

著名学者卢卡斯(Lucas)在1988年将人力资本定义为,“其质量取决于教育程度的有效劳动力”。而李书福算得上深谙此道

吉利人才样本:一个企业,一座大学

INC. 焦点

■本报记者 姜文良

“吉利既是一个企业,更是一座学校。”这是浙江吉利控股集团提交今年全国人才工作会议交流材料中的一句话。再培训也如此。熟悉吉利的人都知道,最近12年来,李书福最用心的事情就两件:造车与办学。

1998年至2007年的10年间,吉利集团构建起国内最为庞大而完善的民办教育体系,旗下拥有8大院校,涵盖了从中职中专到硕士博士的所有办学层次,教职员工3500余人,在校学生超过57000人。因此,李书福还有一个外界知之不多而本人却很在意的头衔——“中国民办教育协会副会长”。

如今的吉利,教育是仅次于汽车的第二大产业,至少从投入而言。李书福透露,“少说也超过10个亿了。”他认为,在企业初创阶段,由于资源匮乏,人才获取以引进为主;发展阶段,人才战略以内部培养和外部引进并重;当企业发展强大到一定的阶段,人才主要来自内部培养,并将为社会培养人才、输送人才。

据悉,截至2009年底,吉利集团在职员工已达13000余名,其中在汽车生产一线的技术工人和业务骨干,70%是由吉利自办院校培养的;在吉利汽车研究院的1400多名科研人员中,超过40%以上来自吉利自办院校。吉利院校成为吉利集团的人才库和再培训基地,而吉利汽车产业同时也成为在校学生的实习基地,两大产业良性互动,相得益彰。

作为两届全国政协委员,李书福希望更多人能分享经验,今年两会期间,向大会提交了《关于中国产业转型升级与教育改革协调发展的提案》,他认为,“加快经济发展方式转变的关键,还是在人才的培养、员工素质的提高上”。

被逼出来的“自产自销”

“自办学校,是被逼出来的。”李书福不止一次这样说过。

1997年,下定决心投身汽车产业时,李



吉利大学汽车学院学生4年的学习如同在汽车厂工作一样

书福知道汽车产业的基本属性:资本密集,技术密集,人才密集。他最渴望的便是懂技术的人才。

吉利录用了80多位名牌大学毕业生,李书福都把他们安排到基层岗位锻炼。没过多久,只有一人留下。他分析,民营企业无法给大学生们所期望的“干部身份”因而留住不住人才,而名牌大学毕业生也不愿意从基层岗位干起。

这个结论后来深刻地影响了李书福的办学行为和理念。于是,他下决心自己办学校,培养有知识、能动手、肯吃苦的汽车专业人才。

几乎与盖汽车厂房同步,吉利在浙江临海划地建校,1998年“浙江吉利汽车工业学校”挂牌招生。为满足吉利汽车对技工的大量需求,李书福先后在1999年创办了培养专业技工的“浙江吉利技师学院”,在2006年创办了汽车类高职院校“浙江汽车职业技术学院”。

此后,李书福把这3所院校整合成吉利教育中心,以就业为导向,面向企业自身需求和社会需求灵活开设专业,重点为吉利汽车

培养一线技能人才。教育中心与集团各汽车生产(研发)基地和零部件厂签订合作培养人才的协议,采取半工半读、工学交替、订单培养、把课堂设在生产现场等模式,共同承担人才培养任务。

目前,吉利教育中心有在校生10000人左右,教职员工约1000人。12年来,共培养了汽车修理工、数控车、加工中心、计算机操作工、车工、钳工等工种初级工1080名,中级工10414名,高级工3525名,其中5000多人入取吉利。同时,积极开展面向吉利员工的上岗培训、职业资格证书培训、岗前培训等,总计培训6885人次。一波又一波的“技工荒”始终没有影响到吉利。

能力至上做人为先

2010年3月18日,北京昌平,吉利汽车研究院与吉利大学人才培养战略合作签约。一个主要内容是,吉利汽车研究院将每年从吉利大学定向招生30-50名学生,在大四进入吉利研究院成为正式员工参与工作、学习。这些学生毕业后,经过层层筛选,一半以上的人将被录

取为浙江汽车工程院的定向研究生。

当天,吉利汽车研究院院长赵福全许下3个诺言:一是,每年从吉利大学挑选5-10名年轻的教师骨干,利用暑期来吉利汽车研究院学习、交流、参与产品开发。二是,由吉利汽车研究院组织有博士学位、专家水准的中高级领导干部,担当吉利大学汽车学院的兼职教授。三是,为吉利大学的科研教学提供最先进的产品开发用车,以及所有涉及先进技术的产品、样本。

2000年,中央召开的第三次全国高校工作会议,鼓励社会力量办学。当年,李书福自筹资金,创办了全日制综合性民办普通高等学校北京吉利大学,也由此把教育作为一大产业来发展。2004年,他在海南办起了“海南大学三亚学院”,而“湖南大学湘江学院”正在筹办之中。

在吉利大学创办之初,李书福定下一条办学理念:“走进校园是为了更好地走向社会”。作为吉利大学的第二大学院,汽车学院从一开始就与德国职业教育机构合作办学,引进德国成熟的技能培训体系,培养国际水平的高端现代化技能人才。在这里,各种拆装实验室保证学生们从大一开始,就可以对发动机、变速箱等核心汽车零部件进行现场拆卸、安装。4年的技术学习历程,学生们就像是在汽车工厂里工作。

“311”是吉利人特别推崇的人才培养模式。“3”代表3门以上通用知识与能力课程,主要是《实用语文》、《计算机应用》、《实用英语》等;第一个“1”指专业能力课程,第二个“1”指“以人品教育”为核心的道德教育与素质训练课程,其必修课程是《做人之道》,教导学生建立社会主义核心价值观,而40万字的教材是李书福本人撰写的。

这一模式的教学指向十分明确,从社会和岗位需求出发,倒推回来制定培养机制。重点在于培养和提高学生的表达交流能力、就业上岗能力、团队合作能力、批判思维能力、终身学习能力,着力培养学生的职业素质和实践能力,并在“行动有力”的技能型基础上向“举一反三”的智能型人才发展。

搭建产学研平台

2007年5月18日,吉利在宁波宣布实施战略转型,核心竞争力也从成本优势重新定位为技术优势和品质服务。这也意味着需要培养汽车产业链各个环节和层次的领军人物。

次日,吉利——同济汽车工程研究院在上海同济大学挂牌,国家科技部部长、同济大学校长万钢和李书福同时出任名誉院长。研究院下设四个工程中心,分别为风洞工程中心、振动及噪声工程中心、新能源汽车工程中心和动力总成工程中心。双方共投资5000万元,旨在以资本为纽带,真正结成技术创新的战略同盟,开创产学研合作新模式。

而较早前的2007年4月14日,浙江汽车工程院成立,赵福全博士兼任院长至今。其名誉院长个个赫赫有名,比如中国工程院院士郭孔辉,中国汽车工程学会常务副理事长兼秘书长付于武,美国国家工程院院士、密歇根大学汽车研究中心主任 Dennis N. Assanis。

作为中国第一所民办研究生院,浙江汽车工程院下设工学院、管理学院、营销学院,学院目前拥有特聘教授133人,其中院士7人、博士生导师资格57人,均采用外聘理论导师和内部实践导师的双导师制培养模式,研究生论文课题完全来自企业运营和技术创新中的难题,在学习中将个人长期积累的实践经验转化成知识产品,同时广泛游历国内外知名的汽车专家、学者和权威人士前来授课。李书福要求依然是实战应用,为吉利转型升级提供知识技能支撑。

目前,吉利集团有200多名高管和中层骨干员工成为学院的学员,接受最新的汽车知识和信息。而吉利汽车研究院每年选拔一批骨干力量进入学院深造,赵福全说:“这是我们为内部高端人才提供的一项福利。”也因此,浙江汽车工程院被誉为吉利的“黄埔军校”。据悉,今年学院将招收1000名研究生学员,未来每年还将增加1000名。

著名学者卢卡斯(Lucas)在1988年将人力资本定义为,“其质量取决于教育程度的有效劳动力”。而李书福算得上深谙此道。

5月汽车销量大幅下滑

中国汽车技术研究中心发布最新统计数据,5月我国汽车产量完成131.27万辆,环比降低14.36%,同比增长22.56%;销量完成119.47万辆,环比降低13.95%,同比增长29.74%。其中,乘用车生产95.07万辆,环比降低12.92%,同比增长18.59%;销售88.58万辆,环比降低10.85%,同比增长25.02%

今年以来股票型基金表现不尽如人意

统计显示,今年以来股票型基金表现不尽如人意。截至5月31日,435只股票型和混合型基金中,仅有13只取得正回报,占比不足3%。同期,123只债券型基金中九成获得正收益,且平均收益在2%左右,在震荡市场中凸显稳健特征。

50强房企13家负债率超70%

今年上市房企将面临资金压力,中国房地产测评中心近日发布《2010年中国房地产上市公司测评研究报告》称,在回款周期拉长、信贷收紧、负债率高企等因素下,房地产企业50强中资产负债率超过70%的13家,未来可能陷入资金困境。

房地产测评中心称上市房企去年均赚7.21亿

日前,中国房地产测评中心发布了“2010年房企上市公司排行”报告,根据取自145家的上市公司的数据,房企上市公司去年的平均利润为7.21亿元。

3680户大企业纳税额占半

根据国家税务总局的统计,占全国2.31%的纳税户支撑着全国90%的税收收入,2009年,3680户大企业的纳税额占全国税收收入的50%。

中国轨道交通预计将带动100亿元信息化投资

在日前召开的2010中国(长春)国际轨道交通与城市发展高峰论坛上,业内人士预计,我国轨道交通发展前景广阔,将带动无线通信系统等轨道交通通信、信息化建设投资超过100亿元人民币。

中美已成为全球投资再生能源最具吸引力地区

全球知名咨询机构安永最新推出的《再生能源国家吸引力指数》显示,中国已成为全球投资于再生能源领域的最具吸引力地区。根据这份报告显示,中国去年于清洁能源项目方面的投资总额为346亿美元,在该指数上升了两个百分点,几乎是美国的两倍。此外,中国于2009年拥有最多的风力发电装备,成为全球市场领导者。

5月份家电下乡产品销售额达126亿元

商务部6月7日发布的统计显示,5月份,全国家电下乡产品销售575万台,实现销售额126亿元,创今年新高。销售额比上年同期分别增长1.6倍和2.2倍,较上月环比分别增长20%和26%。1至5月份,全国家电下乡产品累计销售2658.7万台,实现销售额543.5亿元,比上年同期分别增长3倍和4倍。(本栏均为文青辑)

产业转移已经越来越成为一种现实而非单纯的趋势,在此过程中,政府、企业都有不少必做的功课

产业转移勾勒转型路线图

INC. 观察

■本报记者 蒋茵

产业转移已经越来越成为一种现实而非单纯的趋势,在此过程中,政府、企业都有不少必做的功课。为此,记者采访了长三角两家企业,从他们的转移路径中也许可以勾勒出各自的转型路线图。

转移是大势所趋

用“狡兔三窟”来形容晨风集团董事长尹国新的现状似乎挺合适。

每个月的苏北城市宿迁,他会呆在老家江苏金坛。1967年前晨风在此创建,最初是做丝绸服装的,内销为主,上个世纪90年代开始转型以出口为主。目前,晨风在金坛拥有大大小小6个工厂。

从金坛开上两个多小时车,就可以到达上海,事实上,晨风的总部早已于2005年前迁到了那里,由此企业可以更好地拓展出口业务。在紧挨上海的昆山,晨风还拥有个漂亮的工厂,因为交通便利,其中一栋厂房现在被用来作为中国纺织品进出口商会的出口创新能力培训基地。

今年以来,尹国新还经常开上3个多小时车,去现在苏北城市宿迁。2002年前他在这里建了厂,现在正在扩建,预期10月竣工。这里的用工成本大概要比金坛和昆山低20%,另一个区别是,这里的1300名工人都是当地人,而金坛4200名工人中70%是当地人,昆山1000人中却有90%以上是外来工人。

经济相对落后的苏北作为苏南的产业转移承接地,看起来是顺理成章的事情。尹国新说暂时没有考虑向中西部转移。宁波狮丹努集团则把产业转移的目的地选在了邻省安徽。

成立于1994年5月的狮丹努是以出口为主的纺织服装企业,从年销售额3000万元,做到2009年的18.05亿元。

“转移是大势所趋”,宁波狮丹努集团一位负责人对本报记者说,20世纪90年代,他在香港看到很多服装厂,但2000年去的时候几乎都消失了。从上世纪八九十年代起,为降低成本,日本、韩国、台湾、香港等地企业纷纷转移到广东、浙江、江苏等地,这些地区已成为我国的服装生产基地。随着沿海地区土地、用工等成本的增加,中西部地区凭借用工优势以及产业链的完善成为转移承接地。

该企业早已相安徽芜湖南陵县,并在那里建了拥有400人的样板工厂,今年6月底将投入2.5亿元大规模建厂,占地面积180亩,预计3年完成,项目达产后年产各种服装5000万件,年销售收入可达20亿元,用工约6000人。

不打无准备之仗

安徽距离宁波比较近,狮丹努的员工原本就有60%来自安徽和江西;狮丹努交货主要在上海,距离安徽也近。这些都使得安徽成为其产业转移的目的地,而产业标准的完善则是狮丹努选择落户南陵的一个重要原因。

南陵作为安徽省出口服装加工基地,目前拥有纺织服装及相关配套企业15家,区外

各镇纺织服装及相关配套企业12家,初步形成集织布、染整、绣花、印花、制衣等全功能的产业链。下一步狮丹努将在芜湖逐渐建立一个染色厂,完善产业链。

宿迁也可能成为狮丹努的另一个转移基地。不过,因其地理位置以及劳动力资源方面的优势“不是特别明显”,目前该项目还未启动,处于观望阶段。“要考虑好了再转,不能打无准备之仗。”

在不少企业将触角伸到河南、四川等中西部地区甚至是越南等东南亚国家时,狮丹努却有自己的考虑。“从出口来看,我们交货主要在上海,转移到内地的话运输成本太大了。不过,我们现在正在创品牌做内销,以后有这个可能。”此外,他曾去越南



南广铁路郁江主桥成功封底

考察,发现“当地原材料、劳动力水平、工资和安徽差不多,布料90%来自中国,而且基础设施太差”。

对于东南亚地区,尹国新同样觉得其产业配套等方面远不如国内成熟,更重要的是,这位全国人大代表表示:“纺织服装行业能提供大量就业机会,如果转移到国外,可能企业成本降低了,但不利于我们这样一个劳动力密集的国家解决就业问题。”

他认为,目前在国际上我国最有竞争力的就是纺织服装行业,但国内企业众多,价格竞争激烈,高品质、创新的比较少。“政府引导好的话,应该在国内中低档的具有全球竞争力的企业都留在国内。东部毕竟早走20年,可以发展中高档服装,中西部以中低档为特色。”他希望

考察,发现“当地原材料、劳动力水平、工资和安徽差不多,布料90%来自中国,而且基础设施太差”。

对于东南亚地区,尹国新同样觉得其产业配套等方面远不如国内成熟,更重要的是,这位全国人大代表表示:“纺织服装行业能提供大量就业机会,如果转移到国外,可能企业成本降低了,但不利于我们这样一个劳动力密集的国家解决就业问题。”

他认为,目前在国际上我国最有竞争力的就是纺织服装行业,但国内企业众多,价格竞争激烈,高品质、创新的比较少。“政府引导好的话,应该在国内中低档的具有全球竞争力的企业都留在国内。东部毕竟早走20年,可以发展中高档服装,中西部以中低档为特色。”他希望

这次转移同时也是一次转型升级的过程,“不升级的话,转移过去了也很难生存”。

地方政府应明确方向

企业不同的发展阶段需要进行不同的资源配置,在产业转移中走在前头的尹国新会到了甜头。2009年的统计数字显示,晨风销往日本的纺织服装出口额排全国第一。

在他看来,不能打无准备之仗的除了企业,还有承接地政府。他觉得,一些地区一味强调土地便宜、税收优惠,不明白自身在人力资源、产业基础等方面的优势劣势何在,“只说远离机场、火车站有多近,几年后,人家高速公路都修好了,你拿什么同别人竞争?”

还有的地方招商缺乏明确方向。“什么都想招,高科技的企业也想,劳动密集型企业也要,但没有想过高科技的人力资源从哪里来?劳动密集型企业又是否有足够的发展潜力?”他指出,“目前来看产业转移趋势明显,但怎么转,转到哪儿,地方政府还要提供更透明的有针对性的信息,可以给企业提供参考。”

由中铁五局五公司承担施工的南宁至广州铁路郁江特大桥主桥283号和284号墩钻孔桩5月底全部灌注完成,标志着这项全线重点控制工程下底基础施工全部顺利完成。

位于广西境内的南广铁路郁江特大桥全长11.328公里,主桥的283号墩、284号墩位于郁江中,直径2.5米的钻孔桩有40根,需要灌注混凝土5600立方。正常水位施工水深接近20米,两墩塔身高度达到103.5米,工程技术含量高,施工难度大。中铁五局五公司南广项目部多次邀请专家、组织工程技术人员对封底方案进行反复论证,确定采用C40砼、一次拔球的方法,连续灌注水下混凝土。(孙清华 李志勇摄影报道)

预计发送旅客2020万人次 全国铁路端午节假日运输方案出台

本报讯(记者刘静)全国铁路端午节假日运输方案日前出台。6月13日至6月16日,端午节假日运输共计4天。由于今年端午节较晚,考虑到高考结束和世博会召开等因素,旅游客流比往年将有所增加。预计4天全国铁路将发送旅客2020万人次,同比增长8.7%。其中直通旅客540万人次,同比增长9.5%。6月14日将为客流最高峰,预计发送旅客550万人。

端午节是今年第三个小长假,做好今年端午节旅客运输工作,具有重大现实意义。借鉴清明和五一小长假铁路运输成功经验,铁路部门出台端午节假日运输方案,对直通、管内和动车组运力等方面进行安排。

端午节期间,除世博会方案外,再安排直通旅客11对。在客流需求密集的区段,将优先采取恢复图定编组、加挂车厢等措施增加直通运力,主要城市间列车特别是进京、进沪、进穗列车将满轴运行。各铁路局还将增大中大城市间或中大城市间主要旅游景区的临客列车。各铁路局共安排管内临客128对。

铁道部将成立端午节假日运输领导小组,下设假日运输办公室,各铁路局也相应成立假日运输领导小组和假日运输办公室。

世界杯的杂念

世界杯4年一次,但对于很多企业来说,借助世界杯一举成名的机会可能只有一次

INC. 随笔

■本刊特约主笔 刘勇

今年,巴基斯坦东北部小城 Sialkot 将手工缝制出6000万个足球,大约是全球产量的70%。这是世界杯年,全世界的目光都集中在南非,集中在32支球队。也许最终只有那只比赛用球,才真正吸引球迷的眼球。巴基斯坦当地的工人很早就开始缺乏新工人。这是一个乡村小城。巴基斯坦当地人热爱的是板球,即使电视里有足球比赛,他们也会埋头缝制皮子。不过,他们很开心,这个世界上还有那么多喜欢足球的人,足以保证他们的生计。

本地的劳动力成本,从每个成品的价格上就能看出来。工厂主只需支付工人55-63巴基斯坦卢比(约合0.65-0.75美元),就可以让他们完成一个完整的足球缝制。每天一

个工人可以做6个足球,把12块六边形和12块五边形皮子缝在一起,球胆在内部。工作8小时。即便如此,他的收入也是这个国家平均收入的两倍。

在泰国和中国,工厂是用机器缝制足球。2006年德国世界杯,足球来自泰国,而不是巴基斯坦。不过,手工缝制和机器缝制,并不代表质量的高低,而是工业标准的差异。也有人喜欢手工缝制足球。5月22日,在皇家马德里主场伯纳乌球场举行的欧洲冠军联赛决赛,用的球就是巴基斯坦手工缝制的。但2010年南非世界杯,阿迪达斯公司提供的 Jabulani 型号足球产自中国,是用机器缝制的。

南非花费了46亿美元来承办世界杯,包括新建和扩建10个球场。他们希望比赛期间带来的人潮能够增加足够的收入,同时也刺激当地经济发展。南非的经济状况正处于17年来的首次下滑。

南非政府估计会有45万人,大部分的球迷都要远涉重洋,从欧洲、亚洲或非洲赶来。这会当地增加不少工作机会。随着6月11日开幕式的临近,政府已经调低了预期,预计会有35万人。

这是个无奈的结果。南非的体育官员说:“我们在2004年申办成功的时候,全球经济形势一片大好,现在,我们只好重新审视这些目标,并变得现实一点。”

世界杯的确是个赚钱的盛宴。只是这些钱,大都不会流入南非口袋。30多万的外国球迷和旅行者在南非逗留,他们会在当地花费3000美元左右,他们会购买球衣,这可能来自阿迪达斯,每件几十美元。其它物品,利润的大部分也是流入外国公司口袋。

南非世界杯有12个主赞助商以及6个本国赞助商来维持组委会的运转,但更多的厂家们想方设法与世界杯搭上上线。这是一次面向全世界的展示,也是难得的进入非洲市

场的机会。

提供运输工具是最好的借口。5月20日,作为2010年南非世界杯唯一的官方指定汽车赞助商,现代汽车正式向世界杯组委会递交了609辆乘用车(供世界杯组委会成员及媒体等使用)和32辆豪华大巴(供32支参赛国家队使用)。

同时,南非几大城市都大力展开智能化城市运输系统建设,其中就有两大城市选择采购沃尔沃客车。

更多的是当地的巴士公司订单。南非政府计划由当地客运公司为世界杯提供车辆。整个南非的客运公司拥有556辆豪华客车,在满足日常运营的基础上,只能为世界杯提供92辆豪华客车。并且,根据赛事用车要求,服役于世界杯的车辆使用年限不得超过一年。

这样,大笔的订单不得不由海外公司来提供。奔驰提供了460辆,为了完成订单,他

们在南非的工厂加大投资扩大产能。

中国的安源客车获得30辆PK6139A豪华客车订单,韩国现代汽车也希望获得机会,他们在5年前进入南非市场,但表现不佳。它表示,现代 Universe Express 客车虽然在韩国总部生产组装,但如果需要的话,从生产、下线以及运送到目的地,交付车辆只需3个月时间。

华晨也获得露脸的机会。6月1日,600辆金杯海狮右舵车出口南非发车仪式在沈阳华晨汽车综合楼门前广场举行,去满足南非出租巴士的需求。据说,这是华晨在南非1000辆订单的第一部分。

赞助商提高品牌知名度和美誉率,历来是个不错的选择。通过赞助欧洲冠军联赛(1995-2000)、2006年德国世界杯、2008年欧洲杯和2010年南非世界杯,德国马牌轮胎的知名度在主要销售市场上持续提升。

世界杯4年一次,但对于很多企业来说,借助世界杯一举成名的机会可能只有一次。

在南非开普敦绿点球场的宣传手册里,印着南非女诗人英格丽德·乔科在50年前写下的诗:“我只能说——我守过你”。这首诗只有这两句,两句之间,长长的一段空白。