

国企重组整合步入活跃期，哪些领域值得期待？

新华社“新华视点”记者 王希

新华视点

中国宝武重组中钢集团、新钢集团，中国矿产资源集团揭牌成立，新能源、医疗、管网、检验检测等领域资源整合密集落地……最近一个时期，国有企业重组整合呈现提速加力的态势。这项改革给国有经济布局和国有企业发展带来了什么？2023年哪些具体领域的资源整合值得期待？“新华视点”记者对此进行了调研采访。

央企重组整合按下“加速键”

进入2023年，中央企业战略性重组和专业化整合迈出新步伐——1月14日，中国三峡集团与中交集团签约，三峡集团旗下中国水利电力对外有限公司拟重组进入中交集团，成为其全资子公司。

1月10日，央企整合“一日双响”：当天上午，国家电网与国家电投举行管理权交接仪式，国内生物质发电领域头部企业国能生物重组进入国家电网；随后，中国电建与通用技术集团签约，中国电建旗下的医疗机构将加入通用技术集团。

更早之前的1月6日，国资委举办中央企业新能源智慧运维服务合作项目集中签约仪式，涉及14家央企的22个光伏发电和风电项目。

这是央企重组整合按下“加速键”的一个缩影。据了解，在2022年，共有37家中央企业25组专业化整合项目分两批开展了集中签约。

“这几年，特别是去年，中央企业重组整合动作不断、成果频出，力度大、模式新、效果好，可以说是前所未有的。”国资委秘书长、新闻发言人彭华岗评价说。

在更长的时间维度上观察，这一领域改革向纵深推进的态势更为清晰。党的十八大以来，先后有27组49家央企实施战略性重组，新组建中国航发、国家管网集团、中国电气装备、中国物流等企业，国资委监管的央企数量从10年前的117家调整至目前的98家。

值得注意的是，除了央企之间的整合如火如荼开展外，央企与地方国企、地方国企之间的重组整合也有不少新谋划、新突破。

2022年底，中国航材集团与海南省国资委开展通航产业专业化整合，中国通用航空有限责任公司以无偿划转方式成为海南省第一家“中字头”企业。

此外，河北加快整合港口资源；山东坚持“一主业一主体”，组建了省环保发展集团、省体育产业集团等特色优势企业；四川将重组整合纳入企业年度经营绩效考核，推动打造了蜀道集团、机场集团等一批支柱企业。

重组整合缘何成为当前国企改革“重头戏”？

彭华岗表示，推进央企战略性重组和专业化整合，是加快国有经济布局优化和结构调整的重要举措。对于维护产业链供应链稳定、加快培育具有全球竞争力的世界一流企业具有重要意义。

从近期实践看，国资委以加速重组整合为抓手，优化国有经济在关键领域布局的意图十分明显。

例如，中企联合油脂有限公司日前正式亮相。这家新国企由中粮集团公司与中储粮集团公司共同组建，是两大粮食央企协同合作、筑牢粮食安全“基本盘”的具体举措，也是落实国有经济布局调整优化、发挥国有经济战略支撑作用的创新实践。

矿产资源是“工业的粮食”。去年



继续推动国企改革向更深层次挺进

王希

新华时评

三项制度改革更大范围落地见效，中央企业存量法人户数大幅压减，“两非”“两资”清退任务基本完成，企业办社会和历史遗留问题全面解决，鼓励科技创新的体制机制不断完善……根据1月31日召开的全国国有企业改革三年行动总结电视电话会议，国企改革三年行动主要目标任务已经完成。

国有企业改革是我国经济体制改革的重要环节。从扩大企业自主权到推行承包制、股份制，从“破三铁”到建立现代企业制度，从三年改革脱困到国有经济布局调整，改革开放以来，国有企业领域历经多轮重大改革。2020年启动的国企改革三年行动，对标高质量发展要求，是新时代深化国企改革的攻坚战。三年行动突出制度建设主线，抓住激励、竞争、创新等基础性制度精准发力，做到了“可衡量、可考核、可检验、

7月份，中国矿产资源集团揭牌。“在资源安全日益重要的背景下，组建中国矿产资源集团，有利于用好国内外两个市场、两种资源，打造世界一流矿产资源综合服务企业，增强铁矿石等资源保障能力，进一步维护产业链供应链安全。”彭华岗说。

与此同时，大范围、全方位、跨行业的整合重组使得相关企业主责主业更加聚焦，业务结构更加清晰，核心能力更加突出。

去年12月末，中国宝武与中钢集团正式启动战略重组。这是党的二十大之后央企集团层面的第一例战略性重组。业内认为，两家企业同属钢铁产业链上下游，战略契合、优势互补，在研发创新、资源保障、新材料升级等方面协同空间大、潜力足。

这是中国宝武在战略重组和专业化整合方面的最新实践。“十三五”期间，这家钢铁巨擘基本一年并购整合一个千万吨级钢铁企业，就在启动重组中钢集团的当日，新余钢铁完成了工商注册，正式加入了中国宝武大家庭。

“在实践中我们深刻认识到，没有联合重组，就形不成建设世界一流企业所需要的经营规模和竞争优势；没有重

组后的整合融合，就不可能全面提升管理效率、经营效益和企业的市场影响力、控制力。”中国宝武董事长陈德荣说。

清华大学中国现代国有企业研究院研究总监周丽莎表示，实施重组整合，一方面是为了通过整合实现规模经济，另一方面是希望实现资源的深度融合、创新使用，提升发展的质量效益。其中，专业化整合提高了产业集中度，不少行业领域和区域的无序竞争、同质化经营问题得到明显化解。

“要制定节能环保、建筑施工等重点行业领域的布局结构调整指引”。

1月中旬召开的地方国资委负责人会议也释放出清晰的信号——要强化国有企业在医药医疗、健康养老、应

急保障等民生领域有效供给；要深入推进战略性重组和专业化整合，围绕地方重点产业实施战略性重组，加快形成央地国企联系紧密、协同顺畅、资源共享、优势互补的发展格局。

据了解，今一个时期，国资央企将重点围绕“突出实业、聚焦主业、做精一业”的目标，从“进、退、整、合”四个方面加大力度，推动央企重组整合取得更大成效。

所谓“进”，就是要瞄准高水平、导向性，支持推动国有资本协同合作，促进固链、补链、强链、塑链；“退”就是要持续推进央企“两非”（非主业、非优势业务）“两资”（低效资产、无效资产）业务退出，做好产能过剩行业整合。

“整”就是积极推动检验检测、医疗健康、装备制造、矿产资源、煤电等领域资源整合，避免重复投资和同质化竞争；“合”是支持中央企业按照市场化、法治化方式，加强内部资源深度融合，形成强大合力。

“重组整合要以高质量发展为目标。”周丽莎表示，无论央企怎样整合，最后还是落到深化改革、创新发展这个根本上来，放大整合效果，切实提高国企市场竞争力。

和加强党对国有企业的全面领导，坚持和完善基本经济制度，坚持社会主义市场经济改革方向；要进一步巩固三年行动改革成效，系统总结评估三年来国企改革形成的理论成果、制度成果、实践成果，并将其制度化、长效化。进一步深化国企改革，还要坚持目标引领和问题导向，抓重点、补短板、强弱项，采取有力措施啃硬骨头；要继续发扬三年行动中形成的清单一举措、定量化督办、穿透式操作等工作方法，并鼓励探索创新，务求改革实效。

改革无止境，奋楫再出发。据了解，国资委正围绕提高企业核心竞争力和增强核心功能，研究谋划新一轮深化国企改革方案。只要坚定不移地把国企改革持续推向深入，进一步做强做优做大国有资本和国有企业，全面加强建设世界一流企业，充分发挥国有经济战略支撑作用，就一定能创造高质量发展的新业绩，为全面建设社会主义现代化国家开好局起好步贡献力量。

国家药监局

2023年药品注册管理和上市后监管将在五方面发力

新华社北京2月2日电(记者 戴小河)国家药监局副局长黄果表示，2023年药品注册管理和上市后监管将在“疫情防控、风险化解、创新发展、能力提升、廉政建设”五条主线上实现稳中求进。

这是黄果在日前召开的2023年全国药品注册管理和上市后监管工作会议上介绍的。这五条主线包括：做好新冠病毒疫苗药物研发服务、应急审评审批、质量监管工作，服务保障疫情防控大局；加强重点品种、重点环节、重点领域监管，巩固拓展专项整治行动成果，有效防范化解安全风险隐患；持续深化审评审批制度改革，加快临床急需新药、罕见病用药、儿童用药等上市速度，创新监管方式和手段，推动产业高质量发展；完善法规制度体系，推进药品注册受理、审评和审批全程电子化，推动药品检查体系规范化发展，提升监管效

能；加强党风廉政建设，夯实防腐败机制，严惩违法违纪行为，为扎实推进中国特色药品监管现代化提供坚强保障。

会议总结2022年和过去5年的工作，分析当前形势任务，部署2023年重点工作。

国家药监局表示，2022年面对错综复杂形势和急难险重任务，全国药品监管队伍统筹疫情防控和监管，统筹发展和安全，坚持不懈、矢志不渝，持续推进药品监管各项工作。全系统加快推进新冠疫苗和药品审评审批，持续开展好质量监管，全力服务保障疫情防控工作大局；健全完善药物加快上市注册通道机制，深化审评审批制度改革；开展专项检查和安全整治，强化质量安全监管；深入开展药品安全专项整治，建立集中打击整治危害药品违法犯罪机制；构建药品网络销售监管法规体系，完善药品监管法规制度体系等。

为充分发挥以工代赈中“赈”的作用

新修订的《国家以工代赈管理办法》将实施

新华社北京2月2日电(记者 安蓓)记者1日了解到，为充分发挥以工代赈中“赈”的作用，进一步规范和加强新形势下以工代赈管理，国家发展改革委对2014年颁布实施的《国家以工代赈管理办法》进行修订，目前已正式颁布，将于2023年3月1日起施行。

管理办法明确以工代赈“中央统筹、省负总责、市县乡抓落实”的管理体制和工作机制，明晰以工代赈政策实施范围、受益对象、建设领域和赈济模式，强调向参与工程建设的群众发放劳务报酬，开展技能培训等政策目标，进一步完善了以工代赈投资计划、专项

资金项目管理、监督检查等方面具体要求，并新增了政府投资的重点工程项目实施以工代赈和农业农村基础设施建设领域推广以工代赈方式等内容。

以工代赈政策自1984年启动实施以来，已累计安排专项资金(含实物折资)1850余亿元，在带动群众就业增收、激发内生动力、改善欠发达地区生产生活条件等方面发挥了独特而重要的作用。2022年，各地通过实施以工代赈项目和在政府投资的重点工程项目中推广以工代赈方式，已带动超过500万名群众实现就地务工，人均增收超过8000元。

图片新闻



一汽解放商用车：加足马力冲刺“开门红”

工作人员在位于吉林长春的一汽解放J7智能工厂内进行整车装配作业。

春节假期过后，一汽解放卡车厂生产车间内一片繁忙，企业加足马力争分夺秒抓生产，冲刺一季度“开门红”。

新华社记者 许畅 摄

推动老字号创新发展 培育壮大“百年老店”

——我国加快推动老字号示范创建

新华社记者 潘洁 谢希瑶

老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”。商务部等五部门近日联合印发的《中华老字号示范创建管理办法》1日对外公布。管理办法出台的背景和意义是什么？怎样推动老字号创新发展？商务部当天举行专题新闻发布会介绍有关情况。

《扩大内需战略规划纲要(2022年—2035年)》提出，“打造中国品牌，培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

商务部副部长盛秋平在发布会上介绍，目前我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家，其中有701家中华老字号创立至今超过100年。从行业看，老字号广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域；从规模看，全国老字号年营业收入超过2万亿元，在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用；从国际上看，重视对老字号保护支持是普遍做法。

盛秋平说，老字号在满足居民消费需求方面发挥着重要作用。我国

作为全球第二大经济体、第二大消费市场、货物贸易第一大国，有条件、有能力、也有必要培育壮大一批我们自己的“百年老店”。

为充分释放老字号创新活力，《中华老字号示范创建管理办法》聚焦充分发挥老字号在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面的示范引领作用，对中华老字号示范创建的总体要求、基本条件、申报认定、动态管理等内容作出明确规定和要求。

商务部流通发展司副司长李刚介绍，此次出台的管理办法有三个特点：一是形成部门联合推动的工作合力，二是将可持续发展摆在更突出的位置，三是建立了“有进有出”的动态管理机制。

管理办法对中华老字号应当具备的基本条件作出明确规定：品牌创立时间在50年(含)以上；具有中华民族特色和鲜明的地域文化特征；面向居民生活提供经济价值、文化价值较高的产品、技艺或服务；在所属行业或领域内具有代表性、引领性和示范性，得到广泛的社会认同和赞誉。

“相比此前要求中华老字号必须是创立于1956年以前，管理办法调整为品牌创立时间在50年(含)以上。”李刚说，可以预见，除在历史上家喻户晓的老品牌，将来会有很多耳熟能详的新品牌成为中华老字号。

管理办法明确，商务部会同相关部门原则上每3年认定并公布新一批次中华老字号名录；原则上每3年

对中华老字号开展复核。

“中华老字号的‘荣誉’不是一劳永逸的，更不能躺在功劳簿上‘摆资历’‘吃老本’。”李刚说，对于拒不履行相关义务、出现违法违规行为的，将分门别类采取约谈整改、暂停权益、直至移出名录，来确保中华老字号“金字招牌”的成色。

老字号承载着丰富的文化遗产，是弘扬优秀传统文化的重要载体。记者从会上了解到，全国共有356处老字号旧址、7000余处与老字号相关的遗存被登记公布为不可移动文物；1128家中华老字号企业中，有近800家涉及非遗项目，其中87家本身就是国家级非遗代表性项目的保护单位。

针对挖掘老字号历史文化资源、加强老字号文物保护利用，国家文物局文物古迹司司长邓超说，今年在筹备启动第四次全国文物普查，系统调查梳理老字号旧址等文物资源；强化老字号文物系统性保护，高质量实施文物修缮工程；鼓励老字号文物以博物馆等形式向公众开放，开发文化创意产品等。

谈及加强老字号传统技艺保护传承，文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓松说，下一步，将继续支持符合条件的传统工艺企业列入中华老字号名录，将符合标准的中华老字号认定为国家级非遗生产性保护示范基地；加强对中华老字号所涉及非遗项目的分类保护，加强老字号

人才培养工作，支持院校举办面向老字号代表性传承人和从业者的专题研培班等。

质量是品牌的生命。市场监管总局质量发展局副局长张蕾蕾说，将大力推动老字号企业建设全员、全要素、全过程、全数据的新型质量管理体系，引导老字号企业积极开展质量提升行动，着力突出标准引领，强化质量监管执法，以质量跃升促进品牌持续发展，创造出更多的中国精品、中华老字号。

针对近年来部分老字号被诟病“倚老卖老，价贵难吃”的问题，李刚说，依法合规是中华老字号企业发展的底线，将对扰乱市场秩序、造成社会不良影响、列入经营异常名录的企业，该约谈的约谈，该整改的必须整改。

“中华老字号好不好，必须由人民说了算。”李刚说，将密切跟踪企业市场表现，特别是消费者评价，让每位消费者都能参与到中华老字号的管理中来，也给真正受到人民群众喜爱的老字号品牌营造更好的发展环境。

