

绿色发展看华阳

——孟津县华阳产业集聚区坚持走可持续发展之路

在举世瞩目的黄河小浪底大坝下游,滔滔母亲河畔,巍巍邙山脚下,一个产业发展明晰、集群建设有力、服务功能设施配套、经济社会效益明显、产城融合、环境优美的新城——孟津县华阳产业集聚区,正在快速崛起,宛如一颗耀眼的明珠镶嵌在黄河之滨。

在产业集聚区管委会宽敞明亮的一楼大厅内,专门设置了集聚区产业发展沙盘模型,有专人向客商介绍集聚区优势和招商政策;大厅内设置了告示牌,集聚区各分管领导当日任务、去向一目了然。

1 绿色循环发展 集聚产生能量

孟津县华阳产业集聚区紧紧围绕“打造最优发展环境,建设投资创业乐园”目标,坚持走新型工业化道路,强力推进绿色发展、循环发展、低碳发展,始终把环境责任贯穿工作始终,致力于通过各种措施减少对环境的污染,实现生态环境与经济发展的双赢。该产业集聚区先后获得“河南省最具投资吸引力产业集聚区”“中原经济区100张名片”等多项荣誉。

早在2009年编制产业集聚区总体规划、专项规划和控制性详细规划的同时,华阳产业集聚区就同步编制了集聚区环评规划,把绿色、循环、低碳融入产业集聚区发展的全过程。该产业集聚区着力引进环保、循环型项目,投资2.8亿元建设了可供中水17万吨和黄河水30万吨的中水利用及黄河备用水源工程,不仅有效节约了资源,还大大降低了区内企业的运营成本;投资5000多万元建设污水处理厂2座,确保了集聚区和周边乡镇对污水的收集和处理。目前,一座投资1000万元、容量30万立方米的垃圾填埋场已建成投用。

华阳产业集聚区环保项目的建设,极大地提升了开放招商的容纳量和承载力,为土地的集约利用、污水的集中处理、企业间的资源共享及优势互补提供了便利条件。目前,产业集聚区落户重点企业90多家,其中规模以上企业45家,2013年规模以上工业完成增加值25.1亿元,已成为孟津县经济发展的重要增长极。



上图 洛阳华高轴承数控精密冷锻机制造车间

左图 河南金彭电动车机器人焊接车间

2 环境友好项目 集聚增强能量

孟津县华阳产业集聚区按照布局合理、产业支撑、龙头拉动、功能完善的思路,立足资源优势,创新招商方式,大力引进环境友好型项目,发展壮大优势主导产业,为培育具有地域特色的产业集群增添正能量。目前,产业集聚区已培育出百成内燃机配件、华高轴承、盛豫重工、中联水泥、白马纺织、拜尔石膏板、金彭电动车、金吉利环保器具

等一大批环境友好型企业,已初步形成装备制造、化工、循环经济等多个产业集群。

神华国华孟津发电有限责任公司(国华孟津电厂)是台塑集团和神华集团在华阳产业集聚区兴建的大容量、高参数节能环保型电源工程。2011年,该企业两台2×600MW超临界机组并网发电,其锅炉烟气部分包括SCR排烟脱硝系统、FGD脱硫装

置和EP电除尘器,煤尘部分包括密闭输煤栈桥、布袋除尘装置等,在同行业配套环保设施方面具有领先性,其环保工程先后投资达10.5亿元。经过环保工程处理后,电厂排放的烟尘、二氧化硫、氮氧化物分别较国家标准降低33.33%、51.45%、79.6%。

国华孟津电厂并网发电后,其产生的废弃物粉煤灰和脱硫石膏同时也成为华阳产

业集聚区循环经济发展的一环。该集聚区实施废物综合利用政策,引进投资2亿元的中国联合水泥集团有限公司年产100万吨水泥项目直接消化粉煤灰,引进投资1.2亿元的山东拜尔集团石膏板项目消化脱硫石膏。如今,一车车粉煤灰、脱硫石膏被送入高炉和车间,“吐”出来的是一袋袋的优质水泥和一块块绿色环保的装饰板材。

3 择优选商引资 集聚释放能量

在孟津县华阳产业集聚区的决策者们看来,以拼资源、拼政策换来的一时发展,无疑是“剜肉补疮”。该集聚区坚决摒弃“挖到篮子就是菜”的做法,在项目选择上更加关注对资源的节约利用、对环境的影响和对本地经济的拉动,不断提高招商门槛,对新上项目加上环保“金箍”,环保评审不过关的项目,不管投资有多大,坚决说“不”。

在引进大项目上,孟津县华阳产业集聚区严格执行项目评审会制度,由单一“引

资”改为科学“选资”,由单个项目引进变为链式项目招商,重点引进具有自主创新、绿色环保和节能减排性质的好项目,坚决对高耗能、高污染、低技术、低附加值的项目“亮红灯”。近年,华阳产业集聚区拒绝虽符合产业定位但污染较大的项目近20个,涉及资金达30多亿元。该集聚区舍弃的是高耗能、高污染的隐患,得到的是“生态华阳”的持续健康发展和绿色产业集群的加速壮大。

高标准的择优选商,让孟津县华阳产业集聚区释放出巨大能量。一批客商纷至沓来,一个个项目落地生根。截至目前,华阳产业集聚区共实施亿元以上主导产业项目25个、总投资113.86亿元,其中建成投产项目5个、总投资13.18亿元,新开工项目12个、总

投资57.3亿元。近年,已有92家重点企业落户华阳,包括台塑集团、神华集团、中国建材集团和中国国机集团等世界500强企业4家。

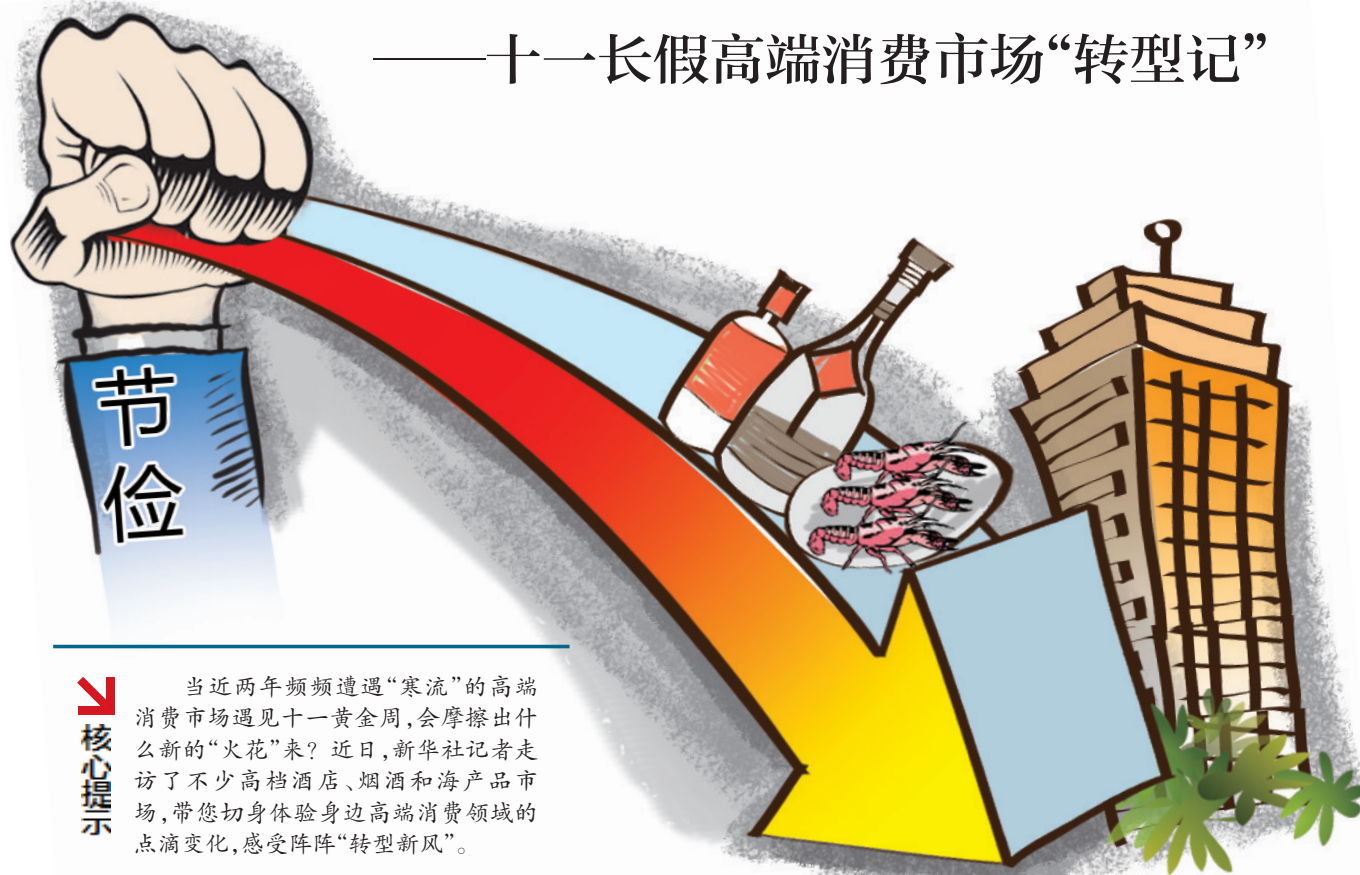
郑战波 李富锋 张利锋 文/图

提速增量 提质增效
建设中原经济区重要增长极

新闻聚焦

“由奢入俭”的难与易

——十一长假高端消费市场“转型记”



绘制 雅琦

核心提示

当近两年频频遭遇“寒流”的高端消费市场遇见十一黄金周,会摩擦出什么新的“火花”来?近日,新华社记者走访了不少高档酒店、烟酒和海产品市场,带您亲身体验身边高端消费领域的点滴变化,感受阵阵“转型新风”。

1 黄金周高端消费市场“遇冷”

记者采访了相关领域从业者发现,本应是消费旺季的十一黄金周期间,一股“寒流”却吹遍了曾经“红火”的高端消费市场。

“这一年对于景区不少酒店来说,都是最艰难的日子。”福建武夷山景区某四星级酒店销售总监王瑞春透露,从去年到现在,酒店入住率下降了很多,黄金周的入住率也不太乐观,一直都在亏损。

“自从八项规定实施以来,很多公务接待都被取消了,而9月底武夷山刚刚被中央

列入各级党政机关禁止召开会议的21个风景名胜区,这方面的消费只可能继续变少。”武夷山景区一家酒店负责人表示,高端酒店业的“寒冬”还要持续多久,他和很多酒店的管理人员一样,都有点“没底”,“武夷山已经算是知名景区了,很多依托知名度不那么高景区的高端酒店,情况只会更惨”。

而曾经以“价高水深”著称的葡萄酒市场也面临着同样的问题:公款消费少了,又该如何拥抱大众消费市场?

在北京某超市装潢精美的红酒专柜前,选购者寥寥无几。市民韩静表示:“太便宜的红酒,我总感觉掺了什么东西,怀疑质量有问题,而太贵的又买不起,还不如买价格实惠的啤酒和国产白酒放心。”

记者还发现,鲍鱼、海参等不少没出过高档酒楼的海鲜,也正在国庆期间遭遇着一场“寒冬”。除了销量下降导致卖价下滑、利润被压缩外,不少商家都从过去的待客上门收购到如今主动“跑出去”开拓销售渠道。

2 以优越性价比拉近与消费者距离

不少从业者透露,节日消费市场“遇冷”,他们也在积极酝酿,打算通过拓展销售渠道,主动放下身段拥抱大众消费市场。

从事海参营销的烟台八仙口海参公司经理张欢介绍:“今年1斤五年生的人工养殖干海参,市场价也就1500元~1800元,就算是这个价位也不一定好卖。而在两年前,售价至少是这个价位一倍以上,遇上国庆长假这种消费旺季,卖掉上千斤不成问题。”

张欢表示,虽然海参价格遭遇“腰斩”,但之前的消费市场其实是不正常的。“以前多数人买海参都是为了送礼,现在大多数顾客是自己消费,这才是真正回归理性的消费和市场的真正需求。正因为如此,价格下跌和销量的暂时下降,我们也能理解。”她说。

而不少海参、鲍鱼批发商和养殖户也表示,随着这些曾经高端的海鲜逐渐“放下身段”开始拥抱平民消费市场,越来越多的普通消费者也开始逐渐把它们视为餐桌上的“常客”。

6日一早,在福州永辉超市金祥路店,销售九节虾、小龙虾的中档海鲜柜台前顾客少得可怜,反而是曾经被视为“珍馐”的鲍鱼以一只不到5元的“平民价”吸引了不少市民的目光。

该店防损部经理向小均说:“以前高档海鲜市场主要的客户是高档酒店,但八项规定出台以来,高档酒店进货量显著下降,很难消化海鲜货源。由于海鲜本身保存、运输方面要求高、损耗大,为了降低损失,不少批发商只能跟着降价出售。”

葡萄酒主打高端消费的营销模式不断受到业内人士批评。“国内的葡萄酒市场,这两年都在经历‘大洗牌’。”酿酒师刘树琪对曾因“三公消费”而一路“高歌猛进”的葡萄酒产业分析道,在当前宏观经济形势走弱及限制“三公消费”的大环境下,一味追求高端消费显得不合时宜。如果不能及时放低身段,以更加优越的性价比拉近与普通消费者的距离,前景肯定是暗淡的。

3 告别“转型阵痛” 市场回归理性

不少高级酒店推出“经济适用房”,多家航空公司相继宣布“拆除头等舱”,曾经的高端会所“蜕变”为咖啡屋和茶馆……盘点十一长假前后我们身边的各种变化,高端消费逐渐“接地气”的时代已经悄然到来。

武夷山景区某酒店正打算进行一次装修,改变原来的客房结构——增加市场价数百元一天的普通标间数量,而动辄数千元的“行政客房”“豪华套房”数量将会减少。

“随着国民收入水平提高,高端旅游度假需求将继续增长。因此,我们并非一味降价,而是要通过这一轮‘洗牌’转变发展思路,主动拥抱市场,研究和深挖游客需求,提供高品质的、让游客真正喜欢的旅游产品,才能挽回人气。”王瑞春说。

一家位于福州市郊的豪华酒店在这个假期主打休闲度假市场,推出了“2天1夜双人行自由套餐”。该套餐包括1天的挂牌五星级酒店客房住宿,2份早餐和2张酒店附近某游乐场的门票,吸引了不少不愿意出远门恐

受“堵车之苦”的市民前往体验。“700多元的消费,既能体验豪华酒店,又能放松身心,还能玩游乐园,挺值的。”福州市民郑国说。

而曾经是杭州西湖边高档会所,让普通游客望而却步的“隐轩”在这个黄金周却游人如织。和过去不同的是,“隐轩”已经蜕变成平民茶楼。记者看到,最便宜的龙井绿茶和美式咖啡售价都是25元一杯。不少游客在露天吧台惬意地休息喝茶。

和“隐轩”一样,西湖景区内今年年初陆续被关闭“沉睡”了半年多的30多个高档经营场所在这个假期已经陆续重新开放,成为面向大众消费的茶楼、咖啡屋等休闲之地。

“在经营上‘去暴利化’,在包装上‘去奢侈化’,走上一条回归本真的‘平民酒’之路,才是更有生命力的生存选择。”某酒庄总裁陈云昌谈到葡萄酒产业的发展之路时说道,虽然现在的日子不好过,但是这种“阵痛”能让产业和市场回归理性,从长远看未尝不是好事。

(据新华社北京10月6日新媒体专电)