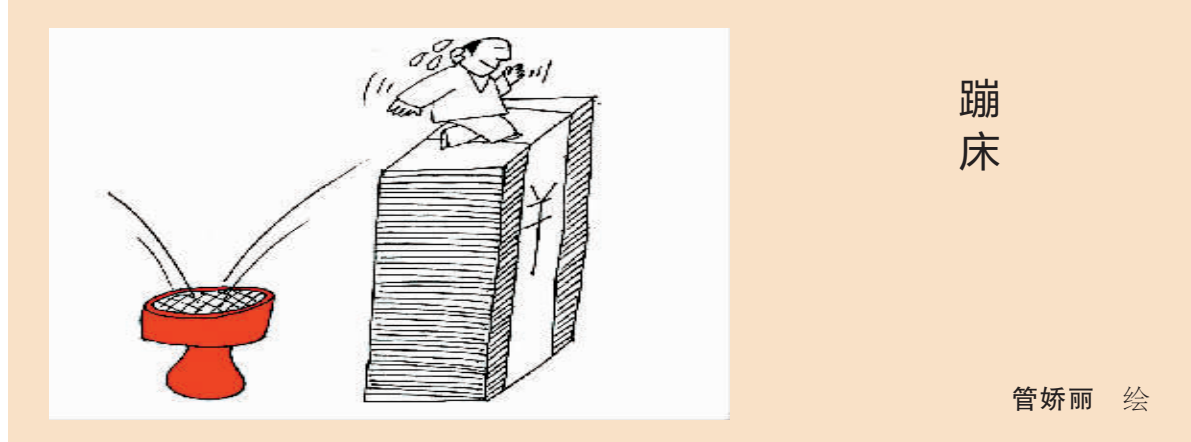
感情深才能服务「灵」

□三草

政府采购别给政府抹黑

□毛矛

又到开学季，湖南邵阳县为学生更换10万套桌椅，却未想花1500万元采购的全是“次品”。网友质疑一个国家级贫困县“大手笔”招标采购为何全是问题产品（9月15日央视财经频道）。这些年，政府采购出的“洋相”不少，邵阳县的“问题课桌椅”又一次将其推上舆论的风口浪尖。当然，公众质疑的是政府采购中的不正之风和腐败现象，并不是制度本身。多年的实践证明，政府采购制度具有科学性、合理性。据统计，“十一五”期间全国累计节约财政支出4000亿元，这其中，政府采购功不可没。两相对照，政府采购制度需要的是坚持和巩固、改进和完善。政府采购成为社会关注的热点，是由其特点决定的：一是动用资金规模大。据介绍，我国每年政府采购资金近万亿元。二是这些钱皆为财政资金，是纳税人缴纳的，敏感性、关注度强。三是竞争激烈，供货方五花八门的促销手段使得政府采购领域险象环生，拒腐考验异常严峻。而与社会关注度相比，不少地方政府对其重视程度及相应工作力度显然不足，上述“洋相”就是证明。政府要管好政府采购，不仅是职责所在，更是形势所迫。目前，改革正在全面深化，反腐斗争如火如荼，这对“管好政府采购”提出了更高要求，也提供了有利条件。各地各级政府应顺势而为，管住自己的人，管好自己人的事，让每一笔采购清激透亮，经得起质疑与检验。政府采购政府要管，社会也要管。首先是靠法律管，要做到依法行政。现实中，有人不把《采购法》当回事，随意采购玩“猫腻”，损公肥私，弄权腐败。因此要加大法律的震慑力，做到违法必究，从根本上杜绝政府采购乱象。再就是靠改革管，要在发展中逐步完善政府采购制度，使其在运行机制、管理方式上更加严谨、高效，堵塞各类“漏洞”。其三，要靠廉政建设管。各级政府对政府采购的复杂性和艰巨性要有足够的认识，认真吸取发生在该领域的腐败案例的深刻教训，举一反三，避免重蹈覆辙。最后，要靠群众管。政府采购事关公平公正、事关群众利益，要发挥公众和舆论的监督作用，让政府采购全过程公开透明，不留“死角”，使政府采购真正成为“阳光采购”，为打造“阳光政府”增光添彩。



蹦床

管娇丽 绘

“禁令”是教育之痛

□钱凤伟

“爸，我不打伞了，老师说，不打伞，会受罚的，我自己跑过去就行。”说这话的是郑州一名五年级的小学生。郑州市多所小学实行了“禁令”，雨天学生不能打伞，进出校园只能穿雨衣。违反规定的学生有的可能会口头警告，有的可能被罚站，严重的则会被通报批评（9月18日中国广播网）。对此，校方的解释是出于“安全考虑”，因为学生不像大人，自控能力差，安全意识不强，上学放学那么多人排队，打伞容易伤到眼睛。这显然是因噎废食。下雨打伞，并非必然会“伤到眼睛”，如果确实有孩子安全意识不强，需要的也是提高其安全防范意识，而不是连撑伞的正常行为也被禁止。实际上，出于“安全考虑”，一些学校类似的“禁令”屡见不鲜。曾有报道，为了防止学生在校园受伤后家长追究学校责任，有学校取消了单杠杠、高低杠、铁饼、铅球等“危险性很高”的体育项目；还有学校规定，学生课间只有上厕所、喝水才能走出教室门，以“排除安全隐患”。这些规定看似合理，实则荒唐。因为要消除安全隐患，一要靠教育，二要靠管理。否则，即使把孩子“圈”在教室里，仍然可能发生意外。学校层出不穷的“雷人”规定，应该引起教育主管部门的重视和反思。其一，折射出学校教育以人为本意识的缺失。在此思维下，教育的目的不再是学生的全面发展，学生只是被用来灌输知识的道具，除了分数，学生的天性可以被扼杀，学生的权利可以被剥夺，学生的意愿可以不被尊重。其二，折射出学校和教师责任意识的缺失。看似是为了孩子的安全，其实正是对孩子的不负责任，所谓“出于安全考虑”，不过是以孩子名义寻找的借口，实质是逃避自己管理的责任。这种怪象亟待纠正。