

纠风行动

本报热线：96706

冠县清理出357间办公房，再分配给租房办公的单位挤一挤，8单位告别“打游击”



通过腾退办公用房，冠县畜牧局终于有了正式的办公场所，面积不大，每间办公室都一室两用。



这座4层高的办公楼最初只有一家单位办公，如今由5家单位合用。

有的部门办公用房超标，有的部门却得租房办公，冠县改变了这种状况。近日，冠县宣称，全县腾退办公用房357间，总面积为7755平方米，并将腾出来的房子统一调配给了需要的单位，让包括县畜牧局在内的8家单位结束了租房办公的历史，有了正式的办公场所。

文/片 本报记者 张跃峰 通讯员 王迪

腾出8间房就解决了一个单位的办公

一间18平方米的办公室，三张办公桌、两张沙发，这是冠县畜牧局副局长赵艳华的新办公室。“2009年以来，畜牧局由于城建拆迁，一直在外租房办公，四年换了两个地方，很不方便。前不久，县里把人才交流中心腾退的8间办公房调配给了我们，再也不用为办公场所发愁了。”赵艳华说。

跟冠县畜牧局一样，冠县司法局、安监局、农机局、爱卫会最近也根据县里的统一调配，结束

了四处租房办公的历史，相继搬进了老冠县供销合作社联合社大楼。这座4层高的办公楼在当地人口中被称为“老县社楼”，之前只有冠县供销合作社联合社一家单位在楼里办公。

为规范办公用房，冠县由县委常委带头整改，腾退超标办公房，然后对清理出的办公用房进行统一管理，统一调配。其中“老县社楼”腾退出的办公用房，调配给了县司法局18间，共计304平方米，给了县安监局7间，共计

100平方米，调配给了县农机局19间，共计360平方米，给了县爱卫会4间，共计80平方米。

受益于此次腾退办公用房的还有3家单位。冠县国有资产经营公司把原租给企业的7间、共计126平方米房屋收回后，由县里调配给了县粮食局；县交通局腾退的22间、共计330平方米的办公房被调配给了县物价局，县财政局腾退的12间，共计162平方米的办公用房则调配给了县考核局。

县级领导9套周转房全部腾退

记者了解到，这次获得正式办公场所的8家单位，此前无一例外均因城建拆迁在外租房办公，不少单位换了好几次地方，一直想有固定的办公地点。

在刚刚搬家的冠县畜牧局，记者看到，每间办公室都一室两用，虽然面积不大，但布局很合理。“我们单位工作人员共25人，局长办公室兼用会议室，副局长与分管科室一起办公，这样既便于工作交流，又合理利用了有限

空间。”赵艳华说。

根据冠县对外公布的数据，全县已腾退办公用房357间，面积7755平方米。除了统一调配给在外租房办公的单位外，还打算将县计生局老院改造为信访大厅，前期改造工作已经启动。

靠腾退的办公用房解决了8家单位的办公难，冠县县委常委、县委办公室主任卢振龙说，清理腾退办公用房的初衷并不是“腾出来”，而是要“用得上”。

如果腾退出的办公楼只是单纯闲置下来无人办公，那无疑是一种“形式主义”的整改。

卢振龙表示，冠县对解决根深蒂固的问题，力戒不痛不痒，游离在表面，在腾退办公用房的同时，还加大周转房清理力度，腾出了全部9套县级领导干部周转房。随后，住县委招待所的县级领导干部全部入住周转房，明确规定按时交房租、水电费，今后在招待所就餐一律自行付费。

鲁酒理应逆势突破

鲁酒新闻中心·齐鲁晚报全媒体糖酒会报道团专访景芝酒业董事长刘全平



每个行业的大洗牌、大调整期，前面的必然有落伍的，后面必然要有黑马跳出来。在中国白酒业大洗牌过程中，鲁酒信心满满，理应逆势突破，创新发展，跳出黑马来。

带领鲁酒最大营销管理团队，来到成都全国糖酒会上来，景芝酒业董事长刘全平教授以整个行业，在接受鲁酒新闻中心·齐鲁晚报全媒体糖酒会报道团专访时，提出了“鲁酒黑马论”这一崭新的论题。

白酒行业进入大调整期

全国糖酒会真是个信息大平台，也是企业展示品牌的大舞台。来了这几天，我们有许多收获，也有许多体会。其中，体会最深的是：中国白酒行业自去年开始，结束了高歌猛进的黄金十年高速发展期，真正进入了深度调整期。

从参会企业数量、会上的氛围，我们不难发现，这种大调整期已经深入到白酒行业每个细节中来了。参会企业数量少了，但企业活动更精准了；大规模的活动少了，但小规模沙龙式的交流更活跃了。

现象反映事物的本质。从今年糖酒会上，我们不难发现几个大趋势不

可逆转。第一是品牌大众化、平民化趋势不可逆转。高端品牌、高端产品走下基线，未来将是未来品牌发展的趋势；第二是行业整合和洗牌趋势不可逆转。优胜劣汰，必然加速行业的新并重组重组；第三是理性消费和消费升级双管齐下趋势不可逆转。

鲁酒要弯道超车

白酒行业进入大调整期，对中国白酒来说是挑战，对鲁酒来说，更是巨大挑战。为何这么说？众所周知，鲁酒泰山造酒主峰，经过前几年的调整，鲁酒整体有所改善。但鲁酒这三四年的调整，尤其是赶上中国白酒黄金十年的末期，黄金十年里，鲁酒不是最大的受益者和红利获得者。

压力和挑战并存，我们景芝人更多看到的是挑战，因为在大调整期，谁能发现机遇、抓住机遇、占得先机，策略调整到位，谁就能实现这个特殊时期的弯道超车。作为后发者，鲁酒不能说弯道超车，能实现弯道超车，已经是给我们的最好机遇了。

我们更看重在这个特殊时期，把握机遇。景芝人从去年开始，就围绕这些新特点，进行思考和调整，当然这些调整调整还在进行中，全国糖酒会和酒博会之后，我们将推出一系列举措，这些举措和措施就是围绕如何把握机遇，实现弯道超车的。

鲁酒理应逆势突破

实践中，我们弯道超车主要从几个方面展开，首先是转型发展，景芝转型发展的核心是营销模式的转型，要实现营销模式的创新和突破。工作重点是用新市场模式和组织能力继续创新，而靠的是一系列改革措施；其次是对白酒价值重新定义，对白酒行业的一些概念进行重新定义。要对白酒理论体系进行深入研究和转型，对酒文化转型进行必要的思考。最后，认清形势，重在落地执行。目前，景芝的团队，鲁酒的团队对未来发展充满了信心，下一步，鲁酒企业要抱团发展，共同应对危机，寻找共同发展机遇。

每个行业的大洗牌、大调整期，前面的必然有落伍的，后面必然要有黑马跳出来。鲁酒里更有没有黑马？鲁酒整个板块是不是黑马？这都是我们要思考、要做的。在中国白酒业大洗牌过程中，鲁酒信心满满，理应逆势突破，创新发展，理应跳出黑马来。

是侧面看景芝

我选择景芝的理由



景芝酒业天津代理商、天津尚品佳缘销售有限公司董事长王振远

景芝是中国芝麻香型代表，这是我选择与景芝合作的一个重要理由。

景芝与天津有渊源。计划经济时代，景芝白酒在天津人家已是家喻户晓，当时就是天津人家的核心主粮产品。这些年来，我一直关注景芝酒业的发展，特别是作为芝麻香型代表，景芝一直比较独特，也创造了中国白酒香型的差异化产品代表。

景芝的发展有目共睹，这几年在天津进行大平地的开拓市场，投入大量的人力物力，帮助经销商进行市场拓展，效果也特别好。我们在天津大小商超，包括滨海新区进行全方位供货，每年销售额均在500万以上。

天津的白酒市场比较特殊，整个市场年销售量在50-60亿元之间，地产酒比较强势，只有4-5亿元的销量，这也决定了天津市场对外地白酒品牌包容性很强，也为我们开拓市场提供了广阔的空间。一品景芝作为芝麻香型代表，恰好为天津人提供差异化产品，提供了良好基础。

把最好的芝麻香引进天津，让天津人民享受最好的酒。我相信，我们和景芝的明天更美好！



“一品景芝，国标芝香”成了每位进入糖酒会现场的观众眼中最靓丽的风景。