

把握转型升级的内在要求,坚持新型工业为主导推动发展 兴文县逐步形成新的经济增长点



■ 通讯员 金萍 本报记者 何沙洲

受国内宏观环境和有关政策因素的影响,今年四川省兴文县工业经济是近年来运行最困难的一年。面对严峻形势,兴文县把握转型升级的内在要求,坚持新型工业为主导,努力克服煤矿关闭停产整顿等不利因素的影响,毫不动摇地实施项目推进战略,经济运行态势有所转好。预计全年实现规上工业总产值 49.4 亿元,规上工业增加值 20.38 亿元;实现主营业务收入 51.2 亿元以上;实现工业利润 3.2 亿元;实现工业技改投资 18.3 亿元(增长 5.78%),工业经济实现稳步增长。同时随着一批新项目相继投运生产,兴文县新的经济增长点将逐步形成。

工业园区蓬勃发展 产业集聚平台雏形初现

“有管委会的周到服务,我们能把所有精力都花在项目建设上来。普朝 11 月 1 日开建厂房,12 月底将投入使用,明年初将进行二期厂区建设。”11 月 27 日,记者在兴文县工业园区内看见,入驻园区的四川普朝彩钢结构责任有限公司,在加快厂房建设的同时就已经投入生产。据公司负责人介绍,园区内的企业已经在使用他们的产品,目前公司接到了来自云贵川的 2000 多万元订单,生产任

务排到了明年 6 月。

在园区内,提前建成投产的企业比比皆是:车友汽车服务有限公司一期工程比预计建成投产提前了一个多月,东和欣公司一期工程年产 10 万吨覆铁项目比正常建设工期一年缩短了一半时间……

今年 1—11 月,兴文工业园区共引进项目 20 个,协议投资总额 25.63 亿元。其中,投资超过 5000 万元项目 14 个;新开工项目 13 个,已投产项目 8 个,实现招商引资到位资金 7.8 亿元,占全年目标任务的 97.5%。工业园区基础设施建设及东和欣覆膜铁金属包装项目、飞龙食品项目、九天物流园项目等项目扎实有效推进,产业集聚平台雏形初现。

充分发挥龙头带动作用 企业培育再上台阶

省级龙头企业兴文县石海竹木制品公司厂房内,机器轰鸣声虽有些嘈杂,但工人们在各自的生产线上既忙碌又井然有序,加班加点生产竹木制品。这家公司充分利用丰富的楠竹资源优势,结合竹文化的内涵,不断创新开发新产品。公司去年 12 月投产,首期投资达到 0.3 亿元,现有员工 170 余人,预计销售收入 1 亿元,利税 1500 万元以上,今年入选四川省成长型中小企业。

除石海竹业外,兴文县还培育四川省“小

巨人·成长型”中小企业 2 户,其中宜宾瑞兴实业有限公司入选小巨人企业,宏源塑编有限责任公司入选成长型中小企业。兴文全县新增试运行煤矿和竣工验收煤矿 6 个,新增产能 90 万吨,新增产值 6 亿元;四川省东和欣一期工程、新顺建材、宇庆食品、车友集装箱、飞龙食品技改、龙腾洁净煤技改等 6 个园区企业竣工投产,新增产值 5.5 亿元。

产业经济的发展离不开龙头企业。通过引导、扶持、培育等各项工作的展开,该县企业在自主创新、品牌建设、技改技创、开拓市场等方面取得较好成效,充分发挥了龙头带动作用。今年,宇庆食品、东和欣包装科技、兴顺建材、和良建材、敬师酒业、古宋粮油公司 6 户企业跨入规模以上工业企业行业,兴文全县新增规上工业企业产值 5 亿元。石海竹木公司和巨峰木业公司进入“亿元俱乐部”,该县亿元企业累计达到 16 户。

加大工业招商和转产引导 经济增长新点呈现

工业是县域经济可持续发展的支柱,受国家产业结构调整政策及淘汰落后产能,今年兴文县实施煤矿企业整顿关闭、兼并重组及企业复产工作,分两批整顿关闭了 13 个煤矿企业,这让主要依靠开采有限资源煤炭的兴文工业发展压力加大。

如何改变财政收入主要依靠煤炭产业的现状?兴文县委、县政府以招商引资和产业转型升级发展破解难题。

于是,总投资 2 亿元、年产值可达 10 亿元以上、年利税可达亿元以上的上海东和欣集团投资建设的覆膜铁金属包装项目来了;总投资 6 亿元,竣工后可实现酒文化与兴文县旅游资源的有机结合,带动项目区周边发展乡村旅游和产业链的石海洞天洞藏白酒项目来了;总投资 1.2 亿元,创年产值 2 亿元,税利 1000 万元的九天物流项目来了……

“我们将加强对现有工业企业的帮扶指导,着力推进企业升规培育,培植好税源;加大工业招商和转产引导,着力推进工业经济转型发展。”兴文县经信局局长曾云庭告诉记者,随着四川东和欣包装科技有限公司覆膜铁金属包装项目正常运转,宇庆食品、九天物流、车友货箱、飞龙食品、天康农业等项目相继投产,兴文县新的经济增长点将逐步形成。

特别是他书写的行楷、魏碑两种字体被国家方正字库录用,为弘扬中华文化,为汉字传播、应用和欣赏做出了突出贡献。

这次,吕建德用近两年时间、多种不同字体,精心创作书录了毛泽东的 100 多首诗词作品。其小楷秀丽典雅,行书洒脱飘逸,魏碑刚毅雄劲,草书狂放不羁,榜书浑浑磅礴。中国书协顾问权希军为本次展览书写“平和典雅抒胸志,刚劲豪放写心声”的题词。

(纳兰豊)

天府之国休闲之都迎来美丽文化使者 2013 世界休闲小姐大赛 (中国)年度总决赛在成都揭幕



■ 本报记者 唐 勃

12 月 17 日,由中国文化信息协会、世界休闲小姐大赛组织等机构主办,四川豪洋文化产业发展有限公司承办的“天府四川·蜀中江南”——2013 世界休闲小姐大赛(中国)年度总决赛在成都拉开华丽的帷幕。在岁末年终浓浓的喜庆氛围中,来自全国 28 个省、直辖市、自治区近 70 个城市的 68 位休闲佳丽空降成都,上演美丽中国城市的休闲之旅。

据世界休闲小姐大赛组织亚洲主席杨旭先生介绍,之所以将此次世界级文化盛典落户成都,是因为成都连续几年都跻身中国休闲城市排行榜首位,其不仅仅是一座国际化都市、历史城市、旅游城市,更是一座典型的休闲城市。世界休闲小姐大赛与其他选美赛事有着本质的不同,各城市的休闲佳丽将通过活动平台开展城市间休闲文化的交流,同时将四川及成都的休闲文化及休闲理念传播到各自的城市。在活动期间,休闲佳丽们将通过吃、住、行、游、购、娱等六大休闲旅游元素,诠释天府四川·蜀中江南的休闲文化及休闲产业,还将通过大爱四川、网信四川、映像四川、友谊四川、祈福四川等城市休闲汇系列活动,传播天府四川·蜀中江南的休闲理念。

赵子玲:红豆精神在平凡中闪光

回顾每年双十一,已经逐步从淘宝走向整个电商系统,发展为公认的网购狂欢节与时下最热的人造节日之一。在无锡,红豆集团网销在双十一也创造了新的销售纪录。今年 11 月 11 日,红豆集团双十一网销达到 1.0368 亿元,是去年的 3.06 倍,创下了历史新高。网销取得如此骄人业绩,是红豆团队协作的结果。在奋战双十一的过程中,每一个网销员工都全力以赴,红豆居家的配货员赵子玲便是其中一员。

已经加了三天班

11 月 11 日晚 6 点,红豆居家仓库,灯火通明,人来人往。这里是配货、发货的中枢,红豆居家的 80 万订单,都将从这里发出。

在仓库二楼,我看到了她,赵子玲。她正在配货,不停地在货品间穿梭。看货、拿货、配货,一整套动作一气呵成,一看就是老手。如同一首优美的弹奏乐曲,节奏流畅,行云流水。在她身上淋漓尽致地体现了劳动之美。按照发货单上的货号,将货品配齐。这就是她的工作。她非常忙,停不下来。她说,不能停,一停下来,发货的速度就慢下来。哪怕是停一分钟,也会耽误。她说她上白班,但发货高峰期人手忙不过来,她就来加班了。到现在,她已经加了三天班。

一定不能出错

你已经很快了,非常佩服。我由衷地赞扬。她有些不好意思,她说将心比心,我们在发货时,一定要保证不出错;红豆居家在双十

“本次大赛与其说是选美,不如说是一场文化的大比拼,比赛将既注重参赛者的外在形象,更在意选手所代表的 60 多个城市的内在文化内涵。”杨旭先生如是说。

世界休闲小姐 Miss Leisure World,由美国国际赛事管理机构(IEMA)创办,是一个年轻、时尚、快乐、快乐的国际文化赛事活动。她以“休闲改变人类生活”为主题,以倡导积极健康的生活态度,增进世界人文关爱和城市休闲文化及休闲产业交流,促进国际休闲产业发展为宗旨,在全世界选拔具备慈善爱心、健康美丽、热爱生活、懂得生活的新时代女性代表。世界休闲小姐大赛组织秉承提高中国城市国际影响力,促进中国城市休闲文化、休闲度假这一新兴产业发展,打造中国城市国际级休闲文化产业品牌及产品的终极追求目标,世界休闲小姐大赛自 2008 年以来,已先后有 86 个国家和地区及中国 25 个省 200 多个市县参与,仅在国内累计已有 30 多万选手报名参赛,使这一庞大的休闲文化产业推广联盟,取得了良好的社会影响和社会效益。

本次活动将历时 15 天,并将于 12 月 30 日在成都举办总决赛颁奖晚会,共同角逐 2013 世界休闲小姐大赛中国年度总桂冠及年度中国休闲文化形象大使。不知此次休闲之都与休闲大赛的美丽邂逅能擦出怎样的火花,人们正拭目以待!

一发的货堆起来,比我后面后的小山丘还高,但购买的人来自全国各地。如果出一差错,可能整体上讲没有什么,但对于购买红豆居家产品的消费者而言,就会留下不好印象,就会影响红豆居家的声誉。虽然我们有多道把关,确保发货无误,但在我这一道,我一定要确保发货无误。

她反复强调“一定不能出错”。她是站在一个消费者的角度,换位思考,而不是将自己只当作一个配货的员工。这是敬业,是发自内心的敬业精神,在一个红豆普通员工身上,敬业精神已经深入其意识深处。没有说什么大道理,也没有讲什么豪言壮语,却用自己一言一行,诠释着什么叫敬业。

再苦再累也高兴

赵子玲说,今年仓库的货比去年多,你看,她用手指着仓库里一排排货架,这是二楼,一楼还有,你也看到的。货一定要准备充足,如果断货了,补货也来不及。

那你估计今年红豆居家的销售额能有多少?她想了一会,说,估计比去年多一倍,应该差不多吧。她说的有道理,不过,她不知道,红豆居家的最终销售数据远远超过她的估计,全天创下 6536.85 万元佳绩,是去年的 3.23 倍,是前年刚起步时的 16 倍多,成为居家内衣单品类冠军。得知这一消息,我打电话给她,她吃了一大惊,这不得了啊,高兴死了。卖了这么多钱,再苦再累也高兴。

她是红豆网销团队的普通一员,她很平凡,但她的敬业、质朴完美诠释了红豆精神,深深感动了我。

(红轩)



红豆居家发货现场