

上海起重运输机械 行业通讯

2023 年 第 4 期

总第 113 期(内部刊物)

双月刊 2023 年 8 月



地址: 上海市东方路 3261 号 B 座 605 室
电话: (021) 64163630

邮编: 200125
传真: (021) 64163630

http: //www. cctash. com
Email: cctash @ 126. com

上海起重运输机械行业通讯

2023 年 第 4 期

总第 113 期(内部刊物)

双月刊 2023 年 8 月

本 期 目 录

序号	题 目	页号
1	协会工作： 协会五届六次理事会召开	3
2	会员介绍： 上海南华机电有限公司	9
3	行业资讯： 如何看待中国经济恢复“波浪式发展、曲折式前进”	15
4	8 月份制造业 PMI 持续回升 我国经济景气水平总体稳定	32
5	技术创新： ZPMC：国内起重能力最大的自升自航式风电安装平台完成全程抬升拔桩试验	37
6	ZPMC：皖江之上“磨”精品	39
7	企业管理： 竞争，就是垄断战略客户	43
8	ZPMC：高质量履约 “深蓝”之处显身手	61
9	党组建设： 不断深化对党的理论创新的规律性认识 在新时代新征程上取更为丰硕的理论创新成果	66
10	法律智苑： 竞业限制：营业执照注册的经营范围相同一定构成竞争关系么？	74
11	健康专栏： 三高人群超实用！服药时间竟然大有讲究！	78

协会工作

上海起重运输机械行业协会 五届六次理事会召开

上海起重运输机械行业协会五届六次理事会于 2023 年 7 月 6 日下午 1:30 在上海南华机电有限公司太仓厂区一楼会议室召开，协会各理事单位代表、监事及顾问等 23 名出席了会议。



会议由协会会长张健主持。常务副秘书长孙景永向理事会作了“协会 2023 年上半度工作报告和 2023 年下半年工作要点”，“协会 2023 年上半年度财务情况的报告”，张会长就秘书处“关于协会举办

港机技术交流会的提案”、“关于秘书处购买办公用电脑的提案”与参会理事进行了审议。



会议举手表决一致通过了协会 2023 年上半年度工作报告和 2023 年下半年度工作要点”、“协会 2023 年上半年度财务情况的报告”、“关于协会举办港机技术交流会的提案”、“关于秘书处购买办公用电脑的提案”。



出席理事会的代表对协会年度的工作表示满意。会上理事们、协会顾问们进行了互动和交流，纷纷表示很期待下半年协会举办的“港机技术交流会”，大家希望协会多多举办类似技术交流会形式的活动，为会员单位提供相互交流、学习的机会，促进起重运输机械行业的健康发展和提升。上海久能机电制造有限公司总经理李六弟、上海新时达电气股份有限公司副总经理成晓航、上海南华机电有限公司总经理

陆洋、上海创未建设工程有限公司总经理史洪卫等所有理事单位代表、协会顾问周奇才教授、于随然教授和王建华总经理等在会上作了发言，对协会今后的工作提出了建设性的意见和建议。



会议过程中，南华公司陆洋总经理带领大家参观了南华公司太仓厂区，代表们在参观过程中，表示虽然以前用过南华公司的产品，但对于南华公司并没有真正的了解，通过这次近距离的接触，对南华公司有了更深入的了解，坚定了今后继续与南华公司的合作。

会议最后，由张健会长总结讲话。首先张会长感谢了上海南华机电有限公司为这次理事会的成功举办在人力、物力等各方面做了精心安排，使本次理事会得以在美好的环境中召开；张会长表示协会要进一步、更好地提供交流平台，希望协会这个平台更好地为会员单位服务；我们这个行业的产业链以制造为主，为上下游服务，要聚精会神干好我们自主选择的行业，发挥自身企业在行业中的独到的优势，把握好时机，使企业得到进一步的升华；同时，张会长还强调了，民营企业的发展必须在合规的前提下，国企、央企合规经营抓得很好，民营企业也要跟上节拍。



最后，张会长表示出口外贸形势严峻，并就振华的订单情况作了简单介绍，分析了国际关系、尤其中美关系对经济、市场的影响，同时分享了振华针对目前国际形势下的经营对策和办法，供大家参考。

名誉会长包起帆在北京参加何良何利奖评审会议，发来信息问候大家，并祝会议顺利圆满。

会后，大家在热烈、和谐的氛围中合影留念。





上海起重运输机械行业协会

2023 年 7 月 7 日



会员介绍



上海南华机电有限公司

南华机电，为安全而生™



上海南华机电有限公司（以下简称南华机电）是一家面向全球工业领域，为用户提供高可靠产品的企业，专注于照明、信号、控制类别产品。南华机电成立于 1990 年，公司注册资金 5000 万元，面积 1.2 万平方米。截至 2018 年 3 月合计员工 283 人，研发人员 32 人，占比 8%。南华机电是世界范围内为码头运营、风力能源、船舶舰艇、重工制造、海洋平台等危险区域提供高品质、高性价比的专业产品及整体解决方案供应商。我们使用先进的技术与严格的质量管控进行产品研发和制造，确保产品在最严苛的环境下仍能高可靠运行，我们为此而感到骄傲。

南华机电拥有自主的科研室和实验室，配备积分球、高低温试验箱、振动测试台等检测设备。我们的开发人员掌握的最新的技術，拥有 28 年产品行业应用经验。

2016 年起执行的《中华人民共和国民用航空行业标准——航空障碍灯 MH/T 6012-2015》，NANHUA 是参与标准编写单位中唯一一家生产企业。

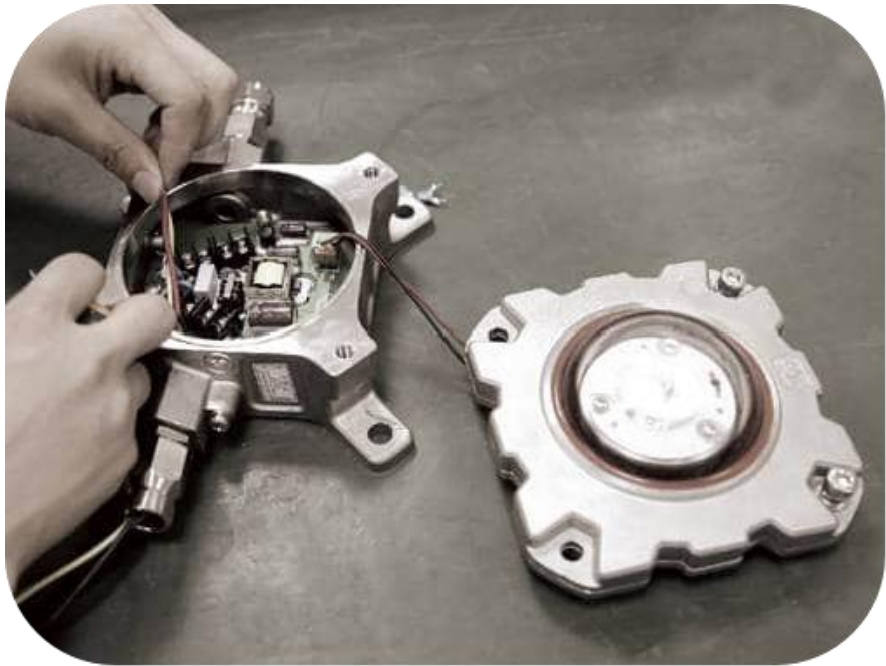
南华拥有 50 多项科研成果，取得船级社认证、UL 认证、中国民航认证、ICAO 等产品相关认证。

南华机电的质量方针是：构筑信赖，追求卓越品质，提供超越客户期望的产品与服务。严格遵循 ISO9001：2015 质量体系标准要求，在 2016 年取得由 DNV.GL 颁发的最新的质量体系认证。

南华机电同样符合相关环境要求，取得了 ISO14001 环境体系认证。

我们的客户遍及全球，南华机电先后成为振华港机、盐田港、南沙港、三一重工、徐工、ABB、ALISTON、华为、中兴等知名大型企业的配套产品供应商。







体育场高杆灯

HL80系列高杆灯应用领域





LED超强防雷高杆灯 HL80

声光报警器 BC-8



南华历程

1990-2000

1990 年，创始人开始以家庭作坊的工作形式为 2 家企业设计制作 BC-8 声光报警器，这是国内第一款声光一体报警器。

2001-2005

2003 年，产品的工艺和品质不断提升，设计范围扩展到大功率扩音设备、LED 警示灯具。开始通过官网塑造企业形象。

2006-2010

2006 年，吸纳更为广泛的文化，扩展研发团队。启动国际业务，与印度企业 Reliance Group 合作，点亮印度 15000 座电信塔。

2011-2015

2011 年，完成金蝶 ERP 系统升级，成为上海高新技术企业。调整薪酬体系，促使薪酬系统能更加合理、更加公平。

2016-2020

2016 年，南华机电作为唯一一家生产企业参与编写的中华人民共和国民用航空行业标准 MH/T 6012-2015《航空障碍灯》发行。

2021-至今

2021 年，受到疫情影响，产品交货期延长，及时调整太仓厂区生产工艺及路线，提高产能顺利度过难关，并获得 ISO900 质量体系认证。

资料来源：上海南华机电有限公司官网



行业资讯

如何看待中国经济恢复“波浪式发展、曲折式前进”

展读中国经济“半年报”，国内生产总值同比增长 5.5%。对中国经济恢复走势，国内国际普遍关注。

“疫情防控平稳转段后，经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。我国经济具有巨大的发展韧性和潜力，长期向好的基本面没有改变。”习近平总书记 7 月 24 日主持召开中共中央政治局会议，就当前经济形势和经济工作作出战略判断和全面部署。

我们要用全面、辩证、长远的眼光，既纵向看，又横向看，在国际比较中，深刻理解这一战略判断，坚定信心做好下半年经济工作。

看成绩——

国民经济持续恢复、总体回升向好，高质量发展扎实推进

深刻理解中国经济恢复“波浪式发展、曲折式前进”，首先需要分析和看清经济运行中的亮点。

梳理上半年成绩单，外贸“新三样”表现亮眼。

电动载人汽车、锂离子蓄电池、太阳能电池外贸“新三样”合计出口增长 61.6%，拉动整体出口增长 1.8 个百分点。数字背后，是外贸加速提质增效，产业升级厚积薄发，“中国智造”势头强劲。

拿新能源汽车来说。7月3日，我国第2000万辆新能源汽车在广州广汽埃安生产线下线。从第一辆到第1000万辆，用了27年；从第1000万辆到突破2000万辆，仅用了17个月。在长三角，1分钟，5辆新能源整车组装完成；4小时车程内，一家新能源整车厂能解决所需配套零部件。

全球一半以上的新能源汽车行驶在中国。美国阿克西奥斯新闻网站报道说，得益于政策支持、良性竞争和乐于接受新兴技术的消费市场，中国新能源汽车行业发展迅猛，短短数年实现极具竞争力的转变。

实体经济是我国发展的本钱。向全球提供50%的风电设备、80%的光伏组件设备，大大降低全球可再生能源的利用成本；首艘国产大型邮轮圆满完成首次试航，全球最大江海联运型液化天然气运输船交付，福建舰下水一周年，造船业“三大明珠”熠熠生辉。制造业高端化、智能化、绿色化发展迈出新步伐，自主可控、安全可靠、竞争力强的现代化产业体系取得新进展，这个“本钱”愈加沉甸甸。

绿色发展是上半年中国经济的又一个突出亮点。

看一条大江。“共抓大保护，不搞大开发”，湖北宜都，化工厂从长江边退到产业园；湖南岳阳，捕鱼人变身护鱼人；安徽铜陵，碧水中又见江豚。长江“十年禁渔”取得阶段性成果，干流水质连续3年保持Ⅱ类。

上半年，我国整体空气质量优良率保持较高水平；水质优良断面比例同比上升 2.1 个百分点；单位 GDP 能耗同比下降 0.4%。天更蓝，地更绿，水更清，发展的“含绿量”更高，万里河山多姿多彩。

量的合理增长夯实“稳”的基础，质的有效提升激发“进”的动能。年中盘点“亮点”，值得细品的还有很多。

比如，国产电影票房攀升背后的文旅大市场。

上半年，全国电影票房同比增长 52.9%，观影人次增长 51.8%；截至 8 月 18 日，2023 年暑期档总票房达 178 亿元，票房前 6 位均为国产电影。电影热伴随文旅热、打卡热，新体验拓展消费新场景，前 7 月社会消费品零售总额同比增长 7.3%，服务零售额同比增长 20.3%。银幕光影，院线内外，映照文旅产业蓬勃发展，彰显消费市场活力。

比如，中欧班列“加速跑”激发的开放新动能。

“小到商品百货，大到机械设备，啥都能运。”义乌西站调车长杜眸很自豪。7 月 29 日，X8020 次中欧班列从义乌西站驶出，奔向西班牙马德里。至此，今年中欧班列累计开行 1 万列。前 7 月，我国对“一带一路”沿线国家合计进出口

8.06 万亿元，增长 7.4%；与东盟贸易总值为 3.59 万亿元，增长 2.8%。钢铁驼队，驰而不息，畅通国际物流通道，带动沿线地区经济回升向好。

一个个“新亮点”印证无可置疑的“绝对成绩”。今年夏粮总产量 2923 亿斤，全国早稻总产量增长 0.8%，前 7 月规模以上工业增加值同比增长 3.8%，7 月份服务业生产指数同比增长 5.7%，三次产业稳步发展；上半年，城镇新增就业 678 万人，居民人均可支配收入实际增长 5.8%，人民生活持续改善。

殊为不易的“相对成绩”，是观察中国经济的又一扇窗口。

加快补短板，释放巨大需求。

上半年新开工改造城镇老旧小区 4.26 万个，惠及 742 万户；2021 年以来，东部省份和中央单位在脱贫地区打造了 2300 多个乡村振兴示范村。短板也是潜力。区域协调、城乡融合，为产业再布局和梯度转移提供腾挪空间，我国仍处于总需求较快释放阶段。

下好先手棋，防范化解风险。

持续推进中小银行兼并重组；严格落实政府举债终身问责制；继续做好保交楼工作加快项目建设交付……兜牢安全底线，助力平稳发展。

“符合预期，来之不易。”国家发展改革委主要负责同志表示，国民经济持续恢复、总体回升向好，高质量发展扎实推进，这是在外部需求走弱、国际环境变化对我不利影响加大、国内周期性结构性矛盾交织叠加、一些领域风险隐患逐步显现的情况下实现的。

5.5%，是“绝对成绩”与“相对成绩”的综合显现，也是诸多内在优势相互作用的体现。我们有以习近平同志为核心的党中央的坚强领导，有社会主义市场经济的体制优势，有超大规模市场的需求优势，有产业体系配套完整的供给优势，有大量高素质劳动者和企业家的人才优势，这是正确认识中国经济形势的逻辑起点。

看韧性——

放在全球“坐标系”中比较，更能见出中国经济具有巨大的发展韧性和潜力，长期向好的基本面没有改变

深刻理解中国经济恢复“波浪式发展、曲折式前进”，还需把视角放在全球“坐标系”中去观察。

“全球经济正从新冠疫情和俄乌冲突带来的影响中逐步复苏，但尚未走出困境。”国际货币基金组织首席经济学家皮埃尔—奥利维耶·古兰沙坦言。

国际比较中，更能发现我国经济回升向好的难能可贵。

——5.5%的增速全球领先，“中国答卷”含金量十足。

外部环境复杂严峻。观察其他地区表现，二季度欧元区 GDP 同比增长 0.6%，欧盟 GDP 同比增长 0.5%，美国 GDP 按年率计算增长 2.4%。“即便考虑到二季度的情况，上半年中国经济增速在主要经济体当中仍然是最快的。”国家统计局新闻发言人付凌晖说。

再看一组对比。世界银行预计 2023 年全球经济增速为 2.1%，同比下降 1 个百分点。国际货币基金组织预计今年中国经济增速有望达 5.2%，中国对全球经济增长的贡献率将达 1/3 左右。

环视全球，中国经济继续发展具备多方面优势和条件。

韧性强，中国经济是一片大海，而不是一个小池塘。

C919 国产大飞机首次开启“双机商业运营”；首台国产 F 级 50 兆瓦重型燃气轮机正式投入商运；大型水陆两栖飞机“鲲龙”已具备执行灭火任务能力.....我国稳居世界第二大经济体、第一大工业国，制造业规模连续 13 年位居世界首位，经济实力、科技实力、综合国力跃上新台阶。

潜力大，中国市场空间巨大、前景广阔。

宁夏银川苏银产业园内，总投资 300 多亿元的宝丰电池储能项目现场热火朝天。推广苏州工业园区经验，一个千亿元级的清洁能源产业集群加速成长。协调发展取得长足进展，中部和西部地区生产总值占全国的比重，由 2012 年的 21.3%、19.6%提高到 2022 年的 22.1%、21.4%。

活力足，中国发展动能充沛、动力强劲。

空客将在天津建设第二条生产线，宝马第六代动力电池项目在沈阳全面动工，今年上半年新设外商投资企业增长 35.7%。截至目前，专精特新“小巨人”企业累计达 1.2 万家；4 月份登记在册的民营企业突破 5000 万户。

——核心 CPI 涨幅基本稳定，供应稳定而丰富的“米袋子”“菜篮子”“果盘子”是最基本最重要的民生福祉与经济底座。

上半年居民消费价格指数（CPI）同比上涨 0.7%。7 月份，CPI 环比由降转涨，上涨 0.2%，为近 6 个月来首次转正；同比由上月持平转为下降 0.3%。如何看待我国 CPI 涨幅低位运行？

“世界经济复苏乏力，受国际油价基数较高、猪肉价格周期性波动影响，国内汽柴油和猪肉价格同比分别下降 13.5%和 26%，是 7 月份 CPI 低位运行的重要原因。”付凌晖说，另一方面，剔除食品和能源的核心 CPI 同比上涨 0.8%，涨幅比上月扩大 0.4 个百分点，显示出消费特别是服务消费持续恢复。

辩证看，核心 CPI 涨幅基本稳定，物价始终保持平稳运行，保障千家万户小日子安安心心。中国民生银行首席经济学家温彬认为，7 月 CPI 呈现“环比强、同比弱”“食品弱、服务强”的特征，环比强在于能源价格反弹及核心 CPI 环比回暖，同比弱主要是去年基数大涨所致。食品弱和季节性、反常天气表现、加大农产品进口等因素有关，服务强则反映了居民文化旅游等相关需求反弹。核心 CPI 有望在居民消费需求回暖带动下保持稳定，并逐步回归合理水平。

相较于中国的物价平稳，美欧国家正经历几十年来少见的高通胀，一些发展中国家则受到债务困扰。

IMF 预计今年全球总体通胀水平仍达 6.8%。欧元区 6 月份整体通胀率为 5.5%，远高于欧洲央行设立的 2%通胀警戒线。《日本经济新闻》的报道认为，当地企业遭遇的共同困难是物价高涨导致的成本上升和劳动力不足。

宏观稳定是稀缺资源。“中国持续推进高质量发展，为动荡的世界提供了更多稳定性和确定性。”世界银行前经济学家姆旺吉·瓦吉拉表示。

“两个饭碗”牢牢端稳。粮价是百价之基，落实最严格的耕地保护制度，打好种业翻身仗，全国粮食意向播种面积 17.7 亿亩以上。夏粮丰收了，全年经济就托底了。能源是工业的粮食，稳住煤炭“压舱石”，加大油气增储上产，形成多元清洁能源供应体系。能源保障有力了，经济运行就顺畅了。

供给优势更加夯实。一分钟，110 片柔性显示屏在成都生产，45 台冰箱、50 台洗衣机、64 台空调在合肥出厂。我们有最完整的产业体系、完善的配套能力、日益完备的基础设施网络。上半年，620 种主要工业产品中，331 种产品产量实现增长，增长面超过五成，为稳定国内物价奠定坚实基础，也为稳定全球物价贡献力量。

——进出口规模历史同期首次突破 20 万亿元，顶住了压力、稳住了规模。

港口，最能触摸外贸脉动。来自杭州的光伏专列缓缓驶进宁波港，有序转乘，前往印尼雅加达。上半年，宁波舟山港完成货物吞吐量 6.79 亿吨，同比增长 6%。截至 2022 年，宁波舟山港年货物吞吐量连续 14 年居全球第一。

这个第一不容易。

全球需求疲软。就拿日常不离身的手机来说，二季度全球智能手机市场同比下降 10%。全球市场乏力，中国也受波及，上半年我国智能手机出货量 1.24 亿台，同比下降 7%。

世界贸易组织预测，今年全球货物贸易量预计增长 1.7%，明显低于过去 12 年 2.6% 的平均水平；全球制造业 PMI 新出口订单指数持续位于收缩区间。研究表明，10 年来“世界开放指数”不断下滑。

在世界经济增长动能不足的大环境下，中国经济负重前行，以自身的持续稳定发展为不确定的世界注入了确定性。二季度以来，我国月度进出口规模稳定保持在 3.4 万亿元以上，出口在国际市场的份额保持基本稳定。

“坚定不移扩大对外开放，在互利共赢基础上扩大同世界各国的经贸往来，高水平开放的成效不断显现。”上海社科院研究员权衡说。

看前景——

突出“稳”、强化“进”、实现“好”，我们有信心、有条件、有能力高质量完成全年经济社会发展目标任务

深刻理解中国经济恢复“波浪式发展、曲折式前进”，关键是要坚定信心、攻坚克难，做好当前的工作。一方面，要看到发展和前进是主流，另一方面，要做好应对波浪和曲折的准备。

经济发展从来不是一马平川，中国经济从来都是在攻坚克难中发展壮大的。这既是历史规律，也是经济规律。

习近平总书记7月24日主持召开中共中央政治局会议，对做好下半年经济工作作出全面部署，强调要坚持稳中求进工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，全面深化改革开放，加大宏观政策调控力度，着力扩大内需、提振信心、防范风险，不断推动经济运行持续好转、内生动力持续增强、社会预期持续改善、风险隐患持续化解，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

坚持“稳中求进工作总基调”，锚定“推动经济实现质的有效提升和量的合理增长”，不搞头痛医头脚痛医脚，杜绝大水漫灌。有分析人士表示，这份“施工图”一脉相承、循序渐进，盯住关键、谋在长远，体现了战略定力与策略活力相统一。

信心比黄金更宝贵。迎难而上、精准施策，就会将一个个“问号”拉直。

——着力扩大内需。

总需求不足，的确是当前经济运行面临的突出矛盾。

看消费，上半年市场销售增势较好，但 6、7 月份社会消费品零售总额同比增速有所回落。消费还能持续恢复吗？

“经济社会恢复常态化运行后，接触型、服务型消费率先恢复。但疫情造成的冲击和影响不可能在短期内完全消除，消费内生动力仍需继续加强。”国家信息中心经济预测部宏观处副处长邹蕴涵分析。

把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革结合起来，充分发挥消费“引擎”作用，让居民能消费、敢消费、愿消费。

夜游梅林古镇、打卡客家夜市，江西省赣州市赣县区，文旅融合火热“出圈”。
“‘五一’发了 300 万元消费券，带动 5000 万元消费。下半年继续改造夜间集市，挖掘传统文化，拓展消费模式。”赣县区商务局副局长谢强说。

支持新能源汽车下乡，今年以来各地计划投入促进家电消费资金超 25 亿元，真金白银，为大宗消费回暖“添柴加火”；加强金融支持，优化演出赛事活动审批程序，真招实招，为服务消费升级保驾护航；16 条举措，鼓励引导“村 BA”

“村超”健康发展，积极发展绿色低碳消费市场，真抓实干，为新型消费发展营造风尚。

看投资，前7月全国固定资产投资（不含农户）同比增长3.4%，但增速有所放缓。投资的关键作用还能发挥吗？

追根溯源。前7月，制造业投资、基础设施投资同比分别增长5.7%、6.8%，但房地产开发投资同比下降8.5%。“投资放缓主要受房地产开发投资影响，基础设施和制造业投资对经济增长的贡献仍然较大。”中国宏观经济研究院投资研究所研究员刘立峰说。

对症开方。“从需求端看，刚性和改善性合理住房需求有序释放，将继续带动房地产发展；从供给端看，随着房地产市场阶段性调整逐步到位，供给也会趋于稳定，房地产投资会逐步回到合理水平。”付凌晖认为。

深挖潜力。目前，我国人均基础设施资本存量只有发达国家的20%至30%，投资潜力巨大。重大工程建设扎实推进，国家发展改革委上半年已审批核准固定资产投资项目91个，总投资7011亿元；制造业投资持续发力，工业和信息化部引导企业丰富拓展5G应用场景，深化工业互联网融合应用，发力6G、量子通信、卫星互联网等未来产业。

——提振企业信心。

当前，一些企业经营困难，发展预期偏弱。

分析利润。上半年，工业生产稳步恢复，但规上工业企业利润同比下降。工业企业经营状况能否改观？

“随着市场需求扩大、创新动力增强、促进工业发展政策措施落地见效，工业恢复基础将不断巩固，企业盈利状况有望继续改善。”付凌晖认为。

分析预期。前7月民间投资下降0.5%，7月中国中小企业发展指数为89.3，连续两个月回升，仍处在景气临界值100以下。如何推动社会预期持续改善？

应当看到，受需求不足等问题影响，有的企业信心尚未完全恢复。特别是有的民营企业把不准发展趋势，投资方向不明。把发挥政策效力和激发经营主体活力结合起来，一批可操作、能见效的政策措施密集出台，助企业行得稳、行得远、行得好。

7月19日，《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布。

“大家都在热烈讨论。第一时间认真学习，再次深切感受到，支持民营经济发展是党中央的一贯方针。”小米集团董事长兼首席执行官雷军表示，企业将坚守主业、做强实业，推进技术创新、推动产业发展。

让民企敢闯。多部门发布促进民营经济发展 28 条措施；多项支持小微企业和个体工商户发展的税费政策延续优化至 2027 年底.....政策科学发力，预期逐步改善。7 月份制造业采购经理指数（PMI）为 49.3%，比上月上升 0.3 个百分点。

“上半年减免所得税额近 40 万元，相信更多政策‘红包’，会为技术创新添‘活水’。”广东清远市中振智农科技有限公司副总经理张斌说。

让外企敢投。进一步优化外商投资环境政策，继续合理缩减外资准入负面清单，落实好外资企业圆桌会议机制，保持与外资企业的常态化沟通交流.....瞄准市场化、法治化、国际化一流营商环境，助外企深耕中国市场，共享发展红利。

7 月初，联合国贸易和发展会议发布了《2023 年世界投资报告》，近 5 年来中国的外国直接投资（FDI）收益率为 9.1%，欧美为 3%左右，巴西、南非、印度等新兴经济体为 4%至 8%。“我们在北京、上海和深圳有很多合作伙伴，期待未来进一步扩大在华业务。”法国传感器公司普诺飞思联合创始人兼首席执行官卢卡·维雷说。

——筑牢民生之基。

就业是民生之基。今年需要在城镇就业的新成长劳动力 1662 万人，规模创近年新高。就业需求如何得到更好满足？

“供给增加、竞争加剧，叠加技能不匹配、信息不对称、择业观念变化等因素，导致当前青年人就业压力较大。”对外经济贸易大学教授李长安分析，我国正在发力战略性新兴产业，这些领域的岗位与高校毕业生的就业技能、求职需求更为匹配，将更好吸纳高校毕业生就业。随着经济持续恢复，用工需求继续扩大，青年就业有望逐步向好。

推行“直补快办”模式；落实创业担保贷款和贴息政策；打造万个“家门口”就业服务站……准确预判就业形势，一系列力度大、靶向准的政策接连出台，减负、稳岗、扩就业。

举个例子。长护险，新试点，短短几年，参保人数 1.69 亿，护理人员从 3 万人增加到 33 万人，实现“三赢”：切实减轻失能人员家庭负担、促进服务体系发展、创造就业新岗位。

从挑战看应战，从趋势看走势，做好今年经济社会发展工作，对于全面建设社会主义现代化国家开好局、起好步至关重要。

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平经济思想为指导，更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，勇于担当作为，善于攻坚克难，扎实推动经济高质量发展，我们有信心、有条件、有能力高质量完成全年经济社会发展目标任务。（记者 刘志强、王浩、李心萍）

来源： www.cinic.org.cn 中国产业经济信息网 人民日报

8 月份制造业 PMI 持续回升

人民网北京 8 月 31 日电（记者杨曦）国家统计局今日发布数据显示，8 月份，制造业采购经理指数为 49.7%，比上月上升 0.4 个百分点；非制造业商务活动指数为 51.0%，比上月下降 0.5 个百分点，但持续位于扩张区间；综合 PMI 产出指数为 51.3%，比上月上升 0.2 个百分点，我国经济景气水平总体保持稳定。

制造业采购经理指数连续三个月回升

图1 制造业PMI指数（经季节调整）



图片来源：国家统计局官网

8月份，制造业PMI回升至49.7%，在调查的21个行业中，有12个行业PMI环比上升，制造业景气水平进一步改善。

生产需求同步回升。生产指数和新订单指数分别为51.9%和50.2%，比上月上升1.7和0.7个百分点，均为近5个月以来的高点，特别是新订单指数4月份以来首次升至扩张区间，制造业生产活动加快，市场需求有所改善。从行业看，农副食品加工、化学原料及化学制品、汽车等行业生产指数和新订单指数均高于53.0%，供需两端较为活跃。

企业采购意愿增强。在制造业生产和市场需求改善的带动下，近期企业采购活动有所加快，采购量指数升至扩张区间，为 50.5%，高于上月 1.0 个百分点。从行业看，化学原料及化学制品、汽车等行业采购量指数和反映原材料进口变化情况的进口指数环比均有所上升，且位于 53.5%以上的较高运行水平。

价格指数持续上升。随着近期部分大宗商品价格上涨，以及企业采购活动加快，制造业市场价格总体水平有所回升，主要原材料购进价格指数和出厂价格指数比上月上升 4.1 和 3.4 个百分点，分别为 56.5%和 52.0%，其中出厂价格指数重返扩张区间。从行业看，农副食品加工、石油煤炭及其他燃料加工等行业主要原材料购进价格指数和出厂价格指数处于 60.0%以上高位，环比上升均超过 7.0 个百分点。

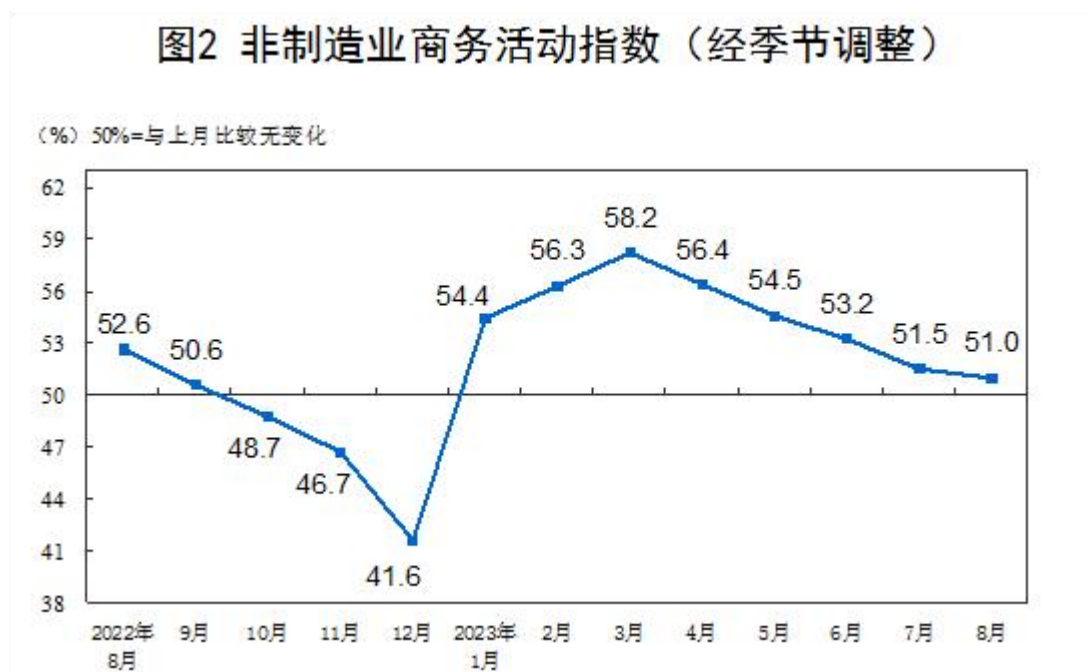
大中小型企业 PMI 均有所回升。大型企业 PMI 为 50.8%，比上月上升 0.5 个百分点，连续三个月位于扩张区间，大型企业景气水平稳中有升。中、小型企业 PMI 分别为 49.6%和 47.7%，比上月上升 0.6 和 0.3 个百分点，景气水平继续改善。从产需看，大、中型企业生产指数和新订单指数均位于扩张区间，产需两端同步增长；小型企业两个指数虽低于临界点，但环比回升较为明显。

企业信心有所增强。生产经营活动预期指数为 55.6%，比上月上升 0.5 个百分点，连续两个月位于较高景气区间，表明随着近期一系列宏观调控政策措施密集出台，企业对市场发展信心进一步增强。从行业看，除纺织业外，其他行业生

产经营活动预期指数均位于景气区间，尤其是农副食品加工、汽车等行业位于60.0%以上高位景气区间，企业对行业发展前景较为乐观。

调查结果还显示，市场需求不足仍是当前企业面临的主要问题，制造业恢复发展基础尚需进一步巩固。

非制造业商务活动指数继续扩张



图片来源：国家统计局官网

8月份，非制造业商务活动指数为51.0%，比上月下降0.5个百分点，非制造业保持扩张态势。

服务业延续恢复态势。服务业商务活动指数为 50.5%，比上月下降 1.0 个百分点，仍高于临界点，服务业继续保持扩张。从行业看，本月暑期消费对服务业增长的拉动作用依然较为明显，铁路运输、航空运输、住宿、餐饮、生态保护及公共设施管理、文化体育娱乐等行业商务活动指数连续两个月位于 55.0% 以上较高景气区间，业务总量继续较快增长。从市场预期看，业务活动预期指数为 57.8%，继续保持在较高景气区间，多数服务业企业对未来行业发展较为乐观，其中零售、邮政、电信广播电视及卫星传输服务、货币金融服务等行业业务活动预期指数位于 60.0% 以上高位景气区间，企业对近期市场发展信心较强。

建筑业景气水平回升。建筑业商务活动指数为 53.8%，比上月上升 2.6 个百分点，建筑业生产活动加快。从行业看，土木工程建筑业商务活动指数为 58.6%，高于上月 4.6 个百分点；新订单指数为 52.6%，升至扩张区间，表明基础设施项目建设工程施工进度加快，土木工程建筑业市场需求改善。从市场预期看，业务活动预期指数为 60.3%，持续位于高位景气区间，建筑业企业对近期市场发展预期向好。

综合 PMI 产出指数小幅回升

8 月份，综合 PMI 产出指数为 51.3%，比上月上升 0.2 个百分点，继续保持在扩张区间，表明我国企业生产经营活动总体稳定扩张。构成综合 PMI 产出指数的制造业生产指数和非制造业商务活动指数分别为 51.9% 和 51.0%。

来源：人民网



技术创新

国内起重能力最大的自升自航式风电安装平台完成 全程抬升拔桩试验

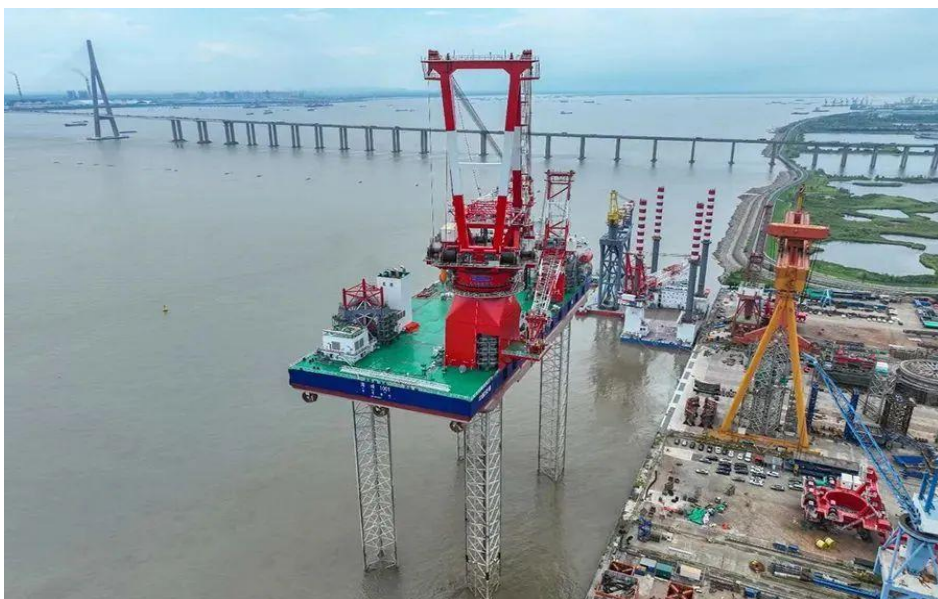
8月8日，国内起重能力最大的自升自航式风电安装平台——中交海峰2500吨自升自航式风电安装平台“海峰1001”完成全程抬升拔桩试验。



“海峰 1001”

“海峰 1001”2500 吨自升自航式风电安装平台由主船体、主辅起重机、4 个桁架式桩腿、4 套齿轮齿条式升降系统等组成。船长 133.8 米，型宽 50 米，型深 11 米，艏部右舷设 2500 吨绕桩式全回转起重机，完全实现船型设计、建造及核心配套设备的国产化。

项目建成后适用于砂性土、粘性土或类似地质作业。主要用于 15 兆瓦及以上机组设备安装，可同时运载 2 套 15 兆瓦风机机组设备，最大作业水深 70 米，可进行无限航区航行，满足 B 级冰区航行，适用智能船舶规范。



通过本次抬升试验验证，“海峰 1001”2500 吨自升自航式风电安装平台的升降动力系统、控制系统及整体装配满足设计要求。该船预计近期开始试航。

来源：上海振华重工 公众微信号

ZPMC：**皖江之上“磨”精品**

5月16日一大早，振华重工所属振华重装码头一片忙碌。在这里，巢马城际铁路马鞍山公铁长江大桥项目首节段即将开始转运。

巢马城际铁路位于安徽省境内，西起商合杭铁路巢湖站，向东至马鞍山东站。马鞍山公铁长江大桥是巢马城际铁路的控制性工程，建成后将成为巢马铁路、市域轨道交通、城市快速路共用的过江通道。该桥横跨巢湖与马鞍山之间的长江水道，全长3248米。作为目前世界上最大跨度的三塔两主跨斜拉桥，是名副其实的“一跨逾千米”。



振华重工所属振华重装承建标段位于长江主汉航道上马鞍山侧，长约610米，钢结构工程总量约3.4万吨。

巢马项目钢梁节段通体为亮眼的朱樱色，上层为公路桥面，下层为铁路桥面，采用N形桁架，远看如一顶精致的“镂空小轿”。实际上，这些节段并不小，本次首发的节段长28米、宽36米、高21.5米，重1200吨，是名副其实的“大家伙”。

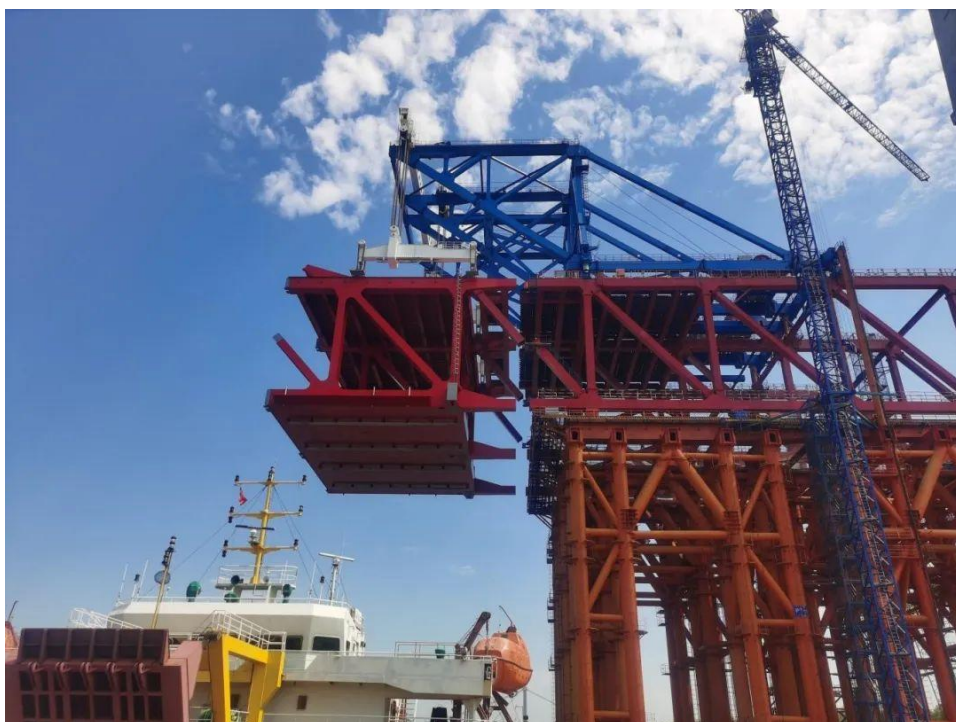
近年来，考虑到起重船资源紧张等因素，振华重装在大型产品的发运中，更多采用模块车滚装过驳的方式帮助这些“大家伙”顺利上船。本次巢马项目的首节段发运也不例外。



发运当日，尽管团队业务熟练，发运准备还是耗费了不少时间。上午八点，首节段乘坐着模块车从场地出发，缓慢移往停靠在码头的运输船。原本预计在中午涨潮期间完成装船任务，却被并不如人意的潮高中断，只能暂停作业，等下一波涨潮的来临，这一等就等到了天黑。晚上九点，潮水高位姗姗来迟，项目团队一鼓作气，迅速将节段转运至运输船。短短 200 米的转运路程，走走停停花了一整天，大家纷纷感慨“好事多磨”。

5 月 18 日，载着巢马项目首节段的运输船沿着长江水道，一路上行至距离 180 海里的马鞍山公铁长江大桥桥位现场。那里，项目经理刘毅和团队成员们正翘首以待它的到来。

5 月 20 日中午，首节段到达桥位现场指定泊位靠泊。等待它的是细致的验收工作。“首节段有两次验收。一次是驻厂验收，针对厂内制造的全过程。另一次是桥位现场的验收，包括节段的尺寸、外观、油漆、焊缝等细节。”项目副总工孙会见直言，两次验收虽然麻烦，但更严谨。尤其对于首节段吊装，验收工作再怎么仔细都不为过。况且，公司产品制造的精度标准都是毫米级的，大伙儿对于验收工作信心满满。经过一周的现场验收及后续的配载、荷载试验，5 月 28 日首节段吊装顺利完成，大家严阵以待首吊后的焊接作业。



2019 年，金安金沙江大桥项目生产制造期间，公司就开始推广 U 肋全熔透技术。2021 年，厦门第二东通道项目 16 毫米厚肋板采用的全熔透焊接顺利实现，代表着公司充分掌握了全熔透焊接核心技术。而本次巢马项目不仅在 U 肋，还在嵌补段全部采用了全熔透焊接工艺，是公司全熔透焊接技术更深层次的精心“打磨”。

以往的 U 肋全熔透多应用于节段内 U 肋与顶板接触的通缝。巢马项目在此基础上更进了一步，在相邻节段间 U 肋嵌补段四边也采用全熔透焊接工艺。U 肋嵌补段焊于公路桥面顶板上，需要焊接工人在距离铁路桥面十多米高的公路桥面顶板下方仰位焊接。仰位焊对焊工技能要求更高，稍不留意

就可能出现焊接缺陷。得益于振华团队焊接技术人员的精湛技艺，首条环缝的焊接过程中，U肋嵌补段的焊接工作推进顺利，实现零返修。

在基地，振华人专心致志，讲究工匠精神，把一个个桥梁部件做到极致；在安装现场，振华人创新担当，精雕细琢，打磨好每一道焊缝，并仔细回检，不放过任何一个细节。在整个项目团队的努力拼搏下，首吊顺利完成，用户对振华钢桥的质量高度认可，进一步坚定了项目团队在后续桥位吊装和焊接作业中用心“磨”出精品的决心。

来源：上海振华重工 公众微信号



企业管理

竞争，就是垄断战略客户

销售就是狩猎，客户经营就是种庄稼

中国改革开放 40 年，前 30 年一直是跑马圈地，现在该圈的地已经圈得差不多了，接下来要解决的问题是守客户吃饭。客户经营这个事情，欧

美已经做了三四十年了，但在中国只有五六年的历史。我记得 2019 年一个互联网大厂第一次找我谈“客户经营”，当时连这样的企业对这个概念都不是很了解。

我在刚开始学销售时，就听到一种说法：**销售分两类，一类是猎人，一类是农民**。我一直认为猎人和农民是两种不同类型的销售，实际上不然，你当然可以理解为两种不同类型的销售，但一个更好的理解是把它理解成销售的不同发展阶段。借用这个比喻，我们可以把经营理解成种地。

农民种地，无非三件事：第一件事，找一块好地，站在经营的角度讲就是找到经营的客户。这并不容易，找错了万劫不复，找对了飞黄腾达。找对地以后，农民要做的第二件事是播种子，站在经营的角度是制定策略和计划。第三件事是除草、耕地、施肥，站在客户经营的角度讲就是执行客户经营计划。所以，**销售就像是狩猎，客户经营就是种庄稼**。

客户经营的概念很容易被误解，很多人会产生误区：

误区 1：与客户各个层面的人建立良好关系就是客户经营

与客户建立私人关系的确是客户经营中的一个动作，但客户经营不止限于此，因为私人关系过于薄弱，很容易被撕裂，更重要的是要建立一种组织关系，建立一种撕不破、打不烂的关系，就像麦当劳和可口可乐这样的关系。

误区 2：努力让客户对我们的产品和服务满意就是客户经营

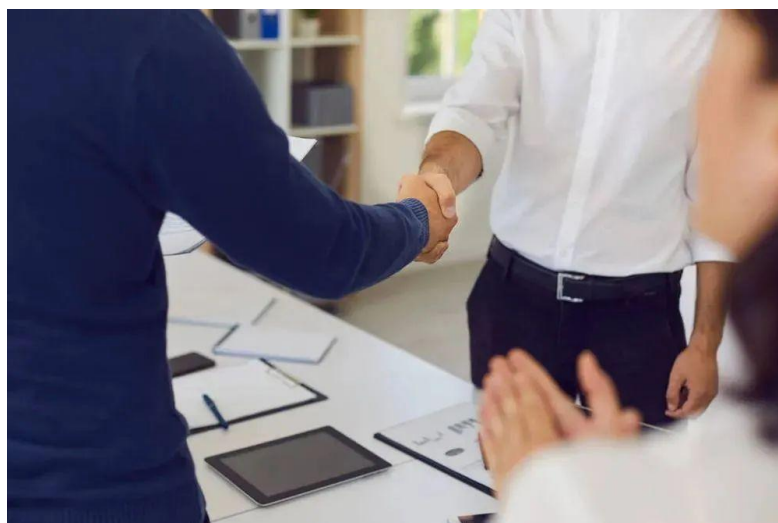
做客户经营的时候如果客户对你很满意，的确会打下良好的基础，但这并不代表客户满意就是客户经营。客户满意或者是客户服务是面向过去的，而客户经营是面向未来的。

误区 3：为特定客户提供定制化的产品和服务就是客户经营

为客户定制产品、定制服务，是可以被替代的。你要知道，如果你可以被替代，你就一定会被替代，因为客户离开你的成本很低。所以，定制化是谈不上客户经营的。

误区 4：用一些特殊政策争取留住大客户就是客户经营

很多人认为，要用一些特殊政策，比如优惠、降价把大客户留住，这是错误的，大客户经营是双赢的概念，如果因为我要留住你，所以我就要吃亏，



对不起，这不是经营，这是讹诈！

以上的行为，要么是单赢的，要么是短期的，要么是面向过去的，都算不上客户经营。真正的战略客户经营要符合六个特点：

特点一：层次。和销售相比，经营的层次不同。客户经营是商业行为，而不是销售行为。销售行为是一个部门把这个事情担了，甚至一个销售就把单子签了，但商业行为是全公司的战略级行为。

大客户经理每天做的事情是在客户那里研究客户战略，发现客户需求，了解各个层面的问题，然后回到公司协调各个部门的经理，开各种各样的会，解决客户多层次的问题。

站在客户经理的角度讲，客户经营活动往往需要联合公司内部多个部门去完成，而不是像销售一样单个部门就可以完成。当然，商业还有一层意思，它是你公司的战略。所以，经营比销售层次高很多。

特点二：少数。有一次，一家拥有 13 万家客户的互联网公司告诉我想做客户经营，我问他们准备选出多少客户做经营？这家公司的老大说，每个。我说：你疯了？你们的很多客户都是夫妻店，做什么经营？客户经营不是面向所有客户展开的，只是面向少数客户展开的。

一是因为客户经营的投入很大，如果对每个客户都投入，你根本投不起。二是没必要，因为只有少数大客户才是真正有意义的客户。

特点三：战略。销售往往是“你有病我有药”——客户有需求、有问题，我拿着产品、拿着方案怼上去。但客户经营不是这样的。我辅导的一家公司每个月都会做客户经营分析会，你去看那个分析会时会发现客户经理和销售做的事情完全不一样。客户经理要写百八十页的 PPT，从客户的战略、问

题开始分解，一直分解到我可以帮它做什么。所以，客户经营是战略层面的分解。

特点四：系统。客户经营是系统的，不是零散的、随机的。出租一个设备或者帮客户介绍一个客户不是客户经营，客户经营是为客户提供系统的方案、详细的计划，持续的时间往往在一年左右。

特点五：主动。服务往往是被动的，是客户有问题你去解决，但是客户经营不是。客户经营是主动给客户提供详细计划，比如帮客户进入东南亚市场、将业务转移到线上、做安保方案等。如果你能做到这一点，我想很多客户会感激涕零。只有主动，才能真正建立和提高你与客户的关系。

特点六：投入。客户经营前期的投入非常多，可能几十万、几百万。举个例子，我们派 5 个人和客户做联合研发，这 5 个人一年需要 100 万工资。客户经营是以利益为基础、与客户培养伙伴关系的过程。

由此可见，战略客户经营是公司层面展开的、针对特定客户的、通过响应客户的战略和业务满足客户需求从而持续获取订单的一种长期行为。

客户经营怎么做？我们可以借鉴 IBM 的客户经营模型，简单说就是三步法：搜集信息、制定计划、执行计划。不过，客户经营要搜集的信息非常多。我们平常做销售只是搜集客户的基本信息或者这次采购的信息，而客户经营要搜集客户的经营信息，比如它的战略、问题、面临的外部环境、采购状况、竞争对手未来的三年发展、内部的关键决策人，等等。



客户经营不是选择题，而是一道是非题

客户经营为企业、为供应商带来的好处是非常惊人的，往往能十倍甚至几十倍地提升销售额，就像是灰姑娘一步跨入豪门。

价值一：垄断战略客户。李开复写过一本书，叫作《创业就是要细分垄断》，我把这句话改一改：竞争就是垄断战略客户。因为战略客户通常是非常重要的客户，这样的客户数量是很有限的，你占了别人就得死，别人占了你就得死。我经常说，**客户经营不是一道可做可不做的选择题，而是一道是非题，要么你做，对手完蛋，要么对手做，你完蛋，没有中间地带。**

价值二：更多的采购占比。我有一家客户是卖软件的，一年从他的客户那里获得 5000 万收入。这个数额不算低，但他告诉我这一点都不多，他们的客户一年花 12 亿采购信息化产品，他才拿 5000 万。提高采购占比对他们公司而言有非常重要的意义，做好客户经营就能实现这一点。

价值三：长期收入的稳定。每个企业都喊我们要做百年老店，怎么做百年老店？其实很简单，你抱住战略客户的大腿就行。它活着你就活着，它不行了你再换一个。

价值四：防止坏账。有一个数据，烂客户会吃掉你 40% 的利润。天天折腾你的客户真的是给你带来最多利润、最多收入的客户吗？未必。有一家建筑公司的老板问某集团的董事长，一年有多少坏账？董事长说没有多少坏



账。这个老板很震惊：我一年营收 300 亿，每年有几个亿的账要打官司，你一年营收 1000 多亿，怎么可能没有那么多坏账了。董事长说：我客户少呀！这句话的意思是：**我选客户，不是什么客户都做。**

不是所有客户都要做客户经营，但有几类是非做不可的：

第一类：5/50。如果你们公司前 5% 的大客户占销售收入的 50%，这些客户必须做客户经营。假设你有 1000 家客户，你算一下，排名前 50 的客户为你创造的收入占总销售收入的百分比是多少？如果占到了 30%、40%、50%，你必须做客户经营。

第二类：长单客户。长单就是汽车配件、食品、饲料、化工原料、工业品等，这些产品客户今天买、明天买、后天还买，对这样的客户必须做客户经营。

第三类：少数客户。有些公司的客户很少，只有 3、4 家。我见过一家供应商只有华为一家客户，华为一年给他的服务费超过 1 亿，这个客户一走，这家公司就没了，这样的客户必须做客户经营。

第四类：巨型客户。比如你是卖建材的，或者是做装修的，开发商就是你的巨型客户。你既要一个项目一个项目地拿，又要围着客户做经营。



如何选择你的战略客户？

我们要做客户经营，面临的第一个问题是选择战略客户。

做战略客户经营时，选 3-5 个客户是比较合适的。不能只选 1 个，客户经营的周期很长，风险很大，要把鸡蛋放到几个篮子里，但又不能放太多篮子，因为放太多没有那么多资源支撑。

数量定下来了，**第二个问题是：什么是战略客户？**这个问题至关重要。

规模大的客户一定是战略客户吗？不一定。有一家做工程装修的建筑公司，行业前三，其 99% 的销售收入来自于某个大客户，虽然这家公司意识到了问题，不断降低这个大客户的销售占比，但后来这个大客户暴雷后，它还是未能幸免于难，现在正在破产清算。成也萧何、败也萧何，选对一家战略客户飞黄腾达，选错一家死无葬身之地。

不能失去的客户一定是战略客户吗？

有一家供应商是做某种原材料的，它在刚创立时费尽千辛万苦拿下了一家大客户，这家大客户占了它销售份额的 30% 左右，可想而知对他有多重要。它和这家大客户的关系非常好，可以说是生死相依、荣辱与共。后来大客户上市了，按说这应该是一个美好的故事，但实际上这是一个悲剧，因为

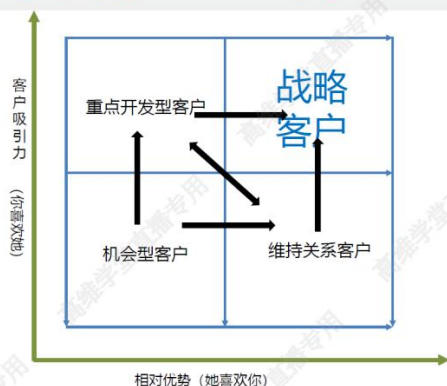
上市不久这两家公司就分道扬镳了——它主动提出不再为这家大公司提供任何产品。为什么会这样呢？原因是这家大客户开发了一个产品，这个产品恰恰是供应商的战略产品。换句话说，两家公司在战略方面形成了冲突。放弃这家大客户对这个供应商而言非常痛苦，内部的反对声音非常大，但是老板坚决斩断了他们的关系。我问过这个老板：这样做真的合适吗？老板只说了一句话：**战略大于客户**。

能带来更高利润的客户就是战略客户吗？也未必。**战略客户一定是能和你战略协同的**。我刚去用友时，卖软件不是很赚钱，当时最赚钱的是 PC 机，但用友的老板发了一个誓：一台硬件都不卖。正是有这样的战略定力，才有用友今天的规模。有些钱赚 1 万能变成 100 万，这叫战略的钱。有些钱赚 1 万能赔进 9000，甚至赔进 1.1 万。到底赚什么钱？每个企业都应该搞明白。

品牌影响大的客户就是战略客户吗？也未必。有些大客户也挺“无耻”的，我当年签了一个在国内极其有影响的大客户，那个大客户说：我们公司名气很大、品牌很牛，能用你们的产品肯定会对你们品牌的提升有巨大的帮助，所以你好意思要钱吗？这样的客户也不是真正的大客户。

怎么来确定战略客户？我们首先确定大客户不一定是战略客户，然后要明确一点：战略客户是你喜欢他，他喜欢你。这就出现了两个维度：你喜欢他叫客户吸引力，他喜欢你叫相对优势。相对谁的优势？相对竞争对手的优势，也就是说，你的客户认为你比竞争对手强。

战略客户的选择与定义



■ 你需要她实现战略

■ 她需要你实现战略

两个维度划分了四个象限，出现了四类客户。

第一类客户：你不喜欢他，他也不喜欢你

互相不喜欢，怎么形成交易？说句不好听的，这叫“一夜情”，想起来就买一把，想不起来就拉倒，这是机会型客户。

第二类客户：他喜欢你，你不喜欢他

这是“单相思”，这种客户最难取舍。他不符合你的战略，和你的未来差异很大，但是他确实买过你的东西，而且对你非常好，觉得你作为供应商非常出色。这类客户你不可能抛弃他，但他确实不是你的未来。对这类客户，你能做的事情一是提供标准服务；二是提供廉价的情感；三是降低成本。

第三类客户：你喜欢他，他不喜欢你

这类客户是重点开发型客户，是你需要经营的。华为早期想和和记黄埔合作，但当时和记黄埔根本不用华为的东西，于是华为派了 1000 多人在和记黄埔旁边免费服务、随叫随到，做了一年，终于把对方感动了，愿意与华为合作。重点开发型客户就是要投入资源，就要做“舔狗”。

第四类客户：你需要他，他也需要你

这类客户是真正的战略客户，可谓青梅竹马、两小无猜，最后走进婚姻的殿堂。

客户经营需要经营好重点开发型客户和战略客户，当然，对这两类客户的经营方法有很大区别。

我们强调要做好客户分类，是因为有几个好处：**第一**，对不同类型的客户采用不同的策略。有的客户直接交给经销商维护，有些客户要玩命攻下来。**第二**，客户分类图不是静态的，是 90 天刷新一次。因为在你的客户中，有些重点客户会转为战略客户，有些维持关系客户会转为战略客户，同时有一些战略客户会转化为维持关系型客户。所以，这个图要不断地循环、不断地刷新，这样可以降低成本，提高客户经营效率。

要分类，必须有标准。最好的标准就是你定标准。举个例子，假设你的公司产能冗余，设备开工不足，工人没活干，现在有两个客户，第一个需求量大而且稳定、利润低，第二个利润高、需求量小但不是特别稳定，应该选哪个？你肯定选第一个。但如果你的公司产能饱和、活儿干不过来，你可能会选择第二个。所以，分类标准一定是和公司相关的，并不是固定的。

制定标准：客户吸引力

高维学堂



1. 客户规模
2. 增长潜力
3. 公司稳定
4. 容易接触
5. 关系密切
6. 战略匹配
7. 接受创新
8. 方案契合
9. 竞争程度
10. 市场地位

客户吸引力因素									
	权重	客户名称							
吸引力因素									
1									
2									
3									
4									
5									
6									
合计									

怎么制定标准？客户吸引力是一个维度。客户吸引力因素有很多：

你从中选了 5 条（不能超过 6 条）后，要做的事情是设计权重。每个标准的重视程度是不一样，比如，你可能会认为过往的回款是 40% 的权重，而品牌影响力只有 15% 的权重。设计完权重以后你要开始打分。最后实

示例

高维学堂



战略客户评价表												
客户吸引力标准（我喜欢客户）												
序号	标准	权重	海尔		华为		中兴		格力		大众	
			实际分	加权分	实际分	加权分	实际分	加权分	实际分	加权分	实际分	加权分
1	规模	40	7	280	9	360	3	120	5	200	7	280
2	品牌知名度	20	6	120	9	180	4	80	3	60	6	120
3	集中采购	15	8	120	5	75	6	90	6	90	8	120
4	存在机遇	10	8	80	3	30	8	80	6	80	9	90
5	战略契合	15	6	90	2	30	5	75	1	15	1	15
合计		100	690		675		445		445		625	

际分乘以加权分就得出了一个分数，从而算出谁是真正应该经营的客户。



1. 价格
2. 服务
3. 质量
4. 反应速度
5. 创新
6. 额外投入
7. 供应链地位
8. 排他性
9. 可持续性
10. 价值观

3、相对优势标准（客户喜欢我）

客户：						
序号	标准	权重	我方		对手	
1	质量稳定	15	7	105	8	120
2	能与自己一起合作创新	25	3	75	3	75
3	具有成本优势	20	2	40	4	80
4	方案整合能力强	25	1	25	1	25
5	品牌好	5	9	45	2	10
合计		100		290		310

另一个维度是相对优势。首先你要回答一个问题：每个客户喜欢我什么？然后设计权重、打分，得出这个维度的分数。

填入矩阵后，你就做好分类了。

客户吸引力标准让你找到你想从客户身上获得什么，相对优势标准是找到客



户想要你做什么。

最好的策略就是利用优势抓住机会

把客户选出来后，就要对他进行经营了。客户经营的本质是提升两家组织之间的关系，是建立一种撕不破、打不烂的关系。但关系是通过互动提升的。互动是什么，就是“没事找事”，比如今天吃饭，明天唱歌，渐渐地，关系就处出来了。客户经营也是这样，你得没事找事。

当然，要提升关系，首先需要对关系进行评价。我们可以利用组织关系评价模型。

在组织关系模型中，**第一层是价格层**，谁价格低买谁的。无论对他再好都招标，而每次招标都是最低价中标。你献出了一片爱心，他只看价格。

第二层是产品层，相同价格先买你的。他认为你们家产品或者服务有一定的优势，不过他不愿为这种优势付出太高的代价，甚至不愿意付出额外的代价，但他承诺相同价格先买你。一些老供应商、老客户往往处于这样的状态。

第三层是价值层，你开始为客户贡献一些产品服务之外的价值了，比如帮客户制定制度、提供基础指导、介绍一些老客户等。但这些价值是零散的、短期的、不太确定的，简单说就是有机会帮一把。

第四层是协同层，你开始为客户做一些长期的、有计划的事情。我辅导过一家重庆的制造业企业，这家公司卖的产品一是摩托车发动机，二是除草机发电机。它有五家大客户，占销售收入的 90%左右。我们花了一天的时间分析五家客户的诉求以及如何实现这些诉求，这其实就是协同层需要做的活动。

第五层是战略层，有一家银行给他的供应商说，我不是希望你简单地做一个

经营分析		高维学堂	
		客户/FOP	
		客户外部趋势	客户内部状况
■ 趋势	FOP	1、国家新能源补贴延长导致发动机销量大受影响 2、受各种因素影响外贸出口下降导致柴油机受影响 3、疫情结束，出游需求增多	1、发动机到电机转型，2024年实现电机收入占比25% 2、机技术不足 3、造车新势力不认可他们 4、希望通过技术创新打入新能源车领域，成为比亚迪的供应商
■ 状况	我们	1、IPD咨询能力强 2、有完整的面向高端的解决方案 3、对客户的情况非常了解	1、缺乏供应链整合方面的经验
■ 优势	我司优势		我司劣势
■ 劣势			

软件或硬件，而是希望你作为我们的支柱供应商。供应商问他什么是支柱供应商？他说很简单，我们现在要进入区域前三，你能告诉我你如何帮我进入区域的前三吗？做哪些事情可以帮助我进入区域前三？在这种情况下，你就进入了战略层，和客户建立了撕不破、打不烂的关系。

关系层级可以衡量战略协同到了什么程度。明确这一点后，接下来要找到经营策略。我们先看一张图。

我们先要分析客户的外部趋势，比如疫情结束、出口下降、国家能源增长补贴等，接着再分析客户的内部状况，比如业绩翻三番、想进入东北亚市场、想推出四款新产品等。从外部趋势和内部状况，我们可以看到变化，变化导致机会。

有了机会之后，你要问自己一个问题：我能抓住这个机会吗？拿什么抓机会？拿优势抓机会。**其实所有策略的制定本质上都是拿优势抓机会。**你制定策略的时候一定要想清楚一件事：如何拿优势抓机会？有时候你没优势，那怎么办？我们就拿客户练兵。举个例子，有一个公司喊了一个口号是“研发前移”，我问他为什么这样？他说口号这么喊，但本质上是我们的研发力量太弱，我们不太懂客户业务，干脆拿客户练兵。这个公司的老大说了一句非常有道理的话：所有产品的成熟都是以牺牲客户为代价成长起来的。

什么叫经营策略？经营策略包括五点：

我在哪些方面为客户贡献价值；
我如何贡献价值；
我贡献的价值如何让客户知道；
我们的投入；
我们的回报。

策略描述的格式



关于经营策略的描述，有一个格式，大家可以参考：

当然，这只是一个策略，换句话说只是一个目标，你还要制定详细的计划，这可能需要花费你一天、两天，甚至一周的时间，但值得。我听过一句话：幸运就是一个聪明人想出了一个帮助大家一起偷懒的办法，不幸就是一个笨蛋号召大家一起努力。如果公司动不动就号召大家一起努力，这哥们儿没策略。

维系好关键关系，才能做厚客户界面

在客户经营中，还有一点需要强调，那就是关键关系。关键关系在华为的体系是指你的高层和客户高层的关系，实际上在客户经营的范畴里，关键关系指的不只是客户高层，而是对经营工作有影响的那些人。

维持好关键关系是非常重要的，为什么？**第一**，在中国的社会体系下，如果和客户高层关系不好，你很难做客户经营，而且，做完客户经营你还需要高层的认可，他们认可了你这个关系评价才能高一层，这是必然的。**第二**，做客户经营的时候没有客户高层的支持也做不下去。**第三**，如果你和关键人关系好了，可以做厚客户界面，防御竞争对手进入。所谓做厚客户界面，就是你的 8 个副总和客户的 12 个总裁都有很好的关系，这就是做厚，就是由一个点变成一条线乃至一个面。

客户高层关系怎么做？我先讲一个案例。有一次，我辅导一家公司，有一个大客户经理要带他的老板去与客户公司的老板吃饭，我也跟着去了。席间，大家其实也没有做太多事情，就是聊天、陈述一下友谊。回来的路上，我问客户经理做这个事情的目的是什么？他说：我们公司采取了人盯人防守。比如战略客户有 5 个副总，我们也出 5 个副总或者 3 个副总，每个人盯其中一个人，或者一个人盯其中两个人。所谓“盯”，其实很简单，比如提前了解

对方孩子生日、结婚纪念日等，到时间了告诉老板发贺信、请吃饭、送礼品等。

除了人盯人防守，还要关注连接场景，比如有一些大企业在盯大客户时，发现大客户的高层去读 MBA，就会安排某个副总报同样的班，跟他做同学，从而建立起打不破的关系。

在做关键关系管理时，一定要建立客户档案。客户档案表中会记录客户高层的各种信息，比如生日、血型、结婚纪念日、爱好、同学、升迁路径、圈子等。这本质上对客户经营的一次透彻的理解和分析。

最后，总结一下，客户经理有三个重点活动需要做。**一是客户档案的建设。**所谓的客户档案，本质上对客户经营的一次透彻的理解和分析。**第二是客户分类。**客户分类很多公司不是特别重视，如果你能够有精准的分类，并且 90 天刷新一次，对公司策略、费用、成本的控制都有巨大的作用。**第三，经营策略的制定。**经营策略的核心希望是用优势抓机会，机会来自于外部趋势和客户的目标。

来源原创： 中外管理传媒 高维学堂



高质量履约 | 海上利器，“深蓝”之处显身手

7月25日，振华重工启东海工码头现场，鞭炮齐鸣、礼花齐放，4000吨全回转起重船“海峰2001”正式交付，“这个项目的成功对于风电行业装备进一步实现‘中国制造’具有深远的战略意义。”振华重工启东海工党委书记、董事长过文骏说道。



该船是振华重工为中交海峰风电建造的大型海上施工船舶，也是目前交付的国内起升高度最高、DP 动力定位能力最强的用于风电桩基础作业的专用大型起重船。“即使放在国际上也是属于主流船型行列。”4000吨全回转起重船项目经理文科巍说道。投产后，将显著提升船舶在深远海的作业能力，同时可延长深远海风电场施工气象窗口期，有效降低工程建设成本。该船具备的这些特殊“技能”将会让其在我国风电市场占据一席之地，彰显其“大力水手”的本色，也将为完成国家碳达峰、碳中和的目标贡献力量！

18 个月，打造海上“巨无霸”

“这是一艘名副其实的‘大船’，物量十分充足！”文科巍说道，“船舶结构净重近17000吨，被划分178只分段，单只最大分段重418吨，仅焊材重量就超过了250吨，全船电缆总公里数达到近500公里。”这艘海上“巨无霸”的建造过程涉及90个设备供应商、392份详细设计图纸，以及978份分段及区域生产图纸，给项目团队带来了巨大的挑战。文科巍感慨：“我们必须在18个月内完成船舶的建造、交付工作。”



建造之初，起重船建造很快遇到第一只“拦路虎”。由于钢板材料生产批次和到货时间略有不同，同一只分段的钢板材料无法同时集齐，影响分段建造和吊装搭载的连续性。为此，项目团队积极协调，不断寻求“最优解”。一次偶然的机会，文科巍发现靠前分段急需的钢板，在靠后的分段中也有使用，并且已经到货。“为什么我们不能‘取长补短’呢？”最终，项目部从已到材料中，调取了同规格钢板材料。灵活地调整钢板使用顺序，解决了燃眉之急，有效保证了分段建造和搭载吊装的连续性。

船艏部超大分段重达400多吨，也是船只建造遇到的第二只“拦路虎”。受疫情影响，分段材料延期到货，为了确保艏部分段能够按期交付搭载，项目部召集

了制造、设计、工艺人员提前至现场研究分段建造和脱胎方案，以及细化吊装模式、转运方式和转运路径。为了充分利用起吊能力，合理使用场地资源，项目部计划将分段做成大组件，“这样不仅能压缩建造周期，还能更安全、快速完成分段建造。”文科巍说道。

由于车间行车起重能力限制，传统的“双车联吊”无法实现超大分段在车间内脱胎，外场高胎架数量有限，也不能满足众多艏部分段同时建造的需要。为了加快分段建造进度，经设计、工艺和现场生产人员联合评估，决定大胆采用“三车联吊”的吊装方案。“三车联吊”对于工艺设计水平以及行车司机、指挥的配合程度是一个重大考验。在分段吊装前，制造部门召开了专项讨论会，并成立了超大分段吊装指挥小组，确定小组成员的职责分工。

随着总指挥的一声令下，分段在所有人的注视下缓缓离开胎位。三台行车在司机的指挥下紧密配合，前后有序移动，历时 4 个小时，终于顺利将分段脱胎上门架，进入后续完工报验阶段，保证了船舶的建造进度。

“红色力量”，赋能项目建设“加速度”

“项目在哪里，党旗就插在哪里；项目推进到哪里，党建工作就延伸到哪里。”为进一步发挥党建引领带动作用，推进党建与项目融合，船舶项目部先后成立了党员先锋队和青年突击队。为了确保试航顺利进行，自船舶出坞以来，项目部刚性执行项目计划，用 2 个月的时间完成了全船设备的油、水、电、气的调试及报验任务。备航期间，项目部还开展了消防应急疏散演练，“演练不仅能增强所有参与试航人员的安全防范意识，还能提高船舶应对突发事件的处置能力，确保试航期间万无一失！”文科巍说道。



6月25日，随着一声冲锋号角的吹响，4000吨全回转起重船“海峰 2001”顺利起航，正式开启试航。项目部与船东、船检密切配合，制定多份详细周密的试验顺序表，昼夜不息地开始了试验。

试航第三天，某个试验配件出现故障。面对突发情况，党员先锋队队长文科巍与项目设计经理、党员先锋队队员王瀚仔细研究、反复试验后，确定此配件无法继续使用。随后，两人通过卫星电话紧急联系物资采购部人员，与配件厂家商讨对策。他们连续两天一夜几乎没有合眼，最终成功调配到备件，安排拖轮夜间高速航行，连夜送入起重船试航所在的东海水域，保证了项目试航顺利进行。



“七一”建党节当天，辽阔的海面上泛起波光，4000 吨全回转起重船“海峰 2001”宛如“巨龙”在海面乘风破浪。在文科巍的带领下，党员先锋队和青年突击队众人来到甲板上，挥舞着党旗，齐声高喊：“不忘初心跟党走，牢记使命争先锋！我们接续荣光，使命必达，再创辉煌！祝愿祖国繁荣昌盛，祝党 102 生日快乐！”

最终，起重船顺利完成为期 11 天的试航任务，各项数据均满足设计要求，赢得了船东船检及监理的一致好评，“这就是振华的力量！”

4000 吨全回转起重船“海峰 2001”自 2022 年 5 月开工以来，项目部克服了疫情、台风、高温、限电、供应链限制等影响，提前预判风险、加强前期策划、强化项目管理，按计划完成项目建造过程中的各重要节点。“我们提前 18 天完成四方见证，提前 6 天签署交船协议，助推高质量履约！”过文骏笑着说道。

来源：上海振华重工 公众微信号



党组建设

习近平在中共中央政治局第六次集体学习时强调

不断深化对党的理论创新的规律性认识 在新时代新征程上取得更为丰硕的理论创新成果

■开辟马克思主义中国化时代化新境界的重大任务，是当代中国共产党人的庄严历史责任。党的二十大报告在总结历史经验基础上，提出并阐述了“两个结合”、“六个必须坚持”等推进理论创新的科学方法，为继续推进党的理论创新提供了根本遵循，我们要坚持好、运用好

■回顾党的百年奋斗史，我们党之所以能够在革命、建设、改革各个历史时期取得重大成就，能够领导人民完成中国其他政治力量不可能完成的艰巨任务，根本在于掌握了马克思主义科学理论，并不断结合新的实际推进理论创新，取得了毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、新时代中国特色社会主义思想等重大理论成果，始终坚持解放思想、实事求是、与时俱进、求真务实，使马克思主义在中国焕发出强大生命力，使党掌握了强大的真理力量。中国共产党为什么能，中国特色社会主义为什么好，归根到底是马克思主义行，是中国

化时代化的马克思主义行。这是历史的结论。我们要不断深化对党的理论创新的规律性认识，在新时代新征程上取得更为丰硕的理论创新成果

■马克思主义中国化时代化这个重大命题本身就决定，我们决不能抛弃马克思主义这个魂脉，决不能抛弃中华优秀传统文化这个根脉。坚守好这个魂和根，是理论创新的基础和前提。理论创新必须讲新话，但不能丢了老祖宗，数典忘祖就等于割断了魂脉和根脉，最终会犯失去魂脉和根脉的颠覆性错误。我们必须坚持马克思主义这个立党立国、兴党兴国之本不动摇，坚持植根本国、本民族历史文化沃土发展马克思主义不停步，坚定历史自信、文化自信，坚持古为今用、推陈出新，以马克思主义为指导对中华五千多年文明宝库进行全面挖掘，用马克思主义激活中华优秀传统文化中富有生命力的优秀因子并赋予新的时代内涵，将中华民族的伟大精神和丰富智慧更深层次地注入马克思主义，有效把马克思主义思想精髓同中华优秀传统文化精华贯通起来，聚变为新的理论优势，不断攀登新的思想高峰。我们要拓宽理论视野，以海纳百川的开放胸襟学习和借鉴人类社会一切优秀文明成果，在“人类知识的总和”中汲取优秀思想文化资源来创新和发展党的理论，形成兼容并蓄、博采众长的理论大格局大气象

■要及时科学解答时代新课题。时代是思想之母，实践是理论之源。一切划时代的理论，都是满足时代需要的产物。用以观察时代、把握时

代、引领时代的理论，必须反映时代的声音，绝不能脱离所在时代的实践，必须不断总结实践经验，将其凝结成时代的思想精华。我们推进理论创新是实践基础上的理论创新，而不是坐在象牙塔内的空想，必须坚持在实践中发现真理、发展真理，用实践来实现真理、检验真理

■要牢固树立大历史观，以更宽广的视野、更长远的眼光把握世界历史的发展脉络和正确走向，认清我国社会发展、人类社会发展的逻辑大趋势，把握中国式现代化的历史沿革和实践要求，在新一轮科技变革、全球经济发展大格局和我国发展的阶段性特征中深化对推动高质量发展、构建新发展格局的规律性认识，在世界马克思主义政党命运比较和我们党长期执政面临的现实考验中深化对党的自我革命战略思想的规律性认识，全面系统地提出解决现实问题的科学理念、有效对策，让当代中国马克思主义、21 世纪马克思主义展现出更为强大、更有说服力的真理力量

■推进理论的体系化、学理化，是理论创新的内在要求和重要途径。马克思主义之所以影响深远，在于其以深刻的学理揭示人类社会发展的真理性、以完备的体系论证其理论的科学性。新时代中国特色社会主义思想的发展是一个不断丰富拓展并不断体系化、学理化的过程。马克思主义理论研究和建设工程要不断深化理论研究阐释，重点研究阐释我们

党提出的新理念新论断中原理性理论成果，把握相互的内在联系，教育引导全党全国更好学习把握新时代中国特色社会主义思想的理论体系

■要注重从人民群众的创造中汲取理论创新智慧。马克思主义是为人民立言、为人民代言的理论，是为改变人民命运而创立、在人民求解放的实践中丰富和发展的，人民的创造性实践是马克思主义理论创新的不竭源泉。人民作为历史的创造者，不仅是物质财富的创造者，也是精神财富的创造者。马克思主义中国化时代化成果，都是党和人民实践经验和集体智慧的结晶。无论是毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系，还是新时代中国特色社会主义思想，无不源自于人民的智慧、人民的探索、人民的创造。继续推进党的理论创新必须走好群众路线，决不能闭门造车、坐而论道、流于空想。要尊重人民首创精神，注重从人民的创造性实践中总结新鲜经验，上升为理性认识，提炼出新的理论成果，着力让党的创新理论深入亿万人民心中，成为接地气、聚民智、顺民意、得民心的理论

新华社北京7月1日电 中共中央政治局6月30日下午就开辟马克思主义中国化时代化新境界进行第六次集体学习。中共中央总书记习近平在主持学习时强调，开辟马克思主义中国化时代化新境界的重大任

务，是当代中国共产党人的庄严历史责任。党的二十大报告在总结历史经验基础上，提出并阐述了“两个结合”、“六个必须坚持”等推进理论创新的科学方法，为继续推进党的理论创新提供了根本遵循，我们要坚持好、运用好。

中央党校（国家行政学院）副校（院）长李文堂就这个问题进行讲解，提出工作建议。中央政治局的同志认真听取了讲解，并进行了讨论。

习近平在听取讲解和讨论后发表了重要讲话。他指出，回顾党的百年奋斗史，我们党之所以能够在革命、建设、改革各个历史时期取得重大成就，能够领导人民完成中国其他政治力量不可能完成的艰巨任务，根本在于掌握了马克思主义科学理论，并不断结合新的实际推进理论创新，取得了毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、新时代中国特色社会主义思想等重大理论成果，始终坚持解放思想、实事求是、与时俱进、求真务实，使马克思主义在中国焕发出强大生命力，使党掌握了强大的真理力量。中国共产党为什么能，中国特色社会主义为什么好，归根到底是马克思主义行，是中国化时代化的马克思主义行。这是历史的结论。我们要不断深化对党的理论创新的规律性认识，在新时代新征程上取得更为丰硕的理论创新成果。

习近平强调，马克思主义中国化时代化这个重大命题本身就决定，我们决不能抛弃马克思主义这个魂脉，决不能抛弃中华优秀传统文化这个根脉。坚守好这个魂和根，是理论创新的基础和前提。理论创新必须讲新话，但不能丢了老祖宗，数典忘祖就等于割断了魂脉和根脉，最终会犯失去魂脉和根脉的颠覆性错误。我们必须坚持马克思主义这个立党立国、兴党兴国之本不动摇，坚持植根本国、本民族历史文化沃土发展马克思主义不停步，坚定历史自信、文化自信，坚持古为今用、推陈出新，以马克思主义为指导对中华五千多年文明宝库进行全面挖掘，用马克思主义激活中华优秀传统文化中富有生命力的优秀因子并赋予新的时代内涵，将中华民族的伟大精神和丰富智慧更深层次地注入马克思主义，有效把马克思主义思想精髓同中华优秀传统文化精华贯通起来，聚变为新的理论优势，不断攀登新的思想高峰。我们要拓宽理论视野，以海纳百川的开放胸襟学习和借鉴人类社会一切优秀文明成果，在“人类知识的总和”中汲取优秀思想文化资源来创新和发展党的理论，形成兼容并蓄、博采众长的理论大格局大气象。

习近平指出，要及时科学解答时代新课题。时代是思想之母，实践是理论之源。一切划时代的理论，都是满足时代需要的产物。用以观察时代、把握时代、引领时代的理论，必须反映时代的声音，绝不能脱离所在时代的实践，必须不断总结实践经验，将其凝结成时代的思想精华。

我们推进理论创新是实践基础上的理论创新，而不是坐在象牙塔内的空想，必须坚持在实践中发现真理、发展真理，用实践来实现真理、检验真理。在“两个大局”加速演进并深度互动的时代背景下，人类社会面临许多亟待解决的共同问题，我国改革发展稳定、内政外交国防、治党治国治军等各个领域也都面临着一系列新的重大课题，中国之问、世界之问、人民之问、时代之问给我们提出的新考题比过去更复杂、更难，迫切需要我们从事理论与实践的结合上提交答案。要牢固树立大历史观，以更宽广的视野、更长远的眼光把握世界历史的发展脉络和正确走向，认清我国社会发展、人类社会发展的历史逻辑大趋势，把握中国式现代化的历史沿革和实践要求，在新一轮科技变革、全球经济发展大格局和我国发展的阶段性特征中深化对推动高质量发展、构建新发展格局的规律性认识，在世界马克思主义政党命运比较和我们党长期执政面临的现实考验中深化对党的自我革命战略思想的规律性认识，全面系统地提出解决现实问题的科学理念、有效对策，让当代中国马克思主义、21世纪马克思主义展现出更为强大、更有说服力的真理力量。

习近平强调，推进理论的体系化、学理化，是理论创新的内在要求和重要途径。马克思主义之所以影响深远，在于其以深刻的学理揭示人类社会发展的真理性、以完备的体系论证其理论的科学性。新时代中国特色社会主义思想的发展是一个不断丰富拓展并不断体系化、学理化的

过程。马克思主义理论研究和建设工程要不断深化理论研究阐释，重点研究阐释我们党提出的新理念新论断中原理性理论成果，把握相互的内在联系，教育引导全党全国更好学习把握新时代中国特色社会主义思想的理论体系。

习近平指出，要注重从人民群众的创造中汲取理论创新智慧。马克思主义是为人民立言、为人民代言的理论，是为改变人民命运而创立、在人民求解放的实践中丰富和发展的，人民的创造性实践是马克思主义理论创新的不竭源泉。人民作为历史的创造者，不仅是物质财富的创造者，也是精神财富的创造者。马克思主义中国化时代化成果，都是党和人民实践经验和集体智慧的结晶。无论是毛泽东思想、中国特色社会主义理论体系，还是新时代中国特色社会主义思想，无不源自于人民的智慧、人民的探索、人民的创造。继续推进党的理论创新必须走好群众路线，决不能闭门造车、坐而论道、流于空想。要尊重人民首创精神，注重从人民的创造性实践中总结新鲜经验，上升为理性认识，提炼出新的理论成果，着力让党的创新理论深入亿万人民心中，成为接地气、聚民智、顺民意、得民心的理论。

来源：人民网—人民日报（2023年07月02日 01版）



法律智苑

竞业限制：营业执照注册的经营范围相同 一定构成竞争关系么？

王某诉 A 信息技术有限公司竞业限制纠纷案

关键词：民事/竞业限制/审查标准/营业范围

【要点】

人民法院在审理竞业限制纠纷案件时，审查劳动者自营或者新入职单位与原用人单位是否形成竞争关系，不应仅从依法登记的经营范围是否重合进行认定，还应当结合实际经营内容、服务对象或者产品受众、对应市场等方面是否重合进行综合判断。劳动者提供证据证明自营或者新入职单位与原用人单位的实际经营内容、服务对象或者产品受众、对应市场等不同，主张不存在竞争关系的，人民法院应予支持。

【基本案情】

王某于 2018 年 7 月 2 日进入 A 信息技术有限公司（以下简称 A 公司）工作，双方签订了期限为 2018 年 7 月 2 日至 2021 年 8 月 31 日的劳动合同，约定王某就职智能数据分析工作岗位，月基本工资 4500 元、岗位津贴 15500 元，合计 20000 元。

2019 年 7 月 23 日，王某、A 公司又签订《竞业限制协议》，对竞业行为、竞业限制期限、竞业限制补偿金等内容进行了约定。2020 年 7 月 27 日，王某填写《辞职申请表》，以个人原因为由解除与 A 公司的劳动合同。

2020 年 8 月 5 日，A 公司向王某发出《关于竞业限制的提醒函》，载明“……您（即王某）从离职之日 2020 年 7 月 27 日起须承担竞业限制义务，不得到竞业企业范围内工作或任职。从本月起我们将向您支付竞业限制补偿金，请您在收到竞业限制补偿金的 10 日内，提供新单位签订的劳动合同及社保记录，若为无业状态的请由所在街道办事处等国家机关出具您的从业情况证明。若您违反竞业限制义务或其他义务，请于 10 日内予以改正，继续违反竞业协议约定的，则公司有权再次要求您按《竞业限制协议》约定承担违约金，违约金标准为 20 万元以

上，并应将公司在离职后支付的竞业限制补偿金全部返还……”。

2020年10月12日，A公司向王某发出《法务函》，再次要求王某履行竞业限制义务。

另查明，A公司的经营范围包括：计算机软硬件的开发、销售，计算机专业技术领域及产品的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。

王某于2020年8月6日加入上海哔哩哔哩科技有限公司（以下简称哔哩哔哩公司），按照营业执照记载，该公司经营范围包括：信息科技、计算机软硬件、网络科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务等。

王某、A公司一致确认：王某竞业限制期限为2020年7月28日至2022年7月27日；A公司已支付王某2020年7月28日至2020年9月27日竞业限制补偿金6796.92元。

2020年11月13日，A公司向上海市浦东新区劳动人事争议仲裁委员会申请仲裁，要求王某：1.按双方签订的《竞业限制协议》履行竞业限制义务；2.返还2020年8月、9月支付的竞业限制补偿金6796元；3.支付竞业限制违约金200万元。2021年2月25日，仲裁委员会作出裁决：王某按双方签订的《竞业限制协议》继续履行竞业限制义务，王某返还A公司2020年8月、9月支付的竞业限制补偿金6796元，王某支付A公司竞业限制违约金200万元。王某不服仲裁裁决，诉至法院。

【裁判结果】

上海市浦东新区人民法院于2021年6月29日作出(2021)沪0115民初35993号民事判决：一、王某与A公司继续履行竞业限制义务；二、王某于本判决生效之日起十日内返还A公司2020年7月28日至2020年9月27日竞业限制补偿金6796元；三、王某于本判决生效之日起十日内支付A公司违反竞业限制违约金240000元。王某不服一审判决，提起上诉。上海市第一中级人民法院于2022年1月26日作出(2021)沪01民终12282号民事判决：一、维持上海市浦东新区人民法院(2021)沪0115民初35993号民事判决第一项；二、撤销上海市浦东新区人民法院(2021)沪0115民初35993号民事判决第二项、第三项；三、上诉人王某无需向被上诉人A公司返还2020年7月28日至2020年9月27日竞业限制补偿金6796元；四、上诉人王某无需向被上诉人A公司支付违反竞业限制违约金200万元。

【裁判理由】

法院生效裁判认为：关于王某是否违反了竞业限制协议的问题。所谓竞业限制是指对原用人单位负有保密义务的劳动者，于离职后在约定的期限内，不得生产、自营或为他人生产、经营与原用人单位有竞争关系的同类产品及相关业务，不得与原用人单位具有竞争关系的用人单位任职。竞业限制制度的设置系为了防止劳动者利用其所掌握的原用人单位的商业秘密为自己或为他人谋利，从而抢占了

原用人单位的市场份额，给原用人单位造成损失。所以考量劳动者是否违反竞业限制协议，最为核心的是应评判原用人单位与劳动者自营或者入职的单位之间是否形成竞争关系。

需要说明的是，正是因为竞业限制制度在保护用人单位权益的同时对劳动者的就业权利有一定的限制，所以在审查劳动者是否违反了竞业限制义务时，应当全面客观地审查劳动者自营或入职公司与原用人单位之间是否形成竞争关系。一方面考虑到实践中往往存在企业登记经营事项和实际经营事项不相一致的情形，另一方面考虑到经营范围登记类别是工商部门划分的大类，所以这种竞争关系的审查，不应拘泥于营业执照登记的营业范围，否则对劳动者抑或对用人单位都可能造成不公平。故在具体案件中，还可以从两家企业实际经营的内容是否重合、服务对象或者所生产产品的受众是否重合、所对应的市场是否重合等多角度进行审查，以还原事实之真相，从而能兼顾用人单位和劳动者的利益，以达到最终的平衡。

本案中，A公司的经营范围为计算机软硬件的开发、销售、计算机专业技术领域及产品的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。而哔哩哔哩公司的经营范围包括从事信息科技、计算机软硬件、网络科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务等。对比两家公司的经营范围，确实存在一定的重合。但互联网企业往往在注册登记时，经营范围都包含了软硬件开发、技术咨询、技术转让、技术服务。若仅以此为据，显然会对互联网就业人员尤其是软件工程师再就业造成极大障碍，对社会人力资源造成极大的浪费，也有悖于竞业限制制度的立法本意。故在判断是否构成竞争关系时，还应当结合公司实际经营内容及受众等因素加以综合评判。

本案中，王某举证证明A公司在其Wind金融手机终端上宣称Wind金融终端是数十万金融专业人士的选择、最佳的中国金融业生产工具和平台。而A公司的官网亦介绍，“A公司（下称Wind）是中国大陆领先的金融数据、信息和软件服务企业，在国内金融信息服务行业处于领先地位，是众多证券公司、基金管理公司、保险公司、银行、投资公司、媒体等机构不可或缺的重要合作伙伴，在国际市场中，Wind同样受到了众多中国证监会批准的合格境外机构投资者的青睐。此外，知名的金融学术研究机构 and 权威的监管机构同样是Wind的客户；权威的中英文媒体、研究报告、学术论文也经常引用Wind提供的数据……”由此可见，A公司目前的经营模式主要是提供金融信息服务，其主要的受众为相关的金融机构或者金融学术研究机构。而反观哔哩哔哩公司，众所周知其主营业务是文化社区和视频平台，即提供网络空间供用户上传视频、进行交流。其受众更广，尤其年轻人对其青睐有加。两者对比，不论是经营模式、对应市场还是受众，都存在显著差别。即使普通百姓，也能轻易判断两者之差异。虽然哔哩哔哩公司还涉猎游戏、音乐、影视等领域，但尚无证据显示其与A公司经营的金融信息服务存在重合之处。在此前提下，A公司仅以双方所登记的经营范围存在重合即主张两家公司形成竞争关系，尚未完成其举证义务。且A公司在竞业限制协议中所附录的重点限制企业均为金融信息行业，足以表明A公司自己也认为其主要的竞争对手应为金融信息服务企业。故一审法院仅以A公司与哔哩哔哩公司的经营范围存在

重合，即认定王某入职哔哩哔哩公司违反了竞业限制协议的约定，继而判决王某返还竞业限制补偿金并支付违反竞业限制违约金，有欠妥当。

关于王某是否应当继续履行竞业限制协议的问题。王某与 A 公司签订的竞业限制协议不存在违反法律法规强制性规定的内容，故该协议合法有效，对双方均有约束力。因协议中约定双方竞业限制期限为 2020 年 7 月 28 日至 2022 年 7 月 27 日，目前尚在竞业限制期限内。故一审法院判决双方继续履行竞业限制协议，并无不当。王某主张无需继续履行竞业限制协议，没有法律依据。需要强调的是，根据双方的竞业限制协议，王某应当按时向 A 公司报备工作情况，以供 A 公司判断其是否违反了竞业限制协议。本案即是因为王某不履行报备义务导致 A 公司产生合理怀疑，进而产生了纠纷。王某在今后履行竞业限制协议时，应恪守约定义务，诚信履行协议。

转载自最高人民法院公众号

联系人：张丽敏

手机：13817516083（微信同号）

邮箱：anna.zhang@hilaw.cc

来源：上海华勤基信律师事务所·程晓伟律师 分享



健康专栏

三高人群超实用！服药时间竟然大有讲究！



和华山一起，
当健康爱豆

日常生活中，我们经常会遇到服药时间的问题。比如，在医院开具药品后，医师或药师会告诉你：

“这个高血压药要早上 7 点空腹吃”

“这个抗过敏药要睡前吃”

“这个调血脂药要睡前吃”

“这个骨质疏松药一周吃一次”

“这个护胃药饭前空腹吃”

.....

当你拿着一包药回家后，会不会心中也带着疑问：吃药竟然有这么多时间的讲究啊？这都是为什么呢？

正所谓“知其然，知其所以然”，今天我们就来解读一下药物背后的十二时辰。



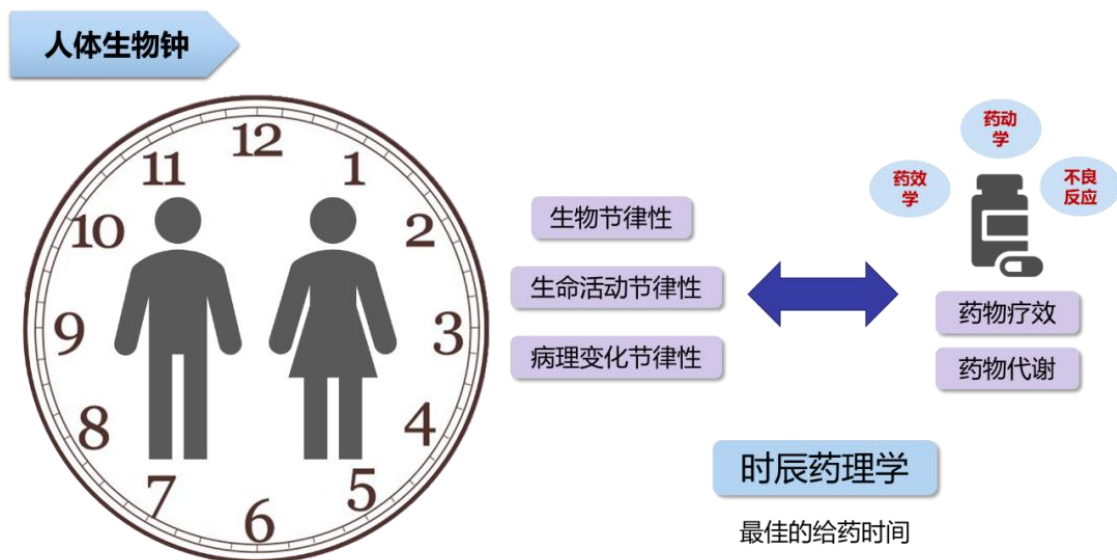
首先我们要知道，人的身体存在着“人体生物钟”的概念，它包括了生物节律、生命活动的节律，以及病理变化的节律性。人的一切的生命活动，如细胞、组织、器官的生理功能，激素与酶的合成、分泌、释放，物质代谢等，无不遵循严格的时间程序，以突发式或脉动式周期性地进行——这就是人体的生物节律性。

人的生命活动存在节律性，比如呼吸节奏昼快夜慢；体温凌晨偏低，下午偏高；血压白天活动时高，夜间睡眠时低；尿液量昼多夜少；物质代谢昼快夜慢等。

同时，疾病的发作也具有节律性，比如咯血多发生于晨起后或晚间，心梗多发生于早晨，脑梗多发生于凌晨，哮喘较常发生于夜间或清晨，胆绞痛多发与夜晚等。

当我们理解了人体存在的节律性，就能明白药物的使用需要配合人体生物钟。而其实早在 20 世纪 50 年代就已经诞生了这么一门学科，专门研究药

物和机体内源性生物节律的关系，即为时辰药理学。简而言之，**时辰药理学**的核心问题就是研究最佳的给药时间。



一、降压药

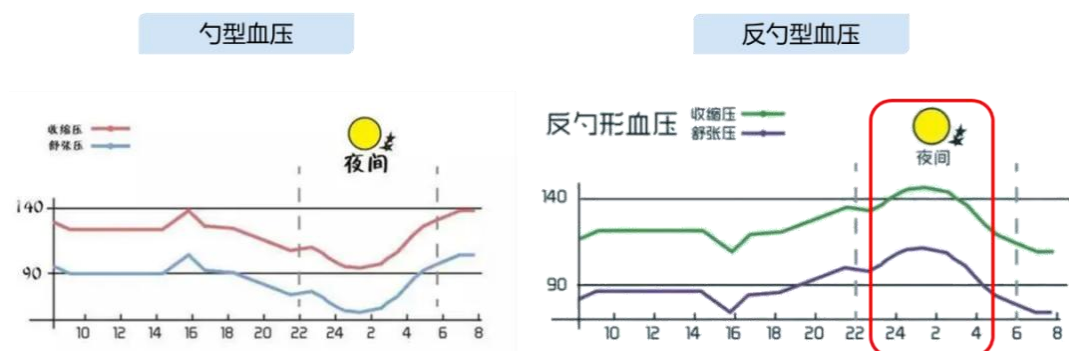
高血压是最为常见的慢性病之一，也是心脑血管病最主要的危险因素。而人体血压则存在着明显的昼夜节律性，它影响着高血压人群使用降压药的给药时间。

在自然状态下，人体血压在早上 9~11 点和下午 6~7 点比较高，而在凌晨 2~3 点时比较低，呈典型的**双峰一谷**型。同时，高血压也是诱发脑卒中的危险因素，而**清晨时分脑卒中风险相对较高**。

因而，**大部分原发性高血压患者，推荐在清晨觉醒后一次顿服一日的降压药剂量**，就可以达到一个较好的血压控制效果。

而对于**重度高血压患者**可选择在**睡前减量服用白天剂量**，以应对夜间血压低谷。

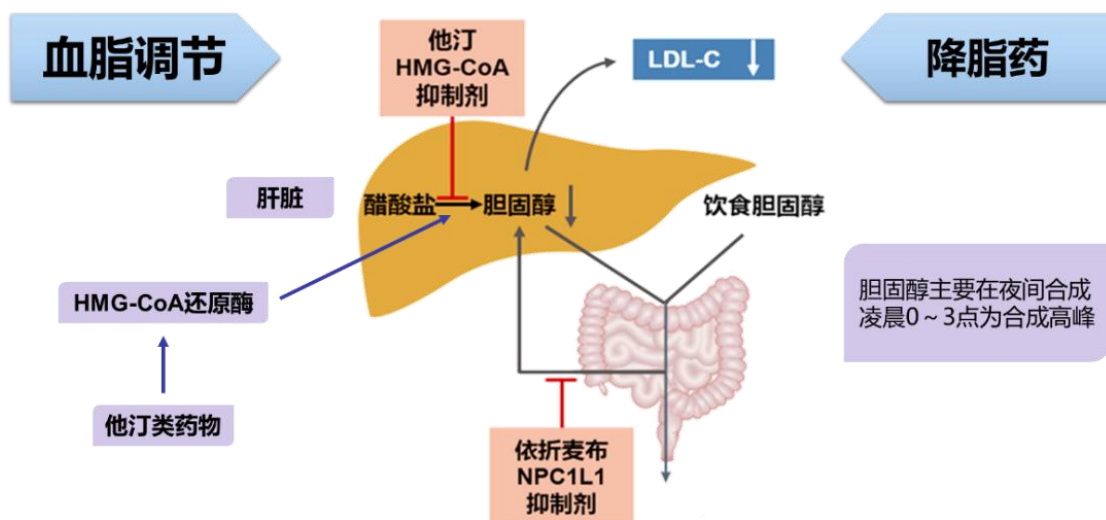
大部分情况下，血压是白天高、夜间偏低，如果患者出现夜间血压比白天高，则称为**反勺型高血压**，多见于老年人或睡眠呼吸暂停综合征患者。遇到这种情况，一定要监测睡眠，调整服药时间，从而有效控制夜间血压峰值。



二、降脂药

高脂血症即指血浆中胆固醇和甘油三酯的水平升高。人体 70%的胆固醇由自身合成，合成部位主要在肝脏，该生物学过程包含一个关键酶——HMG-CoA 还原酶，其在夜间活性较高，因此人体胆固醇的合成主要发生在夜间，在凌晨 0~3 时达到合成高峰。

他汀类降脂药是最常用的高胆固醇血症治疗药物，它针对性地作用于胆固醇合成关键酶 HMG-CoA 还原酶，因此，**睡前服用他汀类药物可以达到更好的控制血脂作用。**



胆固醇主要在夜间合成

所以晚上给药比白天给药更有效

三、降糖药

血糖控制对糖尿病患者至关重要，而人体基础血糖波动具有典型的昼夜节律性。

凌晨 4 点，体内胰岛素的敏感性最强，能够发挥较好的降血糖作用；而在清晨，致糖因子的升糖作用会远远大于胰岛素的降糖作用，从而在早晨形成一个血糖高峰，即为“**拂晓现象**”，为应对“拂晓现象”，可在早晨 7 点给药。

临床中，**二甲双胍**是口服降糖药的基石和首选，它通过多种途径促进葡萄糖的代谢从而控制血糖，然而它能够引起胃肠道副作用，**一般建议随餐服用**，并根据血糖水平逐步调整剂量从而改善胃肠道耐受性。

磺酰脲类促胰岛素分泌剂的代表药物有**格列齐特**和**格列美脲**等。其中格列齐特起效时间为服药后 30 分钟，因此需在**餐前半小时**服用，而格列美脲为长效制剂，每天一次用药，**可在早餐时服用**。

非磺酰脲类促胰岛素分泌剂的代表药物有**瑞格列奈**、**那格列奈**等，该类药物治疗起效快，维持时间短，被称为“餐时血糖调节剂”，主要用于降低餐后血糖，因此需在餐前 15 分钟内服用，**一般可在餐前 1 分钟服药**。

DPP-4 抑制剂的代表药物有**西格列汀**、**利格列汀**等，该类药物治疗通过间接途径促进胰岛素的分泌，因此服药时间不受进餐影响，**一般每日清晨给药一次**以应对血糖晨峰。

α -糖苷酶抑制剂的代表药物是**阿卡波糖**、**伏格列波糖**，该类药物治疗针对性地抑制食物摄入后的多糖分解从而降低餐后血糖，因此必须随餐服用，**建议在吃第一口饭时服药**。

胰岛素增敏剂以**罗格列酮**和**吡格列酮**为代表，该类药物治疗为长效制剂，每日一次，于**早餐前 1 分钟**服药效果最佳。

SGLT-2 抑制剂的代表药物有**达格列净**、**卡格列净**、**恩格列净**等，该类药物治疗通过促进肾小管对葡萄糖的重吸收，加速糖的尿排泄达到降糖作用，因此具

有心血管系统保护作用，且不受进食的影响。该类药物为长效制剂，每日一次给药，**推荐晨起空腹口服。**

基石和首选	二甲双胍	随餐或餐后服用，每天2~3次	胃肠道副作用
磺酰脲类（格列XX）	格列齐特	饭前30分钟服药	起效时间为服药后30min
	格列美脲	每天一次用药，可在早餐时服药	长效
非磺酰脲类（X格列奈）	瑞格列奈	餐前15分钟内服药（餐时血糖调节剂）	起效快、短
DPP-4抑制剂（XX列汀）	西格列汀	每日清晨给药一次，服药时间不受进餐影响	
α -糖苷酶抑制剂（XX波糖）	阿卡波糖	必须随餐服用，第一口饭时服药	抑制摄入食物的糖分解
胰岛素增敏剂（XX列酮）	吡格列酮	每天一次用药，可在早餐时服药	长效
SGLT-2抑制剂（XX列净）	达格列净	每天一次用药，推荐晨起空腹口服	长效



关于用药时间的讲究其实还有很多，在生活中如遇服药问题，首先我们要遵循医嘱，此外还可以积极问询药师，我们可以通过各大医院线上或线下的药
学门诊进行用药咨询。

比如，华山医院每日开放的药
学门诊就可以为患者解答用药相关的疑问~欢迎前来咨询！

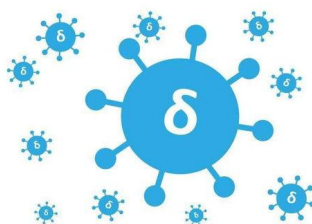
知其然知其所以然，当我们明白了这些时间数字密码背后的因由，怎么用药就变得豁然开朗。

作者介绍

郑心怡，女，博士，复旦大学附属华山医院，主管药师，研究方向：临床药

学。

来源：复旦大学附属华山医院 微信公众号



上海起重运输机械行业协会

地址：上海市浦东新区东方路 3261 号

振华企业广场 B 座 605 室

邮箱地址：cctash@126.com

电话：021-64163630

传真：021-64163630

邮编：200125

