

在服务转型跨越中创品牌树形象

——访中国国际贸易促进委员会山西省分会会长贾雪峰



中国国际贸易促进委员会山西省分会会长贾雪峰

■ 本报记者 常旭日

当前,山西省正在抓住国家资源型经济转型综合改革试验区的重大机遇和战略平台,大力推进转型跨越发展,努力再造一个新山西,但面临的外部经济形势不容乐观。作为亦官亦民的对外经济贸易组织,处在对外开放前沿的贸促会应该怎样确定自身在这一特定历史时期的定位、作用并如何谋划、布局?记者就此采访了

中国国际贸易促进委员会山西省分会会长贾雪峰。

记者:山西省正在大力推进转型跨越发展,不断扩大、深化改革开放是更好更快发展的重要支撑。但当前的外部环境可以说是很严峻、复杂的。山西贸促工作面临什么样的形势,贸促会将以什么样的姿态应对?

贾雪峰:当前,欧债危机山雨欲来风满楼,国内经济增速回落,国际金融危机的严重影响与国内全面转型发展阶段的历史性变化叠加在一起,使短期困难与长期矛盾交织在一起,对山西的改革带来很大困难与挑战,但转型跨越发展是最大的科学发展。目前的困难虽然会产生一定的不利影响,但也会形成倒逼改革的力量。重要的是,山西省委、省政府已为加快转型跨越发展作出重大科学决策与安排部署,山西省经济结构调整和产业转型升级已有一定基础。同时山西省企业经过人世10年的历练和金融危机的洗礼,应对市场变化的自觉性和能力也在不断提高。

在当前的形势下,我们既要充分认识到困难与挑战,更要坚定信心,积极发挥职能作用,为政府解忧、为企业解难,充分体现贸促会在特殊时期的重要价值。可以说,在山西省推进转型跨越发展的历史征程中,特别是“十二五”发展阶段,贸促系统能不能很好地发挥作用,直接关系到贸促事业的兴衰。作用发挥得好,我们就会顺势而上;作用发挥得不好,我们就会错失重大的战略发展机遇,不仅顺势而上不可能,在当前不发展要落后,发展慢了也要落后的严峻情势下,还会出现“坐滑梯”式的下降。“与其待时,不如顺势”,清代著名红顶

商人胡雪岩曾经说过:顺势是眼光,取势是目的,做势是行动。我们要以更强的责任感、紧迫感、使命感,积极适应形势,顺势而为,以更出色的工作为转型跨越发展做好服务,并在这个过程中发展壮大自己。

记者:贸促会要在“十二五”期间顺势而上,确定了怎样的发展思路和目标呢?

贾雪峰:“十二五”时期,山西转型跨越发展为贸促工作提供了巨大的机遇和舞台,是贸促事业争先赶超发展的重要战略机遇期。从纵向与横向的维度上,确定山西省贸促工作在全国贸促工作格局中的坐标,认清形势、找出差距、找准问题,并从时间的维度上明确,更好更快地推动贸促事业发展的目标任务、对策措施及实施步骤,去年我们组织了“对标一流,争先赶超”考察调研活动,积极学习借鉴国家贸促会、兄弟省区市贸促会及国外贸促机构好的经验和做法。

“十二五”时期,我们将以科学发展观为指导,紧紧围绕服务好全省转型跨越发展和外事大省建设,坚持“对标一流强贸促,服务转型彰业绩”的发展主题和转型升级的发展主线,以组织创新与制度创新为突破口,着力构建国际联络、会展服务、招商引资、出证认证、涉外法律服务、信息咨询、专业培训、会员服务八大服务体系;构

建组织支撑、人才支撑、制度支撑、系统支撑四大支撑体系;重点实施大会展行动计划、项目带动行动计划、系统建设行动计划等,力争使山西省贸促事业发展达到全国中上游水平,并在一些重点领域走向前列。

记者:山西贸促事业发展目前主要面临哪些问题或不足呢?

贾雪峰:主要是两方面:一是系统性、平衡性不足。贸促机构网络不健全,全省11个地级市还未全部建立贸促支会,各地贸促工作及贸促业务发展不平衡等,这些都不利于系统整体力量的形成和发展,不利于形成统一的、互补互促、紧密联系的业务链条和整体服务板块。

二是国际化、品牌化、市场化程度不够。贸促应该成为政府、企业的“国际直通车”,但贸促工作的“国际”特色和优势还没有充分培育和体现出来;还缺乏在省内外、国内外有影响的大型活动项目;市场化方向的国际商会实体化步伐需要进一步加快;组织举办会展等经贸促进活动的市场化程度需要进一步提高。

记者:前不久召开了全省贸促工作会议,对于做好今年的贸促工作有什么具体的安排部署?



贾雪峰(右)会见美国商会代表



贾雪峰(左二)在马来西亚山西风情展期间与马来西亚农业部秘书长阿卜杜拉会谈



贾雪峰(左)在中日绿色博览会上与日本参展企业代表交流

银桥® 银桥乳业
Yinqiao Dairy

奶品就是人品 质量就是生命

