

学深圳就是学创新

□范沁河

学深圳观念,学深圳速度,学深圳创业,说到底就是学深圳创新。学深圳创新就是要创新驱动经济转型升级,就是要加快“四个焦作”建设步伐,就是要奋力跻身全省“第一方阵”。

一、学深圳观念,观念要新 什么是观念?观念的原意是看得见的形象,源自古希腊的“永恒不变的真实存在”。观念是经过千百年历史演绎、筛选,然后凝练而成的文化的核心。因此,观念既是人类文明的结晶,也是进一步发展的障碍。概括地说,观念是行动的先导,是人们认识外部世界的最高形式。

什么是深圳观念?在深圳经济特区建立30周年之际,深圳市民与专家共同推出最有影响力的十大观念,一是“时间就是金钱,效率就是生命”;二是“空谈误国,实干兴邦”;三是“敢为天下先”;四是“改革创新是深圳的根、深圳的魂”;五是“让城市因热爱读书而受人尊重”;六是“鼓励创新,宽容失败”;七是“实现市民文化权利”;八是“送人玫瑰,手有余香”;九是“深圳,与世界没有距离”;十是“来了,就是深圳人”。其中,“敢为天下先”“鼓励创新,宽容失败”“空谈误国,实干兴邦”“时间就是金钱,效率就是生命”等,最值得我们焦作人学习。

我们为什么要更新观念?因为由资源丰富到资源枯竭转型升级需要更新观念,由传统观念成为进一步发展的障碍需要更新观念,由曾经处于全省“第一方阵”现在落后全省“第一方阵”需要更新观念,由学习先进寻找差距到观差距为潜力、变压力为动力需要更新观念。我们需要崇尚创新的新发展理念,我们需要鼓励创新的深圳观念,我们需要转型升级的各种新观念。

二、学深圳速度,速度要快

什么是深圳速度?深圳速度是深圳建设者在建设深圳国贸中心大厦时创下的“三天一层楼”的纪录。深圳的建设速度使深圳特区的发展日新月异;深圳的发展速度实现了经济上的超常规发展;深圳的工作速度淋漓尽致地诠释了“时间就是金钱,效率就是生命”的深圳观念,也确保了深圳的建设速度与发展速度。深圳速度是改革开放中国发展的象征,是一个时代快速发展的符号,是30多年来中国发展速度的代表,是高速高效益建设中国特色社会主义的新概念。

为什么要学深圳速度?实现市十次党代会确定的奋斗目标,尤其是建设“四个焦作”、奋力跻身全省“第一方阵”,时间紧、任务重,北山治理等不得、城市建设拖不得、经济发展慢不得。

怎样学深圳速度?一要学深圳的建设速度,促进焦作城市建设的日新月异;二要学深圳的发展速度,实现焦作经济发展的转型升级;三要学深圳的工作速度,节

约时间,加快节奏,提高效率,以确保焦作的建设速度与发展速度。

三、学深圳创业,创业要实

什么是创业?创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合,从而创造出更大经济价值和社会价值的过程。创业是一种劳动方式,是一种需要创业者思考、推理、判断以及运筹、组织、管理的行为。创业就要面对困难,创业就要不屈不挠,创业就要轰轰烈烈。

创业要实,按照习近平总书记“三严三实”的要求,就是要脚踏实地、真抓实干,敢于担当责任,勇于直面矛盾,善于解决问题,敢于改革创新,能够创造出经得起实践、人民、历史检验的实绩。深圳创业来自敢吃第一只螃蟹的勇气,来自敢为天下先的壮志,来自杀出一条血路来的责任担当,来自时间就是金钱、效率就是生命的历史使命,来自宽容失败、人人创新的改革进取,来自实干兴邦、个个创业的求真务实。这是深圳创业成功的前提,也是深圳创业成为典范的表现。

“创”的左边是一个仑字,可以引申为机会和机遇;右边是一个立刀,可以引申为本领和手段。焦作作为郑州的后花园,作为中原城市群的重要一员,除了转型升级以外,更应该抓住郑州航空港经济综合实验区、河南自由贸易试验区、郑州跨境电子商务综合试验区等开放平台的机遇,抓住省会连通境内外、辐射东中西的现代立体交通体系和物流通道枢纽的机遇,抓住河南融入国家“一带一路”战略、形成内陆开放高地的机遇,立足现实,发展优势产业、打好产业基础;要面向未来,创新核心技术、打造区位优势,尽快成为经济强市。我们的机遇很多,机会很好,机不可失、时不再来。领导干部思想上准备好了吗?逢山开路、遇河架桥,领导干部方法上准备好了吗?

四、学深圳创新,创新要恒

什么是创新?深圳市科技委主任梁永生讲课指出,创新是指以现有的思维模式提出有别于常规或常人思路的见解为导向,利用现有的知识和物质,在特定的环境中,本着理想化需要或为满足社会需求,进而改进或创造原来不存在或不完善的事物、方法、元素、路径、环境等,并能获得一定有益效果的行为。创新是以新思维、新发明和新描述为特征的一种概念化过程。创新是人类特有的认识能力和实践能力,是人类主观能动性的高级表现,是推动民族进步和社会发展的不竭动力。

一个民族要想走在时代前列,一刻也不能没有创新思维,一刻也不能停止各种创新。前海母基金首席执行官李海涛先生在讲课中指出,创新是当今世界经

济发展与企业发展的主旋律,不创新,墨守成规,不论是国家还是企业,就会逐渐走向困境,就会每况愈下,最终陷于失败。创新是企业发展的主要动力,也是深圳获得成功的重要法宝。

深圳创新的主要启发:一是敢为天下先。敢者,勇气、胆量也;敢者,开拓、进取也。敢字当头,勇往直前敢担当;敢闯敢冒,勇于拓荒新领域;敢吃第一只螃蟹,敢教日月换新天。二是鼓励创新,宽容失败。创新的本质在新,核心在创。有了新思想,就要进行新实践,就要杀出一条血路来。不怕失败,因为失败是成功之母;宽容失败,因为创新不可能百分之百成功;鼓励创新,因为创新一旦成功就会力量无穷。三是空谈误国,实干兴邦。把胆识变为行动,以创新促进创业。说了就算,说了就干;埋头苦干,真抓实干;干出深圳速度,干出深圳质量;干出国内领先,干出世界一流。

焦作创新的对策建议:首先是机制第一。焦作不乏逢一必争、逢冠必夺的口号与观念,但谁来争、谁来夺?争到了怎么办?夺到了怎么办?这就必须解决激励机制问题。激励机制是指通过特定的方法与管理体系,将党员干部对组织及工作的承诺最大化过程。可以采取“三子激励法”,即奖励给票子、鼓励给面子、激励给位子,坚持精神奖励与物质奖励相结合。同时,坚持奖不虚施、罚不妄加,力求奖罚分明。对争到的、夺到的“赏务速”,对没争到、没夺到的“罚及时”。其次是人才第一。争一夺冠离不开人才,也须依靠人才来争一夺冠。栽下激励机制的梧桐树,引来争一夺冠的金凤凰。以现有人才为基础支撑,奖励一视同仁;以外来人才为创新引领,奖励不惜重金。正如习近平总书记七一讲话所说:“我们要以识才的慧眼、爱才的诚意、用才的胆识、容才的雅量、聚才的良方,广开进贤之路,把党内和党外、国内和国外等各方面优秀人才吸引过来、凝聚起来,努力形成人人渴望成才、人人努力成才、人人皆可成才、人人尽展其才的良好局面。”

第三是创新第一。激励机制服务人才机制,人才机制服务创新机制。人才必须会创新,会创新才是人才。苟日新,日日新,又日新。这句话出自《大学》,意思是如果能够一天创新,就应保持天天创新,永不间断持之以恒地创新。文明源于创新,中国崇尚创新;时代呼唤创新,深圳引领创新;大众创业创新,焦作必须创新!发展在我,创新有责,我们义不容辞。归根结底,创新旨在创业,日新之谓盛德!

(作者单位:中共焦作市委党校)

学习杭州经验 发展焦作城市品牌

□李哲

品牌的核心内涵,是传递给消费者的核心利益,即品牌究竟要带给消费者什么,是企业针对消费者的市场承诺。城市品牌就是一个城市在推广自身城市形象的过程中,根据城市的发展战略定位所传递给社会大众的核心概念,并得到社会认可。城市品牌化的终极目标是:在城市所服务的各种群体中,建立起他们对于城市的偏好和忠诚度。

城市品牌的建立,能够帮助城市提升吸引力和竞争力。所谓城市吸引力,就是城市在吸引外来的旅游者、潜在的定居者(包括高层次人才)和投资和企业入驻方面的能力;而所谓城市竞争力也尤为重要,在全球化仍是大趋势的大背景下和区域间竞争逐渐加剧的前提下,城市竞争力不仅包含与其他区域或城市在资源争夺方面的能力,也包含把本城市产业、企业、产品以及特色文化向外输出的辐射能力。另外,城市的品牌效应能鼓舞市民的士气,激励市民更重视城市自身的环境、文化建设,重视自身素质的提高,增强城市的内聚力、荣誉感。城市品牌的塑造主要靠全体市民长期不懈的努力,而著名城市的市民会更珍惜名城这一荣誉,增强自律意识,加倍努力地塑造城市品牌形象。焦作市作为资源转型城市,要实现跻身全省“第一方阵”,必须在“四个焦作”的战略规划指导下,研究发展城市品牌,抓住历史性的转机,实现经济社会的全面发展。

通过问卷调查和研究发现,目前,焦作城市品牌建设存在以下问题:——缺乏完整的城市品牌战略规划。焦作还未建立完整的城市品牌战略规划,建立城市品牌战略规划是城市品牌推广的第一步,其核心作用是为建立城市品牌制定一个蓝图,确定规划的目的、时间进程、参与部门分工、项目内容和计划、整体预算以及执行小组成员等内容。焦作没有一个政府机构或者是企业联合体在进行这项活动,城市品牌推广的职能主要在旅游部门,但旅游部门只是城市品牌推广战略中的旅游品牌的负责人,不能代表所有利益相关者进行决策和活动的。城市品牌战略的实现,需要专门的能够协调政府各职能的部门,能够与居民、企业建立联系的城市品牌发展的部门来实施。

——旅游品牌与城市品牌发展不均衡。旅游品牌和城市品牌其实是子品牌与母品牌的关系,子品牌建立起来了,但城市品牌并不丰满,缺乏其他方面的内涵支撑。旅游品牌虽然创造了外来流动人口的消费,但对于吸引外来人口定居、吸引企业扎根焦作所起到的作用有限。焦作旅游品牌发展较为成熟,但文化品牌起步较晚,企业品牌和产品品牌等其他城市子品牌仍发展较慢。

——城市品牌定位缺乏个性和凝练。所谓城市定位,就是充分挖掘城市的各种资源,按照唯一性、排他性和权威性的原则,找到城市的个性、灵魂与理念。定位是建立品牌的灵魂,城市品牌存在的价值是它在市场中的定位和不可替代的个性,就如同产品品牌一样,著名品牌之所以屹立百年不倒,是因为它始终遵循着自己的定位和保持着与竞争对手的差异。任何产品和服务在市场上的竞争都离不开独特的市场定位,同样,城市也不例外。建设“创新、富裕、美丽、平安”焦作,概括了焦作城市发展的方向,是城市发展战略定位,而非城市品牌定位。所以,城市品牌定位仍需加以提炼,融入焦作市独有的灵魂和理念。

——城市形象品牌不能很好地拉动城市发展。焦作市委党校经管教研室关于焦作城市品牌的问卷调查结果显示,有62%以上的被调查者认为焦作城市缺乏特色,57%以上的被调查者认为焦作城市缺乏活力。这一方面说明焦作独特的城市形象还没有建立起来;另一方面,说明要通过城市品牌形象的提炼、建设、推广,带动城市活力的激发以及居民对城市发展的信心和激情。有60%的被调查者认为,焦作的城市品牌发展方向应该包含“宜居城市”因子,这既说明了当地居民对提高城市生活环境质量的迫切需要,也说明“宜居”对城市品牌的构成是举足轻重的。

杭州作为人才净流入比例最大的城市,2016年人才净流入率为8.9%,这一方面与杭州本身的经济快速发展速度、收入水平高有关;另一方面与其注重城市品牌“生活品质之城”的打造来吸引人才密不可分。针对以上问题,结合杭州城市品牌发展的经验,笔者提出如下建议:——城市品牌的建立和推广需要政府主导和全体居民、企业、民间组织的同心协力。焦作目前尚没有一个推广城市形象品牌的官方机构,急需在市委、市政府的领导下设立一个类似于杭州的“旅游委员会”,成立以旅游部门为主要组成部分的专门的城市品牌推广委员会,然后通过此部门制订和协调城市品牌发展规划、执行。

此部门需要同住建、规划、旅游、城管等相关部门建立直接联系,以便更好地实现其机构职能。

——以政府为主导,发动全体市民的力量,完成城市品牌的设计、发布、构建、传播等工作。杭州在经过半年的研讨、征集和专家评审后,于2007年1月确定城市总体品牌——“生活品质之城”。其城市品牌的内容构建,包括理念识别(MI,即经济生活品质、文化生活品质、政治生活品质、社会生活品质、环境生活品质)、行为识别(BI,即对市民行为的规范和道德素质的提升,打造符合城市品牌要求的行为体系)、视觉识别(VI,即城市标识的推广、城市景观的改造、市政形象建设等)。其传播途径主要是通过研讨城市品牌、宣传城市品牌、会展节庆带动、国际文化交流等方式来开展。特别需要一提的是,杭州在传播城市品牌过程中利用报纸、电视、广播、网络、微博、微信等媒体,起到了事半功倍的作用。

——以旅游产业发展为契机,推进全域旅游和美丽乡村建设。以创建国家全域旅游示范区为抓手,把旅游优势转化为经济优势、文化优势和品牌优势,把焦作打造成国际文化旅游名城。杭州是通过产业全融合、空间全覆盖、受众全民化推进全域旅游和美丽乡村建设,也就是通过加快旅游业供给侧结构性改革,推进“旅游+文化”“旅游+农业”“旅游+工业”“旅游+体育”“旅游+养生”“旅游+娱乐”等融合发展,拉长旅游产业链,形成旅游新产业,满足群众多样化、个性化旅游需求。

——推动城市品牌联盟的建立。要想打响一座城市品牌,还得依靠这座城市里的一个个体,包括每一个行业、每一个机构、每一个企业甚至每一个人,只有“每一个”都树立起了鲜明的品牌,才能众志成城,共同塑造起整座城市的品牌形象。今年1月,杭州都市报社联合32家品牌企业,发起成立了“杭州市城市品牌联盟”。这32家企业都是“既有文化特色,又有经济实力;既有本土情怀,又有国际眼光;既有市场口碑,又有发展潜力”的品牌企业,发挥各自所长,从研究、体验、创作、维权、传播、国际交流等方面构建专业合作队伍,助推杭州早日建成“世界名城”。

下棋找高手,学习的模本也要找最好的。焦作目前站在一个历史新高点上,可以利用后发优势,直接借鉴杭州的经验来完成自身的华丽转型。

(作者单位:中共焦作市委党校)

媒体论点

去杠杆有待企业转变发展理念

●企业要树立正确理念,有多少钱就干多少事。

当前,有很多企业家坚信,企业资产规模是好东西。部分企业家甚至认为,企业资产越多越好,规模越大越好。还有一些企业家把“做大”奉为圭臬,认为企业只有做大,才能做强。

扩大资产规模就可避免地要加杠杆。根据“资产=负债+所有者权益”这一会计恒等式,企业要扩大资产规模,要么增加负债,要么增加所有者权益。企业负债主要来源于银行贷款,负债增加将同步提高杠杆率,企业增加所有者权益一般不会提高杠杆率,也不会增加财务成本。增加所有者权益有两种途径,一是内源式,二是外延式。前者是靠自身的利润留存来实现,这种方式的积累速度较慢;后者依赖于资本市场实现,虽然能够实现净资产快速扩张,但能够上市融资的企业毕竟凤毛麟角。因此,提高杠杆率增加贷款,是目前大部分企业扩大资产规模的主要途径。

盲目加杠杆来扩规模将会有巨大风险。财务杠杆具有两面性,如果企业在经营上升期,加杠杆可以扩大股东收益;在

经营下滑期,加杠杆反而会放大经营风险。随着我国经济发展进入新常态,经济增速不再是以前那样高速度,如果不顾一切地继续加杠杆将会大大增加企业的经营风险。部分企业加杠杆后虽然暂时没有经营风险,但加杠杆将加重企业财务负担,从而降低企业利润,也就是常说的“企业为银行打工”。

上市融资虽然不会有财务风险,但如果企业盈利能力没有得到根本改善,即便上市融了资,企业也不能为股东创造更大价值。如果企业上市扩大了资产规模,却降低了运营效率,这就失去了上市的本意。同时,如果企业单纯把上市作为自身扩规模的手段,很容易把股市当成“提款机”,从而产生一系列的资金挪用问题。

企业的价值,应体现在不断产生的收益流量里,扩大资产规模仅仅是达到目的的手段。从最理想状态来讲,最优秀的企业应该是不需要资产就能产生收益,不需要任何投资就能有源源不断的回报。当然,这只是一种纯粹理想化的模式。但衡量企业运营效率的指标,也绝不是资产规模或者资产增速,而是周转率指标。企业

要提高周转率,销售收入一定要比资产增速快才行。

目前,全社会非金融企业的杠杆率过高,这一现象的微观基础是很多个体企业杠杆率过高。今年我国将继续深化供给侧结构性改革,去杠杆的一项重要内容,就是货币政策也将稳健中性。在这一背景下,企业要树立正确理念,有多少钱就干多少事。一方面,要优化资本和负债的结构配置,合理控制并逐步降低杠杆率;另一方面,要充分论证投资风险,真正承担起投资的风险责任。这样,既能提高企业自身资金使用效率,同时也能够带动全社会融资结构的优化。

有关方面和企业有必要正确看待“做大”与“做强”的关系。企业做大并不是做强的必要条件,做强也不是做大的充分条件,两者之间没有必然的因果关系。特别是在深化供给侧结构性改革的背景下,“大而不能倒”更不可能是“不败的神话”。企业的产品竞争力和技术含量,将显著影响着企业销售收入,进而影响周转率,这才是企业的核心竞争力。

(据《经济日报》)

一根竹签如何赢得定价权

●小企业凭什么赢得自己的市场地位?只能拿品质说话。

一说到定价权,许多人就以为是那些执行业牛耳的大公司需要操心的事。其实不然,小公司也可以有定价权。在闽北武夷山市有一家加工,规模不算大,产业也传统——竹加工。这种资源性企业,在当地有数百家。然而,在这个行业普遍出现经营困难甚至关门倒闭的情况下,这家公司业绩却年年增长,去年纳税300多万元;更可贵的是,产品出口日本,定价权掌握在自己手上,2008年以来,价格累计上涨超过200%。

是产品技术含量特别高吗?其实也不是,公司生产的不过是用来串肉的竹签。小小一竹签,为啥这么牛?答案只有两个字:品质。

竹签生产技术门槛低,品质能高到哪里去?2008年之前,这家公司的老板江益民也这么想。那一年,他正碰到发展瓶颈,呼啦啦一堆同行杀入这个领域,搞起了价格战。最后还是日本客户一席话让他警醒:“在我们那里,企业首先考虑的是品质,其次是技术,最后才是价格。为什么你们却总是先谈价格呢?”“先品质,后价格”,让这家小公司找

到了上升空间,走上了不同的发展道路。

小企业凭什么赢得自己的市场地位?只能拿品质说话。用心做好品质管理,即便没有多少前沿、复杂的技术,也总是能面向客户需求持续创新。对于难以靠规模取胜的大多数企业而言,这种工匠精神,在企业发展和创新实践中,甚至要比技术上的先进来得更加重要。用心改进每一个生产环节,用好产品实现好价格,赢得市场定价权和发展主动权,不仅对小企业而言是可行选择,也是中国经济转型升级的必由之路。

(据《人民日报》)

党员干部要善做吃亏的老实人

□孔德柱

“党的各级组织和全体党员必须对党忠诚老实、光明磊落,说老实话、办老实事、做老实人,如实向党反映和报告情况,反对搞两面派、做‘两面人’,反对弄虚作假、虚报浮夸,反对隐瞒实情、报喜不报忧。”党的十八届六中全会对老实作出了细致而具体的规定。为此,笔者认为,党员干部要善做吃亏的老实人。

老实,形容一个人忠诚敦厚,心里怎么想,就怎么说、怎么做,表里如一、知行合一。忠诚敦厚,人之根基。周恩来曾说:“世界上最聪明的人是最老实的人,因为只有老实人才能经得起事实和历史的考验。”

反观现实,老实往往和吃亏被人为地联系在一起,老实人容易吃亏的惯性思维相信不在少数。很多人认为说老实话、办老实事、做老实人往往吃力不讨好,既吃亏,又容易得罪人。

老实这一朴素的品质,之所以被一些人歪曲,原因不难理解。生活中存在一些“不老实”的党员干部,要么弄虚作假、欺上瞒下;要么投机取巧、粉饰政绩;要么心怀鬼胎、邀功请赏。凡此种种,都靠玩心机、耍小聪明来获得短期的名利和褒奖。而那些老老实实、勤勤恳恳、苦干实干的孺子牛们却因为低调做人做事被忽视,让一些人在心理上产生老实人容易吃亏的错觉。

其实,老实人从来不曾吃亏过。因为天道酬勤,靠投机取巧、弄虚作假、弄虚作假的手段只能欺骗一时、骗下了一世,只有脚踏实地、循序渐进、日积月累,一点一滴增长才干、一步一个脚印苦练本领,才能始有所成、终有所就。做老实人、说老实话、办老实事,是一名共产党员的基本素养。

毛泽东曾说:“老实人,敢讲真话的人,归根到底,于人民事业有利,于自己也不吃亏。”回顾身边的那些先进典型,从焦裕禄、孔繁森,到杨善洲、李保国,哪一位不是老老实实的党员,哪一位不是默默无闻的奉献,哪一位不是依靠吃亏的老实人精神赢得了党和人民的尊重与赞许。

对党忠诚首先要对党老实。不老实又有何忠诚可言,不如实报告个人有关事项,揣着明白装糊涂;做假账、改档案,欺骗领导和组织;该请示的不请示、该报告的不报告,跟组织捉迷藏、躲猫猫,都是既不老实又不忠诚的表现。党员干部从入党宣誓的那一刻起,就不要怕吃亏,要全心全意、襟怀坦白、言行一致,把自己完全、彻底、彻底地交给党和人民,对党忠诚老实,对群众忠诚老实,做到台上台下一种表现,任何时候、任何

情况下都不越界、越轨,把对党和人民的忠诚作为毕生追求和信仰。

吃亏是一种信念,吃亏是一种仁爱,吃亏是绿了荒山白了头发矢志不移的坚守,吃亏是让自己多等一分钟、群众少跑一次腿的温情等待,吃亏是舍小我为大我、舍小家为大家的无私奉献,吃亏是面对巨额财产诱惑不为所动的规矩矩矩。要善做吃亏的老实人,在危难险重面前主动作为,在琐事小节面前守好底线,在大是大非面前站稳立场。要弘扬老实这一朴素品质,努力营造不让老实人吃亏的用人导向,在党内形成激浊扬清的氛围,让老实的党员干部脱颖而出,引领风气。

相信,在我们党的队伍里,善做吃亏的老实人越多,党的创造力、凝聚力、战斗力就越强,就越能汇聚民族复兴的伟大力量,助推“两个一百年”奋斗目标和伟大复兴的“中国梦”早日实现。



蒙混过关 顾培利 作