

# 企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

浙江金华“工科会”18年实现“三化” 从科技“追逐者”变身产业“引领者”

◎专业化——深受企业青睐 ◎差异化——塑造城市品牌 ◎国际化——世界元素渐浓

[P2]

## 4.0版全域旅游发展战略

■ 李后强

生态旅游自古就有,至今方兴未艾,势头很旺。这是好事。但学界对生态旅游的性质和功能定位还没有形成共识,阐释空间很大。我们在《生态康养论》专著中对此进行了探讨,提出了“六度理论”,得到了地方政府和企业家的点赞和应用。国家旅游局李金早同志最早提出“全域旅游”概念,并进行了系统阐述,属于重大创新,已上升为国家战略,影响深远。习近平总书记在宁夏视察时指出,发展全域旅游,路子是对的,要坚持走下去。李克强总理在今年的政府工作报告中提出,大力发展战略全域旅游。当前,各地正迸发出发展全域旅游的蓬勃活力,它必将作为中国旅游人的“旅游梦”,汇入中华民族伟大复兴中国梦的浩荡长河之中。如何把全域旅游作为地方发展战略,值得学界深入研究。

全域旅游的核心是融合。德国为把控工业霸主地位,提出了工业4.0概念(Industry4.0),旨在提升制造业的智能化水平,建立具有适应性、资源效率及基因工程学的智慧工厂,在商业流程及价值流程中整合客户及商业伙伴。其技术基础是网络实体系统及物联网,指利用物联网信息系统(Cyber—Physical System简称CPS)将生产中的供应、制造、销售信息数据化、智慧化,最后达到快速、有效、个人化的成品供应。本质是深度学习、流程智能化。各国都有相应的大计划。全域旅游是指在一定区域内,以旅游业为优势产业,通过对区域内经济社会资源尤其是旅游资源、相关产业、生态环境、公共服务、体制机制、政策法规、文明素质等进行全方位、系统化的优化提升,实现区域资源有机整合、产业融合发展、社会共建共享,以旅游业带动和促进经济社会协调发展的一种新的区域协调发展观念和模式。

经过这些年的快速发展和转型升级,我国全域旅游应该进入了4.0版时代。其显著标志是大数据、物联网、云计算、虚拟现实(VR)等技术在全域旅游中的广泛应用,数字化、智能化、虚拟化水平显著提升。万里美景近在眼前,天下风景尽在手机之中。吃、住、行、游、购、娱以及商、养、学、闲、情、奇等,可以一键了然,住宿、饮食、人流量、天气情况等任你选择。划分等级的主要依据是交通和信息化水平,旅游资源的创生和整合水平。1.0版全域旅游主要是纯自然状态,没有现代交通和信息;2.0版全域旅游主要是伴随低速交通和团体旅游、有线通信,旅游资源经过人工整理;3.0版全域旅游主要是自驾游、铁路、飞机和无线通信,有人造景观;4.0版全域旅游主要是高速公路、高铁、低空飞行和智能化管理,包括全要素、全空间、全时段、全过程、全社会、全产业链等整合,实际上是“系统旅游”,本质是各种要素的深度融合,声光电创造,特别是信息技术应用。4.0版全域旅游是“同轴旅游”战略,就是以旅游为龙头优势产业,整合带动其他产业发展。旅游产业是轴心,其他产业是外围。全域旅游是把一个行政区当作一个旅游景区,是旅游产业的全景化、全覆盖,是资源优化、空间有序、产品丰富、产业发达的科学的系统旅游,要求全社会参与,全民参与旅游业,通过消除城乡二元结构,实现城乡一体化,全面推动产业建设和经济提升。这是一个全新时代,大有作为的时代!

全域旅游是高层次产业。我们曾经对产业分类作了专题研究,认为在信息化和智能化时代,传统的三次分类方法已经不能适应经济社会发展,因此提出了“九次产业”理论。按照新的九次产业分类法,全域旅游应该是第六次产业,既不是农业、工业,也不是服务业,  
[紧转P2]

热线电话:400 990 3393  
新闻热线:028-86637530  
投稿邮箱:cjb490@sina.com



## “華盛名酒号”高铁贵阳首发 让贵州酱酒跑出“中国速度”



■ 本报记者 樊瑛 张建忠

11月6日,早上7:50,“華盛名酒号”高铁列车贵阳北至北京西首发仪式在贵阳北站隆重举行。贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司党委书记、董事长王开馥,贵州茅台集团保健酒业有限公司党委委员、副总经理赵富刚,遵义市、仁怀市酒业协会秘书长、执行副会长吕玉华,成都铁路局贵阳北站高主任,播客1935项目负责人谢正华,泰国泰中经贸促进会会长、一带一路新加坡发展基金总会会长张盛财,“華盛名酒”全国营销负责人涂宸豪等出席了首发仪式,共同见证了“華盛名酒”迈入“中国高铁”时代。

据悉,“華盛名酒”由贵州茅台酒厂(集团)保健酒业2016年推出,是CCTV-2财经频道、CCTV-7军事频道热播助推品牌,涂宸豪先生曾被CCTV发现之旅“对话中国品牌”邀请为特约嘉宾。

### “華盛名酒号”高铁列车的开通 是茅台集团保健酒业增强品牌 知名度的又一个重大举措

贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司党委书记、董事长王开馥发表热情洋溢的致辞,他指出:贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司(以下简称茅台保健酒业),是茅台旗下成立最早、历史最长的子公司,是生产基地唯一在茅台厂区内的子公司,是茅台旗下久负盛名的子公司之一。

王开馥董事长强调:“華盛名酒”是茅台保健酒业有限公司2016年新开发、并重点打造的品牌之一,“華盛名酒号”高铁列车的开通,是我们增强品牌知名度的又一个重大举措,我深信,“華盛名酒号”的开通,一定会更加广泛地传播茅台保健酒业有限公司的强劲品牌,一定会更加提升公司的形象,一定会把酒都儿女的深情厚谊洒满中国大地!

王开馥董事长深情地寄予希望:长风破浪会有时,直挂云帆济沧海!有了今天的首发,我们一定会初心不改,矢志奋斗,让整个保健酒事业,如同今天的高铁列车,一路兼程,走向更加美好的未来!

### 酱香酒核心产区仁怀的年生产量 占全国白酒烈性酒不到8% 发展潜力巨大

遵义市、仁怀市酒业协会秘书长、执行副会长吕玉华在致辞中表示:希望“華盛名酒”就像高铁列车那样能够勇往直前,驰骋祖国大江南北,把贵州的酱香美酒带给全国人民,走出国门,享誉世界!

首发仪式结束后,吕玉华执行副会长接受了记者采访,他指出:“華盛名酒号”高铁列车的首发对于贵州酱香酒的宣传走在了行业的前面。一个好的酱香酒要做到两个方面:

第一个方面是宣传,有三大理念:一是品牌宣传,就像“華盛名酒号”高铁列车对“華盛名酒”的宣传力度、影响力非常大;二是文化的宣传,暨贵州酱香酒历史文化长征文化

的宣传;三是酿造工艺的宣传。

第二个方面,除了宣传就是要抓好质量,质量是整个酒行业的生命线。离开了质量走不长,也走不远。

在做好前面所讲的宣传的基础上,再加上质量的保证,未来酱香酒的发展前景会非常好!

酱香酒目前在复苏,但是,还要加大产出和效益。“華盛名酒”做到了这一点,除了保证质量,做好相关宣传外,还有许多新的做法和成功案例,值得仁怀酱香酒328家企业学习。整个中国的酱香酒核心产区在仁怀15平方公里土地上,加上物流、经济开发等占地共有20平方公里,在20平方公里上生产的酱香酒每年有65万千升到70万千升,70万升在全国白酒中只占烈性酒的7%多一点,不到8%,还要满负荷生产才能达到,可见酱香酒的潜力之大。我相信,酱香酒有美好的未来。

### 经销商和运营者 共同看好“華盛名酒”发展前景

泰国泰中经贸促进会会长、一带一路新加坡发展基金总会长张盛财接受记者采访时说,这次来参加“華盛名酒号”高铁列车首发仪式,感受到“華盛名酒”是很好的酱香型酒,想多体验一下品牌文化,准备与華盛名酒公司合作,乘着“一带一路”的东风,推动“華盛名酒”销往新、马、泰地区;同时,也希望借助泰国泰中经贸促进会、一带一路新加坡发展基金总会与贵州开展广泛合作。

“華盛名酒”内蒙古经销商陈大鹏先生在接受记者采访时表示,酱香酒有着巨大的发展潜力,一定会给大家带来新的市场、机会和前景,祝愿“華盛名酒”在“華盛名酒号”高铁列车首发仪式后,能够勇往直前,乘风破浪,给酱香酒带来新的希望和美好前景。

“華盛名酒”全国营销负责人涂宸豪先生在接受记者采访时表示,运用“華盛名酒号”高铁列车旨在进一步加大品牌的影响力和提高品牌的知名度,我们要把“華盛名酒”打造成民族品牌,将酱香酒推向世界,让全世界人民一起共享中国酱香美酒。

### 忠诚、高效、精锐的“華盛名酒” 运营团队 将缔造出一个又一个辉煌

“華盛名酒”作为贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司重点打造的品牌,是中国酱香型白酒领导品牌,也是深受消费者喜爱的酒品。2016年5月推出“華盛名酒”战略以来,广受市场欢迎,实现单个品牌市场招商1000多个经销商,2016年5月至2017年元月1日产值获得良好佳绩;“華盛名酒”2016年10月正式上市至今短短1年时间单品销售取得满意成绩,目前事业发展更是佳绩频涌,成果斐然,知名度、美誉度节节高升,成为“黔货出山、风行天下”的卖断档的热销产品。

“華盛名酒”运营团队是一支忠诚、高效、精锐的营销战士;是一支热爱学习、有战斗力、执行力、有目标的团队;他们秉信与公司同在,公司有我,辉煌的信念将缔造出一个又一个辉煌;他们以特有的方式淋漓尽致地体现了企业的文化、信仰、灵魂;他们以自信的姿态表达着对生活的坚定信念。

据悉,“華盛名酒号”将深入展示企业形象,传播品牌影响力。出席仪式的领导、華盛名酒的代表在成都铁路局贵阳北站领导的陪同下,兴致勃勃地登上“華盛名酒号”高铁列车,每一个座位上醒目耀眼的“華盛名酒”品牌元素扑面而来,成为了“華盛名酒”品牌文化的移动宣传长廊,实现了品牌文化与产品信息的精准联动传播。

出席首发仪式的领导一起为“華盛名酒号”高铁列车剪彩。当日上午8:37“華盛名酒号”G82次列车缓缓驶出贵阳北站前往北京西,来自全国各地的经销商代表在领略多彩贵州好山好水的同时,生动感受到了以“華盛名酒”为代表的“历史长、酒质好、产量少,具有稀缺性、唯一性、独特性的酱香型酒”跑出的“中国速度”,在体验酱香美酒文化的同时,伴着高铁的飞奔,共同奔向美好前程。

  
Smithfield  
尊享美式生活

纯正美国味  
来自Smithfield®  
进口Smithfield®猪肉原料

美国培根 美式火腿 美式香肠





引领心身健康 容拳成就梦想

www.rongquandao.com

