

出手“组合拳” 辽宁清欠工作成效重大

□本报记者 唐学良 吴光军

本报记者日前从辽宁证监局了解到,辽宁证监局结合上市公司股权分置改革加强了“清欠解保”工作力度,积极采取各种有效措施加快进度,在辽宁省及当地各市政府有关部门的大力配合和相关上市公司的努力下,清欠工作取得了重大进展。截至6月末,有7家公司已完成清欠任务或进入清欠程序,2家公司压缩了部分占用,完成或正在完成清欠额为19亿元,与上年末相比,压缩幅度达到了79%。

与全国其他地区相比,辽

宁是大股东占用上市公司资金比较严重的地区。为解决大股东占用这个“顽疾”,辽宁证监局从研究掌握资金被占用的历史成因、现实状况和可能解决的办法入手,局领导亲自带队,监管责任人赴公司“蹲点”,先后几十次、近百天深入公司和大股东单位,宣讲清欠政策、深入调查研究、制定具体措施,现场督促整改。在实际工作中,研究新情况、发现新问题,并及时将国有控股公司占用问题向省、有关市政府国资部门通报和沟通,提出建议、取得支持和配合。省政府分管副省长亲自主持召开了2次专题会议,集

中解决了困难较大的2家省属国有大股东占用上市公司资金问题。锦州、丹东和葫芦岛市政府也都把所在地国有大股东占用上市公司资金问题摆上重要日程,主要领导亲自抓,给政策支持,出资金资产,短时间内解决了3家公司的资金占用问题。目前,辖区国有控股上市公司均完成了清欠任务,清欠额近20亿元。

辽宁证监局严格遵循证监会“现金偿还、红利抵偿、以股抵债、以资抵债”的清债顺序,结合辖区实际打“组合拳”。对有部分现金偿还能力的要求占用方先用现金偿还,再对其“以

资抵债”方案出具初审意见。通过现场监管,对占用方拟用来抵债的资金数量、资产质量以及资产抵债后对公司损益的影响进行分析,做到了心中有数,同时现场协调占用方、中介机构和地方政府等相关方面,督促解决问题。同时,在证监会上市部指导下,通过扣收应付大股东股利、抵顶上市公司欠大股东关联方债务、对冲大股东为上市公司担保等方式,解决了部分占用问题。对确无现金偿还能力而采取资产抵债的部分,则坚持对抵债资产进行实地检查,坚持对相关资产的申报文件和必备材料等进行

程序性审查,坚持要求公司严格履行内部程序,及时披露相关信息,保证了清欠工作一开始就不走“弯路”。例如因历史包袱沉重,经营巨额亏损,生产举步维艰,几近退市边缘的*ST金城,以公司股改为契机,债务重组、集团改制、清欠解保同步开展,抽丝剥茧,层层推进,一举解决了多年困扰企业发展的老大难问题。

在督促公司在积极清理历史占用的同时,辽宁证监局还从制度上把住新增占用关,定期对可能发生占用的公司采取巡检、抽查、谈话提醒等方式,加强清欠的专项监管。

海信多媒体精品全国路演

□本报记者 刘海民

9月14日,以“海信1080P大平板 我的多媒体生活”为主题的精品体验在北京、广州、上海等全国10多个大城市同时开展。海信将10年技术积累研发成功的家庭多媒体整体解决方案及多媒体产品摆进了商场,在未来两周的时间里,在海信家庭“多媒体样板房”,消费者可以互动体验多媒体产品的视听娱乐魅力。

本次海信集中推出的家庭多媒体产品主要有:应用四联平台的互联平板电视 TLM3788i、有实现无线互联的平板电视 TLM4277W、有实现高清数码相机打印的平板电视 TLM3767,还有可以投影出100英寸高清画面的PH700前置家庭影院系统,这一切将视听产品有机地融合在一起,成为带给我们全新视听享受的家庭多媒体中心。

春兰入选品牌中国100强

□本报记者 王璐

由100位专家参与评选,300万人参与网络和手机短信投票的“品牌中国总评榜”系列评选活动日前揭晓,春兰以高票入选品牌中国总评榜100强企业。

据了解,该评选活动全面梳理和总结了从1980年至2005年25年来中国品牌的发展历程。主办方认为,春兰作为中国最早着力品牌建设的先行者,不仅从制造优质产品的角度,注重维护和提升品牌的知名度,而且从社会责任及价值观的角度,续写和丰富了品牌的历史与内涵,使消费者与春兰品牌之间,建立起深厚的情感联系,并由此产生了信任和依赖。

据悉,品牌中国总评榜以后将每年举行一次年度榜单评选,并将根据情况举行行业榜和地区榜以及其他系列活动。

G标准两系列产品获行业技术创新奖

□本报记者 王原

G标准(600302)生产的GC68系列双针电脑机及GC6180系列电脑平缝机,近日被中缝协会科技委员会评为“行业科技项目技术创新奖”,后者还填补了国内空白。

G标准董秘吴涛介绍说,GC68系列双针电脑平缝机是G标准引进日本先进技术合作生产的新一代双针机,各项性能达到国际领先水平。由于采用先进的电脑控制技术,使这款机型功能完善、操作简单、性能稳定,大大提高了生产效率,深受用户欢迎。GC6180系列电脑平缝机则是G标准为节约电能、降低使用成本而专门设计的一款新型平缝机。该机配置了具有自主核心技术的电脑控制系统,有多种自动缝制模式,可使缝料获得更好的迹迹效果。该机的开发不仅填补了国内空白,更降低了成本,提高了质量,技术水平居国内领先。

G马钢研发出国内最高强度螺纹钢

□本报记者 张侃

近日,记者从G马钢(600808)了解到,该公司棒材生产线成功研发出目前国内最高强度级别G500Bφ16毫米的螺纹钢新产品。该产品是属于英标系列的产品,屈服强度高达500Mpa;马钢将冶炼新技术和轧钢穿水冷新工艺有机结合起来,研发出这一国内首个最高强度级别的螺纹钢新产品。

该产品是为了使马钢棒材产品早日进入欧洲市场,配合目前英国CARES认证机构产品的认证工作而开发出来的。据悉,目前国内建筑用螺纹钢产品大都是HRB335、HRB400强度级别较低的产品,由于这些产品强度级别较低在建筑上使用量较大;马钢通过穿水冷新工艺开发的高强度G460B以及在G460B品种的基础上,开发的国内最高强度级别G500B螺纹钢新产



品,不仅有利于打开以英国为主的欧洲市场,而且对国内建筑行业减少钢材用量,科学合理利用资源、节约能源以及环保,都将起到积极的推动作用。

莱钢股份特种钢形成四大体系

□本报记者 郑义

莱钢股份(600102)产品的个性化成为公司产品结构调整的新亮点。公司特殊钢厂已具备年产150万吨以上特殊钢的生产能力,形成了以齿轮钢和轴承钢为主导,优质碳素结构钢、合金结构钢为补充的四大产品体系。

莱钢股份特种钢具有更强的盈利能力,以H型钢为例,2005年以公司占总产量

的34%创造了43%的盈利。近年来,该公司逐步加大市场研究和产品结构调整力度,具有市场前景的H型钢、螺纹钢等新产品产量逐年提升,2005年仅H型钢就占据了公司总产量的34%。公司产品个性化、差异化的品质受到市场青睐,公司H型钢市场占有率高达58%,特种钢产品远销欧洲、东南亚等十几个国家和地区,出口创汇能力明显扩大。2005年,该公司螺纹钢及H型钢出口突破15.2亿元,位居国内同行业第一。

新钢钒百米长轨助力铁路提速

□本报记者 陈伟

记者从G新钢钒(000629)获悉,该公司独家为我国首条全部铺设100米钢轨的铁路海南西环线提供的23316吨100米钢轨,已于近日执行完毕。据统计,截至目前,新钢钒已独家为海南西环线、陇海线、遂渝线等提速改造线路供应100米钢轨31708吨,成为国内铁路提速改造用轨的“主力”。

据介绍,近年来高速铁路在世界范围内发展势头迅猛,国际上运行时速250公里以上的铁路线已经比较普遍。在国内,铁路也将将迎来第6次提速,而钢轨的长尺化

是满足铁路提速需要的重要手段之一。此前国内铺设的钢轨单支最长长度为50米。2004年底,新钢钒生产出了国内第一支百米长尺钢轨,成为国内第一家、世界第三家能够按照国际上最严格的质量标准生产高强度、高平直度、高表面质量的100米长尺钢轨的生产企业。随后,新钢钒与攀钢集团、铁科院、广州铁路局一道,相继攻克了百米长尺钢轨的批量生产、吊装、运输、焊接等难题。据相关销售负责人介绍,接下来,新钢钒还将为合宁线(合肥—南京)、达成(达州—成都)等线路提速改造提供总量近40000吨的100米钢轨。

■领军人物

“第一次就要把事情做对”

——G万科总经理郁亮诠释质量理念

□本报记者 姜瑞

刚刚捧回“詹天佑大奖优秀住宅小区金奖”五项金奖的G万科(000002)总经理郁亮接受了本报记者的采访。

万科十几年来以不凡的理念骄人的业绩和独特的行为赢得了市场和认同。以往万科对媒体谈得最多的是规范运作、公司治理。而这一次,质量管理成了郁亮谈论的主题。

客户满意才是最终标准

郁亮介绍说,在“以客户为导向”的企业理念指引下,万科一直将客户满意度作为衡量质量的最终标准。在与供方的合作中,万科持续关注并力求精确传达客户需求,以达成一致的质量共识;在住宅建造的每一个细节,万科倡导“质量要通过预防实现”,“第一次把事情做对”。万科始终认为,持续提供超越客户期望的服务和产品质量是房地产发展的决定因素之一,多年

来,万科一直致力于全面改善住宅质量状况,提供符合客户高要求的产品。

早在1995年,万科就提出“质量是万科地产的生命线”;1996年,万科确定当年年度主题为“质量管理年”,强化公司员工对质量的认识。2003年,万科全面推行旨在全面提升房屋质量的“磐石行动”,从2002年到2005年,万科已售住宅的维修数量从月均每百户32.1条降为每百户11.8条,3年内返修量下降了63%。在目前的施工技术下,这基本上已经是一个极限水平。这个数字变化从一个侧面反映了多年来万科在质量提升之路上的不懈努力。

今年,万科正式提出:质量是我们的底线。当质量与速度发生冲突时,质量第一;当质量与成本发生冲突时,质量第一。“对万科来说,底线意味着坚定不移的信念,毋庸置疑的原则和毫不犹豫的选择。”郁亮强调。

为使质量观念深入人心,万

科组织了各区域及一线公司的“坚守质量底线”主题宣讲活动,通过面对面的沟通交流,质量价值观已达成共识。万科的质量文化,概括为“一个核心思想,六个基本价值观”。核心思想:质量是万科的底线。六个基本价值观包括:质量是客户的质量;是你我的责任;是与合作伙伴共赢;从预防开始;一分缺陷,十分代价;没有质量,就没有未来。

质量保障必须形成制度

2001年,万科为规范工程质量管理,启动“合金计划”,把万科各地公司各阶段优秀管理经验融合起来,提炼出一套集团内统一的工程质量管理规范,提出“要做没有质量问题的房子”的目标。

2003年,为全面改善住宅质量状况,提供符合客户高要求的产品,万科在总结历史经验的基础上提出了以质量管理为中心,以携手供方、质量文化和关注客户为核心内容的全面质量提升

■公司一线

G航信挺进中小企业管理软件市场

□本报记者 李小白

由于大型企业市场需求增长速度开始放缓,而中小企业市场用户增速加快,来自赛迪顾问的预测说,2006年第三季度,各层次管理软件厂商之间将产生激烈碰撞,中小企业市场的管理软件品牌将面临不可避免的优胜劣汰。这个“变阵”,吸引了一些新来者。G航信(600271)在垄断了增值防伪税控系统市场多年以后,又决定向管理软件市场挺进。

G航信此番一出手就亮出了“新武器”——将企业的财务、税务、业务三合一整合在一个共享平台上,突破性地实现了企业管理的“财税管理一体化”无缝衔接。

G航信给这个“新武器”命名为Aisino U3企业管理软件,是公司与用友技术合作的结果。此前,企业的财务管理和税务管理是分开的管理体系,而U3企业管理软件则把财务管理软件接上税务管理体系的接口,在一个共享技术平台上实现了财税管理一体化,即将财务、税务(防伪开票、认证、纳税申报)、业务三合一,高度集成了成长型企业日常财务核算和进销存管理工作,建立了畅通的内部财务、税务一体化流程,因而成为管理软件市场上最新也是最大的亮点。

据赛迪顾问预测,2006年第三季度,中国管理软件市场规模将达到19.92亿元,同比增长21.6%。

东方锅炉制成600MW超临界锅炉

□本报记者 陈伟

东方锅炉(600786)开发研制的“国产化示范项目沁北电厂600MW超临界锅炉”,日前顺利通过中国电力企业联合会、中国机械工业联合会鉴定委员会鉴定。专家们认为,作为国家重大技术装备研制依托的第一台600MW超临界机组,该型锅炉设计、制造和运行是成功的,达到了国际先进水平。

1999年,原国家计委确定沁北电厂为我国600MW超临界机组技术引进和国产化依托项目。2002年5月,东锅与华能沁北电厂正式签订沁北2×600MW超临界锅炉设备供货合同后,又与国家机械工业联合会签订国家重大技术

装备研制计划项目“600MW超临界火电机组设备研制”中的4项专题合同。东锅凭借自身的实力,在日本BHK公司的技术支持下,仅用23个月就完成了国产化率达100%的国产首台600MW超临界机组锅炉设计制造。国产化示范项目沁北电厂600MW超临界锅炉项目成功后,2006年5月,东锅承担的国家重大技术装备研制计划项目“600MW超临界火电机组设备研制”4项专题,又顺利通过国家组织的课题成果验收,这标志着东方锅炉在高效、低耗、环保型大容量、高参数锅炉设计制造技术方面,再度取得了重大进步,从而为企业持续稳定发展提供了坚强有力的保障。

G宁恒力产品首次进入水电行业

□本报记者 王原

近日记者从G宁恒力(600165)获悉,该公司线接触钢丝绳首次进入水力发电行业,成为国内少数几个能够提供此类产品的供应商之一。

据该公司介绍,水力发电行业起闭机用钢丝绳是钢丝绳应用领域中的一个重要领域,但所

使用的钢丝绳属多丝复杂结构的线接触品类,目前国内只有少数的几个厂家能够生产。为进入此一附加值较高的新领域,G宁恒力依据自身在产品研发、技术装备等方面的优势,遵照高技术含量产品的开发战略,近期分别与四川、浙江两地的水电站签订了共计200多吨的订单,目前部分货物已经成功交付。

G海工首个海外总包项目接近尾声

□本报记者 丁昌

G海工(600583)印尼SES和KODECO项目顺利推进,全部辅管作业基本完工,其中KODECO项目已经完成,SES项目预计明年2月完成。

印尼SES和KODECO项目

是G海工第一次承揽的海外总包项目,直接由滨海109作业船队负责辅管作业,船队从2005年9月6日前往印尼作业。公司表示,印尼项目的成功实施,标志着G海工国际项目组织和管理能力的进一步提升,为实施国际工程项目积累了重要经验。

其他各方面的有益尝试,诸如房屋竣工后交给业主之前,进行最长可达3个月的、全面内部模拟验收,以进行最后的细部处理和缺陷整改,保证最终交付给客户的是最接近完美的产品。

多年来,一系列的制度和计划的不断实践和实现,市场对万科的努力也给予了极高的回报。2005年,平均每个老客户曾向6.28人推荐过万科楼盘,实际成交率为20.4%。而客户对万科产品质量的满意度也从2002年的53%提升到82%。

郁亮表示,在向美国顶级地产商帕尔迪学习的过程中,万科转变“产品导向”的传统思维,树立“客户导向”的新标杆,这意味着质量标准不再由生产者说了算,而是由客户来决定。相信,在这过程中,更多客户会在产品创造中发挥自己的作用。

对开发商而言,住宅产品质量毫无疑问已成为房地产品牌重要支撑力量,而质量文化更是使质量成为长久支持企业发展的内在力量。郁亮说,“关注客户、携手供方”正是万科对于打造住宅质量品牌的全面体会,请相信,在质量品牌的建设上,万科将越做越好。