

南充:新型城镇化建设成为拉动发展主引擎



南充市嘉陵城区一角



南充拥江主城区

■ 李永平 文 / 图

四川省南充市是著名的川东北重镇。近年来,南充市以“统筹城乡,梯次推进”为目标,坚持“两化互动,产城一体”的发展战略,加快城乡一体化建设,着力构建以特大城市为中心,以中小城市为纽带,以重点城镇为支撑的“1+3+6+N”的城镇体系,城镇化建设已成为投资拉动的主引擎,成为推动经济发展、实现次级突破的主动动力。目前,南充市城镇化率以每年近两个百分点的速度增长,现已达到 39.2%,中心城区建成区面积超过 100 平方公里,常住人口超过 100 万人,在川东北城市群中率先进入特大城市行列。

今年,南充市把城市建设作为固定资产投资的重点,仅中心城区实施重点城建项目就达 48 个,总投资超过 100 亿元。北部新城、江东新区、下中坝片区、龙门古镇建设、凤口新城以及南充化学工业园、都京纺织服装工业园、小龙现代物流园正如火如荼建设,产城一体深度融合。金融大道、下中坝嘉陵江大桥连接线、西河南路至嘉陵区隧道等一批

城市重点项目的建设,拉大了中心城区的城市骨架。总投资 1.99 亿元的白塔嘉陵江大桥顺庆岸全互通改造工程又即将动工,这是继人民南、北、中路改造提升工程之后的又一重点城建项目。近年来,先后成功引进万科集团、佳兆业集团、恒大集团、绿地集团、仁和春等一批国内知名企业参与城市新区开发建设,提升了新城档次和水平。

除中心城区外,南充所辖的五县一市也出现了竞相发展的良好局面。阆中市七江新区、南部县行政新区、西充县北部新城、仪陇县城东片区、营山县北部新城、蓬安县凤凰新城等一批城市新区快速推进。阆中市、南部县通过用 3 至 5 年的时间,力争形成建成区面积 50 平方公里、常住人口 50 万人的大城市,经济总量力争突破 400 亿元。

南充市坚持城镇化与工业化良性互动,与农业现代化相互协调,助推服务业发展。今年将选择 10 至 20 个重点小城镇优先发展,着力加强规划设计、产业培育、基础建设和政策扶持,培育一批产业带动型、交通枢纽型、旅游娱乐型、文化集散型、商贸流通型的新型

品牌小城镇,引导农民向城镇适度集中,实现就地、就近就业。

南充市老城区人车混行、交通阻塞、城市内涝等“城市综合症”曾经困扰城市居民很多年,该市坚持以改善群众住房条件为出发点和落脚点,以人为本推进旧城危旧房和棚户区改造,有效改善了困难群众生产生活条件。截至 2012 年底,全市旧城危旧房和棚户区改造累计总投资达 150 亿元,共改造各类棚户区 46292 户,改造面积 277 万平方米,回迁安置居民 22776 户。同时,积极探索旧城优化改造新模式,集约节约推进城市地下空间改造开发,启动了总面积近 10 万平米的“地下新城”建设。

南充市坚持“全域南充”的发展理念,做到城乡规划“一盘棋”,新型城镇化与新农村综合体建设相结合,充分体现地域特色,强化集聚功能,注重历史文化名镇、名村的文化遗迹保护与川北民俗文化的传承。力争到 2015 年,全市城镇化率达到 50%,主城区人口达到 120 万、建成区面积达到 120 平方公里,经济总量突破 2000 亿元。

员工的期盼,就是企业的工作重点 贵州矿业一批民生问题迎刃而解

“‘小贵州’这下安心了吧?”“是的,签订了劳动合同,就什么顾虑都没有了。”这是 8 月 13 日笔者在山东能源贵州矿业公司人力资源部看到的一幕。

贵州矿业公司在党的群众路线教育实践活动中,紧紧抓住“边学边改,边查边改”这个关键,对企业存在的重点问题限时解决,取信于民。

签订劳动合同,千名农民“摇身一变”成了国员工。该公司下辖 10 多个矿井,为满足生产工作需要,各矿都在当地招聘了一些农民工。早在今年 4 月,中央研究部署开展党的群众路线教育实践活动消息传出后,公司党政就提出对各矿对用工情况进行清理整顿,以稳定员工队伍,规避法律风险,并责成

人力资源部 3 个月完成这项任务。经过调查摸底和严格筛选,目前公司已与符合企业用工条件的 1020 名农民工签订了劳动合同,使他们享受到与国员工一样的“五险”(养老、医疗、失业、生育、工伤保险)和同工同酬待遇,漂泊不定的生活结束了。

合理调整分配政策,发挥经济杠杆作用。贵州矿业公司员工来自山东、贵州两地。山东籍员工实行连续工作制,即每两月休假一次;贵州籍员工执行国家法定工作日制度。以往,山东籍员工休假路费实报实销,致使一些因公不能按时休假的员工感到吃亏;贵州籍员工也因路费不予报销而有意见。为解决上述问题,公司相继出台两个文件,对上述问题作了明确规定,及时解决了员工关心的休假交

通补助问题,提高了员工群众的满意度,调动了工作积极性。

创新企业管理理念,加快构建和谐矿区。执行董事、党委书记、总经理陈家忠认为,贵州矿业公司员工来自五湖四海,特别是山东籍员工与家人团聚的机会很少。因此,必须提倡“快乐学习、快乐工作、快乐生活”。党委副书记、纪委书记、工会主席王均才则提出:“要倡导‘良药不苦也治病,忠言顺耳也利行’的管理理念,不能靠‘熊牌’管理企业。”公司领导把以人为本,真心为民理念落到实处,促进了党群干群关系的融洽和谐,为转方式、调结构,冲出困境,加快发展提供了精神动力和智力支持。

(石长荣)

禹州市单月供电量突破两亿千瓦时

河南省禹州市电业局今年 7 月份供电量达到 2.184 亿千瓦时,同比增长 21.4%,创历史最高纪录。

今年以来,该局供电量受社会经济缓慢增长的影响,上半年供电量增幅减缓,进入 7 月份以来,该局供电出现明显的拐点,当月供

电量完成 2.184 千瓦时,特别是进入 7 月下旬以来,供电负荷从 26 日至 28 日连续 3 天屡创历史新高,28 日,供电负荷达到 40.64 万千瓦,日供电量突破 804 万千瓦时,创历史新高,助推 7 月份电量突破 2 亿千瓦时大关。

(乔新建 周晓军 董亨)

羚锐制药贴膏剂事业部 强化防暑降温工作

针对近期持续高温天气,河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部采取多项有效措施,扎实做好防暑降温工作。

事业部要求各级管理人员和企业经理人高度重视员工防暑降温工作,由生产部和办公室负责,在生产组织方面,合理安排每日、每周生产,包括生产车间和仓库、机械设备维修、储运部门员工工作,避免员工长时间在高温环境下工作;设备管理方面,加强能介系统、变电所等高压电气设备的日常巡检频次,

确保设备稳定可靠;后勤保障方面,储备充足的开水、绿豆汤、清凉油、人丹、风油精、毛巾等防暑用品,保证空调设施的完好。同时加强员工安全意识及防暑知识教育,提高员工自我保护能力;加强对检修作业、项目技改施工现场的安全监控,并强化员工饮食卫生管理,要求食堂为员工配备充足的西瓜、西红柿、白砂糖、绿豆汤等防暑降温食品,确保员工饮食卫生。

(汤兴)



2013“玉柴杯”年会嘉宾 参观玉柴

8 月 8 日下午,一百多名参加 2013 年“玉柴杯”全国机电企业工艺年会暨第七届工业节能减排工艺技术研讨会的嘉宾,到玉柴各车间参观,实地考察了玉柴的工艺技术水平。

参会代表依次参观了重机加工车间、重机装试车间以及铸造中心。参观过程中,嘉宾对工厂良好的目视化管

理、先进的工艺、设备赞不绝口。在铸造中心,当参会代表看到玉柴采用全自动机械手给砂芯浸涂涂料工艺、机器人下芯工艺以及玉柴独创的余热退火工艺时,纷纷向工厂相关人员询问了解情况。

图为嘉宾参观玉柴厂区。

李薇 摄影报道

海歆电器:以全方位创新引领企业腾飞



海歆电器董事长王平新

■ 姚银朝

成立于 2001 年 6 月的阜阳新海工贸有限责任公司,坐落在省级阜阳经济技术开发区,是目前阜阳唯一的家电生产企业,也是安徽省重点家电生产企业。公司集家用电器研制、开发、制造、销售、注塑加工、冲压、模具设计制作为一体,生产的海歆牌洗衣机拥有 11 项国家专利,并荣获 2007 年安徽工业创新成果展银奖。现公司已发展为占地近 200 亩、具有几万平米的现代化厂房、下辖三个子公司、年产值几十亿元的集团企业——海歆电器集团,被授予安徽明星企业、安徽 AA 级信用企业。公司董事长王平新也被授予阜阳市十大杰出青年、安徽省十大优秀青年、安徽省十大优秀经济人物称号。探寻企业在很短的时间内迅速发展的秘籍,王平新董事长告之,企业要腾飞,就要全方位创新,要在产品、销售、宣传、服务、管理上多方创新。

海歆在产品上不断推陈出新,针对广大农村家电市场“省钱、省事、省电、耐用”等消费特点,2005 年,海歆研制生产的不用洗衣粉的洗衣机、直排式洗衣机、迷你型洗衣机、10 天用 1 度电洗衣机等经济实惠又富有人性化的产品,投放市场后,立即受到农村广大

消费者的青睐。产品迅速占据了周围广大农村市场,不仅得到中国有关方面的认可 and 产品质量认可,还取得了 11 项国家专利。2010 年,公司研制生产的海歆小杰士洗衣机成为国家家电下乡中标品牌,是阜阳市仅有的家电下乡中标品牌。现在,公司不但生产出具有专利技术的洗脚盆、饮水机、洗车器、电冰箱、电风扇等,还即将生产与香港泰科科技公司合作投资的液晶电视。年产 50 万台的液晶电视投放市场后,将给公司带来 5 亿元人民币的年产值。

在销售上,海歆编织了五级销售网络,织造百县千镇销售点。在省、市(地级)、县、镇(乡)、村(居)织成销售网络,不留空白点。重点扶持镇村网点,为镇网点担保提供南京民生银行 30 万元的授信额度,并免费装修店面、免费提供展台。在每个镇设立约 20 个村网点,为每个村网点定期搞宣传促销活动,并上门为用户所买家电免费保养和维修。在 100 个县和 1000 个乡镇设立销售点,尽快使销售网络在全国布满布大。目前,在河北、河南、山东、山西、陕西、湖北、江苏等 11 个省市的县设立了海歆电器代理处。销售网络的密集,销售触角向村庄的延伸,使海歆电器很快成为家喻户晓的品牌。

在宣传上,海歆集团采取别人不动我动,别人不去我去,别人不敢我敢的方式。在城市,海歆利用双休日、节假日进社区宣传展示产品。与一些家电巨头只注重城市市场宣传不同,海歆更注重农村市场的宣传。每年的春秋两季农忙时节,是家电产品销售的淡季,许多家电商只是坐等买家,但海歆人到田间地头帮助农民收获庄稼的时候宣传自己的产品,还展示海歆小家电的“轻、快、好、省”的特点,使销售淡季不淡。在销售旺季时,一些家电商只在集市上宣传,而海歆人却进村入户宣传。不仅如此,碰到谁家娶媳妇,还把宣传队拉到主人家,放炮唱歌,为主人助兴的同时宣传产品。农民都喜欢买价廉物美的产品,为

了消除农民对海歆电器价格低而担心质量的疑虑,宣传人员让人们人们对海歆洗衣机的外壳踩、踹、砸,还让几个人同时站在洗衣机上面。在几年前的河北省石家庄灵寿县青同乡的宣传活动中,他们就采取了让几个农民站在洗衣机上的试验。通过这样的试验,农民们发现洗衣机毫发无损,真正体验到了海歆洗衣机的过硬质量。他们的口耳相传,就是海歆产品的最好宣传。

在服务上,海歆牢固树立“服务无止境,海歆在努力”的理念,与一些家电厂商的服务只停留在售后服务上、产品出问题用户打电话或找上门反应才去服务、才去维修的被动式服务相比,他们采取的是主动式服务。每年春节,他们采取大回访行动。他们以乡镇经销商所售区域为单位,让经销商带领售后服务人员到用户家里,对洗衣机进行全面的检测和保养,带着礼品,听取用户对产品的意见和建议。他们主动服务的精神,感动着用户,感动着消费者,为海歆品牌的传播和使用奠定了基石。

在管理上,海歆采取 6S 管理模式。他们除了注重生产的安全、厂区的整洁外,重点关注人员的素质培养。他们以人人是人才,人人是老板的理念对待员工,以自己给自己打工、业绩定回报的管理方式,让员工迸发热情、干劲、创造力,让员工体验到自己就是企业主人的感觉。

眼界决定境界,思路决定出路,目标激发动力,创新引领发展。海歆集团没有停留在过去骄人的业绩上,他们放眼于全国,放眼于世界,始终抱着“创新无止境,海歆在努力”的理念,规划下一个五年的发展。通过下一个五年规划,企业年产值要超 15 亿元,产品不仅要在全国各地销售,还要远销国外。“立足全国,走向世界”,这是董事长王平新的豪言壮语,更是公司的发展目标。

海歆,正像大鹏一样,在蓝天白云中展翅飞翔!

“草原村”厉兵秣马闯市场

内蒙古蒙古包食品有限公司位于通辽市奈曼旗,其前身是草原村风干牛肉制品厂,自成立以来一直坚持“内强素质、外树形象”的经营方针,取得了丰硕的成果,曾被上级评为“诚信单位”“先进私营企业”等。“草原村”“草原部落”商标被评为通辽市知名商标。其系列产品风干牛肉、风干芥肉远销全国各地。近日,我们采访到了该公司总经理张海波。

记者:质量是企业的生命,该公司是如何抓产品质量的?

张海波:强化管理,夯实企业发展基础。产品质量是企业的生命线,我公司在抓产品质量方面狠下功夫。首先在提高品质方面下功夫,力求创新品种,货真价实。从创业初期到现在始终坚持“品质第一”的经营原则,传统工艺和现代食品生产技术相结合,经过传统工艺天然调料喂浸,现代生产工艺制作,制成的风干牛肉纹理规则,膳食纤维呈拉丝状态,色泽红褐发亮,条块较大,外酥里嫩,风味独特。还具有低脂肪、高蛋白,营养丰富、老少皆宜等特点。经过几年不断创新,目前生产的牛肉干以其“纯正风干,色泽发亮,口感外酥里嫩,食之回味无穷等特点,被誉为“草原肉金子”“通辽名片”。其次,质量管理从源头抓起。选择非孕、病、瘦优良品质牛身上的精牛肉,无筋无油,而且经过 72 小时排酸,保证其新鲜卫生。随着企业用料不断增加,选择有资质,有出口能力的大厂,用高于市场平均价格收购精牛肉,从而保证了所有原料的品质,为企业的长足发展奠定了坚实的基础。

记者:企业文化推动企业发展是不争的事实,该公司是如何建设企业文化的?

张海波:加强企业文化建设,构建特色企业文化体系。企业文化提升企业的凝聚力和向心力,推动企业健康快速发展是一个不争的事实。我公司深深地意识到了这一点,



●张海波总经理

把企业文化和草原文化有机结合起来,形成了本企业特色。草原人的真诚、乐观、豁达是我们传承的,是我们做事的基础。我公司立足草原,广纳天下来客,共谋发展。其胸怀与草原人一样宽广、大度。草原风光美丽、迷人、广袤、深邃,令人神驰向往。我公司提出把草原带回家,提倡做绿色食品,把成吉思汗铁骑远征的军粮,做到千家万户,给人们带去健康。草原文化的包容、合作、久远、深邃,是做百年企业要有的精神。据此提炼出本企业的经营理念合作、分享与成功。“草原村”不仅是草原文化的传承者,更是草原文化的弘扬者,“草原村”产品给人们带来健康的同时,也带来了草原文化的一种期盼,一份快乐。

树立品牌意识,推进品牌战略。在产品包装方面做文章,为提高产品档次,公司投入资金购进大型先进真空灭菌包装设备,为实现产品的更新换代和开拓市场奠定基础。大打打草原品牌 and 传承草原文化,传播“自然营养、绿色健康”的理念,风干牛肉的历史传说,丰富了历史文化内涵,品牌战略展示了企业形象,推动了“草原村”、“草原部落”品牌建树,实现了从通辽知名品牌到内蒙古乃至全国知名品牌的飞跃。(明月)