



无人机队助力小麦春管

眼下正值春管时节，江苏省灌云县农业部门为防治小麦病虫害大面积发生，调动12架无人机配合地面机具设备，为19.74万亩农田进行病虫害喷药防治。

新华社发(吴晨光 摄)

企业重组 首先应该考虑的是人

本报记者 欧阳

这些年企业(产业)重组整合热闹异常，真心构想重振辉煌的有，借重组实体之名倒腾资本财富的也有。这从管理机构屡次发力监管、规范措施即可窥见端倪，如证监会最近就否决了几家涉及控制权变更且注入资产的重组方案，其目的所指明确：除杜绝盲目跨界重组之外，还有引导规范的意味。

从源头上规范、还原重组本身的应有之义，促进业态良性发展，这当然可喜。然而，一家企业，或是一个产业的重生，在政策、监管之外，恐怕还需要更细致的理路。

就目前的业界所见，撇开仍重组，以一般的观察，即便是诚心致力的企业重组，历经洗礼的新生并不多见。纵览公开的上市公司资料，那些重组的上市公司大多数没有实现脱胎换骨的良好预期，有的“更名换姓”多次，仍旧是一副生死不明的病态模样。

这里面的缘由，斟酌起来，可能和眼界仅止于资源、资本的重新配置，甚或设计的市场优化，以及兼并、收购、剥离手段等“硬”式重组有关，比如说一些以新技术换装的公司，面对逐利资本的追逐，很快就在竞赛中重回老路。同样，那些靠产品换代誓获新生的企业，也是重蹈覆辙者众。

拿某家知名来说吧，其大手笔的收购足迹远至欧美，然而，尽管一时取得了顶级公司众多的前沿专利技术，可随着时光的流逝，旧人老路依然——对自身的通讯产品看似乎没多大帮助，至于其它的市场扩张策略，表面上看着也是美好的，可惜现实的财务数据无法给予支持。

至于市场上各式企业、各种产业繁复样式的重组，更是和预期多有南辕北辙……

固然，无论是产业整合，还是公司重组，都是牵扯到各方面因素的复杂问题，的确不是那么容易成功。然而，倘若我们换一个角度来分析，也许就会注意到其中的一个普遍现象：人们在用功探寻“硬件”革新的同时，很难见到“软件”的更替换新；我们忽视了行业、资源、产品，以及技术层面之外的，实质上可能是更重要的人，及其思维的重构。

不错，我们是在说人的因素，在说一个文化集合体的思维建构，也是个体思维深处的重组。

技术、产品从根本上讲，未必会促成人思维变革，很多时候反而会成为习惯思维模式的铠甲。反过来，人，才是决定“硬件”更上层楼的基石。所谓没有夕阳的产业、夕阳的产品，蕴含的道理正是如此，但凡市场有所需求，产业、产品自然有其生存空间。问题是，在惯常的思维直觉中，在此商品亏损之时，总有人以为该产品可以救驾。这种思维有点奇怪。试想倘若熟悉的行当、产品都做不好，进入陌生、不熟练的领域如何可以好？那些妄想以跨行的“新”产业获救的思维，不是同样令人费解吗？

不错，而对企业(产业)的整合重组，行业的升级换代、技术的进化当然是好的选择，可当我们回溯那些百年企业轨迹的时候，就会注意到它们屹立不倒的根本原因是人和这些人建构的企业文化，而不是某一项甚至是某一系列的技术在支撑巨人，虽然技术创新能够在短期内成就某个企业的崛起。

可见，我们更需要做的是人的重组，无论是那些经营者还是企业文化覆盖下的个体员工。否则，任何技术在僵化的运营思维牢笼里，总会结出于事无补的“硕果”。

很遗憾，在现实生活中，经营者，或者控股机构，尤其是那些不愿舍弃控制权的机构(人)，往往只是热衷于外在的形式，着迷于“硬”手段上的折腾变换，如此换汤不换药的措施，沦为徒劳之举自然在所难免。这大概才是重组屡战屡败的真实理由。

显然，在我们着手企业整合重组的时候，首先应该考虑的是人，是管理者、经营者和企业文化的重建。

长虹制造云平台列入 国家互联网+重大工程支持项目

本报讯 日前，国家发展改革委高技术产业司发布2017年“互联网+”重大工程拟支持项目名单，涉及物联网、大数据、人工智能、云服务等22个项目。其中，长虹智能家电产品协同制造云服务平台建设项目建设成为我国家电行业唯一入围项目。

据悉，互联网与家电制造业的融合正成为推进技术创新和供给侧结构性改革的重要引擎，构建新一代信息家电产品协同制造模式，可提高家电企业协同制造水平，促进我国由家电制造大国向制造强国的迈进。

“家电行业产业链环节众多。以长虹为例，有产品、半成品、元器件、辅料等十万余种。成员单位间业务流和信息流并发量大，资源占用关系错综复杂。”长虹公司首席技术官阳丹表示，依托智能家电产品协同制造云服务平台，各合作伙伴可实现基于云端的资源共享和协同，将大幅提升产业整体竞争力。

据长虹软件与服务中心总经理刘东介绍，长虹智能家电产品协同制造云服务平台覆盖智能研发、智能制造、智能交易三大环节，面向家电产业链进行产品协同制造，即协同研发、协同制造、协同交易。

目前，该项目一期工程已经完成，初步实现长虹旗下智能电视、智能冰箱、智能空调等的大数据处理，成为长虹从单一的产品运营向“产品+服务”的用户运营转型的基础支撑平台，助力长虹“互联网+”转型。

为了更好适应新时期的需求，长虹在内部进一步强化各环节之间的协同。在纵向协同方面，长虹已经分别建立研发、供应商关系和客户关系管理的信息化平台；在横向协同方面，长虹拥有从机加工、注塑、精密制造，整机装配到售后服务的完整布局。已经完成多个产业集团下属制造基地的信息点部署2000余个，能够实时获知各工厂、生产线的制造数据，为产业链协同制造奠定数据采集基础。

(东升)

原材料成本上涨，引发电动车行业发展至今最大规模的一次涨价，作为制造业的整车厂无法幸免

电动车遭遇涨价潮之困

本报记者 吴锋思

“涨价”，成为去年底以来电动车行业的关键词。此番的涨价潮，也是电动车行业发展至今最大规模的一次涨价，且持续时间长。

到2016年为止，全国的电动车保有量，已经达到2.6亿辆。与此同时，由于技术含量不高，行业门槛低，电动车行业的竞争也十分激烈，国内有上千家企业电动车整车企业。

涨价并不一定让企业走得更远。电动车整车企业处于下游的制造业，业内人士指出，此番的涨价潮，折射出电动车行业的根本问题，不仅让电动车代理商的利润空间被大幅度挤压，也可能引发电动车行业新一轮的洗牌。

“涨声”一片

“想不到居然涨价了！”记者在福州多家电动车市场走访时，大多数消费者听闻价格都发出这样的感叹。

“从去年下半年开始就有涨价的迹象，当时接到厂商涨价通知还以为是营销手段，没想到价格再也下不来了。”福州市铜盘路一家从事知名品牌电动车经销的老板老潘告诉记者。

不仅是，电动车整车涨价，相关的配件也涨价了。电池是电动车最重要的配件，涨价更是一点不“手软”。“几天就涨一次，而且涨的幅度较大。”福州西二环一家电动车维修店的师傅告诉记者，一个月时间上涨了20%~40%。据了解，电动车的电池有很多品牌，通常电动车需要4粒电池，目前最便宜的一组是360元，贵的一组要500元，与之前比都涨了一两百元。

记者了解到，此番的涨价，并非针对一个地区的行为，而是全国性集体涨价。

据了解，早在2016年11月，电动车品牌雅迪销售公司率先发出通知，通知中厂家计划12月份简捷款车型涨价160元，豪华款车型涨价230元。11月21日，另一家电动车品牌公司也发出通知，计划12月1日全面上调所有车型价格，简捷款车型涨价100元，豪华款车型涨价200元。

这轮的涨价还在持续，今年1月，又一国内知

名电动车品牌公司将旗下每款电动车的价格平均上调16%左右。

3月26日，第十七届中国北方国际自行车电动车展览会在天津圆满落下帷幕。这场展会聚集了600多家电动车以及零配件厂商，“涨价”则是这场展览会的“关键词”。

“预计还会涨下去。”福州多家电动车经销商告诉记者。

“不得不”涨

对于此番的涨价潮，业内人士一致指向原材料涨价所致。

“300多零部件，超过一半以上供应商提高了价格。”这是一家知名电动车生产企业列出的清单。

据了解，铅、铜、钢、铝等是电动车上使用量最大的四大金属材料。但从去年下半年开始，这些原材料轮番涨价。铝最高涨幅达250元，铅价数月暴增六成左右。福州市一家电动车经销商告诉记者，因为调价频繁，导致出现一组电池隔天就涨80元的情况。此外，与电动车相关的海绵、皮革等材料也同样上涨。

在牛电科技今年1月中旬发布的涨价公告中，罗列了其中几种部件的具体涨价情况和原因：钢管价格上涨83%，导致车架制造成本提升25%；铜价格上涨40%，使得电机和线缆的采购价格上涨12%；原油价格上涨30%，导致塑件成本上涨15%以上。除此之外，海绵原料聚醚多元醇每吨上涨4000元，使得坐垫的制造成本上涨11%；天然橡胶由1万元/吨上涨到1.7万元/吨，导致轮胎成本提高23%；木材、原材料价格的上涨，导致整车的材料和零部件采购成本上涨16.3%。

相关数据统计，约有30余份配件厂及整车厂发出的涨价通知，其中覆盖了塑料、瓦楞纸及纸板、铝轮、铁轮、车圈、车架、前后减震器、模具、电机、电池、整车等10余类企业，涨价幅度基本在20%~40%之间，而所有企业涨价的原因都是来自上游原材料价格的增加。

来自原材料成本上涨的压力，开始以更大的范围向下游制造业传导。特别是依赖于这些材料的电动车企业，这样的涨价成为一种煎熬，不少企业从最开始的成本忧虑，变成一场“不得不”涨的



东方IC 供图

涨价潮。

“电动车属于门槛低、毛利低的制造业，对原材料的涨价特别敏感。即便是微小的原材料价格上涨，也会导致企业生产成本的增加。”业内人士分析。

突围之路漫漫

“涨价对谁都不好，但这是不得已的办法。”福州一家电动车生产商负责人说，这次涨价，并没有给产业链上的企业特别是末端的整车企业带来好处，“竞争已经很激烈，市场份额几近饱满，再涨下去，消费者可能不买账了。”

业内人士分析，当前电动车企业的经营成本压力，除了上游的原材料价格反弹，短期不可能回调下跌。此外，货币上涨，劳动力成本上涨也是必然趋势。因此，这一轮的涨价潮，将会是行业的一次洗牌。一些品牌小的企业及小型经销商会受到

四省会城市将建跨区域社会信用体系

据新华社武汉4月11日电 (记者李思远)11日在武汉举行的长江中游城市群省会城市社会信用体系建设会议上，武汉、长沙、合肥、南昌四市签署合作协议，确定建立城市间信用联动制度，形成区域联动的信用奖惩机制，让“老赖”等不重视信用者一处失信，处处受制。

根据协议，在四市区域内，行业主管部门确定并公布的“信用红黑名单”实现互认。并在工商管理、税收监管、质量监管、食品药品、环境保护、旅游等重点领域，试点推进失信企业和个人联合惩戒，共同探索建立基于信用体系的企业协同监管和联合惩戒机制，逐步加大对失信企业和失信个人协同监管和联合惩戒范围。

京沈高铁辽宁段进入铺板冲刺阶段

本报讯 由中国铁建十六局等单位承担建设的国家“十二五”重点建设项目——京沈高铁经过近三年的科学施工，目前辽宁段已进入轨道板铺设最后冲刺阶段，为2019年全线建成通车创造了条件。

据介绍，京沈高铁是《中长期铁路网规划》“四纵四横”客运专线主骨架京哈高速铁路的重要组成部分，新建线路全长697.62公里，总投资1245亿元。其中由中铁建十六局承担建设的京沈高铁辽宁段七标位于辽宁省朝阳市境内，段全长36.4公里，设计铺板13150块。截止到4月3日已完成底座轨道板浇筑单线33.3公里，成功铺设轨道板8255块。京沈高铁建成后，将与哈大、京沪、京广等高速铁路连接，形成东北地区通往全国各地高效、便捷的快速客运网络。

(朱国才 杨柳)

宝兰客专进行联调联试

本报讯 (记者康劲 通讯员强科)截至3月31日，正在进行的宝兰客专兰州西至东岔段联调联试，继完成单列动车组160~25km/h共10个速度级的提速试验后，重联动车组完成了上下行200km/h、230km/h、250km/h速度级测试。测试结果，轨道、动车组动力学、接触网检测均达到国际高铁先进水平。

宝兰客专(兰州局管段)联调联试自今年3月21日正式启动以来备受各界关注。宝鸡至兰州高速铁路是国家“四纵四横”铁路客运专线网中徐州至兰州客运专线的组成部分，也是将西北地区高铁纳入全国高铁网的最重要一段。宝兰客专开通后，兰州到宝鸡只需两个多小时。

铁路货物“编织师”

本报讯 初春的二连浩特，依然寒风料峭。暮色中的中蒙国际口岸灯火通明，十几台叉车在上演着“特技”，紧张有序地将一箱箱即将发车的货物。20多年来，凭借着坚强的毅力和一股子不服输的“拧”劲，魏建忠坚守货运一线，安全操作无事故。

“叉车作业考验司机大脑反应、眼力精准度，必须高度协调统一配合，更不得有一点疏忽。”零下30多摄氏度，魏建忠和工友们开着叉车来回在站台上穿梭。长达六七个钟头的作业，老魏和工友们不敢喝水，怕上厕所穿脱衣服耽误作业效率。老魏今年就要退休了，“再过几个月就不能摸方向盘了，还真舍不得。”(唐哲 杜凤华)

确保化肥外运高效畅通

本报讯 在新陶图克铁路专用线的站台上，一台叉车将一袋袋黄色编织袋装进车厢，发往东北地区的春耕化肥正在紧张装运，中煤鄂尔多斯能源化工有限公司是目前全国最大的化肥生产厂，随着东北产粮区春耕备耕化肥需求不断增加，该公司日产能激增至6000吨，库存积压突破警戒线。为确保春耕物质的运输，包头货运中心指定专人对化肥生产企业全程开展“一对一”服务，确保化肥外运安全、高效、畅通。从2016年11月17日至2017年4月10日，包头货运中心为企业抢运化肥337列91万吨，削减了企业库存压力。(李红红 孙敬波)

“海丝海博会”：

见证一个城市一个产业的发展

高原

第三届中国(泉州)海上丝绸之路国际品牌博览会、第二十届海峡两岸纺织服装博览会，简称海丝海博会，将于2017年4月18日至20日在石狮市举办。一个展会记录着一个城市的发展，见证着一个产业从小到大，从弱到强的历程。

一个展会成就一个产业

Cabbeen是一个创立于1998年的中国设计师品牌，其诞生地就在著名的闽派服装发源地——石狮。从一个无名的地方小品牌，成长为香港上市公司，从走遍纽约时装周，东京时装周世界时尚舞台，到刚刚受邀成为法国皇室御用顶级奢侈银器品牌Christofle的品牌大使，Cabbeen的创始人卡宾先生——杨紫明由衷感谢一个展会，那就是已经连续举办了19届的海峡两岸纺织服装博览会(简称海博会)。

2005年，借助海博会的平台，卡宾先生在石狮市政府前面的德辉广场举办了一场轰动全球的时装秀。他大胆地运用100个国际航运货柜的大量堆积，进行了一场展示，使卡宾一夜之间名声鹊起，而制造这种轰动市场的效应，正是“政府搭台、企业唱戏”的海博会。

一个展会，成就一个品牌；一个展会，也会造就一个产业和城市。从第一届海博会开始，石狮这个城市就与海博会结下了不解之缘。20年来，在海博会的平台上，中国休闲服装名城、中国休闲面料商贸名

城等金字招牌纷纷落户石狮。不仅如此，曾经是海博会常客的七匹狼、利郎、九牧王等闽派服饰品牌，随着时间的推移，也成为世界各大时尚舞台的常客。

早在2007年，中国服装设计师计文波就代表中国男装品牌“利郎”，成为了中国服装界第一个在米兰时装周(男装)登上台亮相的品牌。2016年，在米兰富有历史与盛名的圣巴拿巴廊内，七匹狼2017年春夏男装大秀精彩上演，这是其继2015年之后，第二次登上世界时尚殿堂——意大利米兰时装周。而人们不知道，在十几年前，七匹狼的工厂就在石狮，而计文波先生更是石狮培养出来的中国顶尖时装设计大师。

走向广阔世界舞台

“过去，由于纺织服装产品集中在低端领域，我们的销售很难进入欧、美、日等发达国家和地区。现在，随着中高端产品比例提升，这一状况明显逆转。”石狮市纺织服装会会长田启明说。

“中国制造”在国际市场上不再是低端产品的代名词，以石狮为例，据当地商务部门统计，2016年1月至11月份，石狮纺织服装自营出口额12.92亿美元，出口国由3年前的120个增至163个。

石狮春帛服装公司负责人苏素芸说，她的企业以童装为主，以往市场主要在欧美等发达国家，去年以来，公司把眼光投向南美和亚洲等新兴市场，产品品类相应调整，颇受欢迎。“走出去后，发现中国产品还是颇具竞争力的，业务人员每次都没有空手而归。”苏素芸说。而统计也显示，去年前10月，石狮服