

奋进新征程 建功新时代——专题报道

服务大局勇担当 抢抓机遇促转型

——专访东方国际(集团)有限公司党委书记、董事长童继生

■ 本报记者 何秀芳 特约通讯员 刘才源

编者按

这个金秋时节,注定将载入史册。二十大、进博会接续而来,“北京时间”、“进博时间”如约而至。

聚四海商贾,会八方宾朋。伴随着第五届中国国际进口博览会进入开幕倒计时,全球客商将继续抢抓“中国机遇”,共赴“进博之约”。

面对大幕将启的第五届进博会,东方国际集团应当如何一如既往地应对呢?答案正如集团董事长、党委书记童继生所说的:“要胸怀祖国,在服务进博会上扮演好主渠道、主枢纽、主平台和主力军的‘四主’角色”;“要充分认识到今年进博会的艰巨性、特殊性和政治性;要始终牢记积极投入进博会的初心、目标和使命,把进博会作为外贸改革的主要抓手,排除万难、全力攻坚,在第五届进博会各项筹备工作中体现东方担当、作出东方贡献。”

嘉宾简介:童继生,男,1962年出生,汉族,籍贯浙江宁波,高级经济师,经济学博士,1983年参加工作,1984年12月加入中国共产党,现任东方国际(集团)有限公司党委书记、董事长。曾获2018年上海市优秀企业家、2017年全国纺织行业党建工作先进带头人等荣誉。上海市第十一次代表大会代表、第十三届上海市政协委员、中国纺织工业联合会常务理事。

接任东方国际集团董事长以来,童继生善学好思,力求在时尚服装领域开辟新径;他眼光长远,引领核心产业群的创新发

展;他有的放矢,精心打造服务贸易的进博会之窗。“奋进新征程,建功新时代”,在二十大精神指引下,童继生和他率领的东方国际集团,将站在新的历史起点,踏上新征程,再攀新高峰。

东方国际(集团)有限公司党委书记、董事长童继生

东方国际(集团)有限公司是一家拥有先进制造业与现代服务业,以时尚产业、健康产业和供应链服务为核心主业,以科技实业、产业物产、金融投资为支撑的大型综合性企业集团,是中国最大的纺织服装集团和最大的纺织品服装出口企业。

集团董事长童继生表示,历年来,作为中国进口博览局重要合作伙伴,东方国际集团依托强大的国际贸易和物流实力,举全集团之力,对接、参与、服务首届进博会,取得了显著的成绩;体现了东方国际集团服务国家战略的政治站位,彰显了集团在全产业链上的综合实力。

坚持党建引领 服务政治大局

举办进博会是我国着眼于推进新一轮高水平对外开放而作出的重大决策,也是一项主动向世界开放市场的重大举措。

2017年5月14日,国家主席习近平在“一带一路”国际合作高峰论坛上宣布:从2018年起举办中国国际进口博览会。同年8月31日,具有150多年历史的上海纺织和具有70年外贸历史的原东方国际联合重组为新的东方国际集团。集团成为上海最早启动对接进博会的国有大型企业。10月30日,集团召开动员大会,提出“举全集团之力,参与、服务进博会,努

力成为中国国际进口博览会进口国别、企业、产品的一站式综合服务商”。

童继生强调,集团党委把服务对接好进博会作为实现市委市政府提出的“三个引领”“五大任务”“三个争当”目标的重要抓手,充分发挥党员先锋模范和党支部战斗堡垒作用。集团进博办成立之后,集团党委坚持“进博会工作推进到哪里,党的工作就覆盖到哪里”,及时成立临时党支部并配强班子,以“指挥部+项目组+临时党支部”模式,将党支部建到项目攻坚一线。同时广泛发动各级党组

织,善作善成,积极作为,把进博会作为集团传统外贸业务、模式转型、锻炼队伍、展示影响力和辐射力的重大机遇,带领广大党员探索实践,创造了许多史无前例的第一,为企业进一步深化改革转型升级和提质增效夯实了良好基础。

首届进博会至今,东方国际集团积极主动配合政府深度参与进博会各项组织筹备工作,在呼应国家战略过程中体现了大局意识和主动作为精神,也赢得了政府主管部门和社会各界的肯定。

东方国际集团也是上海交易团国资分团的采购主力军。四届进博会的场内采购签约金额分别为2.8亿、4.3亿、4.5亿、5.1亿美元,且合同落地率逐年递增

作为进博会的主要参与者和组织者,东方国际集团的工作成效得到上海市领导的充分肯定。2019年4月4日,上海市委书记李强在调研时指出:东方国际深度参与服务首届进博会,做得非常好;期望集团继续争当进博会的主力军,切实用好进博会这个大平台,更好地发展壮大企业。

2019年10月24日,东方国际提出办博“四主两全一实现”重大模式,并得到上海市国资委的高度认可。即东方国际集团要扮演进博会“主渠道、主枢纽、主平台、主力军”的角色,与全球商人零距离、与全球商品零时差,在服务中发展业务,实现企业转型升级。

体系以及“招展和一站式服务+采购+平台+资质和资源+溢出效应”五大板块,形成纵向到底、横向到边、行之有效、持之以恒的常态化管理办法,成为专业化科学高效服务对接进博会的行动指南。特别是按照系统化、整体化、一条龙服务的要求,制定了进博会工作总体方案。

一方面,纵向到底,构筑紧密关联的三个体系:一是构筑“挂图作战,项目管理”的目标任务体系;二是构筑“整合资源,效益优先”的活动策划体系;三是构筑“用好媒体,扩大效果”的宣传报道体系。

另一方面,横向到边,搭建相互支撑的五大板块:一是全力优化招展和一站式服务;二是深入开展采购工作;三是精心建设交易服务平台;四是努力争取资质和资源;五是着眼放大溢出效应。

推进体制改革 提升专业水平

自2021年起,东方国际集团进博会工作开始探索建立常态化、实效化机制,提升专业化、系统化水平。由集团海企部、进口公司(东方商业)和华东公司(展销公司)共同组成新一届进博办。其中,进博办日常管理协调职责由集团海企部承担,主要业务职责由进口公司(东方商业)和华东公司(展销公司)承担。

采取有效措施 合力攻坚克难

在全球疫情、同行竞争、物理搬迁、机制过渡等主客观不利因素多重叠加的前提下,童继生强调,东方国际集团要深刻领会“逆水行舟,不进则退”的道理,以专业性、操作性、持续性为目标开展工作:

一方面要破除妄自尊大、沾沾自喜的骄傲心态,树立敢为人先、善于破局、深度推进外贸转型的进取精神。首先要借鉴竞争对手经验。深刻领会“不进则退、慢进也是退”的道理,学习绿地全球贸易港贴身抢逼围和攻城略地的精神,不断强化核心竞争力,借鉴光明食品集团、百联集团在综合展位设计方面的经验,进一步提升整体形象,取他人之长,补自身之短,实现高层次上的进步和发展。

其次要用足虹桥品汇平台。虹桥品汇是市政府高度重视、市商务委和虹桥中央商务区管委会重点打造的承接进博会溢出带动效应的平台。要聚合进博办和业务板块的力量,发挥全集团优势配合

虹桥品汇二期A栋运营建设,打造进博会溢出效应具象化展示平台和社会关注的焦点项目。

最后要形成品类直采优势。要以进博会上集团食品类采购大丰收为契机,发扬连续作战精神,按照“一条线、一大片”的战略,奋勇追击,扩大战果。同时以东方商业为主积极开展以“能源低碳及环保技术”为主题的工业品直采探索,培育今后的潜在市场增长点。

另一方面要破除畏首畏尾、得过且过的厌战情绪,树立精益求精、求真务实、持续筑牢办博根基的思维方式。

不断强化横向联系。充分发挥党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用,发动广大干部职工特别是党员骨干投入到进博会的工作中去,着力把推进博办建设成为一个年轻干部同台竞技的赛马场、业务干部建功立业的大舞台、管理干部提升技能的蓄水池。

不断细化横向联系。要借助综合贸易服务商联盟的平台作用,进一步发挥成员单位的资源优势,寻找商机,扩大行业影响力。要借助华东进口商合作联盟的作用,开拓长三角市场,扩展网络渠道,努力把展品变为商品,力求达到规模更大、质量更优、创新更强、层次更高、成效更好以及转型更明确的效果。

不断优化参展能力。继续以“四主两全一实现”为目标,进一步优化集团服务对接进博会的能力,积极争取政府机关与合作单位的支持。

坚持突破创新 主动转型升级

东方国际集团在办博过程中,不断探索,突破创新,加速自身进口贸易转型发展。一是成为更多知名品牌总代理;二是集成国内成熟渠道端;三是塑造“进博品牌”效应,创新商业3.0模式;四是探索展后留购业务,开通市场化运作的中欧班列一进博号,为进口商提供独

特服务便利优势。

同时,东方国际集团不断开拓思路,创新升级,放大进博会溢出效应。在市级层面运营了虹桥品汇、国别中心、Gracina Life 时尚生活馆、龙选优选生活、国际时尚中心、康健善选等6家“6天+365天”交易服务平台,打造了“永不落幕的进博会”。

针对本届进博会,童继生一再表示,各外贸公司要始终牢固树立五个导向,体现集团服务进博会的专业化水平:一是政治导向。要以进博会主力军的责任感,勇于担当,在内外贸联动和内循环的全国统一大市场建设中积极主动作为。二是市场导向。要以市场的思想、观念、手段进行招商、招展和拓展市场渠道。三是改革导向。要通过进博会工作,在培养进口直采自营能力、进口全过程供应链服务、渠道建设等三方面实现外贸公司的改革转型。四是专业导向。要在专业产品、专业服务、专业政策上体现专业化水平。五是扎实作风导向。各外贸公司要在集团进博办的统一指挥协调下,做好服务对接进博会的各项工

作。

献礼二十大,硕果庆丰收;进博大幕启,东方立潮头。作为进博会官方招展合作伙伴之一,上海国资委系统最大的进出口贸易集团东方国际,成绩有目共睹,硕果来之不易,经验弥足珍贵。

相信未来的东方国际集团,将助力进博会越来越好,助力开放的道路越走越宽。

坚持“四商”合一 演好“四主”角色

如何把习近平主席在进博会开幕式上主旨演讲的重要精神落到实处?勇于破题,童继生坚持开放合作,强化招展商、参展商、采购商和服务商“四商”合一功能,把进博会常年交易平台——虹桥进口商品展示交易中心建设作为抓手和路径,着力扮演好主渠道、主枢纽、主平台和主力军“四主”角色,推动外贸改革转型。

目前,东方国际集团具有全系列办展资质,招商资质、搭建资质、物流资质均连续获国家会展中心认定,在业内独此一家,堪称进博会招商展商的急先锋。

第一届进博会,东方国际集团远赴10多个国家招展,飞行汽车、医科达新一代伽马刀成为当年的明星展品;第二届进博会起,集团便成为企业参展商,通过上下联动,聚焦重点展区、重点企业、重点产品,成果斐然,第二代

飞行汽车、古董老爷车、斯凯奇联名款等亮点展品继续吸引眼球;第三届进博会受到疫情影响,针对不少展商在已签订合同的情况下申请退展或取消的情况,集团邀请其作为专业观众入场参观,同时积极寻找替代方,推动相关外贸公司争取展商授权代理其参展,实现了逆势飞扬;第四届进博会通过拜访使领馆、参加各类展会来寻找新资源和隐形冠军,聚焦食品和农产品展区,9个展位1000多平方米以“全球精品,东方直采”为主题打造突出国别特色和专业化采购、辨识度高的综合展位,形成规模效应;本届进博会招展工作受到逆全球化、新冠肺炎疫情冲击等影响,不确定因素明显增多,但他们不畏艰难,在保证招展面积的基础上寻求亮点突破,新增上海国际友城港项目、全球绿色新材料创新港等展位。

坚持科学管理 积极应对挑战

东方国际集团连续打赢服务对接进博会的攻坚战,取得了远超预期的效果。这不仅是业务攻坚的胜利,也是科学管理的成果。在办博过程中,东方国际集团蹄疾步稳,着眼长远,从宏观到微观层层递进,逐步形成了“重大模式+进博精神+管理方法+总体方案+体制改革”矩阵式服务对接进博会指导思想和工作方法,大力弘扬“四个顽强、四个不怕、四个特能”企业作风,着力建立责任到人机制,健全服务供应体系,全力形成纵向到底、横向到边、行之有效、持之以恒的常态化管理办法和行动指南。

出台管理方法 实现三个转变

东方国际每年都将“全力做好进博会工作”列为全集团一号重点战役,进博办每年均制订《“奋战进博200天”行动计划》,将考核目标细化为具体的任务,明确时间节点和工作要求,利用矩阵式项目管理方法扎实推进,着力实现“三个转变”:一是从注重招展数量和面积向注重招展能力和质量转变;二是从注重扫台式的大规模出击向重点产业、重点产品、重点客户转变;三是从重成交向重实效、重落地转变。

研究总体方案 制定行动指南

在总结办博经验的基础上,他们研究制订了《进博会总体方案》,建立责任到人的工作机制,构筑“目标任务+活动策划+宣传报道”三大

