



做好自己人， 塑造无锡民营经济新优势

□本报记者 刘杨

民营经济兴则无锡兴，民营经济强则无锡强。

一年前，习近平总书记主持召开民营企业座谈会并发表重要讲话，强调要毫不动摇鼓励支持引导非公有制经济发展，支持民营企业发展并走向更加广阔的舞台。

一年后，无锡市工商联召开学习贯彻习近平总书记“11·1讲话”一周年座谈会暨“企业家11·1学习日活动”启动仪式。在这场别开生面的座谈会上，我们看到，一年来，无锡民营企业和民营企业家长以总书记重要讲话精神为指引，坚定发展信心，心无旁骛创新创造，踏踏实实办好企业，以奋斗者的姿态赶超奔跑，塑造着无锡民营经济发展的新优势。

一年来，锡商的头脑变得“更智慧”

“只要信心不滑坡，办法总比困难多。这句话的源头出在我们无锡。”红豆集团董事局主席、董事长兼CEO周海江娓娓道来。上世纪80年代末，无锡经济同样面临着困难与挑战，逆境之中，当时的乡镇企业爆发出了惊人的抗压能力，在上级前来调研时喊出了“办法总比困难多”的口号，被清楚地记录在了《无锡日报》上。在周海江看来，时

至今日，从乡镇企业异军突起到民营经济蓬勃发展，就是要继承这种“千方百计迎难而上”的精神。“对于民营企业而言，关键还是要做好自己的事，做好自己人，塑造我们无锡的优势。”

大变化，往往意味着大调整。环境的巨大变化，需要锡商群体孕育出更大的灵活性和多样性。越是逆境，机会越大。锡商只有改变原有环境下的经营

惯性，创新模式、创新经营、创新发展，机会无限。

“传统企业要靠自己强来适应新常态。”锡山三建董事长钱云皋感触很深。25年前，锡山三建的前身“张泾建筑公司”诞生于锡北热土上，企业在壮大的同时，离行业“天花板”的距离也越来越近，如何破题？就是靠转型。从“主业兴，配套旺”到自主研发

速捷架新型产品，从稳步发展到转型升级，从后起之秀到参与编制国家标准，锡山三建用创新引领行业潮流，用专业占据市场高地。“我们真真切切从自强中得到了实惠，从转型中觅到了生机。”钱云皋欣慰地表示，尽管目前传统施工方面的利润空间越来越小，但是自主研发的速捷架每年出口量都在稳步提升。

一年来，锡商的骨骼变得“更坚硬”

草长不成参天大树，那是因为草的基因决定了它不会随着成长养育出大树一轮又一轮的坚硬木质。

一年来，在形势的风云变幻中，锡企更加注重锤炼企业的科技硬核力量，为自己“强身健骨”。眼下，国内化工装备行业正遭遇一场前所未有的危机，几千家工厂面临“守株待兔”的窘境。在此形势下，无锡化工装备股份有限公司在逆势中奋力突围，企业效益在同行中

格外耀眼，正是因为公司在“二代”掌门人曹洪海的领导下，走上一条科技兴企质量强企之路的结果。

“科技是第一生产力，所以我们现在持续在研发上面再投入，就是让自己的企业保持一个良性的循环。”作为一名海归，曹洪海特别具有国际眼光，对人才引进和科技研发投入尤为看重，尽管身处传统行业却专注于特种材料压力容器、高新换热器类产品的研发，先

后制造出一批首次国产化、填补国内空白的产品，并成为国家行业标准的主要起草单位，奠定了其作为中国特种化工材料装备制造基地的地位。

今天的锡商，要有明天，必须在产业变革之中长出“硬科技”的骨骼。有件事令宜安控股董事长蒋东良印象深刻，他的一位朋友是当地有名的民企老板，前几年与上海交通大学共同研发、生产和销售飞机发动机外壳等航

空航天、舰船、核电及其他相关高端精密产品，先后投入了4亿元的科研经费，今年上半年终于研制出了长达1.76米的样机，这在中国已是顶尖水平。然而同样的技术美国早在二三十年前就已经实现。“这个耳光打得不轻，让我们意识到转型升级刻不容缓。”转型升级、创新能力、高质量发展，这些内涵丰富的词汇在参加座谈的企业家口中成为热词。

一年来，锡商的步伐变得“更稳当”

民营企业要心无旁骛创新创造，步履更坚定，需要更多活水的及时浇灌。

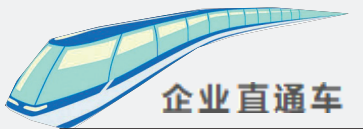
“贷款贵的现象这段时间有明显好转。”航亚集团董事长严奇坦言，过去最大的困扰就是贷不到款，现在确实感受到金融服务实体不再是一句口号。从国企领导到民企创办人，严奇最能感受到金融业之于民营企业发展的重要性。“过去在国有企业从没去过银行，自己出来办企业一次一次往银行跑。”严奇打趣地说，每次签抵押合同、拍贷款视频，都让家里人“心慌慌”。

现在，他可以底气十足地说，去银行再也不觉心慌了。为什么？发展环境和预期是关键。近年来，我市全力深化金融体制改革，强化金融政策与产业政策的对接联系，设立产业引导股权投资母基金，按照“1+N”的模式，推动社会资本、产业资本和金融资本向实体经济汇聚投入。与此同时，围绕创新链完善资金链，鼓励金融机构创新科技信贷产品，发挥规模各为1亿元的市人才信保基金和市科技成果转化基金的作用，推动科技创新资源与产业资本、

金融资本的紧密融合。数据显示，2018年，市级转贷平台共为我市1021家中小企业办理1506笔转贷应急资金业务，累计使用转贷应急资金98.29亿元，续贷总金额达110.96亿元。转贷政策施行五年以来，没有发生一笔转贷业务呆账、坏账，转贷业务效率和资金安全得到充分保证。

“习总书记的讲话不仅让我们信心倍增，而且让我们企业实实在在‘减负’了。”江苏太运集团董事长包一林高兴地说，公司成立20多年来，第一次贷到了利率只

有3.9%的贷款，这在过去是不可想象的。不仅如此，通过他的认真调研，物流行业的综合税负率已经从4.95%下降到了4.5%，“别小看这下降的数字，对民营企业而言减轻的负担不小。”大力降本减负，提升高质量的营商环境，才能让锡商的步伐变得“更稳当”。调查显示，自2016年以来，无锡已降低企业用工、水电气要素、税费、融资、制度性交易等各项成本200亿元以上。其中，支持小微企业发展税收优惠政策共减税16.2亿元，税收优惠面达到100%。



市工商联开展 服务社区老党员活动

日前，市工商联组织全体机关党员前往滨湖区蠡园街道隐秀苑社区，开展“解难帮困，志愿服务社区老党员”的主题党日活动。

市工商联机关和隐秀苑社区为党建结对共建单位。近年来，隐秀苑社区丰富的党建成果让人振奋，一项项务实的为民服务举措令人鼓舞。市工商联机关党员首先参观了该社区的党建阵地，并相互交流党建工作经验与成果。市工商联机关党员表示，通过此次参观交流，对社区党建工作取得的成绩有了更加直观、全面的理解和认识，今后要要进一步巩固和深化结对共建关系，努力在党建工作上取得更大进步。活动中，市工商联为社区老党员赠送了《不忘初心、牢记使命》《周恩来：永远的榜样》等主题教育相关学习书籍，并捐款2万元协助社区为独居老党员购置智能呼叫系统和烟感器等家庭安全救助设施。（市商供）

江阴成立生命健康 产业技术创新战略联盟

在江阴市近日举办的第29届科技节上，该市生命健康产业技术创新战略联盟揭牌成立。

据了解，该联盟由江阴本地的20家生物医药企业、重点医院和金融机构等组成，主要以产业发展需求为导向，以形成产业核心竞争力为目标，依托产业龙头企业，围绕技术创新链，运用市场机制，集聚各类创新资源，实现政产学研医各方在战略层面的有效结合，大力推动当地生物、医药、化学、医疗卫生等产业协调发展，实现生命健康产业规范化、特色化、专业化和规模化发展目标。（澄商供）

宜兴邀请高校专家 为科技发展支招

最近，宜兴市举行中国大学科技园高质量发展研讨会暨宜兴市产学研对接会，来自清华大学、华中科技大学、北京航空航天大学、江南大学等国内高校科技园的10多名专家齐聚一堂，共同为该市科技发展出谋献策。

宜兴市先后与中科院、清华大学等国内30家高校院所建立全面战略合作关系，全市95%以上的规上企业与高校院所实现紧密“联姻”，培育出电线电缆、化纤纺织、机械装备、陶瓷耐材、节能环保等一批主导产业，并推动一大批高新技术成果在该市落地转化。目前，该市建成省级以上科技企业孵化器5家，其中国家级3家；无锡市级以上众创空间7家，其中国家级2家。对接会上，与会专家对宜兴科创环境、科技投入、引才政策等给予高度评价，并结合各自院校的优势专业与宜兴特色产业合作提出了意见和建议。（小蒋）

天江药业 建省级重点实验室

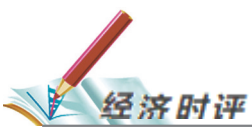
日前，由天江药业承担建设的江苏省中药配方颗粒制备与质量控制关键技术重点实验室，其建设方案通过省科技厅组织的专家组论证。这标志着该重点实验室建设正式进入实施阶段。

据了解，该实验室将在现有省中药配方颗粒工程技术研究中心等系列研发平台基础上，与国内高校院所开展广泛合作，把研究工作进一步向基础研究与应用基础研究方向延伸，开展系列国家标准、国际标准的研究制定，抢占该领域国际技术制高点。此外，还将通过该重点实验室的运作，进一步提升自主创新能力，完善中药配方颗粒理论体系，提升行业综合创新水平，打造国内中药配方颗粒产业技术创新的孵化基地，不断推动中医药的国际化进程。（东流）

华西钢铁300名员工 捐血

近日，江阴市华西钢铁有限公司300多名员工纷纷捐血，共计献血约9万毫升，以缓解当地秋冬季节临床用血量紧张的状况。

本月12日至13日，江阴市红十字会组织的采血车连续两天开进华西钢铁有限公司。员工们纷纷挽起衣袖、伸出臂膀，用热血为生命加油。该公司高速线材厂设备厂长、华西新市村第十党支部书记王霞军在现场献出了400毫升血液。从上大学开始，王霞军每年都参加无偿献血活动，这是他第16次参加无偿献血活动。该公司员工说：“我们奉献一份爱心，这个冬天将不再寒冷。”（张明）



商家发促销信息，“病毒式传播”不可取

刚过去的“双十一”，锡城无论是电商平台还是实体商家，名目繁多的商品促销活动可谓热火朝天。据说，在锡城某些实体店中，不少员工均领受到一项“特殊任务”——利用自己的微信平台，为所在商店发送商品销售信息。“一连三天每天至少要发5条，经检查如果没有完成任务甚至没有做，就要被扣发部分奖金。”许多员工纷纷吐槽，心中自然不快。

其实，这些年，此类做法在商家中并不鲜见，但一般都“偷偷摸摸”地行动，如此堂而皇之地将此作为分派给员工的“硬指标”，并采用经济惩罚的手段，逼迫员工顺从规定，这种强制性的

做法不仅有悖常理，而且有违法律。此类商品信息传播方式，在社会上被称为“病毒式传播”。

不可否认，在社交媒体和社交电商兴起之后，朋友圈的商业价值逐渐凸显。在当今流行的市场营销学中，因此就有了一个颇受推崇的“六度理论”，主张每个人通过“巧妙设计”，都可以通过互联网连接到世界上的任何一个陌生人，这已被公认为朋友圈的流量价值所在。越来越多的商家也非常看重这种朋友圈的传播效果，期望以较低的推介成本，利用朋友圈的流量实现“病毒式传播”，以最大限度地达到促销、吸粉的目的，这也成为某些商家要求员工在个人

微信打广告的主因。每年的“双十一”购物节，不少朋友圈俨然成为促销信息的“骚扰节”。

然而，员工的微信除工作号外，均属熟人社交平台，圈子里也往往以亲朋好友为主，可谓典型的“私人领域”。一般而言，员工的“地盘”只能由员工自己做主。在微信上所发的信息，只要内容不违法，不侵犯他人隐私，想发布什么内容都可以，其他人无权干涉，更不能强迫，员工所在的商家也不能例外。可见，如果商家以单位规定、变相罚款为由，要求员工在微信朋友圈为商品促销打广告，便属于明显的越界行为。

况且，虽然员工与商家是劳务雇佣

关系，需要服从商家的日常管理规定，并较好地履行相应的工作职责，但也是有一定限度的，商家不能要求员工做超出工作范围的事，不能过度干涉员工的私人行为，更不能随意做出超越法律界限的事。如果商家强制员工利用“私人领域”做“公家事”，反而显得商家的“小家子气”，做法实不可取。

所以，商家做任何形式的促销活动，必须尊重员工的隐私权，遵守国家法律法规，或许可采用物质激励、奖励等办法，鼓励员工在朋友圈打广告，但决不能强人所难。此乃所有商家必须遵循的经营之道。

（东流）