



《市政府工作报告》中的“推动企业快速膨胀”成菏泽企业界代表热议话题

抓“高地”机遇，做大做强企业

本报菏泽2月10日讯(记者 邢孟) 2月10日上午,菏泽市十八届人大一次会议第二次全体会议的分团审议中,牡丹区代表团中的企业界代表就政府工作报告中提出的“推动企业快速膨胀”展开了热烈的讨论。各企业代表纷纷表示要抓住打造苏鲁豫皖交界地区科学高地契机,加强企业品牌建设,加快产业转型,推进企业快速创新发展。

“过去几年,我们一直注重品牌经营,严抓产品质量,但仍存在一些不足。在未来的五年中,我们要紧紧抓住打造科学高地这一机遇,将企业做强做大。”食品企业代表丁传英首先发言。

丁传英表示,针对目前市民最关心的食品安全问题,他们企业已经成立专门的食品检验小组,并在2011年耗资300多

万元购买食品检测设备。“接下来我们会建造自己的奶牛养殖基地和蔬菜基地等,从源头上保证食品安全。”丁传英一再强调,“做食品就是做良心,坚决不赚黑心钱”。

另外,他还从企业自身发展的角度剖析了目前存在的优势和不足,并称针对这些优势和不足,在2012年,将会加大资金投入和自主创新投入,不断壮大企业规模,建立大型工业园区,实现企业大跨越式发展。

“我们的企业属于劳动密集型产业,但在今后的发展中,要努力开拓国外市场,挖掘市场潜力。”另一食品企业代表李玉堂说道,作为一家合资企业,在过去几年中,他们因不断开拓新市场,没有受到国外复杂经济形势的影响,公司依然坚挺发展。

“未来两年是公司快速膨胀

发展的两年,我们也会引入现代化的企业管理方式,扩大出口,争做龙头企业。”李玉堂表示。

“做电器要特别注重自主创新和自主研发,在未来发展中,除了推进企业的进一步发展,还要打造菏泽的家电物流基地,将品牌打到全国。”家电企业代表季国梅也表示,在接下来的几年,力争将自己的合作伙伴吸引到菏泽来投资,提高菏泽整体企业的发展实力。

整场会议,各行各业的企业家代表围绕加快自身发展、自主品牌建设进行了充分讨论。政府工作报告中提出的“推动企业快速膨胀”,成了在场企业家代表热议的话题。在场代表纷纷表示,这不仅是企业未来发展的一个目标,更是推动企业拓宽融资渠道,实现快速滚动发展的重要手段。

◎ 421件提案中,过半内容涉经济

经济建设成今年菏泽市政协委员关注重点

本报菏泽2月10日讯(记者

邢孟) 据统计,此次政协会

议提案组共收到提案421件,

其中221件内容涉及菏泽经济建

设。经济发展是今年各政协委

员关注的重点。

记者10日从大会提案组了

解到,在收到的421件提案中,

主要围绕打造苏鲁豫皖交界地

区科学高地这一奋斗目标,对

菏泽未来经济发展建言献策。

其中“创新招商方式,注重招商

实效,争取更多大项目落户菏

泽”、“加大商贸物流业推进力

度”、“发展特色生态农业”等提

案为未来5年菏泽的经济发展

提供了思路。

另外,关注菏泽民生建设的提案也占了很大比例。“规范校车管理,确保学生安全”、“广开就业渠道,促进大学生就业”、“关注弱势群体,健全城乡社会救助体系”等提案内容,围绕民生热点,关注民生建设。

对委员在本次会议期间所提出的提案,菏泽市政协提案委员会将按照《市政协提案工作规定》的有关要求进行严格复审,确定提案承办单位并按程序及时将大会提案送交市委办公室、市人大办公室、市政府办公室、市政协办公室和各县区人民政府办公室承办。

菏泽企业,要攀登“品牌高地”

——专访菏泽市政协委员刘念波

本报记者 李贺



两会中,菏泽企业代表、委员纷纷表示,要借助打造苏鲁豫皖四省交界地区科学发展高地的东风,攀登“品牌高地”。10日,针对打造“品牌高地”,本报记者采访了菏泽市政协委员、花冠集团总经理刘念波。

▶菏泽市政协委员刘念波。
本报记者 邓兴宇 摄



打造“高地”是企业发展最好助推器

记者:今年年初,省委省政府提出支持菏泽打造苏鲁豫皖四省交界地区科学发展高地,前几日党代会上赵润田书记做了重要的报告,你认为打造苏鲁豫皖科学发展高地这对菏泽意味着什么?这又能为花冠的发展带来什么?

刘念波:赵书记的报告令我印象深刻,也很有感触。首先从全局上,中原经济区上升为国家战略,菏泽打造苏鲁豫皖四省交界地区科学发展高地,这对菏泽来说是前所未有的发展机遇。同时,这也标志菏泽从被帮扶逐渐向自身发展迈进,自主可持续发展。

针对于花冠集团,这同样有着巨大的发展机遇。花冠近年来发展迅速,已经迈入鲁酒发展第

一方阵,打造苏鲁豫皖四省交界地区科学发展高地将是花冠取得更大发展的最好推动器。

记者:花冠如何抓住菏泽打造苏鲁豫皖四省交界地区科学发展高地这一机遇,规划自己的发展?花冠又给自己定下了什么样的目标?

刘念波:面对菏泽打造苏鲁豫皖四省交界地区科学发展高地,花冠首先要做的就是高起点高定位,谋长远发展,从历史的眼光去思考发展。

三年前我们提出让花冠集团进入鲁酒发展第一方阵时,不少人说“不可能”,现在我们做到了。在未来两三年内花冠还要进入到山东白酒企业前三名,将花冠集团打造成山东白酒行业的发展高地。

从单纯量的扩张转变为抓重点

记者:花冠的营销战略是什么模式?面对当前形势,从机制上,花冠如何调整?

刘念波:在营销上,花冠实施重点突破战略,采取“边布

局、边发展、边突破”的渗透式战略稳步发展,绝不再单纯追求量的扩张,做好重点产品、重点市场。

比如2011年,花冠集团充

分发挥自身的技术、管理、品牌等优势,签订了1万吨粮食生产项目,成功收购了曹州老窖。从战略位置上对花冠来说

也非常重要,近一两年内将重点开发这一项目。

创新才能有发展,机制创新是十分重要的,花冠注重人

才、市场、品牌等多个方面的平衡发展,从战略上解决结构性问题,坚持持续发展,紧抓创新能力的提高。

以质量成就品牌,多方面均衡发展

记者:2011年花冠集团获得了菏泽市市长质量奖,在食品安全问题频发的2011年取得这样的成绩是不易的,花冠是如何做到的?接下来的五年将坚持什么样的发展方向?

刘念波:这是全市人民对花冠的信赖,花冠一直把质量作为企业发展的生命。在酒水行业,一些企业由于销量大,

生产无法满足市场需要,便产生了“萝卜快了不洗泥”的事情。而花冠绝不会这样,我们遵循“以产定销”的理论,不以销售定产量,保证每一个产品质量。

举个例子,花冠的原料都是从东北农民的手里收来的高粱,那里有花冠自己的粮食基地。我们保证绝不透支自己

的品牌,就像花冠的经营理念说的那样“实实在在做人、认真真酿酒”,确保产品质量也包含着一个企业的社会责任。

要保持科技、人才、营销等多方面的均衡发展,这才是科学发展,才能与菏泽打造苏鲁豫皖四省交界科学发展高地精神相吻合。

传统工艺助力打造鲁酒发展“高地”

记者:自2002年起,花冠集团每年都举办声势浩大、隆重热烈的“九九”储酒文化节,储酒文化节对于花冠有什么样的意义?对于您提出的打造鲁酒发展高地有何关系?

刘念波:储酒节经历了十年前单纯的活动提高知名度到卖产品,再到2010年提出的品牌战

略,储酒节和花冠已经成为了两个相互促进的品牌,一想到花冠就能想到“九九”储酒文化节,一想到“九九”储酒文化节也能想起花冠。

花冠集团每年储酒节期间封存的原酒都在800吨以上,这是花冠人确保产品质量的重要举措,更是花冠人向社会的郑重

承诺。

通过这个文化平台让消费者去了解和见证花冠在弘扬和坚持传统工艺。除此之外,借储酒节之势,花冠每年都扩增窖池和生产班组,以提高原酒产量,确保花冠酒“滴滴纯粮酿造”的质量特点,为打造鲁酒发展高地扩大品牌效应。

梁朝伟魔法再现

迈锐宝广告正片将与新车同步上演

近日,笔者从上海通用汽车获悉,雪佛兰品牌的全新旗舰车型——迈锐宝即将在2月月中下旬上市。

值得一提的是,由著名影帝梁朝伟参演的雪佛兰迈锐宝广告片也将在新车上市期间同步上演,目前这个片名为《心回Malibu》的好莱坞广告电影的预告片已经登陆全国各大媒体。

据悉,在即将到来的情人节期间,梁朝伟将作为雪佛兰迈锐宝的新车代言人,正式揭开这一带有浓郁美国情结的完

重磅新车。“很大气、很有质感、很厚实。”谈起片中的座驾——全新雪佛兰迈锐宝车款,影帝却不吝辞藻,赞不绝口,“拍摄的时候感觉操控感舒服,有个个性。”片场,迈锐宝飞驰、急转、回旋,速度与力量的完

美展现配合影帝独有的眼神与肢体语言演绎,完美演绎着“真我本色,驾享有为人生”这部电影的精彩。(谭立想)

