

重慶糧食集團：創新發展提升核心競爭力



國有企業改革成敗關乎經濟全局、民衆利益，一直以來受到各界的高度關注。在日前的全國「兩會」政府工作報告中，李克強總理表示，要大力推進國有企業改革，以改革促發展，堅決打好國有企業提質增效攻堅戰，推動國有企業結構調整，創新發展一批，重組整合一批，清理退出一批。同時要賦予地方更多國有企業改革自主權，增強國企核心競爭力。

重慶糧食集團成立於2008年，是由重慶市人民政府出資，將全市300多家國有糧食企業通過資產重組整合而成的國有大型糧食企業集團，是長江中上游地區最大的糧食產業化龍頭企業。作為重慶市政府糧食宏觀調控的主要載體，以民生爲本，確保軍需民供，確保糧食安全，確保社會穩定，是重糧集團的歷史使命和社會責任。

2015年，面對全國持續加大的經濟下行壓力和全球錯綜複雜的糧油市場動盪環境，重糧集團圍繞「深化改革、創新發展」的理念，堅持「效益爲先、正氣爲本」的工作方針，不僅經營規模繼續穩定在百億盤口，並且在供給側結構改革上邁出大步。

以效益爲根本降速保質

面對當前糧油市場行情不景氣、經營困難重重的大環境下，重糧集團正確處理速度與質量、規模與效益的關係，大幅削減國際貿易等虧損業務，主動控制糧食代儲等微利或不盈利的業務。

重糧集團相關負責人坦承，大豆業務在2011年-2013年期間是經營的「黃金期」，但近兩年卻從谷峰跌落到谷底。該負責人表示，「正確認識和處理不同時期速度和質量、規模與效益的關係，以市場爲導向、以效益爲根本，有利於國有資本保值增值，同時提高集團核心競爭力。國有企業只有在深化改革中通過自我完善，在鳳凰涅槃中浴火重生」。

重糧集團在經濟新常态的背景下，果斷出手，對糧食代儲等微利或不盈利的業務規模，在不影響生命和擔當社會責任的情況下主動進行了控制。雖然從表面上看，集團對虧損業務「零容忍」做起了「減法」，使國際貿易等虧損業務的削減影響了這類業務的經營總規模，但從實施效果上，卻增強了旗下的企業活力，80%以上的子企業在盈利領域卻出現了「加法」現象，得到了較大的提升，2015年集團的總業務穩穩地保持在百億盤口。

重糧集團從誕生那一天起，就伴隨着改革的陣痛，尤其在轉型期。如何在新常態下，休養生息、築牢根基，養精蓄銳、崛地而起？集團在2015年進行了「一企一策」的「靶向治療」，對一批嚴重虧損企業實施了停產歇業、關閉清算、司法破產



▲江西宜春明月山基地

供給側改革激發活力

以市場爲導向、以效益爲根本，在供給側結構性改革的大勢下，重糧集團旗下企業積極參與競爭、拓展業務，向市場要效益，2015年大部分企業實現了盈利。

在全球經濟下行壓力巨大的情況下，呈現出逆勢增長，實屬不易。該負責人透露，集團現有產業結構調整初見成效，在於集團首先調整理順了運營管理體系，將境外投資管理職能上收到集團總部、非油

脂業務從紅蜻蜓公司剝離到人和集團和益欣集團，由糧食、油脂、儲備、商超、地產、境外、資本等業務板塊和酒業公司、區縣公司組成了集團的聯合艦隊，實現了資源集中、業務明確、運轉有序。

其次，抓住建立糧食安全省長責任制和新增150萬噸地方儲備糧庫建設的契機，實現了市儲備糧公司納入市屬國有重點骨幹企業和一級預算單位管理，並按照

或註銷。

把重糧集團打造成爲獨立的市場主體，充分激發和釋放企業活力，提高市場競爭力和發展引領力。這一場提質增效的攻堅戰，推動着重糧企業的結構調整，爲重糧的輕裝上陣、創新發展奠定了基礎。



▲紅蜻蜓食用油儲油罐

「資源集中、歸並管理」的原則將承儲市級儲備糧的17家區縣子公司整體劃轉市儲備糧公司管理，爲履行重慶市政府糧食調控載體職責、確保重慶糧食安全奠定了堅實的組織基礎，儲備糧管理體制得到進一步完善。

思路決定出路，更爲重要的是，重糧集團板塊業務得到不斷的拓展。如集團旗下的渝百家公司，在電商衝擊的不利形勢下，積極開發社會配送和社區服務業務，2015年新增網點300個，實現營業收入2.4億元，同比增長71%；毛利1605萬元，同比增長73.5%。重糧集團還與華龍網、重慶報業集團合資組建華龍百家公司，積極探索O2O銷售模式。同時，集團境外項目在保持已開墾土地基本規模、輪作種植以改良土壤的同時，主動接觸有實力、有水平的當地或中資企業尋求合作機會，以盤活資產。

值得一提的是，重糧集團在項目投資上堅持「凡是項目投資必須先實施科學論證、凡是沒有效益的項目堅決不上」和市場效益、戰略價值最大化的原則，對重點項目反覆論證、充分醞釀、集體決策，做到「有所爲有所不爲」，收購古晟酒廠在幾次專題會充分論證後，才塵埃落定。

對於推進國有企業改革，習近平總書記提出三個「有利於」的評價論斷，即「推進國有企業改革，要有利於國有資本保值增值，有利於提高國有經濟競爭力，有利於放大國有資本功能。」這一價值判斷標準，具有鮮明的改革指向性和現實針對性。在供給側結構改革的大勢下，重慶糧食集團果斷降速保質，以創新發展求突破，爲集團新一輪成長奠定了堅實的基礎。

文 韓毅

互聯網時代下的渝百家公司

渝百家公司是重糧集團旗下以經營米、麵、糧食製品和地方農特產品爲特色，並輔之食品、百貨、家電及生鮮等綜合便民連鎖超市。在當前電商強力衝擊實體店的大環境下，渝百家公司以「打造社區生活平台」爲方向，成功地找到突破路徑。

以「打造社區生活平台，成爲解決家居生活方案的服務商」，瞄準社區門店這一新興業態，渝百家公司迅速開展拓展工作。在加盟店和配送店的網絡建設中，創下了單月新簽門店60家的紀錄，2015年新增各類門店307家，成爲重慶本土市民的「7-11」店。



▲渝百家公司是重慶市民的「7-11」

團購，利用這一互聯網時代的電子商務模式，渝百家公司憑藉重慶國企良好的信譽和質量實力，展開了團購業務，在鞏固原有生鮮配送業務的同時，積極拓展飲料進口業務、豆粕業務、煙草肥業務。同時，渝百家公司與國內大型進口糧食企業和大型飼料企業建立了良好的戰略合作關係。2015年，渝百家公司團購業務新增大型合作客戶82家，實現銷售收入1.6億元，增長幅度近去年收入水平的2倍。

將傳統零售業務向網絡延伸，尋求新的發展空間，整合資源，渝百家公司與重慶華龍網集團、重慶報業集團合作，共同組建華龍百家公司，建立本土網絡社區生活服務平台，同時與行業資源、信息廣博的重慶天恩貿易公司合作，共同經營進口紅酒。

渝百家公司相關負責人表示，今年渝百家公司將新拓展配送門店、加盟店、直營門面800個，建立不僅包括線上線下的終端平台，更要發展成「雲平台」，利用大數據把握經營方向，提升市場開拓力和行業競爭力。

做含金量高的混合制企業

去年底，重糧集團與袁隆平農業高科技股份有限公司和廣東建工投資有限公司，共同出資發起的重慶隆平人和健康產業股份有限公司（簡稱「隆平人和」）正式掛牌成立。

這家混合所有制的企業是袁隆平院士以及三方股東在發展健康產業、投資現代農業的理念和認知高度契合的基礎上，技術與渠道、基地與市場、資金與品牌的優勢互補、強強聯合的產物。公司旗下「人和」品牌產品有3大系列，34個品種；「隆平有機」品牌產品有4大系列，25個品種，其富硒米、悅薇菊、悅薇錦葵三個品種，已取得歐盟BCS和國內東方嘉禾有機雙認證。申報國家專利10餘項，已獲得國家批准4項。

公司負責人潘成告訴記者，隆平人和公司先期註冊資金1000萬元（重慶糧食集團佔股55%，隆平高科佔股23%，廣東建投佔股22%），主要致力於「富硒、有機、綠色、無公害」系列健康農產品的種植、開發、生產、加工、銷售、進出口等經營業務，分別在重慶、江西、湖南等地，規劃建設優質稻穀、蔬菜和飲品基地7.8萬



▲隆平人和授牌儀式

畝。其中，重慶江津富硒稻穀基地5萬畝，綦江橫山有機稻穀基地2萬畝，潼南優質蔬菜示範基地4000畝，江西宜春明月山有機富硒稻穀示範基地3000畝，湖南長沙金井有機稻穀示範基地1000畝。

值得期待的是，隆平人和在重點實施「隆平」、「人和」品牌戰略的同時，向生態農業、觀光旅遊和健康養老等業務發展，形成一個基地+農戶、用戶+體驗、線上+線下的「互聯網+」現代農業生態圈，逐步把公司打造成爲西南地區現代農業與健康產業的龍頭企業，並力爭在3-5年內進入資本市場，力爭成爲重糧集團旗下第一家上市企業。

▼湖南長沙金井基地

