

以链招商驱动产业集群发展

徐剑锋

4月18日下午,振宜汽车供应商协同发展大会举行,12个汽车零部件项目集中签约。

(《安庆晚报》4月21日)

招商是龙头,项目是生命。多年来,安庆不断创新招商路径、完善引资打法,围绕“补链、扩链、强链”精准招大引强、招新引优,一个个汽车零部件优质项目纷至沓来、落地见效。当前,区域比拼更为激烈,市场竞争更趋残酷,要在项目招引建设上力拔头筹,产业链招商是招妙棋。只有全链条地引进一批重量级的“头部企业”、含金量足的专精特新项目,努力实现产业链的补链延链强链固链,才能形成“搬不走、压不垮、拆不散”的汽车零部件产业集群。

产业链招商比的是智谋,拼的是眼界,首先要弄清楚安庆汽车零

部件产业“有什么”“缺什么”“招什么”。于安庆而言,要立足资源禀赋特点和现有产业需求,围绕重点行业、重要环节,全面梳理产业链、供应链的优势所在,精准找到薄弱环节、缺失环节、重点配套环节,绘制最新产业图谱体系“按图索骥”“填空补强”,“一链一策”吸引和集聚全球高端资源和要素。

“链主”企业作为整个产业链的“领头羊”,是产业链招商的重中之重,要聚焦世界500强、中国100强、行业50强,一家一家拜访、一环一环紧盯,依托基金招商、“以投带引”等模式,让更多带动效应强的龙头型项目、旗舰型企业纷至沓来,在“寻链”“引链”中“固链”“强链”。同时,要坚持全链条布局、全要素配置、全方位支持,切实发挥“链主”企业的头雁效应,推动产业建“圈”强“链”,

加快形成一批“千百亿”产业集群。

扩大产业链“朋友圈”,要在链式招商上做足文章。围绕产业链“上下游、左右岸”,要借力驻点招商、以商引商等方式,着力引进一批科技含量高、发展潜力强的专精特新“小巨人”、单打冠军、独角兽企业,以链式布局激活“聚变效应”,实现整个产业链高质量发展“齐头并进”。

作为产业链招商的承载地,主题园区建设至关重要。接下来,要积极做好拆迁清障、要素保障等工作,持续完善道路、污水管网、排水设施等配套,集约高效用地,集中连片开发,集聚整合资源,在人才、技术、平台、资金等方面给予更大支持,通过“产业园+产业链”招商引资模式,打开项目建设全新空间、赢得稳健发展更多优势。

写好茶文章

一叶兴百业

艾才国

阳春四月,沿着蜿蜒的山路走进宜秀区五横乡杨亭村花溪茶谷,千亩茶园处处可见一层嫩绿的芽尖。采茶工人们腰间系着竹篓,指尖在茶尖上翻飞,奏响春日里最动人的“增收曲”。

(《安庆晚报》4月17日)

以茶兴业、以茶富农。宜秀区五横乡杨亭村依托茶叶专业合作社,整合山场资源,打造出1200亩高标准生态有机茶场,培育出“龙山野茶”等特色品牌,茶叶年产量5000斤,年产值达150万元。以“小茶叶”写好强村富民“大文章”,杨亭村堪称楷模和榜样。

安庆土壤肥沃、气候适宜、生态优良,以“小茶叶”写好强村富民“大文章”,有着得天独厚的有利条件,完全可以大干一场。既要坚持以“绿”为本,大力发展绿色有机茶园,着力推广绿色防控技术,利用物质防治、生物防治等手段替代化学农药,并在加工、包装和销售环节做足“绿色功课”;又要坚持以“链”为纲,通过延伸产业链条、扩大茶基地,做强茶企业等多种途径,把茶产业做大做强;还要积极推动茶旅融合发展,将茶产业与乡村旅游有机结合,打造出集茶园观光、茶叶采摘、茶文化体验、休闲度假为一体的乡村旅游新业态,带动农业增收、农民致富。

品牌强则产业强经济强。优质的茶叶品牌能够提高产品的附加值和市场竞争力,吸引更多消费者购买。前些年,我市创下的岳西翠尖、桐城小花、天柱剑毫这些叫得响的品牌,无不说明了这一点。各级政府和行业协会应发挥主导作用,制定统一的品牌标准和质量规范,开展多元化的品牌营销活动,整合各地分散的茶叶品牌,实现“好茶叶”到“好品牌”的跨越,助力各地以“小茶叶”写好强村富民“大文章”。

酒香也怕巷子深。茶叶品质与品牌再好,也怕销量不足、影响力不够、后劲力量不强。为此,在努力做出好口碑,不断提升茶品牌价值基础上,要大胆并善于“吆喝”。既可以手机变身“新农具”,直播成为“新农活”,在电商“云翅膀”的加持下,用心讲好安庆茶文化、茶故事;也可以通过举办或参加农博会、组织推介会等手段打出招牌、擦亮品牌,让安庆茶卖全球、全球卖。

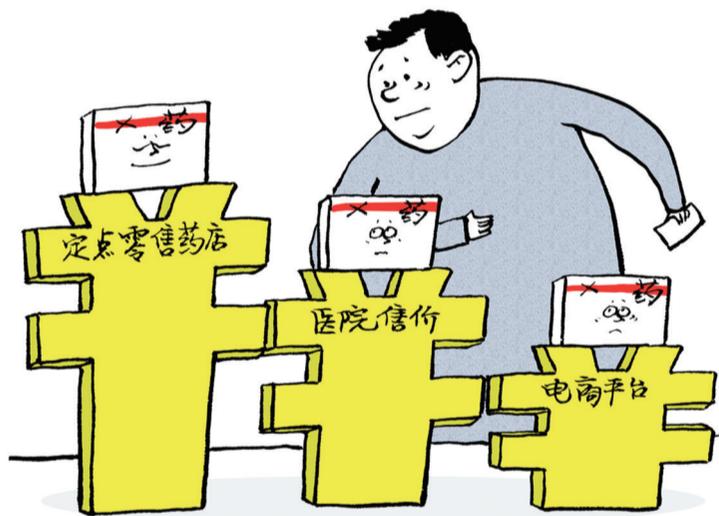
茶叶虽小,却串联起生态、经济和民生,让我们用奋斗为笔,创新为墨,以“小茶叶”写好强村富民“大文章”,赋能乡村发展,助力乡村振兴。

同一款药药价

据04月21日

工人日报报道,近日,来自辽宁大连的王鑫(化名)告诉记者,自己怀孕后查出缺乏维生素D,医生给她开了一盒价格为47.4元的双鲸维生素D滴剂(胶囊型)。这盒药吃完后,王鑫又在家楼下的定点零售药店购买同品牌同规格的药物,看到价格为63元,比医院贵15.6元。疑惑之下,她打开某电商平台进行搜索,发现一些店铺29.8元就能买到同款药品。

(作者:王铎)



“村咖”实现长红尤需扎根乡野

孙维国

4月17日下午3时许,从宿松县中心城区驱车四十分钟左右来到佐坝乡梅园村,只见龙湖河畔豁然开朗,湖湾旁一座灰色的西式建筑映入眼帘,这里是芷兰农场塍上咖啡。

(《安庆晚报》4月22日)

近年来,“村咖”作为一种新兴的乡村旅游消费形式,在田野与青山之间悄然兴起,为都市人提供了远离喧嚣、享受田园的生活方式。这种结合了咖啡文化和乡村自然景观的商业模式,迅速吸引了大量消费者前来“打卡”,展现出强大的吸引力。然而,如何在这股“村咖”热潮中实现长期红火,成为每个“村咖”经营者必须直面的挑战。

特色经营是“村咖”长红的基础。在城市的咖啡馆里喝咖啡是为了享受便利和现代氛围,而在“村咖”喝咖啡,更多的是为了体验乡村的自然环境与宁静氛围。特色经营是“村咖”吸引并留住顾客的关键。如果每家“村咖”仅仅停留在“卖咖

啡、看风景”的层面,那么消费者的新鲜感很快会消退。这也是目前一些“村咖”陷入困境的原因,同质化严重,缺乏差异化竞争力。

要改变这种局面,“村咖”经营者应当充分挖掘当地的文化资源,利用独特的乡村风貌、历史背景以及特色农产品,打造个性化的品牌形象。要深度挖掘乡村文化,赋予“村咖”独特文化内涵,比如可以展示当地的历史故事、手工艺品、传统节日等元素,定期举办一些农耕体验、手工艺课程等与乡村文化相关的活动,以此提升顾客的参与感,让他们不仅喝咖啡,更体验乡村生活。

“村咖”要避免“千村一面”的局面,必须丰富产品线,打造多元化的消费场景。光靠卖咖啡,可能在短期内会获得成功,但要实现长期的盈利与可持续发展,光有咖啡还不够。一些成功的“村咖”已经在探索“咖啡+”的模式。多元化的服务体验,不仅可以吸引不同年龄段的消

费者,还能延长消费者的停留时间,增加消费黏性。与此同时,“村咖”还可以探索通过“咖啡+文创”“咖啡+团建”等形式,打造复合型消费空间。比如利用咖啡馆举办小型音乐会、艺术展、乡村创意集市等活动,为顾客提供更多元的文化体验,让咖啡馆成为乡村文化的聚集地和传播地。

“村咖”作为一种新兴的乡村消费模式,具有广阔的发展前景。然而,要想在热潮过后继续保持长久的吸引力,需要经营者在特色经营、文化挖掘、多元化服务以及可持续发展等方面下功夫,深度挖掘乡村文化内涵,避免同质化,丰富产品线,打造可持续的体验型消费场景,才能让“村咖”真正实现“长红”。当“村咖”不仅仅是一个拍照打卡的场所,而是一个融入了乡村文化、提供多元化体验的旅游目的地时,才能真正让“村咖”成为乡村的一道风景线。