

资源枯竭之前抓时机,市场低迷之时寻路径

煤炭巨头改向旅游要生产力

转型
升级
话
国企

近年来,枣庄市深化改革、转调创改过程中,涌现出一批转型升级的典型国有企业,企业是如何转型、如何创新的?4月18日,本报开辟了《转型升级话国企》专栏,围绕深化改革、结构调整、科技驱动等内容,多角度、全方位对全市14家国有企业进行报道,呈现枣庄国企在改革创新中的生动。



如今, 温泉小镇已远近闻名。 本报记者 贾晓雪 摄

煤炭市场低迷,寻找升级路径

文/片 本报记者 贾晓雪

山东中翔集团是一家国有企业,营业范围主要以煤炭开采为主。近年来,煤炭资源面临即将枯竭的局面,再加上连续走低的煤价行情,不少煤炭企业不堪重负。面对这种现实,中翔集团将目光放在了发展非煤产业以及旅游等第三产业上。23日,记者走进了中翔集团,探究它转型升级的“密码”。

“随着枣庄煤炭资源的枯竭,对于以煤矿为主业的中翔集团该如何发展,实实在摆在了我们面前,集团积极实施‘走出去’战略,先后在江苏投资7.2亿元建设了徐州李堂矿业有限公司,在云南投资3.5亿元建设了云南旺立达煤业有限公司小发路煤矿,两家公司不但煤炭储量可观,煤质也非常好,这也是目前低迷的煤炭行情下,我们能够保证集团平稳发展的基础和关键。”中翔集团总经理李永明说。

“众所周知,枣庄是一个煤炭资源型城市,从发展前景来看,煤炭资源是不可复制的,只有在煤炭资源即将枯竭之前实施城市转型战略,才能保持城市的永久发展。”温泉小镇董事长闫长春说道。随着枣庄煤炭资源的枯竭,对于以煤矿为主业的中翔集团该如何发展,如何实施“走出去”战略,保证集团实现转型升级,成为枣庄中翔集团发展中的头等大事。“从2008年集团成立之日起,我们就对企业未来发展进行了长

远规划,我们深刻认识到转型升级是国内经济领域的一场深刻变革,也是‘十二五’规划的主旋律。转方式、调结构的主体是企业,主力是国有企业。所以我们就制定了以煤矿产业为主线,多种经营并举的发展战略。在抓好煤炭开采这一主业的同时,大力发展第三产业,集团现涉及煤矿开采、旅游开发、资产投资、物流业等。致力于打造一个经济集约型、结构合理化的现代化集团公司。”李永明告诉记者。

煤炭枯竭之前,抓住转型时机

“20年以后,枣庄一些大型煤矿估计都会面临着关闭的局面,基本上靠从山西、云南等地运送,虽然我们的煤矿现在基本上再开挖25年没有问题,但是我们还是要在资源枯竭之前谋出路,寻项目。”李永明说,“煤炭资源是煤炭企业开发的主体,煤炭主业开发完之后,煤炭往哪个方向转型也是我们面临的课题,所以我们有积极性有把煤炭资源企业转为旅游服务业。”

“以前下煤矿,从井下上来的时候浑身都是黑的,只有牙齿是白色的,天天都得洗澡,煤炭、

粉尘,矿区给人的感觉除了黑色就是灰色;现在开发了温泉小镇,每天有那么多人来这里泡温泉,小孩在水里玩耍,环境也很舒服,有时候真是不敢想……”中翔集团的一位工作人员向记者这样说道。

23日,在中翔集团工作人员的带领下,记者参观了仙坛山温泉小镇。蜿蜒的坡道、清澈的池水、细长的柳树随风飘舞,池塘里还不时有青蛙的叫声响起。徜徉在这样的小镇上,心情顿时变得很舒畅。走着走着,就来到了泡温泉的地方,一楼是浴室,二楼是休息厅,包括水疗室和温

泉、游泳池。在游泳池内,不少小朋友在嬉戏玩耍,让人有一种忍不住想下水的冲动。休息室是每人一个沙发,每人一台电视,沙发可以用遥控器调节高低,记者看到,几位老年人躺在沙发上看电视,也有几位年轻人坐在一起窃窃私语,好不惬意。

据导游介绍,温泉水采自仙坛山地下1300米深处,富含人体所需的锌、铁、钙等多种矿物质,是江北地区特有的峡谷温泉。感觉工作压力大的话,抛弃城市的喧嚣,来安静的温泉小镇,泡一泡温泉,放松一下心情,是个不错的选择。

温泉小镇

3年迎客51万人次

据温泉小镇的闫长春董事长介绍,温泉小镇项目2009年10月破土动工,项目总投资3.8个亿。景区自2011年元月份投入运营以来,共接待游客51万人次,先后承办了200余次大型团购活动。温泉小镇各项经营指标保持了较好的增长势头,客流量、营业收入与2012年相比分别增长了29.9%和38.8%,整体经营状况较往年有了明显提升。

温泉小镇董事长闫长春说,“枣庄中翔集团在煤炭资源还比较兴盛的情况下提前考虑转型,建设了温泉小镇,温泉小镇的运营,三年多来,受到了社会各界的关注,已经成为华东地区‘最美温泉’和中国著名旅游酒店,受到了社会各界的支持和帮助,下一步将继续加大力度提高管理水平和服务质量,争取把旅游服务业做强、做大。”

针对下一步发展规划温泉小镇闫长春董事长介绍说,要进一步形成完整的温泉度假产品体系和旅游要素体系,努力创建国家4A级景区,打造国内一流、国际知名的温泉度假景区。

转型思路

“以煤矿产业为主线,多种经营并举。在抓好煤炭开采这一主业的同时,大力发展第三产业,涉及煤矿开采、旅游开发、资产投资、物流业等。”

——中翔集团总经理李永明

“在煤炭资源还比较兴盛的情况下提前考虑转型,建设了温泉小镇,下一步将继续加大力度提高管理水平和服务质量,争取把旅游服务业做强、做大。”

——温泉小镇董事长闫长春

掀背风尚 匠心独运——东风悦达起亚K3S

备受瞩目的东风悦达起亚K3S不仅传承了Design Kia设计语言赋予K系列车型的动感基因,更融汇新锐的灵动风格,领先的动力科技,越级的乘用空间和卓越的产品品质,重新定义了五门车型的潮流风向,为中国消费者带来全新的驾享体验。

由长腿欧巴李敏镐代言的K3S共有6款车型,售价区间为10.18万—14.38万,车身拥有透明白、新雅蓝、暗樱红等七种颜色,并提供全黑、黑米和黑棕三种内饰风格,为消费者带来丰富多彩的差异化选择。K3S的目标人群是追求快乐、率性果敢、充满自信且掌控自我的年轻一代,东风悦达起亚凭借对用户诉求的敏锐洞察和精准把握,启用韩国最具人气的亚洲男神李敏镐为代言人,他与同样深具明星气质的K3S互相辉映且高度契合,势必全面提升品牌号召力,掀起一场五门时尚车型的新风潮。据厂家代表介绍,选择在枣庄地区区域上市,就是为了让当地消费者能够第一时间领略K3S全面

越级的型动魅力,以表达企业对一直以来关心、支持东风悦达起亚的枣庄地区车友的感激之情。

K3S以简约直线美学为蓝本,汲取艺术灵感,运用恰到好处的比例与简洁流畅的线条,勾勒出独具魅力的动感气息,动静之间散发优雅灵动的新锐美感。K3S承袭了虎啸式家族前脸的时尚风格,并进一步创新,将KIA LOGO提升至引擎盖之上,其夸张的梯形进气口与全新设计的狭长前中网形成强烈对比,使视觉效果更富质感和张力。HID氙气大灯、LED日间行车灯和LED组合尾灯相辅相成,锻造出豪华高端的品质感和高档感,较强的照明亮度也保障了夜间行车的安全。车尾部,运动掀背的饱满造型与17寸轮毂相互呼应,激扬动感与活力。

K3S拥有傲视同侪的车身尺寸:长4,365mm,宽1,780mm,高1,460mm,更具有2,700mm的同级领先轴距,打造出理想化的内舱空间,大幅提升舒适性。K3S的储物表现同样做到了空间利用的最大化,6

4分离座椅能够营造出最大1500L以上的行李箱空间,方便大件物品的摆放,让车主出行更加游刃有余。此外,K3S提供了丰富的储物空间,满足不同物品的分类存放需求,而且中央扶手杯托更融合红色照明氛围灯,为车主营造精致细腻的动感氛围,平添一份驾驶乐趣,承载年轻一代对精彩汽车生活的定义和要求。

领先科技,品质呵护东风悦达起亚洞悉年轻消费者对科技感和高贵感的追求,为K3S搭载众多越级的智能科技配置,再次引领科技标准。K3S不仅配备8英寸大屏幕导航仪,其触屏高级音响系统兼具倒车影像功能,配合可显示图文的超级仪表盘,在提升可视性的同时,也方便了车主的操作。K3S还配有带记忆功能的驾驶席真皮电动座椅、加热方向盘、双区独立空调及后排空调出风口等舒适性配置,并提供美观实用的感应式饰品型智能钥匙,让车主独享不凡格调。以尖端科技全副武装的K3S在安全性能和品质工艺方面提供了全面

周到的保障。四轮碟刹,6方位安全气囊、ABS+EBD系统、HAC上坡辅助系统、前后泊车辅助系统和VDC车身动态稳定控制系统等多种主被动安全装备,确保了K3S值得信赖的可靠品质,给予驾乘者安全舒适的出行体验。

优雅灵动 卓越操控 K3S诞生于起亚汽车最新全球平台,采用1.6L黄金排量,搭载最新的起亚伽马发动机。其进气门和排气门会自动进行延时开启和关闭,使充气量始终达到饱和状态,实现最佳燃油混合比,爆发出可达128马力的最大功率和156牛米的峰值扭矩,动力强劲且燃油经济性突出。K3S的传动系统使用6速手动或6速自动变速箱,与发动机完美匹配,变速冲击极小,换挡平顺自如,进一步提升性能并节约油耗。K3S传递出东风悦达起亚先进的技术优势和出众的造车哲学,其并不追求张扬激烈、过于锋利的运动感,而是指向精准、优雅敏捷的灵动感,不仅拥有媲美豪华车型的换挡拨片功能以

激发驾驭热情,更配备定速巡航系统为车主带来操控随心的驾驶感受。

2014年,东风悦达起亚将继续执行“顾客感动年”战略,以顾客为中心,追求品质第一,持续探索多元化营销,积极构筑百万级销售体系,并通过管理创新,打造新的企业文化,为行业以及消费者带来更多价值。今年1—3月,企业已累计实现销量15万辆,同比增长14%,取得了开门红,为实现65万辆年度销量目标打下了坚实基础。

随着“顾客感动”战略的深入开展以及三工厂的量产运营,K3S作为辉映时尚动感与潮流美学的全新战略力作,无疑将冲击中国五门车市场的现有格局,相信在“智造经典 惠创未来”发展理念指导下,其必将扛起引领东风悦达起亚在马年持续发力,继续腾飞的重任。

东风悦达起亚枣庄征聘4S店
销售热线 0632-3789999
5202222