

一个园区盘活一方经济

——隆回县工业集中区为县域经济注入新动能

曹良海

宽敞平坦的柏油马路、气势宏伟的标准化厂房、高效运行的机械设备、工人们忙碌的身影……8月上旬,行走在隆回工业集中区,触目所及,无不让人眼前一亮。

隆回工业集中区成立于2005年。园区规划控制区域总面积20平方公里,到2020年建成10平方公里,已开发建设面积6平方公里。该工业集中区由“一园一区”组成,“一园”即城东南工业主园区,“一区”即城南食品工业区。按照“产业集中、聚集发展、合理布局”的总体要求,园区以建材、轻工制造业、富硒农产品深加工为主导产业,大力培育发展新能源、生物医药、电子信息、先进装备制造等战略新兴产业,积极引导优势产业向园区聚集,促进产业集群发展,为县域经济发展注入了能量与活力。

搭建一个平台,盘活一方经济。该县着力将工业集中区打造成县域经济发展的引擎,将园区建设成为“工业新城、城市新区”。通过不断完善园区排水、供电、通讯、道路、绿化等基础设施建设,累计投资14亿余元,全线贯通园区道路,铺设自来水、通信管网、网络、有线电视管道,并对园区进行绿化亮化,形成了四通八达路网络,实现了“七平一通”、“五网覆盖”,有效提升了

园区的吸引力和承载力。同时,在优化服务上下功夫。秉承“尊商、亲商、爱商、扶商”的理念,将审批权全部下放至园区,简化审批手续,开辟审批绿色通道。凡入园项目行政审批手续一律在园区办理,在3至5个工作日办结;省级部门审批项目,用地、环评、能评、立项等审批手续由县职能部门全程代办,2个月内办结。

栽下梧桐树,喜迎金凤凰。按照“大项目—产业链—产业群”的路子,该县坚持“招商选资、招大引强”,利用沿海产业转移的契机,着力转变招商引资方式,在确定招商引资的具体目标时,首先对企业的发展战略、发展前景和产业的相关性进行综合性分析,将工作重点放在引进投资大、发展强劲、关联广、带动性强、能形成规模产业的项目上,以带动配套产业发展,形成具有竞争力的产业集群。兴昂鞋业是一家大型的合资企业,2010年该集团公司将湖南地区总部设在隆回,是女鞋、休闲鞋生产的领头羊。当初该集团公司考虑到岳阳、长沙等地的区位优势和经济潜力,计划将总部落户岳阳、长沙,但到隆回考察后,被该县的投资环境和优质服务所吸引,毅然选择将总部落户在隆回。

让更多的企业落户园区,该县党政主要领导多次赴长三角、珠三角等重

点区域召开工业园建设推介会,大力宣传该县招商引资的优惠政策,开展“招老乡、回故乡、建家乡”等招商活动,重点围绕农产品深加工、电子信息等产业进行招商。同时积极组团参加世博会、中部博览会、邵商大会等大型招商活动。深入广东、上海、北京等发达地区,向一些行业龙头企业、上市公司和中央企业推介该县优势招商项目。现已有128家企业入驻园区,其中投产企业91家,规模企业88家。投资过亿元的企业15家,上市公司所属企业4家,高新技术企业5家。园区逐步形成鞋业产业园、木制品产业园、健康科技产业园等产业集聚区。

为推动入园企业发展,该县大力提倡创新,以创谋“变”。支持企业建立技术中心、工业设计中心、工程技术研究中心,增强企业创新发展能力;鼓励企业引进各类专业技术人才,县财政对企业引进且连续服务3年以上的中级、副高、高级专业技术人员分别奖励3000元、6000元、10000元,推动工业向提质增效升级。福鸿工艺制品有限公司作为一家玩具企业,从广州、上海等地聘请高级技师,组织技术攻关,增强自主创新能力,将目标瞄准高端手工艺品,专攻迪士尼工艺制品,对接“一带一路”海外市场,现已成为美国迪士尼公司在中国的最大手工艺品供货商。

智控型电能过滤器项目落户邵阳

本报讯 8月10日上午,湖南小快智造电子科技有限公司与邵阳经开区正式签订智控型电能过滤器项目。该项目一期投资5000万元,将于今年10月正式投产,预计2018年将实现2个亿的产值。

由湖南小快智造电子科技有限公司最新研发的电能过滤器是一款安全用电设备,高、低压交流电源经该装置后,人体在完全接地的情况单独接触火线不会造成伤亡,破解了触电不伤人、电不起火、不漏电的技术难题,是全球顶级安全用电方案的提供者。目前,该装置已经申请了国家专利并正式对外公布。小快智造公司总经理江世军表示,电能过滤器的问世及使用,电气安全事故将会大大降低甚至杜绝,因此这一造福人类的发明将在用电史上产生划时代的意义。

作为邵阳市重点引进的战略性新兴产业,电能过滤器项目计划分两期实施,总投资超过10亿元。其中一期投资5000万元,将于今年10月正式投产,三年后将实现销售额10亿元、净利润1亿元、创税5000万元。二期将建成一个占地超过500亩集科研大楼、体验中心、大数据中心、服务中心、生产车间等为一体的现代化产业园。项目全部建成后,公司有望成为一家年产值百亿至千亿级、在全球市场具有重要影响力的高端制造企业。届时,将直接解决就业人口3万人,间接提供就业岗位10万个以上。“此次回乡创业,我感觉邵阳经开区的办事效率很高,服务也做得很好,市委、市政府也给了我们最实在的优惠政策。我将怀着感恩之心,带领公司团队把企业做大做强。”签约仪式上江世军感慨道。(童中涵)

绥宁县多渠道扩大就业创业

本报讯 “有了这笔贷款,我可以扩大养殖规模了。”8月7日,绥宁县长铺苗族侗族乡荣岩村养鸡大户杨京平拿到10万元创业扶持贴息贷款后,对发展养鸡产业信心满满。

政府贴息“贷”动百姓创业。绥宁县积极落实创业担保贷款财政贴息政策,解决创业人员创业就业发展中的资金困难问题,扶持和推动符合创业担保贷款条件的城乡创业人员就近创业就业。今年上半年,该县发放创业小额贴息贷款1430万元,帮助143名城乡人员实现了创业就业。

今年以来,绥宁县按照“发挥创业政策、营造创业氛围、加大创业扶持”的思路,积极落实创业政策,多渠道扩大就业、创业,着力保障和改善民生,提升幸福指数。

该县发挥公共就业服务的平台作用,大力开展就业援助月、春风行动等就业专项活动,搭建就业平台,为广大失业人

员、高校毕业生和农村劳动力提供免费求职登记、职业介绍、就业指导、政策咨询等服务。在今年2月份举办的“就业精准扶贫暨春风行动”招聘会上,37家用人单位提供就业岗位3789个,当天达成意向协议1298个。

该县聚焦精准扶贫,紧紧围绕转移就业和特色产业需求,大力开展劳动预备制培训、就业技能培训、岗位技能提升培训,采取订单培训、定岗培训、定向培训、送培训下乡等培训模式,提高培训质量和就业效果。今年以来,全县举办就业技能培训班6期,培训贫困劳动力340人,其中培训贫困“两后生”164人。

据了解,1至6月,该县新增城镇就业人数1944人、失业人员再就业人数1009人、就业困难对象再就业人数358人,新增农村劳动力转移就业人数1400人,带动城乡就业人数1500人,培训总人数1420人,失业率控制在4%以内。

(向云峰)

上半年全市工业经济稳步发展

本报讯 8月8日,记者从市经信委了解到,上半年我市1132户规模工业企业实现工业总产值916.82亿元,同比增长10.2%;实现工业增加值206.13亿元,同比增长6.2%;全市实缴工业税收10.18亿元,同比增长9.8%。

上半年在工业领域,邵阳经开区的体制改革取得重大成就。8月8日下午,市政府第二十二次常务会议原则同意了《关于推进邵阳经济开发区体制机制改革建设千亿园区的实施意见(送审稿)》、《关于宝庆工业集中区与邵阳经济开发区合并为邵阳经济开发区的通知(送审稿)》、《关于邵阳经济开发区托管双清区部分乡镇的决定(送审稿)》、《邵阳经济开发区编制机构及派驻机构设置方案(送审稿)》、《关于下放一批经济管理权限的通知(送审稿)》等五个文件,明确下放百余项经济社会管理权限,经开区托管控规所涉十余个建制村(社区),实行打破身份界限利用人机制、灵活的绩效工资制度等改革事项。

招商引资成效显著,上半年全市共完成新招商工业项目87个,总投资169.5亿元;正在洽谈和意向签约的工业项目13个,总投资248.4亿元。签约数和投

资额比去年同期分别增长35%、32%。项目建设加快推进,到目前,全市共有新开工项目63个,总投资额106.1亿元;续建工业项目54个,总投资额155.5亿元。签约数和投资额分别同比增长35%和32%。

企业帮扶精准有效,今年市经信委选取28个市重点企业开展了“真情结对、精准服务”专项帮扶行动。上半年帮助企业解决用地、用电、资金、手续办理、费用减免等各类问题34项,帮助企业向省里申报制造强省、产业转型升级等各类项目135个,涉及项目资金2.2亿元,比去年同期增长40%以上。发展环境不断优化,严格落实国家、省里各项减负政策,设立了企业减负投诉中心,全天受理企业单位和社会各界投诉,各县市区采取了多种方式推动我市《关于降低实体经济企业成本的若干意见》(“21条”减负政策)等系列文件落地实施。

下阶段,市经信委将针对仍存在的工业经济运行不畅、匹配指标数据不理想、县市区发展不平衡等问题,狠抓招商入园、产业链建设、“四百工程”、规上入统、运行调度等方面工作,加快工业发展,坚决完成全面目标任务。

(朱杰 陈旻阳)

读懂品牌消长背后的观念之变

何鼎鼎

中国的消费市场升级,可能会孕育出一批高品质的本土品牌甚至是伟大品牌。只是大部分人可能都没想到,这个故事会发展得这么快。一项大型调查显示,从果汁、化妆品到牙刷,被国际大牌拿走的市场份额,正慢慢被本土品牌拿回来。中国城市快速消费品市场去年增长3%,但本土企业销售额增幅超过8%,相比之下,外国品牌只增加1.5%。快速消费品市场的竞争,不仅需要过硬的产品质量,更考验品牌的市场贴合度和市场引领能力。对于我国的产业升级而言,这是不可或缺的一块拼图。中国品牌在这一领域的迎头赶上,和高铁等中高端制造业走向世界一样,值得称道。

有观察家分析,中国企业在新一轮市场竞争中的最大优势是“察言观色”:及时捕捉个性化消费时代变动不居的需求,准确把握国际流行后适当加入中国元素逆向设计,面对喜好的变化可以更快掉头。而一些跨国公司发展乏力,正是由于决策与市场的分离造成了信息传递的“竖井”。同时,移动互联网的发展,削弱了国际大牌在大型百货店、超市、免税店的渠道优势,为国产品牌的崛起提供了另一个支点。更懂消费者的

产品设计、更轻便的营销模式,让国产品牌在市场升级的过程中获得了弯道超车的机会。

事实上,随着中国消费市场逐渐进入品质时代,打造一批优秀甚至享誉世界的中国品牌,并非遥不可及的事情。不久前,老牌化妆品品牌百雀羚成为有美妆研发“诺贝尔”平台之称的国际化化妆品化学家联合会(IFSCC)首家中国金牌会员,几乎同时,它的一次互联网传播,也惊艳了年轻人和营销界。百雀羚多角度的变身,只是中国本土品牌不断发展和转型的缩影。当前,越来越多的中国品牌捅破了这层窗户纸,产品运营“走下去”,产品质量“走上来”,在发展格局上“走出去”,未来大有可期。

消费升级的过程,本质上是消费者自我价值认定变迁的过程。消费的递进,就是生活观念的演进。品牌偏好的变迁史,即是最生动的生活史。1954年,欧莱雅推出的一次性剂量香波,被认为“彻底改变了法国人的卫生习惯”。今天,先于海外竞争者推出大受欢迎的无硅油洗发水,抽纸从双层递进到三层,果汁由浓缩向鲜榨升级……本土品牌的优势,在于以更快的速度抓住了中国市场不断变化的品味。从这个角度讲,品

牌间最终竞争的,不只是价格高低、包装美丑、渠道宽窄,更是对一代人生活价值观的理解。谁理解得更透彻,谁就更能取胜。

在理解本地市场方面,国产品牌有天然的优势,从一心扑向洋货到货比三家后选款国货的消费习惯变化,我们看得见国产品牌的成长。但是,这种成长离不开开放经济引领的市场竞争。几年前,时尚品牌ZARA从设计打版到制作上架两周完成的“时间哲学”还让人觉得不可思议,但随着“快时尚”理念的深入,类似的模式正如水银泻地一般在各行业播撒开去。因为开放,样板越来越多。先模仿再图赶超,差距则不断缩小,中国品牌的成长,绝非一个不断本土化的剧本,而是一个始终打开大门拥抱世界的故事。

这场全方位的竞争,还有另一个面向。当我们欣喜于传音手机热销非洲、珠江钢琴畅销欧美、华为在世界各地掀起中国风潮时,可能德国啤酒、进口奶粉也在成为中国农村的新时尚。在经济全球化的今天,对市场的理解及市场竞争都是双向的。中国市场的升级,给了中国品牌抢滩的机会,必须顺势而为,才能让诞生于中国的伟大品牌名单越写越长。

今年来邵阳经开区全力推进白马大道建设,目前白马大道昭阳路至进站路段正在抓紧施工,预计在8月20日可实现主路通车。
童中涵 摄

