

工行加大对四川文化旅游产业支持力度

■ 马强 张学文

文化旅游产业,作为一种特殊的综合性产业,因其关联度高、融合度深、涉及面广、辐射力强、带动性大而成为新世纪经济社会发展中最具活力的新兴产业。基于此,中国工商银行四川省分行围绕省委、省政府加快旅游产业转型升级,建设旅游经济强省发展战略,积极创新融资方式,加大对文化旅游产业的支持力度,为全省这一新经济增长点的形成作出不懈努力。

情系创意 为文化企业实现融资 45 亿元

工行四川省分行按照与省文化厅签订的战略合作协议,对广电网络运营及广电播出、新闻出版、电影院线、文艺演出院线、国家级及省级重点文化产业园区基地等提供了重点支持。2012 年至 2013 年两年间,累计对全省文化企业(含创意设计)发表表内外融资 45 亿元,强力支持省广电、成都文旅、川旅等一批文化企业发展壮大,并与动漫、创意类文化企业开展对接,积极支持文化创意企业发展壮大,协助文化企业争取国家财政贴息。

促进完善 为旅游基础设施建设融资 260 亿元

2008 年至 2013 年,工行四川省分行紧紧围绕省委、省政府旅游发展战略,对全省公路、铁路、航空、港口累计发表表内外融资 260 亿元。重点支持了成自泸高速、广南高速、广甘高速、成都第二绕城、成渝铁路、成都东客站、宜宾港、泸州港等一大批国家级、省级重点项目建设。促进四川旅游业交通基础设施的完善,为文化旅游全面扩容提速奠定基础。

走访企业 与知名企业家交谈 2014 年海峡两岸青年精英经济与文化交流营在川举行

■ 王雯



日前,2014 海峡两岸青年精英经济与文化交流营在四川成功举行。在为期八天的交流访问时间里,来自台湾亚洲大学、逢甲大学、高雄大学、辅仁大学、台中科技大学和台中教育大学等 5 所大学的 26 名师生与西南财经大学的 20 名学生一道,共同聆听系列专题学术讲座与文化讲座,实地考察在川优秀企业和台资企业,与知名企业家座谈交流,举行学术辩论会交流研讨,游览成都历史文化名胜古迹,体验川菜烹饪,亲密接触大熊猫。

此次交流营活动的成功举行,进一步密切了四川与台湾两地高校间的学术联系,进一步推进了两岸的学术及文化交流,拓展了对台学术交流的深度和广度,也进一步推动了海峡两岸青年交流,拉近了两岸未来商业精英



提升水平 助推景区及配套设施改造升级

工行四川省分行与省旅游局签订战略合作协议后,积极主动多次参加省旅游局举办的旅游项目招商引资对接会,加强金融政策产品宣讲,着力推动营业部、二级分行主动与当地(市、州)旅游局对接。目前,已有 16 家分行与当地旅游局签订合作协议,签约率达 84%,有效搭建起银政全面合作平台。

在此平台上,该行围绕全省旅游景区以及配套服务

设施、商投联动开展了全面的产品创新。2012 年至 2013 年末,累计发表表内外融资近百亿元,以特定资产收费权支持贷款、项目融资、北金所委托债权等重点支持峨眉山-乐山大佛、青城山-都江堰、阆中古城等著名景区改造完善;以经营性物业支持贷款、银团贷款、收益权信托重点支持省内部分涉外、涉旅酒店的住宿设施装修改造。与此同时,又将全产品综合金融服务引入全省景区和旅游龙头企业。到 2013 年末,该行已对全省景区和旅游龙头企业提供公司存款、债券承销、资产管理、代发工资、公务卡、法人理财、财务 POS 机、ATM 机、上门收款、网上银行等全产品综合金融服务。

成都公司董事长程耀贵先生与青年学生共聚一堂座谈交流,两岸学子们就企业管理、创业创新、两岸经济协作、社会发展等多个话题与企业家进行了交流对话,增强了青年学子的社会责任感,拓展了两岸学子的视野。在两岸商业模式比较探讨辩论会上,两岸学生围绕“成功的商业模式是否可以复制?”这一具有时代感和前瞻性的话题进行了学术辩论,大家纷纷运用平日所学深入讨论,并就两岸双方投资过程中商业模式复制的可行性进行了较深入的分析研讨。

文化交流也是此次夏令营活动的重要内容。活动期间,邀请了中国《三国演义》学会常务副会长兼秘书长、四川三国文化研究所所长沈伯俊教授举办“巴蜀文明与三国文化”知识讲座及“三国文化品读会”。川台两地师生认真倾听了沈教授对三国兴衰存亡的历史过程与最终统一的必然趋势等作的精彩讲解。在品鉴会上,川台两地学生围绕“三国人物鉴赏”与“三国历史发展过程感悟”主题,就“对关羽忠义之情的感受、对曹植与‘七步诗’的看法、对三国最终统一原因的分析”等具体内容进行了交流分享,畅谈在本次活动中所获得的知识与感悟,增进了两岸学生对中国传统文化的了解。活动期间,还举行了两岸青年文化交流晚会,川台两地学生们联袂表演了精彩节目。

在川期间,交流营还组织了成都市内著名景点的观光行程,通过参观游览金沙遗址、武侯祠、锦里、宽窄巷子等历史遗存,充分领略了巴蜀文化的风采,体味了蓉城的文化底蕴,促进了海峡两岸师生的文化交流,增强了两岸师生的认同感、归属感和民族自豪感。此外,两岸学生还参加了川菜烹饪体验活动,品味川菜文化;参观了成都大熊猫基地,与国宝大熊猫亲密接触。

长盛力 ——缔造富有灵商的管理文化(连载五)

■ 梁勤

砖售价的世界之最。

1998 年,卡塞尔返回美国,他下飞机的时候,美国大西洋赌城——拉斯维加斯上演一出拳击喜剧,泰森咬掉了霍利菲尔德的半个耳朵。出人预料的是,第二天欧洲和美国的许多超市出现了“霍氏耳朵”巧克力,其生产厂家是卡塞尔所属的特尔尼公司。这一次,卡塞尔虽因霍利菲尔德的起诉输掉了盈利额的 80%,然而他天才的商业洞察力却给他赢来年薪 3000 万的身价。

新世纪到来的那一天,他应休斯敦大学校长曼海姆的邀请,回母校做创业方面的演讲。在这次演讲会上,一个学生当众向他提了这么一个问题:“卡塞尔先生,您能在我单腿站立的时间里,把您创业的精髓告诉我吗?”那位学生正准备抬起一只脚,卡塞尔就答复完毕:“生意场上,无论买卖大小,出卖的都是智慧。”

思想致富 ——比尔·盖茨与美国经济

比尔·盖茨大学未毕业就退学创办公司,他最初的想法很简单,就是希望让更多非专业人员能够熟练使用计算机。可就是这个思想创意产生了今天的 WIN-DOWS 系统。由于他敢于实践,最终颠覆了过去传统的获取信息的

方法、办公和作业方式,非常快捷地实现了人机对话,极大地推动了个人电脑的迅速普及和促进了互联网产业的迅猛发展。比尔·盖茨 20 世纪 80 年代写过一本名为《未来之路》的书,神乎其神地描绘了很多不可思议的未来图景。美国政府在制定美国发展战略时,尽管当时的总统克林顿对计算机不在行,但他以战略家的敏锐,意识到这可能给美国经济发展带来机遇。于是,他把推行信息高速公路建设作为执政期间发展经济、提高国家核心竞争力的切实方案,称为信息高速公路建设。克林顿执政期间遇到了计算机及信息技术带来的巨大发展机遇,大力发展美国经济,增强国家竞争力。而在此之前,日本经济发展速度不可一世,已经完全有赶超美国的劲头,令美国经济界感到恐慌。70 年代末 80 年代初,美国学者曾大兴日本经济研究热,而 80 年代后,由于美国创新思想带来了国家的飞速进步,不仅把日本,而且把全世界都远远甩在了后面,这就是思想的力量。

3.企业目标定位(规模→品牌→人才)
第一阶段:规模。为什么此阶段企业以追求规模为目标?主要因为市场需求的拉动(即供不应求)和成本领先战略的驱使。规模越大企业成就感越强,竞争态势表现为“大吃小”。

第二阶段:品牌。随着市场容量的饱和及产品同质化



郫县豆瓣 川菜产业化园区 打造“双百亿”产业

■ 朝辉

在这里,成长出全国最大的豆芽生产基地、全国最大的牛肉干营销企业。

在这里,郫县豆瓣的地方标准演绎为国家标准。

“作为安德镇大型郫县豆瓣生产企业之一,目前公司拥有数百名员工,年产值达 2.3 亿元”,面对探访记者,丹丹调味品公司负责人对企业发展势头表示满意。

独特豆瓣文化 制造“舌尖上的郫县”

8 月 4 日,位于郫县安德镇的中国川菜产业化园区,园区规划面积 3 平方公里,规模不大,却是全国唯一 一个以地方菜系命名的产业园区。

在安德镇有关负责人眼中,自清初创制的郫县豆瓣,无疑是川菜之魂,他说:“在这里,豆瓣的制作工艺是很考究的,蚕豆瓣子要自然发酵,入口化渣;辣椒要自然卷曲……黑色的郫县豆瓣至少需要一年半以上才能成熟”,该负责人称,郫县豆瓣的制作技艺,已被列为国家级非物质文化遗产。

“有了郫县豆瓣这一传统优势产业作支撑,目前我们形成了一个覆盖三次产业、带动周边地区的川菜产业功能区”,安德镇相关负责人表示,深入挖掘川菜文化,是园区产业链条重点延伸的方向,“如我们配套建设了川菜美食体验街、川菜文化体验馆及蜀都特产中心等,打造了集川菜文化体验、工业生产线参观、美食品尝、特色商品展销和休闲娱乐于一体的川菜文化主题旅游景区,目前已是都青、九黄旅游线路上的特色景点,这些无疑成为展示中国川菜文化的重要窗口”。

完善产业布局 2015 年实现“双百亿”

目前园区聚集了丹丹豆瓣、京韩四季、新希望、四川徽记、重庆有友等产业项目 83 个,形成 2.2 平方公里项目承载能力,投资总额达到 70 亿元,安德镇相关负责人介绍说,“川菜产业园区力争到 2015 年,实现经济总量过 100 亿元,郫县豆瓣产业实现工业产值 100 亿元以上,达到‘双百亿’的发展目标”。

推进科技和金融创新是园区未来要下功夫的方面,该负责人说,“园区计划新培育中国驰名商标 1 家,省、市名牌产品 2 家,申报专利 40 项,创新投融资机制,协调解决川菜产业发展资金问题”。

完善产业布局,形成“全链条的川菜产业”,是园区打响品牌的重要延伸方向,该负责人向记者透露,“依托现有的川菜产业园区、美食体验街、川菜文化体验馆,重点实施一批川菜关联产业项目,比如,启动川菜原辅料专业市场、川菜产业创新孵化中心等,力争 2016 年基本建成‘西部第一国内领先’的现代都市农业示范区”。

带来的竞争压力,选择差异化竞争战略是企业必须作出的选择。而品牌就是企业的“生死牌”,是差异化优势的集中体现。品牌越强企业竞争力越强。此阶段的竞争态势主要表现为“强吃弱”。

第三阶段:人才。创新是企业发展的源泉,而人才是创新的根本。谁拥有足够的人才优势便拥有了竞争的核心优势。人力资本主宰企业的发展速度和质量。企业不再把眼光只盯在钱上,而是“抢钱”与“抢人”同时并举。甚至更盯在人上,花钱去培养,谁多出人才、快出人才、出好人才便成为竞争胜利的主宰者,企业成了优秀人才的集聚点。此阶段的竞争态势呈现“快吃慢”。

4.企业竞争焦点(价格→性价比→创新)
第一阶段:价格。在同质化竞争的格局下,谁的价格低,谁有实力打赢价格战,就将获得更大的市场份额,谁胜出。比如:1998 年,彩电行业由“长虹”率先打起如火如荼的彩电价格战,把所有国产品牌和一直“不言降”的洋彩电都卷入其中,给彩电市场带来一时的红火。价格战让消费者成了赢家,可以用很便宜的价格买到很好的产品,反过来再逼迫厂家,想赢利,一方面要推出更新的、更先进的产品,一方面使成本降得更低,这是一个技术进步,产品进步的必然趋势。对于彩电业的价格战,评价不一,但有一点是不容置疑的,倘若长虹几年前不挑起价格战,不仅消费者今天买彩电,价钱要高出很多,而且我国的彩电市场也还会被外来的洋彩电垄断着。正是因为长虹降价,引发国内家电价格全降,国有品牌的彩电才占据了更大的市场,而且直到今天长虹还是这个行业的销量冠军。

第二阶段:性价比。谁的性能价格比好,谁有竞争优势。企业必须通过低价高质量的产品去占领市场,从而提升自身的竞争力。

(摘自《长盛力——缔造富有灵商的管理文化》一书)