

## ■聚焦一带一路上的山东企业系列②

## 建筑类企业正稳步走出去

□ 本报记者 周艳

面对风云变幻的市场和错综复杂的国际局势，“稳”成了基础设施建筑类企业走出去的关键词。步伐要稳、质量要稳、人心要稳，才能走得长远。

## 要想走得稳，不能一步到位

8月18日，美国《工程新闻记录》(ENR)发布了2017年全球最大250家国际承包商榜单，青建集团股份公司连续12年上榜，位居第64位。

这样一个建筑业的巨头，进入国际市场也不是一步到位的。回顾进入国际工程承包市场的30余年，青建从最初单一的国际劳务承包走向集施工总承包、工程总承包、房地产开发为重点，物流与投资建厂等多种发展形式并举的发展模式，经历了四个阶段。

从依附与大企业合作开拓海外市场的“借船出海”，到获得对外工程承包和劳务合作经营资质后的“驾船出海”，到打造大型综合性建筑企业开始自主“造船出海”，再到以“青建+”模式带动、联合上百家企业，打造“走出去”发展联盟，“抱团出海”。青建跳出以承建业务和发展中国施工为主的限制，构建起“大海外”全产业链商业模式。

通过一步步稳扎稳打，青建的市场在逐渐打开，目前市场遍布亚洲、欧洲、非洲、大洋洲、美洲的30多个国家和地区。在国际工程市场萎靡的大背景下，去年对外承包工

程营业额同比增长达到23%。

上世纪50年代就走出国门的烟建集团已经获得8项“鲁班奖”、13项“国家优质工程奖”，承建的俄罗斯里兰卡国家艺术剧院项目获得山东首个“境外工程鲁班奖”。像烟建这样的老牌建筑集团，在拓展国外市场的过程中也是本着“点、线、面”的稳健发展路径，先精耕细作塔吉克斯坦、马来西亚、斯里兰卡等重点市场，再不断辐射马尔代夫、柬埔寨、印度尼西亚等周边国家，最后以点带面形成区域市场。

在承担项目方面亦是循序渐进。在抢抓“一带一路”发展机遇的过程中，烟建以援外项目为跳板，先后同保利集团、紫金矿业集团等知名大企业合作，逐渐过渡到独立承揽大型合作项目和国际工程总承包项目。

要想走得稳，山东高速“存量做减法、增量做加法”的做法值得一些基建公司借鉴。一方面退出政局不稳、规模较小、成长缓慢、不合战略方向的项目，另一方面突破交通基础设施行业局限，集中人、财、物攻克大项目、好项目、赢利强的项目。

做大不做小，做多不做少、做快不做慢、做优不做差，集中推进巴基斯坦、俄罗斯等重点市场区域的重点项目，是山东高速“走出去”实现整体效益最大化的策略。

## 让质量说话，让诚信代言

建筑业是关系国计民生的重要产业，建筑工程质量安全重于泰山。如何让国外客户放心地把房子、道路、桥梁交给中国建筑公

司来建造，如何让国外消费者在中国建造的房子住得安全、放心、舒适，是摆在每一家走出去的建筑企业面前的问题。

对于这些问题，青建认为，走精品之路，保证工程质量一次验收合格率100%，让质量说话，让客户赞誉成为建筑品质的代言人，是最有效的办法。

在2003年阿尔及利亚大地震中，青建承建的工程全部经受住考验，与当地工程形成鲜明对比，被称赞为“震不倒的中国建筑”。在新加坡，青建开发了该国首个智能家居执行共管公寓，两次打破新加坡建设局建筑质量评估分纪录……

通过打造精品工程，高标准、高品质的产品形象牢固树立在了客户心中，口碑成了山东建筑企业的金字招牌。

威海国际公司认为，要想抓住市场，质量和诚信是最可靠的“通行证”。黑角市政体育场是刚果(布)为2007年非洲青年足球赛新建的一座体育场，给威海国际公司的工期只有6个月，其中3个月是雨季，而且当地物资匮乏、运输条件差，工程实施难度非常大。为了确保工程按期竣工，威海国际统筹协调在刚所有工程物资，优先保证该项目用料，全体施工工人轮番上阵，机器更是24小时不停运转。最终如期完成任务。凭借这个项目树立的诚信招牌，威海国际在刚果(布)又陆续承揽了10多个体育场馆建设项目，成为名副其实的体育场馆建设专业户。

## 因地制宜，本土化管理



产业园区已进驻9个项目，储备7个，有13个在谈

## 威海：碳纤维产业集群效应显现

□ 本报记者 周艳  
本报通讯员 邱伟 高金贵

大到飞机、火箭、汽车，小到渔具、口罩、羽毛球拍，碳纤维广泛应用于航天、军工、工业能源和民用等领域。普通人可能对碳纤维不太了解，这是一种含碳量在95%以上的高强度、高模量纤维的新型纤维材料，“外柔内刚”，质量比金属铝轻，但强度却高于钢铁。碳纤维材料一般不单独使用，多作为增强材料加入到树脂、金属、陶瓷、混凝土材料中，构成复合材料。碳纤维不仅具有碳纤维的固有特性，又兼备纺织纤维的柔软可加工性，是新一代增强纤维，被称为“新材料之王”。

在山东，作为新材料产业重要支柱的碳

纤维及复合材料产业发展成效显现，威海已成为国内最有发展前景的产业化基地之一，碳纤维行业在创新集成、产业链延长、配套服务提升等方面都实现了新的突破。

在威海市临港新区碳纤维产业园，一大批科技创新平台正加快集聚，除了碳纤维制备及工程化国家工程实验室和国家碳纤维工程技术研究中心山东分中心两家国家研发平台，还吸引了中澳共建的先进制造业联合研究中心和中德共建的环保高性能汽车轻量化复合材料研究中心进驻。

截至目前，园区已进驻9个产业项目，储备了7个拟签约项目和13个重点在谈项目，涵盖碳纤维研发、生产、应用、销售以及配套产业等完整的产业链条，产品涵盖航空航

天、军事装备、风电设备、汽车制造、轨道交通等多个领域。

碳纤维产业园发挥龙头作用，在技术领域实现多项突破：干喷湿纺T700S实现产业化，产品性能达到国际同级水平；T800S和M40J级碳纤维突破工程化关键技术，即将实现产业化；T1000级高强度碳纤维和M55J级石墨纤维关键技术取得重大突破。

今年7月份，威海拓展碳纤维公司将氧化炉用于大丝束碳纤维的生产，进一步降低了生产成本。光威复材国内通过创业板首次公开募股审核，成为首个国内上市融资的碳纤维生产企业，将募集11亿元用于军民融合高强度碳纤维高效制备技术产业化、高强度模型碳纤维产业化、先进复合材料研发中心等项目。

山东援疆  
加强“内高班”建设

□记者 周艳 通讯员 王丽华 报道  
本报喀什电 8月26日，山东省援疆工作指挥部、喀什地区教育局联合举办2017级山东喀什籍对口支援高中班行前培训会。

为贯彻落实第二次中央新疆工作座谈会精神，我省从2014年起举办了山东喀什籍对口支援高中班。根据山东省教育厅和喀什地区教育局签订的《备忘录》，自2014年开始，喀什地区从山东省对口支援的疏勒县、英吉沙县、岳普湖县、麦盖提县及喀什实验中学，录取初中毕业生到日照高级中学就读高中，每年录取50名学生，今年是第四批。

济南海关发出  
首份原产地自主声明

□记者 代玲玲 通讯员 张丽媛 报道  
本报济南讯 近日，鲁泰纺织股份有限公司向瑞士出口了一批“精织男式衬衣”。与此前不同的是，企业不需向签证机构申领原产地证书，仅凭企业自行出具的原产地声明，即可在瑞士申报进口时享受“零关税”通关待遇。这是济南关区实施经核准出口商制度后企业签发的首份原产地自主声明。

根据《中国—瑞士自由贸易协定》规定，海关实施“经核准出口商制度”，具有“经核准出口商”资格的企业可对其生产并出口至瑞士的中国原产货物自行出具原产地声明，不需向签证机构申领原产地证书，相关货物可凭原产地声明在瑞士申报进口时申请享受《中瑞自贸协定》优惠关税待遇。

德州254家企业  
牵手京津冀科研院所

□记者 周艳 通讯员 王彦金 报道  
本报德州讯 记者从德州市发改委获悉，截至目前，德州共有254家企业与京津冀地区的46所高校、科研机构建立了合作关系，共建各类载体平台40个，转化科技成果173项，开展研发合作201项，引进高层次人才团队21个。

近年来，德州市不断深化与京津冀大院大所的合作联系，先后举办了“德州·京津大院大所对接会”、“中科院院士专家德州行”、“山东省装备制造技术创新对接会”、两届京津冀鲁技术交易会等系列活动，在推进科技创新平台建设、创新创业、科技人才交流、科技成果转化等方面与京津冀开展了全方位的合作。

聊城  
实施清洁取暖改造工程

□记者 杜文景 报道  
本报聊城讯 “到2020年，全市完成65万户清洁取暖改造任务。”近日，聊城市印发的《关于印发聊城市冬季清洁取暖工作实施方案的通知》指出，2017至2020年清洁取暖改造任务按10万户、20万户、20万户、15万户进行分解，实现主城区清洁取暖覆盖率达到100%，县城清洁取暖覆盖率达到85%，农村地区清洁取暖覆盖率达到75%。

聊城市将对主城区、县城城区和工业园区优先采用热电联产和工业余热清洁取暖方式；对未列入三年拆迁计划且集中供热管网不能到达的城中村、城郊村、小城镇以及农村地区，采用天然气、地热能、空气能、太阳能、电直采采暖等清洁能源取暖的用户，纳入财政补贴范围。

威海南海新区  
加快重大基础设施建设

□记者 杜文景 通讯员 刘昌勇 报道  
本报威海讯 8月29日，威海南海新区与中国电建成都院签署重大基础设施建设项目合作框架协议，双方将合作开展南海港口铁路、燃气热电联产工程、国际会议中心等项目建设。

近年来，威海南海新区大力推进重点项目建设，加速培育高端装备制造、新材料、碳烯、生物医药、电子信息五大产业集群，大力实施安居工程、商贸工程、畅通工程、生态工程四大重点工程，加快推进创新平台建设，高端人才引进培育和校地产学研合作，打造临港物流产业园、中韩合作产业园等高端化专业化产业园区，加快新动能聚集。

黄三角（滨州）草业  
科技创新联盟落户无棣

□记者 杜文景 通讯员 刘光良 报道  
本报无棣讯 近日，黄河三角洲（滨州）草业科技创新联盟在无棣县成立。

无棣县是全省主要的苜蓿草生产基地，全县苜蓿保有面积6.8万亩，其中成方连片3000亩以上规模种植面积3.5万亩，占全市规模种植总量的87.5%。以无棣绿风农业集团有限公司为代表的苜蓿产业龙头，积极探索牧草生产加工新技术，创新发展模式，在牧草商品化发展的道路上创建了自己的品牌，形成了独特的优势，为滨州市乃至黄河三角洲地区的牧草产业发展注入了活力。

沂南建设  
国家级田园综合体项目

□发涛 海峰 报道  
本报沂南讯 日前通过公开竞争，沂南县朱家林田园综合体成为全省唯一的国家级田园综合体建设试点项目，并通过了国家农业综合开发办公室集中评议，项目建设工作顺利推进。

该县成立了田园综合体管理委员会，在原有规划基础上，聘请规划设计团队对项目规划进行完善细化，并与上海乡伴文旅集团签订了战略合作协议，合作成立田园综合体产业基金，支持和孵化有发展潜力的创意项目，确定本年度7000万元农业综合开发财政支持资金，70%用于土地治理项目，30%用于产业化扶持项目。项目核心区现已流转土地8200亩，主要扶持小米杂粮和珍珠油杏干果两大主导产业。



□杜文景 陈彬 报道  
日前，博兴县乔庄镇引用黄河水发展养殖的3万余亩“南美白对虾”全部上市。近年来，乔庄镇借助沿黄地域优势，聘请专家指导，引进养殖技术，从黄河中引来水源，在全镇推广养殖原本生活在海水中的“南美白对虾”，有力促进了当地农业供给侧结构性改革，为市场提供了优质农产品。

图为9月3日，该镇刘王庄村农民正在搬运刚捕捞的“南美白对虾”。



□记者 周艳 通讯员 蒋惠庆 报道  
9月4日，在位于无棣县余家镇的山东无棣奥森麻业有限公司的员工正在紧张加工出口欧美国家的抛光麻布产品。

去年3月，总投资1100万的奥森麻业公司投产运营，抛光麻布、麻绳等产品销往欧美发达国家及国内工业聚集区。

## 老字号如何做出新味道

◆老字号呈现给今天社会的，更多的是中华民族优良传统的记忆，是童叟无欺的商业道德，是精益求精的工匠精神，是无比珍贵的诚信体验，老字号应做到坚守、创新，就能突破可持续发展困境……

□ 本报记者 代玲玲

老字号如何做出“新味道”，是重传承还是重创新，在创新的道路上是迎合市场还是坚守理想，在消费潮流上是迎合小众还是迎合大众？对于每个企业来说，答案是不同的。在日前召开的首届“中华老字号（山东）博览会暨老字号品牌发展高峰论坛”上，一些业内人士给出了自己的看法。

## 市场环境下面临多重困局

老字号企业的发展历史大多可追溯到数十年乃至一百多年前，许多从当初沿袭下来的发展模式已与当前环境不适应。生活在古城青州的脱安利是隆盛糕点第六代传承人

## 跟随市场变化创新引领发展

北京同仁堂有限责任公司董事长梅群认

面对困局，不少老字号选择走创新之路。“产品年轻化”是他们所达成的共识。德州扒鸡董事长崔贵海说：“现在年轻人对于传统口味接受程度不高，我们下一步的研究方向，也是慢慢的向年轻人的消费习惯、饮食习惯去发展，比如说增加麻辣口味等等，这样才会有更多人去接触这个品牌。”

“包装要适应年轻人的审美观点，老企业老传统，这种观念如果不改变，企业的发展就受到很大的影响，我们所有的理念包括设计，依托更多的大众消费群体来做文章，我们现在都找90后来做设计、来体验，更加适合他们的审美观点和消费习惯。”山东玉堂酱园有限责任公司董事长何景春表示。

上海回力党委书记周伟则讲述了老字号变革奢侈品再造路径，“依托对工艺的执着追求和拥抱互联网的开放态度，回力这双从1927年创立、跨越几代国人的胶鞋，历经从奢侈品到地摊货的低谷期，在欧美市场兜转一圈之后，凭借当前中国供给侧结构性改革大环境下的国货热潮，如今正在回归，一点点寻回年轻人的视线，重新在国内焕发出新的生机。”

## 在时代变革中坚守传承职责

北京同仁堂有限责任公司董事长梅群认