

# 共享 集约 绿色 国企改革现新样本

中国铁塔股份有限公司拓展共享新领域,加快“社会杆塔”与“通信杆塔”的开放共享,努力为行业和社会创造新价值

□ 陈晓杰 蒋水林

以“快速形成新建能力”“完成存量铁塔资产注入”和“择机上市”为核心的“三步走”战略任务,中国铁塔股份有限公司(以下简称中国铁塔)用4年时间圆满完成。

2018年8月8日,香港联交所主板迎来通信基础设施龙头——中国铁塔上市。在资本市场震荡波动情况下,该公司最终累计融资75亿美元,成为近两年来全球最大IPO(首次公开募股)。

“中国铁塔得到国际资本市场认可,一方面是投资者看好我们以共享为核心的商务模式、发展模式、服务模式,另一方面是看重中国加快建设‘网络强国’‘数字中国’的光明前景,看重中国铁塔作为国企改革排头兵的标志性意义和未来自来国企改革红利的释放。”中国铁塔董事长佟吉禄强调。

## 深化共享新模式 探索发展新路径

中国铁塔组建过程中,涉

及的来自三家电信运营商的2000多亿元存量铁塔资产整合,通过“股权+现金”的市场化交易方式操作。整合之后由中国铁塔统一建设维护,变过去三家电信企业各自建设各自运营为一家专业化建设,三家电信企业乃至全社会共享。

中国铁塔统筹需求,集约建设,2015年以来累计交付铁塔站址设施192万个,建设量相当于通信行业过去30年的建设总量,三家电信运营企业使用的站址数量较中国铁塔成立之初翻了一倍,有力推动了我国快速建成全球最大4G网络。中国铁塔坚持“能共享不新建”的原则,新建铁塔共享水平由过去14.3%迅速提升到目前的70%以上,杜绝了铁塔领域的重复建设,累计相当于少建铁塔64万座,节约土地3.1万亩,经济社会效益显著。

在充分共享通信铁塔、机房配套、维护服务的基础上,中国铁塔践行共享经济新模式,将共享理念向电力接入、末端传输、社会资源等方面延伸,并大力推动“通信塔”“社会塔”双

向开放共享。截至目前,中国铁塔已与国家两大电网公司、铁路总公司、重点房地产企业以及各地市政、公安、交通、物业等社会各方广泛合作,统筹社会杆塔资源形成千万级站址资源库,支撑4G网络深度覆盖和5G基站提前布局,并开放自身资产资源为社会各行业所用,促进了国有资产功能放大,为社会资源集约、共享、绿色高质量发展探索出一条新路。

“我们要尽可能用市场化的办法,使内部的效率提高,既搞产业链上的纵向整合,也在同行业之间做一些横向的整合,使我们的资源能够共享、服务更加优质、价格能够降下来,使得企业运行更加顺畅,特别是对市场的反应更快。”国务院国有资产监督管理委员会主任肖亚庆曾说。

## 创新体制机制 集约高效运营

中国铁塔的资产和人员主要来自三家电信运营商,但“铁塔公司并不是三家运营商铁塔业务的简单拼盘”,而是跳出传

统国企的思维模式,在体制机制上“穿新鞋走新路”,大胆创新,力求高效运营。

组织机构上,中国铁塔实行一级架构,公司实行总分制,各地不设立具有独立法人地位的全资子公司,只设分公司,实现扁平精简,高效管理。人员队伍上,实行小总部大生产,总部管理人员仅106人,89%的人员配置在生产一线。非核心业务社会化外包,阶段性辅助性工作探索灵活用工。比如在基站日常维护中,充分发挥代维队伍的作用,保持自有队伍精干,有效控制用工成本。

资产管理上,面对高度分散的巨量资产,中国铁塔推行集约高效的模式。通过自主研发的智能动力环境监控终端,采用无线互联网加物联网方式,建成集中统一的维护监控平台,做到对191万站址、超过1600万设备“可视、可管、可控”。平台可实现“工单直派一线”,减少中间流转环节。中国铁塔人均管理铁塔126座,远超美国铁塔人均管理铁塔30座的水平。中国铁塔同时还创

新推行“单站核算”模式,以物理站址准确归集资产、收入、成本,实现“一个站址一张损益表”,有力支撑了各级公司的精细化运营管理。

物资采购上,中国铁塔推行电商化采购模式,搭建了包括铁塔、机柜、蓄电池等通信物资以及土建施工、监理等服务的“O2O”平台——中国铁塔在线商务平台,实现主要物资的价格透明、公开竞争、线上采购,不仅降低了采购成本,而且让权力在阳光下运行,压缩了权力寻租空间。

共享初心不忘,网络强国可期。当前,5G进程加快,建设投资更大,“美丽中国”建设对基站站址与环境和谐要求更高。作为通信基础设施建设主力军,中国铁塔正深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神,拓展共享新领域,丰富共享新内涵,加快“社会杆塔”与“通信杆塔”的相互转变,积极探索“多杆合一”模式,努力为行业和社会创造新的价值,带来新的共享红利。



为纪念改革开放40周年,福建特色美食文化沉浸式展演秀在福州举行。充满时代印记的老店铺街景秀亮相福州南后街,吸引了许多民众拍照留念。吕明摄

## 浙江表彰“浙商女杰”企业家

41位巾帼浙商代表被授荣誉

本报讯 近日,41位巾帼浙商代表被分别授予浙商女杰年度人物奖、行业领军奖、品牌典范奖、创业先锋奖,代表们登上领奖台时,浙江省人民大会堂里灯光璀璨、掌声一片,鲜花和喝彩属于她们。

“本届浙商女杰在以往各届的基础上,更加凸显了行业分布广、梯次层次、发展活力强的特点,成为推动浙江经济高质量发展的生力军”主办方负责人评价本届浙商女杰上榜名单说道。

据了解,以“纪念改革开放四十周年:时代芳华 巾帼浙商”为主题的第十二届浙商女杰创新引领宣传活动近期在杭州隆重举办。本次活动由浙江省民营企业发展联合会、省浙商研究会、市场导报社等多家单位联合主办。现场除了为获“浙商女杰”荣誉的女企业家们颁奖外,还举行了浙商女杰之歌《女神浙江》音乐短片的全球首映式,以及“之江崛起”大型系列丛书的首发仪式。(刘改艳)

## 零售新物种“多地开花”

年轻群体为消费按下“加速键”

□ 龚雯

苏宁极物上海首家门店近日正式开业,未来3年这一零售新物种会在全国更多城市落地,总数将达到345家。

“苏宁极物面向的消费群体是重视品质与设计的80后、90后,在选品上强调品质、科技、爆款、高性价比。”上海苏宁易购副总经理蒋攀说,苏宁拥有超万家线下门店,为苏宁极物线下业态奠定了基础,相应地,苏宁极物的线下体验也能拉动线上销售。以南京新街口门店为例,对比开业前后3个月数据,线上营业额提升了25%。

第一财经商业数据中心联合20余家机构发布的《2018中国互联网消费生态大数据报告》显示,80后是中国互联网消费的中坚力量,但90后的消费力正迎头赶上,成为本轮消

费升级的重要驱动力。以90后为代表的年轻消费群体不再“整齐划一”,他们的职业观、生活观和消费观更为个性,展现出兴趣优先、注重体验、理性消费等多元特征。

回顾2018年,好看、好玩的消费接二连三,比如阿迪达斯亚太区最大品牌中心,把零售店铺与运动体验、数字社交融为一体;穷游旅行美术馆,融合了旅行锦囊、装备和达人社区;乐高旗舰店,可以实现人脸定制;以及在人工智能推动下,“看脸吃饭”“靠脸购物”的餐饮、零售门店愈来愈多。

毕马威中国零售消费行业咨询业务主管合伙人林伟表示,在如今的零售服务市场,跨界布局已成为常态,市场边界越来越模糊。技术的革新将为零售服务市场带来增长动力,也将会继续扩充细分“赛道”。

## 笃信技术 执着创新

认准了,就去做,不跟风,不动摇

□ 阳娜

在不少人眼中,李彦宏是中国企业家群体中不多见的“技术派”:笃信技术,执着创新。

20世纪90年代,从北京大学毕业的李彦宏远赴美国学习计算机技术。在美国学习、工作的8年时间里,李彦宏亲历了科技产业改变美国社会的过程。

面对美国社会“中国没有计算机”的质疑,李彦宏立志要在互联网行业有一番作为,“用自己开发的技术改变亿万人的生活,甚至改变世界”。

1999年,刚过而立之年的李彦宏放弃美国绿卡和安逸的生活,毅然回到互联网正悄然兴起的中国,创建了百度公司。

创业初期条件艰苦。21世纪初互联网泡沫的破灭,并未击退李彦宏攻坚克难的决心,他反而更专注地研究技术与市场。在与海外竞争对手的较量中,2002年李彦宏团队实施“闪电计划”,实现了追赶。2005年,百度登陆美国纳斯达克。目前,百度在中国搜索引

擎领域占有80%的市场份额。

在李彦宏看来,技术是巨变竞争环境中超越对手的决定力量。2010年,百度开始投入人工智能领域,成为国内最早布局人工智能的公司之一;2013年,百度成立了世界上第一个深度学习研究院;2014年,开始进入自动驾驶领域;2016年,正式发布百度大脑;2017年,发布自主研发的云端全功能AI芯片“昆仑”。

李彦宏见证了中国互联网的发展。当下,瞬息万变的科技变革与日益激烈的全球竞争环境,让李彦宏深知研发投入与创新不能停下来,因为这不但是企业前行的责任,也是国家发展强大的希望。

作为海归创业报国推动科技创新的优秀代表,李彦宏用近20年时间将百度打造为中国乃至全球领先的科技企业,成为助推中国互联网发展的实践者。

如今,投身科技产业的年轻人越来越多,李彦宏常对这些新一代的创业者说:“认准了,就去做,不跟风,不动摇。”



## 2018闽商企业领袖年会在福州举办

“致敬改革开放40周年·2018闽商企业领袖年会”近日在福州举办,吸引了海内外500多名闽商代表与会。年会还发布了“2018闽商全国百强榜”“2018闽商年度人物20强”《2018闽商年度报告》“2018闽商十大新闻”。图为嘉宾为2018闽商年度影响力商协会授牌。

张斌摄

## 开创新局立潮头 聚力拥抱新时代

众泰汽车致力于研发高续航里程新能源汽车,打造全新油电混动、电电混动及燃料电池汽车产品,积极布局海外市场,推动自主品牌国际化

□ 楼正为

2018年是我国改革开放40周年,汽车产业发展取得的成绩有目共睹,连续9年稳居全球第一大汽车市场之位便是最好证明。2018年也是众泰控股集团有限公司(以下简称众泰汽车)成立15周年,以众泰汽车为代表的自主品牌,在这条自强不息的民族汽车工业振兴路上乘风破浪,勇往直前。众泰汽车的成长史可谓改革开放40年中国汽车工业发展的一个缩影。

### 跻身“10万+”俱乐部

众泰汽车创建于2003年1月,而就在2003年底,众泰汽车高层偶然得知,丰田特锐在台湾的一条生产线要对外出售,当时众泰汽车决策层判断,永康发达的汽车零配件产业集群是其独有的优势,这款都市小型SUV如果本土化生产,在性价比方面一定会有较强的市

场竞争力。经过数轮艰难的谈判,众泰汽车终于拿下这条生产线。

2005年,由众泰汽车生产的第一批整车众泰2008成功下线。此后,众泰汽车又相继重组江南汽车、引进意大利菲亚特生产线等。2009年,众泰汽车产销跨越10万辆,销售额达到60亿元,成功跻身国内车企“10万+”俱乐部。

### 剑指百万大目标

去年9月27日,福特智能出行有限公司和众泰汽车在上海签署协议,组建众泰福特智能出行科技有限公司。福特选择与众泰汽车联姻,并不令业界感到意外。因为就新能源汽车来说,年轻的众泰汽车可谓行业先行者。自2008年涉足该领域以来,众泰汽车先后创下多个行业标准,累计14万辆的销量,让众泰在新能源汽车领域站稳脚跟。10月份,众泰新能源汽车亮相2018国

际新能源和智能网联汽车大会,并与斑马快跑签订合作协议,达成了近万台Z500EV等众泰新能源汽车投放网约车市场的合作计划。

未来,众泰汽车将致力于研发高续航里程新能源汽车,打造全新油电混动、电电混动及燃料电池汽车的产品,推进4S、共享、网约等产业模式发展,争取在2025年前实现清洁能源汽车销售100万辆的新目标。

### 自主创新“加速度”

2013年,众泰首款B级SUV车型众泰T600在成都正式上市,首月销量就突破5000辆。2015年,众泰汽车生产的首款C级豪华轿车众泰Z700正式上市,当日天猫订单突破3000辆。2017年,众泰汽车首款中大型SUV众泰T700上市,最高单月销量达到万辆。一系列热销车型表明了众泰汽车不仅有能力造好的SUV,也能造好

的轿车,众泰汽车不只能造A级、B级车,更有能力造出与合资品牌媲美的C级豪华车。

自成立以来,众泰汽车每年在科技创新、技术研发上都投入了大量资金,仅2018年上半年,众泰汽车共投入研发经费2.7亿元,比2017年同比提升201.29%。受益于积极改善技术水平和生产力水平,众泰汽车继2016年、2017年销量连续突破30万辆之后,2018年上半年共销售新车15.43万辆,同比增长45%,营业收入破百亿元,同比上涨77.15%,远远超出38.24%的汽车行业平均营收增长率。

### 自主品牌国际化

在“一带一路”倡议下,中国车企在东南亚、中亚、中东、非洲以及欧洲等部分沿线国家实现销量逆势增长。走过15年成长之路的众泰汽车也紧跟时代步伐,积极布局海外市场,逐步实现众泰汽车国际化。

众泰汽车一方面与白俄罗

斯签订了5.6亿美元的合作协议;与美国HAAH汽车控股签订众泰汽车进军美国市场的协议。另一方面,众泰汽车完成横跨3个国家多个地区的研发机构布局,形成4大研发中心,这些都是众泰汽车在国际化发展道路上迈出的最重要、坚实的步伐,更为后续电动化、智能化、网联化、共享化发展提供了强有力的支撑。

目前众泰旗下产品已经出口至沙特、伊拉克、叙利亚、智利、俄罗斯等国,并在伊朗、白俄罗斯等国建立了CKD散件组装工厂,2017年总计出口车辆2.5万辆。

初心不改,砥砺前行。回望15年的发展历程,众泰汽车始终秉承“造满足老百姓需求的好车”为使命,不断增强自主研发能力。而以改革开放40周年为契机,众泰汽车将继续以“勇立潮头方显担当”的使命感和勇气书写高质量发展的新篇章。