焦作日报
影响怀川 服务发展

产经观察 周刊
Industrial observation weekly

统筹：孙国利
编辑：杨海利
校对：薛秋霞
组版：牛成文

15

2012年6月12日 星期二
逢周二出版 第9期

爆料电话：8797311 8797319

微言论道

绞胎产业待薄发 政策引导正当时

微 言

日前，本报产经观察周刊通过系列报道，系统解读了我市绞胎瓷产业发展之路。客观而言，借全国上下大力发展文化产业及我市旅游异军突起之东风，绞胎瓷产业发展可谓“暖吹入春园，新芽竞勃发”，现状喜人。然纵观其产业突围之困，又可谓“江湖纷乱”，亟待引导规范。

曾有人说，如果想用最简单凝练的语言，来描述我市绞胎瓷产业发展状况，恐怕“小、散、乱”三字可算精准。对此，我市某位知名文化人士也曾发出如此感慨：“与焦作的四大怀药企业一样，各自为战，互相抵毁，恶性竞争，缺乏必要的沟通与合作，缺乏必要的优势互补强强联合，是焦作绞胎瓷企业走向中国、走向世界的主要障碍，也是焦作的强势文化资源不能做成强势文化产业的主要原因。”

一种特色文化，衍生出一个产业，催生出一个科学的发展规划。这大概是每一个文化产业发展的必然路径。毕竟，如果任由一个产业自由发展，要么是先天不足，要么很容易陷入群龙无首式的不良竞争，再加上没有可供行业效仿的标兵，整个行业必将走向无序发展的泥潭。而后，必然经历一个凤凰涅槃的过程，走向规范。但这种重生过程，无论是市场规律的自我整合，还是伤筋动骨的市场整顿，必将经历一个漫长的阵痛。

博观约取，厚积薄发。大力发展文化产业，是中国经济的战略抉择，政府对文化产业的决策规划和重点扶持，将有效带领中国经济寻找新的增长点。从目前情况来看，我市的文化产业方兴未艾，特别是诸如绞胎瓷制作工艺、修武五里源松花蛋制作技艺、武陟油茶制作技艺及四大怀药种植与炮制等非物质文化遗产正携厚重文化浸润，纷纷走出“深闺”，接受市场的检验。

善谋者成，远见者胜。我市绞胎瓷产业目前所欠缺的，正是站在宏观角度，科学制订一个具有实际可操作性的产业发展规划，从而未雨绸缪，引导产业良性竞争和发展，规范产业健康成长。我市这些非遗项目真正形成产业，还恰如“小荷才露尖尖角”，要走向市场化经营，形成“百花齐放满眼春”之势，还需要向先进地区和企业学习。

文化产业发展空间广阔，发展潜力大，预期的经济效益好，加上政府政策扶持、资金支持等的引导与培育，很可能会出现一哄而上的局面。对此，政府部门应在编制产业发展规划的同时，成立研究机构，增强创业研发能力；引导建立行业协会，建立其相应的预警机制，避免产业重复同质建设，形成有序发展、良性发展、合理发展的良好局面。同时，通过引导建立分行业协作网，加强信息交流，以合理确定不同企业在同类行业中的发展方向，避免同质恶性竞争，强化产业链的加速形成，保障这一产业的健康发展。

莫道春色终将尽，新芽破土不畏难。我们相信，有政府推动，科学规划，我市绞胎瓷产业的春天一定不再遥远！

孟州市加快工业集聚区建设步伐，合理规划，不断完善基础设施，使集聚区建设得到了较快的发展。今年年初以来，集聚区已经完成投资36亿元，总入驻企业276家，其中规模以上企业66家。图为在工业集聚区总投资22亿元的河南中原内配股份有限公司二期工程完成并已投产。本报记者 **刘金元** 本报通讯员 **郭增强** 摄

他山攻玉石 引路绞胎瓷

——解读绞胎瓷产业发展路系列报道之五

本报记者 许伟涛 詹长松

连日来，本报产经观察周刊“解读绞胎瓷产业发展路系列报道”的刊发，不仅在读者心中激起了层层涟漪，更引发了众多业内人士及文化爱好者的深层思考：

当阳峪绞胎瓷产业发展的新路径到底是什么？在文化产业大发展的当下，绞胎瓷产业发展的瓶颈又该如何突破？

他山之石，可以为错。日前，记者带着疑问和困惑，联系走访了身在外地的业内人士，以及长期研究陶瓷文化的学者，以期为绞胎瓷产业复兴提供借鉴。

来自民间还应归于民间

众所周知，陶瓷本源于民间，就是百姓的生活用瓷；后为皇家喜爱，成为高档生活品；再后其实用功能逐渐弱化，进而成为宫廷的观赏艺术品。

近日，中国工艺美术大师、孔家钧窑有限公司艺术总监孔相卿潜心研制的“中原壶”完美亮相。有专家预言，“中原壶”是中原茶文化的开天之作，将成为以钧瓷、汝瓷、绞胎瓷等为代表的中原历史名瓷发展史上的一个新起点。

毋庸置疑，绞胎瓷的产业化肯定会面临和钧瓷一样的两难选择，要产业化就要走进大众生活，做多了又势必容易做滥，影响绞胎瓷的艺术价值。

对此，绞胎瓷壶作为高档瓷实用化的一个载体，是否成为解决这一瓶颈的最好选择？千年绞胎瓷，是否能来自民间，并归于民间？让市场接受绞胎瓷的路径在何方？

原中国礼品协会副秘书长、国内品牌及旅游营销专家邓波认为，要通过媒体全方位的宣传推广，让消费者认同产品的实用价值与艺术价值，并推出具有行业领军影响力的大师级人物，讲一个“让消费者一定要买的故事”。

邓波建议，应采用高起点、出精品、大规模、产业集群型发展模式，抢占绞胎瓷产业发展的制高点，培育一两家能够成为全国行业标准标杆的领航企业，并以焦作为基地，以北京、上海、广洲等大城市为窗口，逐步向全球辐射的绞胎瓷品牌。

配套体系不充分阻碍产业发展

在产业配套体系日显重要的时代，企业之间的竞争已不再是“单打独斗”，而是借助产业配套体系构成整体竞争。

张文涛，河南省工艺美术大师，也是我市较早从事绞胎瓷研究及制作者之一。当记者几经周折，联系上了张文涛时，他告诉记者：“一个产业能否形成竞争优势，不仅仅是依靠一个或几个企业，还要是视其地区是否形成了技术、人才、原材料等市场要素的‘洼地’效应，集聚起一个产业配套体系，提升产品的竞争优势。”

这也正是张文涛在2006年离开焦作，远走景德镇建立自己工作室的原因之一。

“工艺品和艺术品的差别就在于一个没有灵魂，是死的，一个有灵魂，是活的。”张文涛说，景德镇已形成了陶瓷产品的所有原材料的基础市场，并有大量优秀的工艺美术人才集聚，在相互交流中共同提高。他建议，我市应编制一个长远的完整产业规划，并引导成立一个绞胎瓷研究所，在政策及资金上给予支持，为大家提供一个研发、交流的基地和平台。

后续报道

于细微处铸“理想”

本报记者 李光远
见习记者 张 璐

漫步于我市人民路、塔南路、解放路等路段，细心的市民不难发现，一段时间以来，约300组造型美观、颜色鲜明的新型分类果皮箱，已取代了原本老旧的垃圾桶。

这些人见人爱的果皮箱，就是河南理想园林环卫设施有限公司生产的。

“看，路边这些果皮箱都是我们公司生产的，以前只能算是我的理想罢了，现在想想理想和现实就是那一步之遥，就看你敢不敢迈出那一步。”

近日，在随理想公司总经理张宏献前往该公司的路上，年届不惑的他自豪之情溢于言表。

7年前，理想公司只是一家专门经营垃圾桶的夫妻店，面积不到15平方米；7年后摇身一变，成为从事园林、环卫产品的设计、生产、开发、销售于一体，专业生产垃圾桶、果皮箱、园林座椅、保洁车等多种园林环卫公共设施，并拥有40名员工，面积达7000平方米的实体企业。如今，理想公司已跻身成为省内面积最大、生产设备最先进、管理最规范的园林环卫公共设施的生产厂家之一。

理想缘何铸就？张宏献笑而不语。

走进车间，身着统一天蓝色工作服的数十名工人，正忙碌在几台锃光明亮的机器旁。“这是我们公司今年年初新引进的数控冲床设备，由于加工精确度提高，不仅节省了用料，还缩短了30%的加工时间，同时我们的产品也更加精致、美观、大方。”总经理助理梁艳介绍。

“为什么这么热的天，工人们都穿着长袖长裤啊？”记者不解。“车间工作更要懂得自我保护，打磨和焊接的时候都有火花。长袖长裤不能脱，即使汗在里面流淌成‘小河’。”梁艳说，“你看，我们每台设备旁边的墙上都有操作规程，实行责任到人，一切工作要把安全放第一。”

“整个生产过程需要经过剪板下料、折弯、冲孔、焊接、打磨等一系列过程。一个好的产品来源于生产中的每一个细节，一个细节做不好，就会影响整个产品质量。比如最后一道工序在产品上印花，印好只需要一秒钟，一点疏忽印得模糊，就必须返工，产品质量容不得半点马虎。”梁艳边走边向记者介绍。

海纳百川，有容乃大。去年，一名工人向张宏献提出一个小建议，分类垃圾桶非桶身部分的中间隔板可以完全省略，这样既省工料，又提高效率。此建议一经提出，当场得到了张宏献的采纳。

听着梁艳的介绍，看着墙上奖罚分明的生产管理制度，记者理解了张宏献微笑的含义。

对细节的关注，不仅仅在生产过程中，信誉的关注，使之朝理想更加靠近。今年年初，新乡供销公司开业，订制的理想公司一批果皮箱要在开业庆典之前到位。可就当开业前一天，一个果皮箱由于物流公司放置不当，加上路途颠簸、挤压而破了相。理想公司闻讯后，立刻派人将一个崭新的果皮箱连夜专车送至该公司，感动得该公司后勤负责人直竖大拇指。

沁北产业集聚区

倾力打造企业服务团队

本报讯（记者**杜笠** 通讯员**梁胜海**）在吸纳更多企业入驻产业集聚区的同时，如何着力推动经济转型升级？沁阳市沁北产业集聚区的答案是：从打造一支强有力的企业服务团队，用优质服务引领和带动经济社会实现跨越大发展。

高规格配置机构。沁北产业集聚区管理委员会由市委常委、常务副市长担任管委会主任，在产业集聚区机构编制中增设党政办、项目服务部、企业服务部、招商局、财税局、规划建设局、公安分局、国土分局、环保分局、工商分局等七局两部一室，切实加强对集聚区工作的领导和管理。

高层次引进人才。沁北产业集聚区注重人才培养，在全市机关中层干部中“赛场选马”，公开选拔，先后输送13名优秀干部到产业集聚区担当重任，其中经济学硕士研究生7名。同时，对高层次人才实施“保姆式”服务，帮助其解决生活问题，为集聚区的发展吸引了一大批高端人才加入。

高起点定位发展。沁北产业集聚区放眼全国，定位高端，积极与高等院所“联姻”，重点引进高端智力。邀请全国人大常委会常委、中科院原副院长杨柏龄，中科院院士童庆禧等率领30名院士专家走进沁阳，建立中科院老专家技术中心沁阳工作站和中科院老专家技术中心成果转化沁阳基地，与企业对接洽谈，达成合作意向32个。

高标准服务企业。沁北产业集聚区建立服务机制，全面落实企业24小时服务工作制，限时办理制等，执行“资料齐全马上办，资料不全指导办，紧急项目加班办，难点项目跟踪办，重点项目领导办”的“五办”机制，切实简化办公程序，提高工作效率，帮助企业破解难题，同时积极践行“5+2”、“白加黑”工作法，追求服务工作精品化。

伊赛牛肉：逆向思维创大业

本报记者 李光远
见习记者 张 璐

从2002年建厂之初的地不足8亩、人不到8个，每天宰牛不到一头，名不见经传的小作坊，到每月屠宰量最少2000头牛，并成为北京奥运会、上海世博会双料供应商，成功跻身中国牛肉行业前四强，再到登陆境内资本市场——河南伊赛牛肉有限公司用不到十年的工夫，不断刷新着行业纪录。

近日，本报记者再次走进这个蛰居怀川一隅的伊赛牛肉，探究其快速成长的奥秘。

“‘先建市场，再建工厂’，这种逆向思维是伊赛不断拓展企业规模的‘八字真经’。”面对记者的采访，伊赛牛肉董事长买银胖说，“中国人素来有个习惯，‘先建工厂再找市场’，我们则反其道而为之，在建厂之前，先问问市场在哪里？然后用产品打开市场，再去建立工厂。”

面对竞争日趋激烈的肉制品加工行业，要建市场，首先必须有一个精确的市场定位。为打造清真食品品牌，伊赛牛肉从活牛采购到屠宰、分割、冷藏、运输等环节均严格按照伊斯兰习俗进行。也正因如此，2008年，伊赛牛肉成为北京奥运会牛肉供应商；2010年，伊赛牛肉成为上海世博会和广州亚运会牛肉供应商。

高眼界走出新路径。建厂之初，在所有企业都专注于冷鲜牛肉生产的时候，伊赛牛肉就采取了牛肉产品深加工和冷鲜牛肉同步发展的模式。

如此模式，技术和资金瓶颈咋解决？伊赛牛肉不追求有形资产的投入，而是选择了河北的一家牛肉深加工企业做自己的熟食代加工企业，自己则致力于做市场推广和品牌建设。

2010年6月，伊赛牛肉在天津股权交易所成功挂牌，定向募集股份260万股，募集资金达2028万元。买银胖坦言，“把有限的资金用于刀刃上，是伊赛在短时间内取得大发展的原因所在。”

为打造全产业链条，2011年，伊赛牛肉进驻修武县台湾农民创业园，投资5亿元规划建设休闲观光高档肉牛饲养示范园区、标准化优质育肥肉牛饲养场、年屠宰10万头肉牛加工场、年产1万吨熟食品深加工生产线等项目，主要是标准化饲养日本品种母牛、后备母牛、哺乳犊牛等。项目建成达产后，肉牛饲养长年存栏达36674头，年屠宰加工销售10万头，深加工牛肉产销1万吨。

与此同时，伊赛牛肉将直营店建设作为发展的一个重要环节。每建一个直销店，就是等于开拓了一个点市场，加起来就是一个市场网络。如今，伊赛牛肉在郑州已经开了46家直营店，到年底计划是100家。此外，伊赛牛肉将在三五年时间内，在中国的长三角、珠三角、环渤海湾等一线大城市建设1000家直营店。

昨日，风神轮胎股份有限公司员工正在生产全钢工程子午胎。面对市场的需求和轮胎销售的旺季，风神股份全速推进世界级制造，进一步强化市场开拓、质量提升、成本管控和管理变革四个支撑点，生产适销对路的工程子午胎系列产品。 本报记者 **赵耀东** 摄

关爱高考学子，彰显社会责任。已在中站区为考生提供九年免费接送服务的多氟多化工股份有限公司，在今年高考期间，组织职工参加“绿丝带”爱心送考活动，提供五辆车免费接送交通不便的新区考生，并为全市9个高考考点免费提供纯净水50桶、一次性杯子5000只。 **崔喜芹** 摄