

安徽蕪湖重點打造六大新興產業基地



楊敬農市長表示，蕪湖市當前正着力實施「6122」工程

2011年，安徽省蕪湖市戰略性新興產業規模企業產值與完成投資額度增幅均超過50%，共有近300個億元以上項目列入新興產業項目庫，投資總額約3000億元。中共蕪湖市委副書記、市長楊敬農近日表示，今年該市新興產業產值預計增長40%。當前，蕪湖正着力實施「6122」工程，重點打造六大新興產業基地。

本報記者 柏永

去年，得益於國家以及地方政府持續加大政策扶持力度，中國戰略性新興產業發展全面啓動並迅猛增長。蕪湖市搶抓皖江示範區、合蕪蚌試驗區、行政區劃調整等重大機遇，加快謀劃和培育戰略性新興產業，業績不凡。

蕪湖市發改委日前提供的資料顯示，該市新能源汽車及高端裝備製造、電子資訊、節能環保、新材料、生物、新能源和公共安全新興產業規模企業達到245家，全年實現產值732億元，增長50.1%，佔全市規模工業的比重達19.5%。

蕪湖新興產業投資活躍，去年累計完成投资268億元，同比增長51.5%，佔據工業投資的37%。此外，該市列入戰略性新興產業項目庫的億元以上項目共298

個，投資總額約3000億元。其中奇瑞重工、三安光電、德豪潤達、東旭液晶顯示玻璃基板、海格斯能源等一批投資幾十億、上百億的新興產業項目正加速推進。

設立專項發展資金

據介紹，蕪湖尤為重視培育和發展戰略性新興產業，而且政府捨得投入。去年，該市成立了由市長任組長的全市戰略性新興產業發展領導小組，建立高層推動機制，並設立蕪湖市戰略性新興產業發展專項資金。從2011年起至2015年，市、區兩級財政每年安排40億元用於戰略性新興產業發展。

與此同時，蕪湖市對縣區創投公司投資的戰略性新興產業項目實行1:1配套支持，推進符合條件的戰略性新興產業企業多渠道上市融資。今年，蕪湖市新增順榮

股份、亞夏汽車2家上市公司。目前，該市在上交所和深交所上市的企業總計達11家，發行股票12隻，上市後備企業有66家。

接續實施「6122」工程

今年1月10日，在蕪湖市第十四屆人民代表大會第六次會議上，楊敬農在政府工作報告中表示，蕪湖要緊抓全球創新集聚爆發、新興產業加速成長的戰略機遇，堅持在加快發展中主動轉型，在主動轉型中加快發展。

發展戰略性新興產業方面，蕪湖將繼續實施「6122」工程。按規劃，「十二五」期間，蕪湖將圍繞打造6大產業基地，5年培育支援100個領軍企業，投入各類引導資金200億元，撬動重大項目投資2000億元。

其中，6大新興產業基地備受外界關注，分別涉及光電LED、新能源汽車、智能家電、節能環保裝備、新材料與生物醫藥領域。按預期目標，上述產業基地未來五年累計投資1750億元，實現銷售收入3400億元。

就具體產業而言，蕪湖市將汽車及高端裝備製造產業首位產業予以首位扶持，重點發展汽車整車、新能源汽車、汽車零部件、農業機械、基礎裝備、重大成套裝備六大領域，積極推進總投資90億元的人本集團高端軸承等重大項目建設，努力培育具有國際競爭力的汽車及高端裝備製造產業。

嶺南孔子後裔擬修復孔林書院

一百多名來自廣州、肇慶、佛山、南海等地的孔子後裔，日前一起聚集到嶺南孔氏發源地——韶關南雄市油山鎮平林村，共同商討修復嶺南最古老的孔林書院。平林村作為嶺南孔氏發源地的粵北偏遠山村，曾藏有廣東最早的古書院——孔林書院，孔氏後裔們表示，他們將組織有關專家進行設計論證，爭取早日修復孔林書院。

本報記者 林苑／通訊員 李子亮

嶺南孔氏發源地

前幾年在廣東的孔氏族人在修族譜時，各自拿出自己的老族譜，驚奇地發現他們的始祖都是來自山東曲阜的「大成至聖始祖——孔子」，而且都來自於南雄油山鎮平林村。據村中70多歲的老人孔慶和介紹，這裡是地道的孔子後裔村，他們的先祖在五代十國時期，為躲避戰亂而隱居於此。平林村保存有南派南雄平林孔氏族譜，對孔氏遷嶺南記述得很清楚。乾隆四年，己未孟冬上浣，孔子六十七代裔孫邑庠增生毓炎為族譜撰序云：「聖祖開闢而後，南宗孔氏蓋來自三十八代戡公也。」平林孔氏是孔戡之後，而孔戡是對嶺南頗有影響的人物。

而讓孔氏後裔最為驕傲的就是他們的先祖在這裡創辦了嶺南最早的書院。據村中退休老教師孔祥棟告訴記者，目前，由史學界認同廣東最早書院為北宋景德年間（1004—1007年）創辦於英德南山的暉潭書院，而孔林書院較其要早40多年，故孔林書院是嶺南最早的書院。

曾培育逾百進士

孔祥棟介紹稱，孔林書院對嶺南文化教育事業的發展起了重要作用。書院創辦後，直至明成化11年（1476年）創辦大書院，在這510多年間，是南雄州唯一的書院。孔林書院當時不僅接受本族子弟，也接受附近村莊一帶人求學，一時南雄一帶「耕讀成風，人文蔚起」。據南雄縣志

記載，宋代，南雄府保昌縣人口約5萬，舉進士103名（含特科64名），為粵北之冠。

孔林書院當時設有夫子廳，內設孔子像。因此每年州、縣官員都要來此祭孔，轎馬成行，甚為莊重。直至明初州城建了大成殿，孔子像遷至大成殿安放，州、縣官員才不到孔林書院祭孔。

由於年代久遠，書院已僅從族譜及當地史籍可考。唯一見證的就是至今仍屹立在村口的惜字古塔，該塔建於明永樂二年（1404年），據族譜記載，明代，孔氏後裔孔伯道弘揚先輩耕讀精神，倡導節儉，便在書院附近建起了惜字塔，教育孔氏後人珍惜字紙，認真讀書。



志高首款變頻雲空調三月上市

志高空調日前（2月8日）宣布將推出全球首款變頻雲空調並於三月上市，率先開啓了支空調時代。屆時雲空調用戶可以通過手機短信遠端實現控制開關機，自動檢測，遇到故障自動反饋給廠方。

技術及資訊無限共用

據研發團隊首席設計師廣東志高董事長鄭祖義博士介紹，「變頻雲空調帶來空調產品和服務模式的根本性改變，它以無線網路及互聯網技術

調產業「雲變革」的一個起點



為橋樑，形成廠家、商家、消費者之間技術及資訊資源的無限共用，這必將是行業的一個新開始」。

據志高變頻雲空調研發團隊介紹，「雲時代」帶來的顯著改變，就是消費體驗模式、產品服務模式、客戶服務模式、技術更新模式的全新改變。空調首先是與手機、電腦，甚至電視實現了無縫鏈結，消費者可以隨時隨地控制空調，消費者還可以自主訂制功能，也可以自己根據自身需求創造一個適合自己的「睡眠模式」。

提供消費者嶄新體驗

雲空調可以通過強大的雲服務平台，實現五大功能：一、智能遠端控制，隨地開關；二智能自動報修，快速回應；三、智能個性定制，隨需隨變；四、智能適應氣候，暢享舒適；五、智能遠端升級，常用常新。雲空調的五大功能集合企業博士專家團隊與上千名工程師智慧的結晶，把新技術提供給消費者實現軟體下載，完成空調產品功能的更新，空調變成了有生命力的產品。而客戶服務也同時進入一個新境界，依賴雲服務中

心強大的計算能力，企業客服中心可以即時掌握全球客戶空調運行狀況，一旦出現故障，即可線上或上門解決。同時，也讓廠家對服務質量與服務價格進行全程監督，讓消費者明明白白消費。

鄭祖義認為，「空調「雲變革」時代的消費者產品和服務體驗，進入一個無邊界的時代，也進入一個按需供給，隨需而變的時代。更關鍵的是，通過雲平台服務的規模化、集中化和零距離，消費者面對的是一個企業的「智慧集群」和「服務集群」」。

近年來，雲概念、雲技術正以各種姿態進入了人們的工作和生活。《微軟雲計算解決方案白皮書》就提出：互聯網世界將會以「雲」為中心的世界；蘋果致力打造「icloud」平台，海爾、海信、創維、康佳、長虹、TCL等相繼推出雲電視，雲手機也應運而生。各個產業領域，圍繞雲計算的產業鏈上下游重新布局之勢不可逆轉。可以預見的是，志高「變頻雲空調」將是空調產業「雲變革」的一個起點。

張光建

深台鈴創新經營帶動跨越式發展



本報專訪 深鈴集團董事長孫木鉗接受

又是一年過去了，2011年中國電動車行業有哪些標杆性的大事記？如何盤點2011年中國電動車市場？如何預測2012年中國電動車市場？台鈴電動車2012年的制高點是什麼？就上述國人關注的熱點問題，記者前往深圳台鈴總部，獨家採訪深鈴集團董事長孫木鉗先生。孫董就上述熱點問題，一一作答。

本報記者 梁維果 劉思皇

台鈴攜手冠軍隊助力奧運

去年底，台鈴與中國國家田徑隊舉行戰略合作夥伴簽約新聞發布會，宣布成為行業中的首家和唯一一家國家隊贊助商。台鈴作為國家田徑隊的官方合作夥伴，是中國的榮耀和驕傲。深鈴集團董事長孫木鉗說，「冠軍隊」參加一個企業的新聞發布會，可算是2011年度中國電動車行業最具影響力的事件，中國電動車創新領導品牌、中國國家田徑隊、倫敦奧運、劉翔，這些詞語大家都耳熟能詳，台鈴簽約國家田徑隊實際上就是為國家隊在倫敦奧運會上多拿獎牌助力，無形中提高了台鈴的企業文化和社會責任。「我們常說母雞帶小雞效應，對於台鈴經銷商而言，2012年台鈴電動車最大的賣點是：每當顧客買一輛台鈴電動車，實際上就是為中國田徑、為奧運助了一份力。」

依託創新打造品牌制高點

2011年電動車行業狀況簡單一個字，「漲」。原材料和電池的成本上升帶動電動車單價集體上漲500元左右。眾所周知，中國電動車市場的主要消費群體是農村進城打工者和城市藍領，此番漲價風潮直接影響了市場銷量。2011年中國電動車總銷量大概在2200萬輛，環比2010年2350萬輛的銷量，整個行業下滑6—7%。

中國電動車行業有2600個廠家，年銷量在20—30萬之間的品牌有38個；年銷量在30萬以上的品牌20個。台鈴去年的銷量在整個行業大環境不佳的背景之下，不降反升，離百萬越來越近，年增長率為35%，位列全國銷量前10強。數字背後是一個品牌的培育過程。多年以來，台鈴的品牌培育過程

是種「樹」，而整個電動車行業之所以被貼上「草根」的標籤，是因為這個行業的許多車企培育品牌的過程是種「草」。二者的本質區別是種「樹」者根深樹茂，形成一大片森林；種「草」者表面綠油油的一片，實際上根淺無「樹」。在台鈴這片森林中，湧現出陝西漢中、廣東湛江、雲南昆明、海南海口、廣西南寧、福建廈門、福建漳州、河南鄭州、山東濟南等一片當地銷售冠軍的「森林」。

孫木鉗說，消費者買東西，本就是理性選擇、感性購買的過程。現在，各地都有電動車一條街，消費者去選購電動車時，在翰林總總的電動車一條街上，面對外觀幾乎沒有什麼區別的電動車，他們一般都會東家看看，西家走走，貨比三家，最終決定購買時，往往是憑感性。台鈴正是抓住顧客這一心理，在全國的銷售網站中，台鈴創新的四大發明、中國國家田徑隊世界冠軍劉翔、李豔鳳、史冬鵬、王浩、張文秀、劉虹等一批體育明星的廣告海報等賣點是區隔其他品牌的最大落差，也是中國電動車行業獨一無二的品牌制高點。

強化內功加快企業轉型升級

2012年，中國電動車行業的關鍵字是「爬坡過坎」。「爬坡」就是轉型升級，「過坎」就是行業標準。這些有關行業生存的命題是每個電動車生產企業必須思考的問題。展望2012年電動車市場趨勢，孫木鉗表示，2012年中國電動車總銷量環比2011年有上升趨勢，但增幅不會太大，全年總銷量大概在2500萬輛左右。這個總銷量之中可能有下述變數：一線大品牌裡面，將出現分化現象，好的品牌有些會繼續保持上升趨勢，有些可能會跌落，差的品牌會被市場淘汰。想在中國電動車市場立足，必須轉型升級，這是貫穿2012年度的一條主線。

孫木鉗強調，做電動車容易做品牌難，原來100萬元就能輕鬆進入這個行業，現在你就是拿100、300、500萬……誰還敢貿然進入電動車行業。不是說進入了，要做可以，但是要長期做就很難了。結合目前國內市場形勢，電動車企業一定要從簡單的生產流程中走出來，培養具有產品研發能力的技術創新隊伍和高效管理團隊，這樣的電動車企業才能在未來的市場競爭中站穩腳跟，變成具有技術創新附加值、有自主專利的科技型企業。台鈴與中國田徑隊合作，彰顯的是台鈴轉型升級過硬的內功，堅持的是「中國芯、台鈴魂」的企業風範，相信台鈴品牌2012年定能再創佳績。

佳壽高百歲 文化沐天年

——訪壽鄉國際旅遊集團董事長李美孝

佳壽高百歲既是人們永恆的追求和嚮往，也是人口體質強健、社會文明昌盛的表現。創建長壽之鄉，打造長壽品牌，是着眼於整體人口的健康長壽，旨在弘揚中華民族傳統的長壽養生文化，這是巴馬壽鄉國際旅遊集團奮鬥的目標。

本報記者 曹思

沒有文化的旅遊是蒼白的

說起巴馬的旅遊文化，李美孝董事長透露，巴馬旅遊從一開始就主打長壽養生品牌，集團指定的發展規劃是三部曲：首先開展觀光旅遊；接着經營休閒度假旅遊；終極目標是長壽養生主題旅遊。「所以現在國家提出推動旅遊文化成為國民經濟支柱性產業，這恰好與巴馬及本集團的未來發展方向相一致，使我們對巴馬旅遊的未來更加充滿信心與必勝的信念。」

李美孝表示，2012年巴馬壽鄉旅遊集團正在重點打造的賜福湖長壽島將以濃郁的瑤族風情展示、長壽養生文化氛圍以及水波實景演藝彌補巴馬長壽鄉目前旅遊文化味道不足的缺陷，我們正以實際行動為在巴馬實現國家最新制定的旅遊方針而奮鬥。

壟斷性旅遊龍頭企業

壽鄉旅遊集團由巴馬長壽地質公園、巴馬壽鄉國際大酒店與巴馬壽鄉旅行社三個子公司組成。當今的廣西旅遊市場景區、酒店、旅行社之間競爭激烈，對於集團來說雖有競爭，但是並不足以構成威脅。李美孝毫不吝嗇的表示集團在巴馬近乎是旅遊龍頭企業。他介紹稱：



「巴馬公認的主要景區，除了百魔洞之外，其他全部是我們集團的，包括尚未開發的石林、大型天坑等旅遊資源的開發權也屬於集團。」至於酒店，目前巴馬唯一的4星級酒店就是集團下轄的巴馬壽鄉國際大酒店，去年除夕之夜溫家寶總理下榻該酒店，且集團也正在準備建設五星級百鳥岩至尊度假村，開展高層次的休閒度假旅遊。

人才決定公司的興衰

在和李美孝討論關於集團發展時，他反覆強調了人才的重要性，剛開始兩年，公司的高管及中層幹部中有許多從福建老家帶來了親戚

朋友，所謂「上陣父子兵」。但很快，這種結構便嚴重不適應企業的發展要求，2010年成立集團時，董事會果斷地將90%的「父子兵」予以解僱，或禮送出境回家，或為其安排集團外的工作。目前集團高管除了董事長與總經理由股東擔任外，其他全部是外聘的業內專家。以三個子公司為例，景區子公司的總經理尤總原是貴陽花溪區旅遊局長出身，曾任南丹溫泉總經理；酒店子公司總經理馬總是烹飪專家、法國御廚會會員，為多家國內知名酒店的客座培訓導師；旅行社子公司周總是原桂林旅遊高等專科學校導遊系主任、廣西知名旅遊專家。集團於去年成立了人力資源部，招收了大量大專院校畢業生。年底，在香港舉行的廣西旅遊推介會上，壽鄉集團更與桂林旅遊高等專科學校賈玉成校長探討了在巴馬創建桂林旅專分校的問題。

成名副其實旅遊熱點

儘管比起三年前，巴馬旅遊行銷已實現了質的飛躍，遊客數已從7萬多人上升到140多萬人次，但是距集團的預期目標以及一個真正名副其實的旅遊熱點仍有很大差距。因為目前到巴馬旅遊的人除了候鳥族之外，旅遊團尚處於觀光遊階段，與集團的發展方向休閒度假遊與長壽養生主題遊相距甚遠；而作為一個名副其實的旅遊熱點，其遊客數量應以千萬計，巴馬遊客量剛夠熱點資格的十分之一左右，前邊的路還很漫長。「但是巴馬發展的速度驚人，我們有信心以高於外地的巴馬速度去實現旅遊的再次突飛猛進。」李美孝充滿信心道。