

山东：缔造国内最大规模老字号博览会

今年上半年,山东省老字号实现线上营销收入28.61亿元,同比增长30.04%。山东省商务厅和省老字号企业协会与京东集团商定,自2018年起每年的9月为“中华老字号网络购物节”

□ 本报记者 魏东 孙俨

21个省份的373家老字号企业、品牌企业携带5000余种匠心产品纷至沓来,展会观众超过7万人次,现场实现销售1500余万元,与博览会同步的网络购物节销售额达1247万元,各项供需对接活动达成意向订单额突破4.5亿元。日前,在济南举行的第二届“中华老字号(山东)博览会暨品牌发展高峰论坛”取得了圆满成功。

品牌盛宴 引领消费升级

这是一场面对广大市民及专业采购商的品牌盛会。面积达14,100平方米的博览会展厅里,上海回力、天津狗不理、山西汾酒、太原六味斋、苏州稻香村等省外150家知名老字号企业,东阿阿胶、德州扒鸡、国井扳倒井、宏济堂、崔字牌、兰陵酒业等223家省内老字号企业、品牌企业云集于此,为泉城市民送上了中秋佳节前的一场饕餮品牌盛宴。

在为期三天的博览会上,秒杀、集赞、三人团等一系列优惠力度大、合乎消费者喜好的促销活动让现场销售异常火爆,大部分参展企业都有5万元左右的现场销售,有的则

达到10万元以上,令备货不足的企业感觉遗憾。济南周边企业在展会期间不断补货,大多数企业所带产品在展会第三天售卖一空。

许多观众是慕老字号企业之名而来,纷纷要采购记忆中熟悉的味道。博览会期间,组委会还曾接到一位热心市民的电话,说自己是客居北京的山东老乡,从老字号博览会新闻上看到很多熟悉的老字号品牌,勾起了思乡之情,希望山东的老字号博览会可以到北京去开。

掌门大会 共话品牌力量

“老字号需要创新,与人们生活保持一致步调,利用人们喜闻乐见的信息接收方式来广泛宣传老字号产品和文化,保持青春的状态;同时,也要初心不变地继续坚守,坚守老字号的诚信、品质,坚守为社会、民众服务的方向,坚持对企业可持续发展的战略性思考。”在“品牌发展高峰论坛”上,故宫博物院院长单霁翔以“紫禁城 正青春”为主题发表现场演讲,详细解析了互联网时代“高冷故宫”向“网红故宫”的转型升级之路,尤其是故宫弘扬传统文

化、开发文创产品、促进旅游发展的创新举措,让与会的老字号掌门人及各界社会精英人士深受启迪。商务部流通业发展司副司长尹虹、京东商城干货食品部总经理李昌明、德州扒鸡董事长崔贵海、稻香村总裁周广军、太原六味斋董事长阎继红、天津狗不理总经理张彦明、山西汾酒集团董事、副总经理杨波在“老字号正青春”为主题的圆桌论坛上就老字号在互联网时代如何保持青春活力等相关问题,阐述了不同的见解,现场展开了激烈的头脑碰撞和思想分享。

线上展会 体验网络狂欢

本届博览会与京东商城合作同步开展了首届“中华老字号网络购物节”,推出大型网络促销专场,进入老字号网络购物节主会场,就可以购买来自全国各地货真价实、物美价廉的老字号产品,尤其是山东老字号产品。山东省商务厅和省老字号企业协会与京东集团商定,自2018年起每年的9月为“中华老字号网络购物节”,在“中华老字号(山东)博览会”召开前后,打造与“双十一”“6·18”“年货节”同类型的老字号领域网络

购物大型电商节日。据介绍,今年上半年,山东省老字号实现线上营销收入28.61亿元,同比增长30.04%;其中入驻京东老字号馆的45家老字号企业实现销售额2.6亿元,增长达73.5%。

老字号不仅仅只是老品牌、老产品的传承,更要满足现代消费的创新。首届“老字号新品首发会”上,山东省老字号企业协会秘书长魏子杰表示,“通过老字号博览会这个平台来有力展示老字号自主创新意识和技艺研发实力,为老字号发布新品开创了很好的呈现模式,大大促进了企业与来自全国各地的专业观众互动交流,帮助企业开发销售渠道、拓展新品销售,提升老字号品牌知名度和美誉度,相信会有越来越多的老字号企业利用博览会平台发布新产品、新技术、新理念。”

供需对接 助力市场扩张

推动参展企业与采购商之间开展顺畅的供需对接是本届博览会主要宗旨之一。在老字号精品供需对接会专场,国内120多家大型商超、300余家电商运营公司、近千家专业批发采购商积极对接,开展线上线

下渠道、品牌建设等经营业务合作洽谈。其中,京东自营采购及近200家网络采购商现场采购意向订单2.6个亿;上海回力与潍坊佳乐家35家商超首签合作协议,与青岛利群购物广场签订为期5年的战略合作协议,意向合作金额超过1000万元;安徽的金裕皖酒在博览会收获了50余家的区域代理商;山西展团现场达成代理意向114单,签约金额近2000万元。德州扒鸡、鲁味斋分别与银座集团洽谈了600万元、200万元的意向订单;京东超市、山东老字号旗舰店与君祥蜂蜜签订了300万元的三方意向采购合同……

据了解,中华老字号(山东)博览会是迄今为止国内老字号展会中,参展企业最多、参展省份最多、展出面积最大的专业展会。山东省商务厅厅长余春明表示,本届老字号博览会围绕“老字号 正青春”这一鲜明主题,打造的面向广大消费者和采购商的品牌展会,把老字号品牌擦得更亮、叫得更响,有力推动了老字号蕴涵的中华优秀传统文化更多更好地融入现代生活,实现了创造性转化和创新性发展,为推动高端消费,促进消费升级发挥了积极作用。



日前,正在进行维修改造工程的南京长江大桥公路桥桥面开始摊铺沥青,桥头堡及雕塑等处的围挡已拆除。南京长江大桥建成于1968年,公路桥于2016年10月28日开始封闭维修,预计2018年年底前完成维修改造,恢复通车。图为封闭维修中的南京长江大桥。 新华社发(苏 阳 摄)

地方传真

2018 合肥企业 50 强榜单出炉

本报讯 记者华铭 张海帝报道 日前,2018合肥企业50强榜单正式出炉。联宝电子成为2018合肥企业50强之首,科大讯飞等5家企业新入选,换榜率达到了10%。

记者从发布会上获悉,这是合肥第十次发布企业50强,50强企业的经济总量每年都有所提升。2018合肥50强企业营收5928亿元,比上年增长12.7%。本次50强入围标准是营业收入高于29亿元。

据介绍,今年入选的50位企业的营业收入为29.48亿元,比上年提高8.76亿元。50强企业中,100亿

元以上企业15户,50亿~100亿元企业22户,20亿~50亿元企业13户。“前十强”企业营收合计为3200亿元,比上年增长439亿元,增长15.9%;利润97亿元,比上年增长13亿元。其中,联宝电子以超出第二位143亿元的业绩成为50强之首;江汽集团位居第二;合肥百大以同比净增44.7亿元、超出第四位126亿元的较大优势,继续稳居三甲。“前三强”企业营业收入合计1605亿元,占50强企业营收总量的27.1%,比上年“前三强”企业营收合计增加145亿元。

资兴连续6年跻身湖南县域经济“十强”

本报讯 近日,湖南省委办公厅和省政府办公厅联合下发《关于2017年度全面建成小康社会推进工作考评情况的通报》。其中,资兴市2017年人均生产总值103,932元,增长7.6%;全体居民人均可支配收入26,430元,同比增长8.2%;社会消费品零售总额89.36亿元,同比增长10.9%,实现了县域经济总量、运行质量、人均均量“三量齐升”,连续第6年跻身全省县域经济“十强”。

据介绍,近年来,资兴市按照“强产业、统城乡、建小康”的发展思路,着力建设“实力、创

新、开放、生态、幸福”五个资兴。该市大力实施产业强市战略,突出产业主导,强化招商引资与项目建设,大力培育新兴产业,壮大实体经济,提升县域经济的引领力和硬实力,经济社会发展持续稳健向好。初步形成了“硅材料、新能源、食品制造、电子信息、有色金属、全域旅游”等六大产业集群,吸引了华润电力、青岛啤酒、杉杉新材料、旗滨玻璃、碧桂园等一大批具有市场竞争力和影响力的市场主体、企业主体入驻,投资“洼地效应”凸显。

(程 虹 朱孝荣)

河北遵化以文旅融合推动经济发展

本报讯 记者兰云报道 金秋九月,河北唐山市首届文旅融合现场会在遵化召开。此次活动旨在提速唐山各地区文旅产业融合发展,增强资源型城市转型升级新动能,推动经济高质量发展。

近年,随着供给侧结构改革的深入,遵化这个钢铁行业曾占据经济“半壁江山”的经济强市,在经历了经济断崖式下滑后,紧抓京津冀协同发展重大机遇,把文旅产业作为推动经济高质量发展的突破口,推动经济转型,实施“以文强旅、以旅兴文”战略,以争创国内一流、国际知名的“山水型、

文化型旅游休闲度假目的地”为目标,使昔日的“工业城市”正向生态宜居、文化体验、休闲度假的生态绿城和旅游名城快步迈进。

去年以来,遵化围绕乡村振兴、促农增收,将目光锁定在以农事体验和乡村民俗为载体的乡村文化游上,打造了一批独具特色的乡村旅游专业村、系列特色农业节庆活动和特色农旅产品。据统计,今年共接待游客496.7万人次,同比增长21%;综合旅游收入44.9亿元,同比增长17.6%。实践证明,遵化文旅融合已逐渐成为经济发展新动能。

山东首届儒商大会将在济南举行

本报讯 记者魏东 孙俨报道 以“大儒商道至诚天下”为宗旨、以“新时代·新动能·新儒商·新愿景”为主题的山东首届儒商大会将于9月28~30日在济南举行。

据介绍,大会将围绕新旧动能转换“十强”产业,举办11场平行论坛,签约一批重大项目;举办山东经济社会发展成就展、新旧动能转换重大工程规划展;通过展示、互动,让嘉宾体验山东乡土人情、特色美食和传统民族工艺;山东17市也将在会前会后举办丰富多彩的特

色活动。全省上下将积极营造尊商、重商、亲商、助商的浓厚氛围,强化观念转变和环境优化,支持企业家专心创新创业。

据了解,海内外优秀企业家和杰出人士将在大会共同探讨新时代儒商精神的丰富内涵和典型特质,合力谋划“儒”与“商”相结合的美好蓝图,在全世界叫响儒商品牌,以更大范围、更高水平推进招商引资、招才引智,打造对外开放新高地,助力新旧动能转换重大工程,推动山东高质量发展。



河北南和:“扶贫微工厂”助力精准扶贫

9月18日,南和县郝桥镇东刘庄村村民达岩在当地一家“扶贫微工厂”内加工服装。近年来,河北省南和县结合县域脱贫工作实际的贫困群众需求,鼓励当地一些劳动密集型企业在农村设置“扶贫微工厂”,帮助有劳动能力的困难群众就近实现就业,拓宽致富门路。目前,南和县驻村“扶贫微工厂”已开设150余家,带动农村贫困群众3000余人实现就业增收。

新华社记者 朱旭东 摄

湖南嘉禾：小铁锤锤打出大产业

□ 邓和明 胡中平

“家有打铁郎,不愁没婆娘;家有打铁工,锅子不会空。”这是锻造小镇——湖南省嘉禾县塘村镇的真实写照。600多年来,塘村人凭着手头上的一把铁锤,“响”誉大江南北,火花四溅中也锤打出了一张耀眼的支柱名片。

“要3000多锤才能做好一把刀,一天要做十几把刀,我们要打四五万锤,一天要流几斤汗,那衣服湿了又干干了又湿,全身就像画地图一样。”今年50岁的打铁手艺人传承人黄吉生是塘村镇当前最年轻的铁匠。在打铁的36年里,黄吉生用双手托举着祖辈留下来的事业,手起刀落间也让他成了小镇里名

副其实的“刀王”。

在上个世纪80年代,打铁是塘村人的饭碗,也是塘村人的命根。就这样,打铁这门技艺一代代传了下来。

手握传承,黄吉生始终没有放下手中的铁锤。为带领乡亲们实现产业振兴,他越过父辈的反对,摸着石头过河,80年代在镇里创办了第一家锻造企业——刀王刀具厂。企业初期,正值市场经济发芽,企业生产、销售面临重重困难。黄吉生凭着打铁人的意志与精神,克服重重困难,让企业走上正轨。

“创业这么多年来,我们也遇到了很多的困难,遇到了很多艰辛,但这些事对打铁的来说还不是什么苦,我

们之所以能够坚持下来,就是我们有打铁人的意志和打铁人的精神。打铁不仅是一门手艺,也是一种精神,不管时代怎么变化,我的企业做得如何,打铁这门手艺在我这里一定要流传下去,用这种精神支撑我们塘村人。”黄吉生介绍,如今,刀王刀具厂已经拥有刀具生产线两条,工人50多人,每年可生产刀具100万把以上,带动生产配件企业2家,年产值达6000万元以上。

如今,塘村镇共有年产值千万元以上的锻造规模企业50多家,共带动全镇3000多人就业,具有自营出口权的企业有3家,全年生产各类锻造产品近8000万件套,年产值超过

5亿元。

一把刀延续了600年,脑瓜子活络的塘村人,却没局限在刀尖上“取金”。围绕着打铁这份红火事业,大家抱团创新,做工程机械和汽车配件这些高端产品,铁匠瞬间转身成了“匠人”。

80后的雷衍发在2010年回到家乡,创办了精工锻造公司,研发生产精密液压件和汽车配件,现在公司数百种产品都实现了订单生产。

“我们现在一个月大概生产40万件产品,年产大概是400万件,因为我们的产品有大件和小件,所以以件来计算。”雷衍发说,他们公司生产的都是精密锻造产品,生产液压连接件时,误差要求控制在0.1毫

米以内。

从小到头发丝细的“钻头”,大到采矿装备的“巨无霸”,锻造小镇不断实现创新与蜕变。现在,为了达到节能环保,小镇里的“铁匠”们瞄准了洁净能源,把家里用了几十年的煤炉换上了高频炉。

目前,嘉禾共有锻造规模企业241家,年生产五金工具1.3亿件套,完成工业总产值85亿元,带动近两万人就业,其中具有自主知识产权的品牌41个,产量达到6500万件套,产品远销英美等25个国家和地区。