

# 济宁高新区创新合同管理,倒逼政策支持方式转变 勒紧合同弦,经济指标涨得快

本报通讯员 李辉 本报记者 于伟

项目是济宁高新区建设的载体,也是区域发展的核心。济宁高新区全面推进“法治高新”建设,注重从创新合同管理入手规范运作,探索股权、债权、合伙、人才、平台、环境等新的支持方式。去年,列入“共生计划”、“吟龙计划”合同管理的企业主要经济指标实现了20%的高速增长。

## 用合同挤压项目水分

市场经济是法治经济,良好的法治环境已经成为区域的核心竞争力,投资合同是否合法,事关投资方的切实利益。

“过去,投资方市场下合同条款的拟定多是围着项目需求转,尤其对看上去有潜力的项目,该拨地拨地、该给政策的给政策,合同里写得一点不含糊,但对项目投资额实现度、投产达产期限等鲜有规定。”济宁高新区法制处处长李兵坦言,合同中对投资方限制条款的缺位,很大程度上给园区荒地、项目建设缓慢甚至是蓄意圈地等违规不法行为埋下了隐患。

在济宁高新区,每年需要签署的合同超过百份,其中又有一半涉及招商引资项目。合同作为连接企业端与政府端的纽带,承载了项目管控和政府服务的重要职能,面对动不动就声称投资过亿、用地百亩,看上去很美的“大项目”、“好项目”,也急需通过规范化的合同管理挤压其中的水分,避

免政务和土地资源的浪费。为此,济宁高新区率先设立合同管理委员会,把合同管理上升到事关全局的战略高度,规范合同管理,用专人负责加创新办法的方式寻求破题路径。

去年,济宁高新区出台了《关于印发〈济宁高新区管委会合同管理办法(暂行)〉的通知》,将合同起草、审查、签订、用印、履行、督办、终止、存档全部纳入合同管理范畴。凡是高新区管委会作为一方当事人所订立的合同、协议和备忘录、纪要、责任书、承诺书等具有契约性的文书一律纳入合同管理范围;凡未经法制机构审核的合同一律不研究;凡未经集体研究的合同一律不签订。合同签署前后的全流程管控,不仅规避了为招商乱给政策的政务风险,营造了法制环境,更凭借项目风险防控机制的引入和对项目投资、达产等指标的合同限制,客观保证了项目质量和建设进度。

## 合同管理倒逼政策创新

合同规范了,投资方踏实了,如何将合同作为一种政府



以合同管理制激发企业内生动力。

手段去激发企业活力,而不是发展的桎梏,就成了高新区的新课题。

“我们的做法是变拨地、减税等老办法为项目服务、平台建设、流程加速等新举措,在强化合同双方对等条款的同时签订一些有助企业长远发展的项目合同,用合同的法制效应助力企业提档升级。”李兵说。

为此,济宁高新区创新推出“共生”、“吟龙”两大计划,将区域内的本土重点企业作为合同化管理的主要对象,围

绕计划配套资本、人才、科技等专项政策,以及股权、债券、厂房租赁等全新的政府扶持方式,促成了企业“集团化”似的整体逆势上扬。

以合同管理倒逼政策创新,济宁高新区探索出股权、债权、合伙、人才、平台、环境等新的支持方式,实现了与投资方“合伙发展”、“共生发展”。

数字是枯燥的,却是最有说服力的。去年,济宁高新区合同管理委员会14次集中研究对外招商、共生发展、平

台建设、人才发展等方面的合同文件85件,其中投资合同48件,投资额273.6亿元,法制环境得到完善。与此同时,如意、重汽、辰欣、英特力、源根石化等5家行业龙头企业,泰丰、通佳、浩珂、东岳、博特等15家高成长性企业,分别被纳入首批“共生计划”、“吟龙计划”,签订共生协议和吟龙培育协议,带动20家企业增资扩产、新上项目52个,新增投资90.1亿元,实现了政府与投资方“合伙发展”、“共生发展”。

## 如意收购法国轻奢品牌的背后 用科技实力,换行业话语权

本报记者 马辉 本报通讯员 李云鹏

先是左手拿下日本成衣巨头RENOWN,随后右手实握法国时装集团SMCP,将Sandro(杉卓)、Maje(曼之)、Claudie Perlot(柯笛碧罗)三大轻奢服饰品牌收入囊中,总部位于济宁高新区的纺织企业——山东如意上演的“吞鳄行动”引来瞩目。经山东如意内部消息人士证实,这笔收购的金额约13亿欧元。



如意将Sandro(杉卓)等三大轻奢服饰品牌收入囊中。

## 手握三大话语权 勇闯全球服装界

一个土生土长的中国纺织品制造商,如何能够驾驭时尚灵动的国际三大轻奢品牌?

邱亚夫谈到一个观点,要想成为全球纺织服装界的领军企业,必须掌握三大话语权:科技话语权,时尚话语权和品牌话语权。“打造这个铁三角模式,中国纺织服装完全可以达到领先水平,在全球化的经济困难中,实现突围应当通过这三个方面来实现。”

邱亚夫举了智慧纺织项目的例子,通过互联网技术和智能化技术,打造4.0版的先进制造,通过科技引领实现高效率、低成本、高水平、高附加值的产品,平常面料70元/平方米,而如意的面料可以卖到400元/平方米,而且产量是十几万平方米量级,这就体现了掌握科技话语权的威力。

能不能掌握时尚的话语权。邱亚夫说,消费者购买服装时,除了满足功能外,考虑最多的还是服装品牌所蕴含的文化,与自己的气质是不是相符,穿在身上的感觉怎么样,别人眼中自己的品味是什么方向。对服装品牌而言,没有文化在里面,就没有高附加值。为什么欧洲的诸多品牌在市场上有话语权?因为他们有丰厚的文化传承在每一个细节上不断体现,强化消费者对品牌的忠诚度。

谈到品牌的话语权,邱亚夫认为,更多的是靠积淀,通过科技与时尚话语权的双轮驱动,品牌的影响力和美誉度就能够做起来。“如意希望经过一代代人的努力,在未来的征程当中,实现时尚产业的梦想,把如意这一民族品牌建成时尚产业集团。”

对于如意的品牌之路,邱亚夫明确表示,一个是自己努力,一个是整合全球资源。“双方这样的结合,

就能助力我们快速补充这个短板,通过并购全球时尚产业集团,人才、时尚元素、设计力量等慢慢结合在一起,终究将迎来一个爆发期。

## 保留企业火种 换取更大潜力

像如意这样的企业,是一个区域发展的基石,是承载生产力的主体。经济寒冬时期努力保住企业就是留下火种,回升时期就能实现更大的发展。

基于这种认识,济宁高新区今年围绕聚焦“释放生产力、蓄势新动能、服务更高效、社会真满意”四大主题主线,相继出台了28条惠企新政,设立2至3亿元过桥资金,启动助推企业产业升级计划,打造“高新制造”品牌,全面降低融资成本,助推产业升级。针对企业融资难题,启动了“两金行动”,搭建了金融服务实体经济的通道和平台。金水行动通过财政贴息、风险计提等方式加强与金融机构合作,设立股权基金;金暖行动是通过国有公司为产业发展注资,释放企业流动资金。

实施“共生计划”和“吟龙计划”,对36家企业落实了合同化管理,一对一量化支持,促进了优势骨干企业稳定增长。高度重视并积极化解企业资金链和担保圈风险,用好惠新1号基金和企业发展融资合作联盟,搭建了投融资服务平台,帮助30多家企业化解了资金难题。实施“待办手续大起底”行动,建立健全产业联席会议制度,开通企业服务直报平台,解决企业手续不全的问题。

一季度,全区营业总收入增长10.8%,地区生产总值增长8.5%,经济运行呈现平开稳走向好态势,主要指标实现首季开门红。其中经济周期变化的风向标——工程机械产业止跌回升,工业总产值同比增长2.1%,呈现回暖预兆。