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：靳慧英
组版：华保红

6

2012 年 8 月 21 日 星期二
逢周二出版 第 19 期

爆料电话：8797311 8797319

行业传真

我市重点项目环评报批可 预 约

本报讯 （记者**许伟涛** 实习生**孙亚斌**） 在当前整体经济形势异常严峻，企业效益下行压力持续增大，项目建设骤然放缓的紧要关头，市环保局转变项目管理方式，实施提前介入、贴身服务，为省市重点项目开辟绿色通道。

据悉，为进一步支持项目建设，市环保局取消建设项目环评深度前期受理程序，项目建设单位可以直接委托环评机构开展环评工作。同时，该局为省市重点项目开辟绿色通道，将联审联批的重点项目分解责任到人，实行预约申请服务。凡项目需要在非工作时间（包括晚上及节假日）报批的，照常受理，随时提供上门服务，及时办理。

我市工矿废弃地复垦利用规划 获 准

本报讯 （记者**詹长松** 通讯员**张涛**） 记者从市国土资源局获悉，我市工矿废弃地复垦利用专项规划顺利日前通过国土资源部审查。

今年年初以来，市国土资源局按照省国土资源厅工矿废弃地复垦的工作要求，编制了《焦作市工矿废弃地复垦利用专项规划》。规划中的土地废弃前利用类型主要是采石场、煤矿和采沙场，目前用地类型为采矿用地，权属性质以集体土地为主。规划复垦总规模 838.07 公顷，计划新增耕地面积 717.66 公顷，主要分布在修武、博爱、沁阳、马村四个沿山县市区。

据悉，规划内试点自项目批准到完成验收的期限原则上不超过 3 年，主要以城乡建设用地增减挂钩为手段，通过工矿废弃地以及交通、水利等基础设施废弃地复垦，合理调整建设用地布局，促进土地资源节约、合理高效利用，提升土地资源的综合承载能力；通过复垦使田块规整，农田水利设施配套完善，田间道路通畅，农田防护林建设成网，为农业现代化、集约化经营创造有利条件。

我市钢铁贸易企业信息 共 享

本报讯 （记者**张蕊**） 随着国际国内经济形势的不断变化，钢铁贸易企业面临着更加严峻的考验，同时也存在新的商机和发展机遇。焦作市钢铁贸易商会成立一年来，担负起了适应钢铁贸易变革、加强行业自律、引领焦作钢铁贸易企业健康发展的责任，搭建起了我市钢铁贸易的平台。

一年来，焦作市钢铁贸易商会组织会员参加中国钢铁高峰论坛，聆听专家对市场经济形势的解读和展望，分析钢铁贸易走势，拓宽了视野、增强了信心、学习了宝贵经验。焦作钢铁贸易商会建立了网站、QQ 群，并与兄弟钢铁贸易商会建立了良好的关系，经常发布有关信息，做到互通有无、信息共享，促进了焦作市钢铁贸易行业的健康有序发展。

“节约达人”何黎明

本报记者 许伟涛
本报通讯员 王代华

在河南煤化焦煤集团冯营公司，提起“节约达人”来，大部分员工都知道，那是在说机修厂机电组长何黎明。

“赶快停下，这样干会把轴承撬坏的。”8 月 18 日，何黎明看到两名青工正在用撬棍从废旧滚子上向下撬轴承，当即进行制止。“撬坏一个轴承就等于扔掉了 400 块钱，这是一种浪费呀。应该用专用工具把轴承拿下。”何黎明一边“唠叨”，一边给两个青工做起了示范。

何黎明是一个认真的人。他不仅负责日常设备的维修检查，还负责材料的发放、使用和回收监督检查。平时工人领些螺丝、铆钉等小物件时，他总是一个一个数，从不多发一个。有些职工不解：“公家的东西有必要这么‘抠’吗，看着差不多拿些不就行了。”何黎明总是一脸认真地说：“公家的就是咱大家的，能节省一点就节省一点。节省一分钱，也是咱们公司的收入。”

何黎明是个爱琢磨的人。在电器设备修理的岗位上，何黎明凭着丰富的修理经验，精湛的业务技术，各种型号、再复杂的开关、电机的“疑难杂症”，他都能手到病除。

何黎明是个有心人。多年来，冯营公司的机电设备都是用换下来的坏电器到供应科领取新的，一年下来，仅材料费一项就要支出几十万元。但他发现，许多换下来的开关插件都是因为小部件损坏而报废，如果将这些废旧插件拆拆补补，重新组装，用到开关设备上，就能为厂里节约一笔可观的材料费。

想到就干。何黎明开始利用修旧利废，组装各种电器，并通过实物向组里青年技工毫无保留地传授各类开关、电机等电器的拆卸、安装和修理技术。此外，他还利用工作之余，主动承担起了电气设备的修旧利废，仅在过去一年多的时间里，修理各种电气开关 50 余台，为企业节约 10 万余元。

焦作白酒的困与变

—— 我市白酒产业发展透视之六

本报记者 许伟涛
实习生 李明轩

连日来，本报产经观察周刊连续刊发“我市白酒产业发展透视”系列报道，聚焦焦作白酒产业现状及发展之困，引发了众多业内人士及白酒文化爱好者的广泛关注和积极反馈。

毋庸置疑，近年来白酒价格的节节攀升，致使全国白酒行业进入产能“大跃进”阶段，与此同时市场容量向名优产品高度集中的趋势越来越明显。那么，在这种形势下，作为本土品牌焦作白酒，又该如何寻找新的出路，突破地域限制、走向全国呢？

客观地说，焦作白酒在经过近年来的转型发展之后，可谓是风生水起、破局在望，迎来了产业发展的绝佳历史拐点。但焦作白酒之困，也显而易见。且不说，随着焦作旅游的发展，云台山的知名度远播海内外，焦作白酒并未随之在全国闯出一块响当当的“金字招牌”。即使是在我市白酒市场之上，由于外来品牌的强力冲击，本地白酒产品在自家“根据地”拥有的市场份额，也不能令人满意。

原因为何？焦作白酒之困，亟待破解。《说文》有云：“困，故庐也。”一个“困”字，意象一棵蓬勃生长的树木，被废弃的房屋四壁所束缚，无从伸展，有待突破。而一个“故”字，则可见焦作白酒产业发展思路与路径之旧，亟须革故鼎新。

焦作白酒之困，困在哪里？管窥我市基础较好的三家村、怀庆府、沁河酒业、聚珍酒厂等本地白酒发展现状，可见一斑。

其一，规模小、品种少成为焦作白酒发展瓶颈。记者从一份《2010~2013 年中国白酒市场调查报告》中看到，近几年，中国白酒的销售总量趋向平稳，行业市场集中度在逐步提高：2010 年全国白酒销售总额增幅达 25%，2011 年上半年更是超过 30%，2012 年全年白酒业增长率或达到 70%，甚至未来五年全国白酒产业销售收入每年将保持 10%的增长速度，年利润增长在 15%左右……

在这种利好因素的刺激之下，全国白酒行业的扩张之战似乎已经进入了白热化阶段。然而，由于白酒市场相对供过于求、产品功能的同质化等老问题的悬而未决，在一定程度上制约着其发展脚步，更使得区域性白酒企业的竞争优势丧失，在企业发展中瞻前顾后，犹豫不前。

对此，记者在焦作白酒市场及企业采访时，也得到了相应印证。在我市一家大型超市，某酒类促销员说：“经常会有市民和来焦旅游人士来问本地酒，尤其是三家村品牌，这足见我市白酒的影响力，但往往是因为品种过于少而让人家失望而归。”就连沁河酒业董事长张永红也坦言，就规模而言，以其 3000 吨的原酒，5000 吨的成品规模，与数以万计、动辄规模上万吨的业界大鳄相比，其竞争难度可想而知。更不必说，以黄酒起家的聚珍酒厂，作为焦作白酒行业的一支“新军”，其“怀帮”系列白酒产量，每年仅在 800 吨左右。

其二，焦作白酒区域品牌仍待加强。所谓区域品牌，是指在某个行政区域范围内形成的具有相当规模和较强生产能力、较高市场占有率和影响力的产业产品。由是而言，区域品牌应该包含两个要素：一是区域性，往往带有很强的地域特色；二是品牌效应，代表着一个地方产业产品的主体形象，甚至成为当地经济的支柱企业、龙头企业或利税大户。

而众所周知，作为中国传统消费品的白酒，不管市场环境如何快速发展和变化，始终是消费领域中备受关注的行业。特别是一个区域的白酒地方品牌往往会受到来自于政府的地方保护，再加上当地消费者对地方品牌的青睐，一旦形成区域品牌，即使是外来强势品牌也很难撼动其市场地位。以河北省栾城县的味道府酒业为例，仅仅在当地销售额便达到了近 3000 万元，占到整个县级市场份额的 80%左右。

对照自身，焦作白酒的区域品牌之路，恐怕还有很长的路要走。

其三，焦作白酒营销策略稍显单一。记者在多家大型超市和大型烟酒店采访时发现，由于较高的上货门槛以及较长的资金流动周期，在超市中，三家村和沁河玉液这两个品牌很难见到，而“怀帮”系列白酒除了被沁阳市委、市政府确定为政府招待酒外，与怀庆府等品牌在本地白酒市场则是难觅其踪。对此，三家村团购经理毛培峰解释说，三家村 80%以上的酒都是走团购的销售路线，零售只占很小一部分。

我市某品牌白酒代理人告诉记者，对于区域白酒品牌而言，核心分销商、核心终端、核心团购资源是市场稳定的三大关键点，只有统一的渠道模式，针对核心终端形成统一的管理模式和操作规范，加强核心终端的掌控，市场才能稳定。

一阖一辟谓之变，破困求变谓之新。白酒虽然在山阳大地历史悠久，但历史在进步，时代在变迁，只有变才能保其光辉不变。特别是在市场规律的导向作用，势必将导致越来越多的白酒品牌向区域市场这一层次集中，更加激烈的竞争也必将逐步拉开。

在这种双面夹击中，焦作白酒如何才能实现发展中的自我突破与创新求变？也许，焦作白酒在激烈的市场竞争中，尝试突围的各种探索，应该引起行业中人更加深层次的思考。

首先，梳理产品结构，差异化打造核心“根据地”。高档白酒销量的上升，意味着消费的升级。对此，三家村董事长、总经理柴保顺认为，尽管伴随着人们物质生活水平的提高，能够将消费档次提升几个台阶，但达到“茅五剑”档次的消费者毕竟还只是少数，大多数消费者的升级需求，也仅仅是一个台阶而已，这才是区域白酒品牌提升的目标市场，即中端及中高端定位。

在此方面，低档产品曾一度占到七成的三家村远看一眼、先行一步。早在几年前，三家村就选择了在优、精、特上下大工夫，三招出手赢得了满眼春：近年来，三家村通过加强产品结构调整，拥有了以三家村原味酒头、醉园春、焦作特曲为标志的三大系列 40 余种产品。其中，中高档白酒占总产量的比例及产品优质率分别由 30%、25%提高到 80%，成功实现了产品结构的优化调整和上档升级。

尽管如此，白酒作为文化性的产品，地方区域本身是一个很好的消费理由，而焦作白酒作为区域品牌，一旦走出自家市场，进入其他市场便成了“四不像”，既不是全国知名品牌，也不是地方品牌，消费者便没有了消费的“理由”。为此，焦作白酒只有通过设计差异性明显的主导产品，打造以本地市场为核心的“根据地”，才是王道。

其次，“文化味”解困，满足消费者文化诉求。“白酒能被消费者接受，广告传播只是外在因素，其归根结底要靠内在的支撑，就是技术和文化。”对此，一贯秉承“没有文化的酒，就是变了味的水”理念的聚珍酒厂总经理丁向峰认为，作为焦作白酒企业，在营销上应该从文化及品牌个性中寻求突破，像茅台酒、水井坊等，更多的从文化资源整合、产品结构整合、公益事业整合等渠道，去展开自身品牌的诉求和形象传递。

也正由此，聚珍酒厂基于永春糟坊当年主要供应怀庆商帮炮制“四大怀药”的历史文化内涵，坚持把聚珍酒厂的白酒系列产品依然延续为“怀帮”品牌。

无独有偶。三家村也尝试在酿酒过程中，加入正宗铁棍山药，酿造成怀香型健康白酒，并邀请陈氏十九世太极拳掌门人陈小旺大师形象代言陈氏太极酒，融合陈氏太极之精髓文化。

第三，塑造特色产品，提升品牌营销。从当前看，中国白酒市场，大多企业看到了不变的一面，即白酒重文化、重历史。正是这种认识，导致了许多白酒企业产品同质化的现象十分严重，竞争手段单一，品牌跟风，品质雷同的情形比比皆是，其市场竞争也趋向于白热化。

产品因物而异，品牌因人不同。对此，赊店老酒焦作公司总经理朱庆舟给出了自己的建议，白酒作为一种文化现象和文明的标志，是人们感情交流的媒介，她体现了时代精神和人文个性。焦作白酒品牌要营销，必须打造个性品牌，清晰地选准目标消费人群，根据其消费行为和消费心理进行准确判断，制定新的企业成长路径、品牌策略、市场策略和营销策略，才能从激烈的市场竞争中脱颖而出。

产经视角

画面上这位正在认真操作的纺织女工叫张娟，焦作新区阳庙镇前四村人，因为家里是计生户，所以被焦作市三虎纺织有限公司特招，年收入近 3 万元。据悉，三虎纺织有限公司是一家专门从事加工、制造澡巾的纺织企业，近几年通过自身努力不断发展壮大，目前年销售收入为 3000 万元。该公司发展后积极开展帮扶、保障、救助，目前公司的 350 名员工中就有近 50 名是计生户。 本报记者 **李英俊** 摄

我市进境皮张中发现违禁固体废物

检验检疫部门提醒皮张加工企业加强警戒

本报讯 （记者**丰舒潍、张璐** 通讯员**张保军**） 近日，我市在对一批来自德国的共计 2 万张的入境皮张进行检验检疫时，发现严重腐烂、皮形不整等无使用价值的皮张占 90%以上，且其中夹带有我国明令禁止的羊头、羊蹄等进境动物性固体废物。目前，该批货物已经得到严格的消杀处理。据悉，这是我省首例从进境皮张中截获大量进境固体废物，在全国属第二例。

据悉，我国禁止进口羊头、羊蹄等动物性固体废物以及粪便和羊脂肪等，因其不仅污染环境，而且存在疫情疫病隐患，对我国农牧业生产带来严重威胁，甚至影响人民健康和环境安全。6 月 28 日，焦作检验检疫局在对一批来自德国的进口盐渍羊皮进行检验检疫时，发现一个集装箱内货物存在皮张严重腐烂，且夹带有羊头、羊蹄等禁止进境物品，便立即对货物进行消毒和封存处理，并责令企业迅速将该批入境货物的其他集装箱运抵公司实施监管。7 月 3 日下午至 4 日凌晨，该批 3 个集装箱货物相继运抵后，河南检验检疫局和焦作检验检疫局工作人员第一时间所有货物进行了全面的检疫消毒处理和检验。经过检验检疫，该批入境皮张货物共计 128 个托盘、数量 20000 张，其中存在严重腐烂、面积不足、皮形不完整等无使用价值的皮张占 90%以上，属于品质严重不合格货物，且夹带有我国明令禁止的进境动物性固体废物，4 个集装箱中夹带羊头达到数十个、羊蹄上千只。

目前，焦作出入境检验检疫局已对该批货物进行全部封存，河南检验检疫局发布了《关于进境德国羔羊皮中存在羊头、羊蹄等禁止进境动物固体废物有关情况的警示通报》，并已经上报经国家质检总局批准，向企业下达了《检验检疫处理通知书》，将于近日对该批货物进行退运或销毁处理。

检验检疫部门提醒有关皮张进口企业在签订对外贸易合同时，一定要订明检验检疫有关要求，禁止进境动物性固体废物；对发现问题的进境皮张，要严格按照规定实施检验检疫除害处理，防止疫情扩散或传播。

转型升级从产业优化布局着手

—— 经济转型做示范系列评论之三

□许伟涛

俗话说，牵牛要牵牛鼻子。对于站在建设中原经济区经济转型示范市，这一新的更高起点的焦作来说，笔者以为，要牵住经济转型的“牛鼻子”，必须强化新型农村社区引领，从优化产业布局着手，培养一批新兴产业集群，促进经济发展方式转变。

对此，我国著名经济学家吴敬琏曾有详细论述。他认为，从我国的一般情况看，转变经济发展方式主要途径有三个：一是农村富余劳动力向城市非农产业转移，使大量农民转变为市民；二是原来占主导地位的简单加工制造业向“服务化”的制造业提升，即向“微笑曲线”的两端延伸，进入价值链的高端；三是优化产业布局，发展战略性的新兴产业。

笔者认为，在这三项工作中，前两项工作是基础，需要大力推进。而之于发展战略性新兴产业，却不可能全面开花，必须按照扬长避短、发挥优势的原则确定重点，科学谋划，合理布局，拉长产业链条，培育新兴产业集群。

其实，作为一座因煤而兴、因煤而转的城市，焦作近年来狠抓经济结构调整，成功实现了煤炭资源枯竭型城市的战略性转型。截至目前，我市六大战略支撑产业、四大新兴产业占规模以上工业比重超过 65%。

成绩只能代表过去，而问题将会左右未来。从根本上，我市以化工产业为主的产业结构并没有得到有效改变，结构性矛盾依然突出；高耗能企业比重大，产业链条短，产品结构不合理，产业关联度不高，抗风险能力弱……这一系列问题，决定了我市只有加快转型，才能持续发展。

视问题而思变，知不足而后进。经济要转型，调整产业结构，优化产业布局，发展新兴产业，势在必行。据了解，国家判断和选定新兴产业集群，有着明确标准：即要产业链条较长、产业规模较大、原有发展基础较好，特别是该产业已经出现某些重要的技术突破。

照此标准，我市只要依托现有优势产业，以技术进步为突破口，加快产业链条由单一线条向闭合循环转变，产业布局由分散向集聚集群转变，产品由粗加工向精深加工、终端消费产品转变，才能构建起一个结构合理、特色鲜明、节能环保、竞争力强的现代产业体系。

说起来容易，做起来难。优化产业布局，不仅需要系统思考，更要提前谋划。6 月 21 日，笔者跟随市委副书记、市长孙立坤到位于广西壮族自治区贺州市富川瑶族自治县的华润循环经济产业示范区进行考察时，发现该循环经济产业示范区是在华润水泥厂、华润贺州电厂的基础上，引入华润啤酒而建立起来。水泥厂和电厂相距 5 公里，啤酒厂建在二者之间，距离电厂 1 公里、距离水泥厂 4.5 公里，呈品字形布局。

如此布局在项目引进、规划建设伊始，优化已然在先。在该循环经济产业示范区内，基建期，水泥厂可为啤酒厂提供水泥；运营期，啤酒厂产生的废硅藻土、工业生活垃圾可作为水泥厂的燃料综合利用。而水泥厂在为电厂提供石灰石粉进行脱硫的同时，电厂的脱硫石膏、粉煤灰、炉渣等可作为水泥的添加剂供给水泥厂。与此同时，电厂可向啤酒厂提供电力、热力并供应工业水和酿造用的除盐水，啤酒厂每年产生的中水则可补充电厂的循环水。

而说起我市优化产业布局的探索与实践，沁阳产业集聚区的“补链”引资，可为样本：该产业集聚区在招商中，不仅看项目的先进性和环保性，还看项目在园区产业发展中的链接性，努力引进具有“节点”作用的项目。如此一来，成效明显：广东兴发投资 10 亿元、年产 10 万吨高档铝型材项目建成后，可与沁澳铝业实现门对门供货；金隅水泥投资 4 亿元、日产 2500 吨新型干法水泥生产线，可让昊华宇航沁阳基地的废料电石渣变废为宝；尚宇新能源的三氯氢硅和海世鸿公司的氯化石蜡项目，均是利用来自一墙之隔的昊华宇航沁阳氯碱分公司生产的副产物——氯气、氢气，实现了有效资源的循环利用……

毋庸置疑，沁阳产业集聚区如此产业布局，可使产业链上游的优势，变成支持下游的供应链，将各个独立的企业项目纳入一个完整的链条，上下游之间互相支持，增强内部协同性，提升企业整体的竞争力，推动整个产业布局转型升级。

外地有榜样，本土有样本。一个区域经济的转型发展，要通过产业优化布局来实现，而这种产业布局的优化，最终还是要落实到具体的转型中去。此两者，可谓如根亦如本，应作如是观。