

著名歌唱家李光羲参观乌蒙韵

■ 本报记者 何沙洲

日前,在宜宾市、筠连县宣传部门、农业部门等相关部门领导的陪同下,著名男高音歌唱家李光羲一行,专程赶赴乌蒙韵“川红故里”银星生态茶园基地及银星初加工厂考察、参观。中央电视台、北京电视台、宜宾电视台等相关媒体专程报道了本次访问。

6月6日下午,已86岁高龄的李光羲等不辞辛劳,驱车百余里从宜宾专程赶赴乌蒙韵银星茶园,探访“川红故里”的神秘魅力、品味乌蒙韵红茶的韵味悠长。

在乌蒙韵相关人员的介绍下,李光羲深入乌蒙韵银星茶园,实地参观。筠连红茶第一代传人蒋开顺,亲自给李光羲等介绍了四川红茶、筠连红茶的制作工艺、茶叶品质和辉煌历史。李光羲表示:很荣幸能够亲自见到曾为毛主席做茶的老师傅,祝筠连红茶、乌蒙韵红茶早日走向世界,为国争光、为筠连添彩。

受银星茶园的魅力吸引,李光羲中气十足地和现场的粉丝们一起演唱了经典歌



● 宜宾市长徐进(右)与李光羲座谈

曲——《祝酒歌》,祝银星茶农的生活越来越美好、祝伟大的祖国更加繁荣昌盛;愿宜宾、筠连的茶叶企业身体力行,以“优质、安全”的茶叶为中华民族的第四个盛世添砖加瓦。

实地参观完银星茶园后,李光羲将继续



● 李光羲现场演唱知名歌曲——《祝酒歌》

参观了乌蒙韵银星初加工厂并给乌蒙韵茶业题词:茶韵留香、源远流长。

据悉,李光羲一行是受宜宾市委、市政府的邀请,专程赶赴宜宾,调研宜宾音乐事业发展、参访宜宾茶产业的。6月5日,宜宾市市

长徐进、市政府秘书长邓前卫专程与李光羲等进行了座谈。

参加本次活动的还有:李光羲夫人王紫微、著名书法艺术家朱和平、北京广播电视台毛克超等。

文化部:2014 年银行支持文化产业突破 2000 亿

近日,文化部召开 2015 年第二季度例行新闻发布会。面对小微文化企业面临的缺资金、缺人才方面的难题,文化部产业司副巡视员施俊玲表示:“小微企业或者小微文化企业融资难、融资贵的问题普遍存在,但这并非中国独有,而是世界性难题,我们确实要用资本思维来推动文化产业发展,解决小微企业融资难的问题。”

在解决小微企业融资难问题上,文化部有何举措?施俊玲表示:“文化部正在建立一个部行合作机制,在支持小微文化企业发展方面取得了非常好的成效,比如北京银行有小微贷,确实在这方面做了很多探索和努力。”

据施俊玲介绍,文化部这些年已从五个方面推动建立文化产业投融资体系,第一,间接的金融市场,信贷市场;第二,资本市场,现在所说的新三板、主板、中小板、创业板等;第三,保险市场,保险业支持文化产业;第四,债券市场,通过债券市场向小微企业融资;第五,社会资本投入文化产业,我们在这五个方

面推动建立文化产业投融资体系,在这五个方面我们都着重关注对小微文化企业发展的支持。

“我给大家说一个数字,去年在信贷市场,银行支持文化产业已经突破了 2000 亿,这是非常可喜的数据,每年都是以 30% 左右的速度递增。债市方面已经突破 4000 亿,债市融资企业已经达到 200 多家,也取得了非常好的成绩。大家可能也注意到了,债市融资规模远远超过信贷市场融资规模。”施俊玲表示。

同时,文化部在全力推动资本市场,促进金融资本和小微企业对接上做了大量工作。“目前,资本市场上融资企业已经超过 100 家。促进社会资本投资文化产业,将作为今年工作重点。”施俊玲说,“我们确实要用资本思维来推动文化产业发展,解决小微企业融资难的问题。”

施俊玲表示 2015 年文化部支持小微文化企业发展将有六方面的重点任务:

一是以推动政策落实和提升政府工作水

平为重点,通过监督检查《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》等有关政策落实情况、协助财政部门加大财政政策对小微文化企业的扶持力度、举办文化系统小微文化企业发展的政策培训等举措,完善支持小微文化企业发展的政策措施,推动政策落到实处。

二是以提升经营管理能力及品牌塑造营销水平为重点,通过开展小微文化企业经营管理和品牌建设能力培训、组织专家团队为小微文化企业提供咨询和辅导服务、研究制定《文化企业品牌行动计划》、继续实施文化产业创业创意人才扶持计划等方式,进一步支持文化领域创新创业和小微文化企业发展,提升小微文化企业自身发展能力。

三是以建设完善公共服务平台为重点,通过研究制定小微文化企业创业发展服务平台建设指引、完善国家文化产业项目服务平台等举措,进一步优化小微文化企业创业发展环境,提升面向小微文化企业的公共服务水平。

四是以鼓励金融创新、拓宽融资渠道为

重点,通过继续深化文化部与银行金融机构的合作机制、举办小微文化企业项目路演和融资对接活动等方式,进一步缓解小微文化企业融资难问题,推进文化产业投融资体系的建设和完善。

五是以谋划“十三五”时期小微文化企业发展为重点,通过开展“十三五”时期小微文化企业发展课题研究、对小微文化企业发展情况和政策需求开展专项调研、举办小微文化企业发展论坛及相关活动等形式,进一步加强对支持小微文化企业发展工作的指导,并为“十三五”时期支持小微文化企业发展工作打好基础。

六是以营造文化领域创新创业和小微文化企业发展的良好舆论氛围为重点,编辑出版《小微文化企业发展案例汇编》和《文化产业创业创意人才扶持案例》、策划开展系列专题宣传等方式,加大对扶持小微文化企业工作的宣传力度,凝聚起全社会支持文化领域创新创业和小微文化企业发展的共识和力量。(易潇)



■ 本报记者 李丙驹 通讯员 张海峰

走进兰陵集团,2015 年的“兰陵春之歌”,听起来格外清脆嘹亮。福有双降、好戏连台,成为“兰陵春之歌”的主旋律。记者得知,在 4 月初召开的武进化工业商会年会上,兰陵集团董事长陈春源再次高票当选为商会会长,这个喜讯折射出兰陵集团在业界的影响力,其非同凡响的意义,显然不是一个地区民间组织的领导人就能涵盖的。

另一件喜事是,2015 年 4 月 18 日,是江苏兰陵集团创建 35 周年。双喜临门的欣悦之中,董事长陈春源和记者聊起了兰陵一路走来的酸甜苦辣,35 年的风霜雪雨。董事长动情地表示,35 年来,兰陵从一个名不见经传的乡镇小厂成长为拥有四个子公司,集科研、生产、销售、施工服务于一体的跨行业经营的省级企业集团,这些成绩的取得,是与兰陵不断进行机制改革、坚持品牌营销、推进创新驱动、加强精益管理密不可分的。同时,董事长着重向记者介绍了兰陵实施“集团化经营、一体化运作”的大营销攻略。

大营销战略 促涂料钢构两翼齐飞

涂料的生产销售和钢结构的制作安装,是兰陵集团的两大主业,两者之间的关联度相当高,用“如影随形、俱荣俱损”来形容其关联度,恐怕也差不多吧!俗话说:人靠衣裳马靠鞍。钢结构和涂料就是这种关系,佳偶天成,秀外慧中。

对兰陵集团而言,记者了解的情况由忧转喜。多年来,兰陵对涂料大量使用于钢结构建筑,钢结构工程需要大量涂料配套这一关联度相当高的问题的处理不尽如人意,没有很好地达到相互促进、相互增长的初衷。为此,他们创造性地提出了“集团化经营、一体化运作”的大营销战略思想,打破了涂料钢构两大营销系统各自为战的思想瓶颈和制度壁垒,形成了共享渠道资源、互通项目信息、联合承揽工程的良好局面,从而迸发出强大的企业发展合力。

记者从采访中获悉,近年来,面对宏观经济环境进入新常态,防腐蚀涂料和钢结构市场竞争更加激烈的新挑战,兰陵集团开创性地实施了“集团化经营、一体化运作”的大营

产业深度联动 攻坚高端市场 ——记兰陵“集团化经营、一体化运作”大营销攻略



销思想,涂料、钢结构两大系统实现产业联动,促进两翼齐飞,一举中标包钢集团 2 座原料场 8 万平米网架结构、中电投黄河公司、烟台万华、海南三亚亚特兰蒂斯星级酒店 50 层 186 米超高层钢结构、青岛钢厂 82 米跨和包钢 108 米跨大型网架工程,完成富德能源化工 2000 吨及汉邦化学 4700 吨大型设备装置钢结构平台等产品升级项目工程,增强了企业新的内生动力。经过这几年的实践,公司上下对“集团化经营、一体化运作”战略思想的认识水平不断提升,广大营销经理和营销员对此工作的主动性和自觉性不断提高,市场蛋糕越做越大、“味道”越来越甜。2014 年,销售总量轻松跃过亿元大关,涂料营销部携手钢构公司承接钢结构工程项目 1.26 亿元。

在产业政策大道上大步流星

陈春源告诉记者,兰陵在 35 年的市场营销和企业的发展过程中,总结出一条最宝贵的经验,那就是:企业即使“浑身是铁”也打不了

多少钉子,单打独斗的企业就算是“一骑绝尘”,很有可能是一匹脱缰野马,坠入悬崖的概率不说百分之百,起码也是百分之九十九。为此,只有遵循国家产业发展政策的指引,企业才能在持续稳定较快发展的光明大道上越走越远,越走越强。

记者了解到,近年来,兰陵集团紧紧围绕国家《能源发展“十二五”发展规划》、《铁路“十二五”规划》,国家高端装备制造业政策支持,国家新能源建设政策支持,国家保障房政策支持,国家西部大开发、东北振兴、中部崛起、东部率先的区域发展总体战略,以及最近一两两年确定的“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三大战略,看到了市场发展的巨大空间,在这些广阔的市场舞台上大展宏图。在产业联动大营销战略的统领下,集团各部坚决执行“大市场、大项目、大客户”的大营销策略,加快市场开发方向层次转型升级,继续坚持“大央企、大国企、大上市企业、大外资企业”的大市场经营方针不动摇,不断培育壮大了一大批战略性合作伙伴群体,与中石油、中石化、中海油、中煤集团、神华集团等“大型标

志性工程企业”建立了紧密的战略合作关系,为其众多的建设项目配套服务,同时也提升了兰陵集团引领市场的能力,做大做强了品牌优势,使兰陵涂料在涂料行业、市场客户和社会各界树立了良好的口碑,兰陵牌中国驰名商标的声誉红遍神州大地,香飘五湖四海……

走进 2015 年的兰陵,让记者感受到鲜明的新年新气象。集团相关负责人告诉记者,进入新的一年,集团更是大刀阔斧地进行了营销模式改革创新。具体说来有四个方面:一是建立电子商务平台,实现线上线下、一体两翼的发展新模式;二是建立全国经销商机制,做大外部营销增量;三是建立 4 大专业技术营销团队,实施更有针对性的市场战略开发;四是重新划分大营销区域,统一管理传统大客户群体,加快培养新客户群体成长,确保实现全年销售目标任务。

这位负责人接着说,与此同时,集团将以更大的力度加强涂料营销、涂装施工、钢构营销三大战线联动合作,做强市场竞争实力,使兰陵集团真正转变成涂料研发生产营销涂装



贵州水晶集团举办建企 50 周年 书法摄影绘画作品展



● 贵州水晶集团领导观看作品展

本报讯 日前,贵州水晶举办了以“继承艰苦创业光荣传统,迈步脱困转型发展征程”为主题庆祝建企 50 周年的职工书法、绘画、摄影作品展。

活动收集到干部职工创作或提供的书法、绘画、摄影、篆刻、工艺美术作品 685 幅,经精心挑选展出的 145 幅作品,以不同的艺术方式,多角度展现了企业 50 年的奋斗历程和对美好未来的向往。贵州水晶今年厂庆期间还将组织篮球赛、厂庆征文等丰富多彩的活动。(陈贵均)

首都文化产业协会成立 京津冀三地签署框架合作协议

16 日上午,首都文化产业协会正式成立,首批会员共 315 家,包括保利文化、北广传媒、光线传媒、完美世界、畅游时代、嘉德拍卖、四达时代、开心麻花、歌华文化等入围全国“文化企业 30 强”“首都文化企业 30 强、30 佳”的企业,以及北京文投集团、中国集邮总公司、小米科技、当当网等知名企业。

据介绍,首都文化产业协会与中国工商银行北京分行、北京银行分别签署战略合作协议。两家银行将为首都文化产业协会提供不低于 200 亿元人民币的专项融资额度及“绿色优惠价格”“绿色审批通道”等服务。

成立仪式上,首都文化产业协会与天津、河北两地的文化产业协会正式签署《京津冀三地文化产业协会框架合作协议》,将通过信息共享、活动交流、项目合作、咨询服务、人才培养等形式,为三地文化企业搭建合作交流发展平台,助力京津冀文化产业发展。(黄颖)

于一体、钢构设计制作安装于一体的综合解决方案优秀供应商和服务商。在记者看来,这个目标指日可待。

创新驱动 让大营销战略策略展翅高飞

对兰陵集团“产业联动大营销”的采访,最深刻的印象或者说最大的亮点,是主宰这个战略的核心灵魂,即矢志不渝地实施创新驱动发展战略,坚持自主创新、重点跨越、支撑发展、引领未来的方针,以科技创新带动企业转型升级。

据悉,如今的兰陵集团,拥有省级技术中心、省级工程技术研究中心、省级院士工作站 3 大技术研发平台,拥有一支近百人的技术研发“梁山好汉”,以及精良的研发设备和完善的保障支持,使这支武艺超群的“生力军”团队,成为兰陵集团持续发展、科学发展、跨越发展、和谐发展的中坚力量。集团相关技术负责人介绍说,集团严格执行既有的科研开发技术创新管理体系,一方面做好了服务当前,为解决当前生产销售中出现的难题提供了有效技术支撑;另一方面做到了引领未来,为公司可持续发展提供了有效技术储备。同时,加强对产业发展的战略研究,找准技术创新的主攻方向和突破口,积极朝着“5E”(高性能、方便施工、节约资源、节约能源、绿色环保)方向发展,尤其在加快水性化、粉末化、光固化、高固态化涂料技术研发上取得了一大批技术成果,建立了产品创新和安全环保优势,获得了多项国家发明专利授权。加快对高端战略目标市场配套涂料技术的研发应用,抢占到了市场发展先机。加强产学研合作深度融合,开拓并深化合作对接的新领域、新途径、新方式,提升合作层次和质效,联合研发了聚脲涂料、UV 光固化涂料等全新涂料技术产品。

高度重视一线员工的技术创新活动,营造了全员创新的良好氛围,大力鼓励围绕实际工作进行技术创新,高度重视专利技术、知识产权的创造和管理,开展好专利和专有技术成果转化和推广工作,使先进技术创造出更好经济效益,努力实现企业向技术提供商的目标升级,真正掌握产业发展主导权。这些举措,堪称兰陵集团实施创新驱动的扛鼎之作。

陈春源表示,2015 年是兰陵集团的“改革创新之年”。总结经验,展望未来,兰陵事业的发展站在新的起点上,集团将通过改革创新,激发内生动力,用新的智慧、新的方法、新的策略,夯实耐力和后劲,不断提高企业发展的质量和效益,谱写兰陵事业发展的新篇章。