

内部资料 注意保存

# 调查研究与决策咨询

DIAOCHA YANJIU YU JUECE ZIXUN

2008.4

- 省、市领导谈品牌带动
- 关于机械工业品牌培育现状、问题与对策的思考
- 区域品牌与区域竞争力的提升
- 全省上市公司简况
- 全省十大旅游品牌一览
- 全市各类品牌概要
- 2007年全市省级以上名牌产品一览
- 关注：海西品牌农业建设与闽台品牌农业合作空间探析



中共龙岩市委政策研究室 主 办  
闽西区域经济发展研究会

# 调查研究与决策咨询

2008·4

(总第 44 期)

刊名题字:张雙飞

## 目 录

### 领导思路

省、市领导谈品牌带动

(1)

### 专题调研

关于机械工业品牌培育现状、问题与对策的思考

吴振华(3)

### 主题阅读

阅读一:区域品牌与区域竞争力的提升

(7)

阅读二:全市各类品牌概要

(9)

### 资料链接

链接一:全省上市公司简况

(16)

链接二:全省十大旅游品牌一览

(18)

链接三:2007 年全市省级以上名牌产品一览

(19)

链接四:市级以上农产品知名品牌名单

(21)

### 观 点

区域品牌培育应重视建设区域文化和提高营销能力

(23)

“宜居”是城市品牌最核心价值

(23)

城市品牌营销应关注四个基础

(23)

发展品牌农业需把握四个重点

(23)

培育合作社文化是农民专业合作社品牌化发展的关键前提

(24)

解放思想应包含“四个理念”

(24)

资本市场发展是转变经济发展模式的前提

(24)

- 沿海欠发达城市应实行城市间错位发展 (35)
- 民生问题是一个生活政治模式问题 (35)

## 关 注

- 海西品牌农业建设与闽台品牌农业合作空间探析 (25)

## 法规与政策

- 《海峡西岸城市群协调发展规划》解读 (29)
- 《关于严格禁止落后生产能力转移流动的通知》解读 (29)
- 近期重要法规文件要览 (30)

## 市外动态

- 全国 20 多个省市申报试验区 (31)
- 《中国现代化报告 2008》建议建立海南岛自由贸易区 (31)
- “跨区”新词频现——长三角破除行政区划壁垒 (31)
- 三都澳临海重化产业园区开发在即 (31)
- 城市品牌战略的杭州经验 (32)
- “和谐城管”铸就淮安最亮品牌 (32)
- 农村劳务品牌培育的长垣模式 (32)
- 武汉台湾农民创业园出台 18 条优惠政策 (33)
- 地缘+趣缘+业缘重庆“三缘”党建模式引起关注 (33)
- 南京成为唯一社工全覆盖试点城市 (33)
- 天津 12 个涉农区县新农合划转社保管理 (33)
- 周边扫描(3 月 15 日至 4 月 15 日) (34)

## 大事备忘

- 大事备忘(3月15日至4月15日) (36)

## 统计资料

- 全省和各设区市及梅州、赣州 2008 年 1—3 月主要经济指标 (38)
- 全市和各县(市、区)及市开发区 2008 年 1—3 月主要经济指标 (39)

# 关注发展 求真务实 服务决策 指导实践

编委主任：饶作勋  
副主任：赵汀生  
张树淳  
主 编：张树淳  
副 主 编：曾庆腾  
王小庆  
编 辑：赖永刚  
张永湘  
林丽芳

主办单位：中共龙岩市委政策研究室  
闽西区域经济发展研究会  
编辑出版：《调查研究与决策咨询》编辑部  
编辑部地址：福建省龙岩市军民路 41 号  
电 话：(0597)2320966  
传 真：(0597)2310656  
电子邮箱：lyswzys@sina.com  
邮政编码：364000  
印刷单位：龙岩东方彩印有限公司(2105888)  
出版时间：2008 年 4 月 23 日

## 省、市领导谈品牌带动

“好”字当头谋发展,必须把实施项目带动与品牌带动作为促进又好又快发展的两个重要抓手,以项目带动形成新增长点,以品牌带动提升发展水平,推动各个领域、各项建设体现好的要求,实现好的目标。

——摘自省委书记卢展工在省委八届三次全体(扩大)会议上的讲话

“快”有抓手,就是项目带动;“好”也要有抓手,就是品牌带动。这个品牌不仅是名牌产品的概念,也包括对所有方面的工作,包括对所有的建设提出的要求,就是都应该讲品牌和质量,讲提升,总起来讲就是要“好”。

——摘自省委书记卢展工在2007年第三季度经济形势分析会上的讲话

项目带动与品牌带动是贯彻落实科学发展观、促进又好又快发展的重要抓手,两者有机统一、缺一不可。我们要以项目带动集聚要素、落实工作、增强后劲,不断加大项目优选、扶持、推进力度,提高生成项目的层次和水平,形成科学发展的新增长点。以品牌带动提升质量、增进效益、提高水平,培育更多实力强、影响大、层次高的产业、产品、企业、服务品牌,提高产业层级,增强综合竞争力。用项目带动的机制实施好品牌带动,用品牌带动的理念提升项目带动,把两个带动延伸、运用到海西建设各个领域,推动各项工作争先创优,体现好的要求,实现好的目标。

——摘自省长黄小晶2007年12月14日在全省经济工作会议上的讲话

要品牌带动促增收。加快发展品牌农业,以市场经济的理念和工业生产的方式来抓农业,依靠品牌推动农业转型升级,深入开展农产品品牌争创活动,进一步完善扶持品牌农业发展的政策措施,着力解决我省名牌农产品不够多、特别是品

牌农业企业规模较小的问题。

——摘自省委常委、常务副省长张昌平2008年1月9日在全省农村工作会议上的讲话

项目带动和品牌带动,是“好”字当头谋发展的具体要求,是促进又好又快发展的两个重要抓手。我们要通过项目带动集聚要素、创出品牌,增强发展后劲;通过品牌带动提升质量、增进效益,深化项目带动,把海西重要增长极建设的各项任务、各项工作落实到一个个项目上,体现到争创一个个品牌中,促进经济社会又好又快发展。

——摘自市委书记张健在市委三届四次全会上的讲话

品牌带动是全方位的带动,包括工业、农业、商贸、服务品牌及工作品牌等。经济方面,要以我市烟草、工程机械制造、金铜矿开发和环保产业的领军企业、人才和技术为支撑,加快打造全国环保机械重要研发基地、全国金铜矿业重要开发基地、南方重要的烟草生产基地、海西工程机械重要制造基地,在全省加快建设若干有竞争力的先进装备制造业基地中占有重要位置。要以品牌带动创新。发挥龙净环保、紫金矿业两家国家企业技术中心的作用,促进重大创新平台建设,加强企业的原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新,做优做强原有品牌,培育更多产品品牌。

——摘自市委书记张健2007年12月28日在全市经济工作会议上的讲话

项目带动和品牌带动,是深入贯彻落实科学发展观、促进又好又快发展的重要抓手,两者互为促进、有机统一,必须牢牢把握,增强实效。品牌带动方面,要加快形成品牌带动的政策环境,各级各部门要在各自的工作领域确定创建品牌的工作重点和工作计划,努力扩大品牌带动效应,更好地服务发展、促进发展。

——摘自市长雷春美2008年2月20日在市政府第一次全体(扩大)会议上的讲话

# 关于机械工业品牌培育现状、问题与对策的思考

◎ 吴振华

机械产业是我市“10+3”产业中五个率先培育“破百”产业之一,近年来,该产业迅速发展壮大,2007年的产值达84.1亿元(指规模工业,下同),今年将成为首个“破百”的产业。但是,机械产业面临着龙头企业需进一步做大做强、专业化协作配套需进一步拓展、品牌聚集带动能力需进一步提高等问题,这些问题的解决需要通过实施项目带动和品牌带动来实现,尤其是要通过品牌带动提升产业整体发展水平和竞争力,实现机械产业“破百”后新的发展跨越。

## 一、现状与问题

### (一) 现状

近年来,我市积极推进机械产业品牌创建工作,取得一定成效。

**1、品牌数量和品牌生产企业产值的份额较高。**2007年,机械产业共有“龙工”牌装载机、“龙净”牌电除尘器2个中国名牌产品,“龙马”牌农用运输车、“畅丰”牌车桥系列产品等10个省名牌产品,分别占全市省级以上名牌产品总数的50.0%和23.3%,其产值占全市机械产业产值的84.9%,高出全市名牌产品生产企业的产值占规模工业产值的比重49.8个百分点。

**2、涌现出通过创品牌迅速成长的领军企业。**龙工、龙净通过持续实施机制、科技、管理创

新,装载机、电除尘器获得国家级品牌称号,技术达国际先进水平,产销量居国内同行第一位,产值分别由2003年6.7亿元、4.9亿元迅速增加到2007年22.5亿元、13.6亿元。

**3、专用设备制造业成为机械产业主导。**龙工、龙净的迅速成长,带动了工程、环保专用设备制造业的发展,2007年,工程、环保专用设备制造业产值达50.17亿元,占机械产业的59.7%,已成为机械产业主导力量。同时,近年来,交通运输设备制造业也发展较快,2007年产值13.77亿元,占机械产业的16.4%。

**4、以品牌龙头企业带动、以中心城区为主的生产基地雏形正在形成。**2007年,中心城区有78家规模机械工业企业,完成产值72.8亿元,规模企业数和产值分别占全市机械产业的69.6%和86.6%。在中心城区初步形成以龙工为龙头、龙岩液压、海克力斯、伍旗机械为配套的工程机械集中区,以龙净为龙头集聚20多家环保相关企业的环保机械集中区,以龙马机械等运输机械整机生产企业为龙头、万腾、中林等为配套的运输机械集中区,还有铸造、锻造、焊接、电镀、热处理等机械制造的基础性配套企业上百家(含规模以下企业)。

机械工业名牌产品具体见下表:

| 序号   | 商标 | 产品名称      | 产业分工 | 企业名称         | 2007年产值(万元) |
|------|----|-----------|------|--------------|-------------|
| 中国名牌 | 龙工 | ZL系列轮式装载机 | 整机   | 福建省龙工机械有限公司  | 225328      |
|      | 龙净 | 电除尘器      | 整机   | 福建龙净环保股份有限公司 | 135513      |
| 省名牌  | 龙马 | 农用运输车     | 整机   | 福建龙马机械制造有限公司 | 20500       |

|     |         |            |    |               |        |
|-----|---------|------------|----|---------------|--------|
| 省名牌 | 龙净      | BE 型电除尘器   | 整机 | 福建龙净环保股份有限公司  | 135513 |
|     | 龙工      | ZL 系列轮式装载机 | 整机 | 福建省龙工机械有限公司   | 225328 |
|     | WEIDONG | 专用电除尘器     | 整机 | 福建卫东环保科技有限公司  | 10717  |
|     | 闽兴      | 汽车挂车       | 整机 | 福建省闽兴专用汽车有限公司 | 10435  |
|     | 中林      | 汽车钢板弹簧     | 配套 | 龙岩市中林工业有限公司   | 6576   |
|     | 万腾      | 车桥总成品      | 配套 | 龙岩万腾车桥制造有限公司  | 9150   |
|     | HP 虎    | 液压油缸       | 配套 | 龙岩液压有限公司      | 7014   |
|     | 畅丰及图    | 车桥系列产品     | 配套 | 福建畅丰车桥制造有限公司  | 30345  |
|     | 东信      | 车桥系列产品     | 配套 | 龙岩东信机械制造有限公司  | 4236   |

## (二) 问题

我市机械产业品牌创建也存在一些突出的问题,如创新能力不强,围绕品牌带动的集聚水平仍较低,产品品牌、企业品牌、产品品牌良性互动不够,机械产业品牌带动战略需进一步深化和拓展。

**1、产品品牌培育不平衡。**目前,环保、工程机械行业拥有龙净、龙工等国家级产品品牌,但运输机械、配套行业产品品牌数量不多。运输机械仅龙马机械、闽兴专用车等2个省名牌产品,配套产业方面仅畅丰机械、万腾车桥、龙岩液压、中林工业、东信机械等5个省名牌产品。

**2、领军企业培育不平衡。**工程机械、环保机械行业拥有龙工、龙净国内知名领军企业,但运输机械行业缺少带动性强的整机生产领军企业,最大规模企业龙马机械产值不足2亿元,难以带动运输机械行业整体发展。

**3、创新发展能力不强。**在机械行业竞争日趋激烈、跨国公司的市场主导和技术创新作用日益增强的今天,创新能力决定我市机械工业发展潜力。目前,我市机械行业除龙工、龙净等少数企业技术创新能力较强外,普遍存在研发和技改投入不足,企业所需的中高级技师或中高级专业技术职务的人才短缺,技术创新能力薄弱。企业运行机制与现代企业制度要求差距较大,仅龙净、龙工2家企业实现上市。许多品牌生产企业因技术、机制、管理创新能力不强,成

长性不够,2007年除龙净、龙工外的8个省名牌生产企业平均产值仅1.2亿元,最小规模品牌企业产值仅0.4亿元。

**4、专业化协作、配套不够。**专业化协作配套是机械工业发展的方向,各整机品牌生产企业重点抓住技术、工艺等核心部分,其余配件让协作专业生产企业配套生产,依靠专业化分工协作来提高产能、效益。但是我市工业企业在为整机厂配套方面起步较晚,基础较弱,原有的多数零配件生产企业技术水平不高,规模较小,难以承担品牌龙头企业配套任务,龙头企业的带动作用发挥不够显著,没有在较大范围内形成完整的专业化分工协作网络。如龙工产品主要配件除了桥箱、油缸等自行生产、本地配套外,柴油机、轮胎、轮网、水箱、泵和阀等均由省外企业提供,本地配套率约10%左右。

**5、基地平台建设缺乏。**面向产业基地的产品研发体系、检测和质量认证体系、教育培训体系、现代化物流配送体系、产业宣传推介体系等产业发展服务平台大部分刚刚起步,造成产业发展公共技术攻关不够、人才较缺乏、围绕品牌龙头企业集聚不够、产业整体对外知名度不高等问题。

## 二、思路与措施

### (一) 思路

遵循市场导向、企业主体、政府推动、创新发展的原则,按照培育催生品牌产品、提升壮大

品牌企业、集聚发展品牌产业的思路,大力培育、发展一批拥有自主知识产权、具有持续创新发展能力和市场竞争优势的品牌产品、品牌企业,发挥其影响力和带动力,延伸产业链,促进产业聚集,把龙岩机械产业构建成为工程机械生产基地、环保机械生产基地、运输机械生产基地为主导的海西机械产业集中区,把行业内主导品牌产品和品牌企业优势转化成产业优势,提升机械产业发展水平。

## (二) 措施

**1、增强企业创新活力,夯实品牌发展基础。**通过大力推进制度、技术、管理、文化创新,增强创新活力,夯实企业培育、创建、发展品牌的基础。一是按照现代企业制度的要求,引导企业积极进行股份制改造,实现产权多元化,建立科学、规范的管理制度和运行机制,提高企业经营决策水平。二是鼓励企业加大技术创新投入,积极创建企业技术中心,完善计量检测体系,充分利用“6.18”平台大力推进产学研结合,增强企业自主创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力,开发出更多具有自主知识产权的主导产品和核心技术。三是引导企业推进管理创新,吸收和学习国内外先进的质量管理理念和方法,实行产品设计、生产制造、市场营销、售后服务等全过程质量管理,建立健全质量体系、标准化管理体系、计量检测体系,提高现代化管理水平和质量保证能力。四是加强企业文化创新,品牌是文化传承和历史积淀,要坚持以人为本,努力构筑企业文化,为品牌建设提供有效动力。

**2、加强创品牌引导,大力培育品牌产品。**选择海克力斯(福建)桥箱、闽泰环保、龙工机械配件、龙马专用车、瑞华通用机械、凯鲍汽车等亿元企业和侨龙专用汽车、飞驰机械、津虎油缸、山力工程液压、伍旗机械等产值不到亿元但具备一定发展潜力的企业作为名牌、著(驰)名商标重点培育对象,实行相关部门领导挂钩责任制和重点跟踪协调服务制度,协助制定、落实品牌培育发展规划,兑现品牌培育扶持政策,及

时协调解决品牌创建过程中存在的困难问题,使更多企业产品达到国家、省级品牌标准,评上知名品牌。

**3、推进品牌提升扩张,大力培育领军企业。**通过品牌产品的提升扩张,做大做强品牌企业,形成具有持续快速发展能力、发挥行业带动作用的领军企业。一是分行业规划培育领军企业。环保行业重点培育龙净、卫东、龙马专用车等领军企业,工程机械行业重点培育龙工等领军企业,运输机械行业重点培育畅丰、龙马机械、新龙马、中重卡等领军企业。对规划培育的领军企业在土地、资金、电力、运输、成品油等生产要素方面给予倾斜,同时优先列入上市重点培育企业;二是强化核心竞争力的培育,不断提升现有品牌。结合机械行业竞争特点,品牌生产企业要密切跟踪行业技术发展前沿,突出抓好技术、工艺等核心方面的创新,用高新技术、先进适用技术、现代信息技术改造提升企业,保持品牌活力。三是强化品牌经营,实现品牌扩张。实施以品牌为纽带的资产重组和生产要素整合,实施联合、兼并、购买等方式进行品牌扩张,提升品牌规模与附加值。四是以大项目为抓手,迅速壮大领军企业。实施龙工出口基地、龙马专用车扩建、畅丰机械汽车前轴等重大项目,积极创造条件,力争汽车中、重卡项目的落地生成。

**4、发挥品牌带动效应,集聚发展品牌产业。**在培育更多知名产品品牌、做大做强品牌企业的同时,加强对产业集聚的引导和支持,充分发挥机械品牌龙头企业的扩展带动效应和在产业链中的核心作用,建设大项目,延伸产业链,发展大配套,形成大集散,构建工程机械、环保机械、运输机械生产基地。一是发挥龙工品牌龙头企业带动作用,加快建设工程机械生产基地。当前着重抓好:扩大龙工装载机规模、开发生产轧路机和挖掘机,成倍扩大工程机械整机生产能力;龙工在龙岩经济技术开发区建设工程机械国家重点实验室,成为工程机械行业“国内一流、世界知名”的产品研发中心、质量检测中心

和行业标准的制定中心;高起点规划建设桥箱、齿轮、液压油缸生产中心、精密铸锻件生产中心等配套加工中心,促进本地配套率大幅度提高。形成以龙工国家级品牌企业为龙头、高起点配套、在全国有重要影响力的工程机械生产基地。二是发挥龙净品牌龙头企业带动作用,加快建设环保研发生产基地。当前着重抓好:建设2个产业链,即以龙净为基础形成电除尘器、脱硫产品、气力输送产品为主的大气污染治理环保设备制造业产业链和以龙马专用车为基础形成道路清扫—垃圾收集—运输—中转—处置环卫成套专用设备及医疗垃圾无害化处理成套设备的环境服务设备制造业产业链;提升环保产业整体技术水平,发挥龙净品牌企业技术创新优势,加快国家级环保空气净化设备产品质量监督检验中心建设;加强产业园区建设,以龙净工业园区为中心,以市经济技术开发区和新罗区龙州工业园为两翼,迅速壮大产业群体,提升整体实力。形成在全国有重要影响力的产品研发、设备制造、工程配套、安装运营的综合性大型环保产品研发生产基地。三是大力培育整机品牌龙头企业,促进运输机械生产基地建设。以轻中重型载货汽车系列、客车、农用车为核心产品,抓好中重卡项目落地建设,扩大龙马轻卡及农用车、新龙马客车等汽车整车生产能力,带动龙雁集中区、新罗区科技园区、永定工业园区等汽车配套零部件企业的集聚发展,形成在海西有重要影响力的运输机械生产基地。

**5、发展配套产业,提升整机配套水平。**机械产业整机产品具有产业链长、配套量大的特点,发展机械整机配套企业是品牌龙头企业降低成本的需要,也是扩大品牌带动效应、建立知名产业基地的需要。一是根据机械产业整机发展需要,结合目前我市配套产业发展情况,重点发展液压件业、车桥制造业、弹簧钢板业、齿轮件业、铸件业、锻件业、硬质合金业等七大机械配套产业。合理规划七大配套行业集聚区,实现同类配套企业的集聚,尽快形成机械配套产业的优势

群体,形成全省乃至全国的配套生产中心。二是抓住福建省海峡西岸临港重化工业布局和“十一五”机械产业作为全省三大主导产业之一的机遇,鼓励配套企业“走出去”,积极主动谋求与市外大企业、大集团的协作配套,在当好“配角”中发展自己。三是大力提高配套企业的技术含量。通过提升现有配套企业、龙头企业高起点建设配套企业、引进落地技术水平高的配套企业等方式,迅速提高我市配套产业整体技术水平。

#### **6、强化平台建设,促进机械产业品牌培育。**

一是园区平台。对规划培育的工程机械、环保设备、运输机械等生产基地要留出龙头企业扩建、配套加工业较大的地域发展空间,集中资源,促进基地龙头企业和配套企业集聚。二是招商平台。围绕产业龙头项目、科技含量高装备先进的项目、延伸产业链的深加工项目、产业配套项目,开展产业集群定向招商,完善机械制造业产业链,实现招商的专业性、针对性,从重项目数量向重项目质量转变。三是技术平台。现有龙工、龙净等品牌龙头企业技术中心拓展服务范围,开展对外技术服务,同时引进国家级检测、试验、研发中心,促进产业共性和关键技术研究,提升产业技术水平;四是物流平台。推进区域原材料和产成品专业市场建设,建立物流集散基地,实现零部件供应链和产品销售链的快速聚散,降低物流成本;五是人才平台。健全完善创业培训平台,加强与各类院校合作,加大适应机械产业发展需求的各类人才的培训力度;六是宣传平台。通过新闻媒体、专业展览等形式,加大我市特色产业基地宣传、推介力度,提升我市机械产业知名度,促进国内外客商来岩采购或投资。

(作者系龙岩市经贸委主任)

## 阅读一：区域品牌与区域竞争力的提升

现代市场经济从某种意义上讲是“品牌经济”，市场竞争实质上是品牌的竞争。一个地区、一个区域品牌企业、品牌产品的崛起，无不带动和推进了当地经济的快速发展。区域发展的品牌化时代已经到来，在不久的将来，区域的竞争力将最终取决于区域品牌的力量。

### 一、区域品牌的内涵

区域品牌是指在某个区域范围内形成的以产业集群为依托、具有较强生产能力、较高市场占有率和影响力的产业或产品的地理标志。如景德镇陶瓷、嵊州领带、大唐袜业等。

区域品牌不以某一个有形产品为依托，而是以某一特定的区位为载体；不为单个企业所享有，而是区域内所有生产相同产品的相互关联的企业共同享有；是区域内众多企业产品质量和信誉精华的浓缩和提炼，一旦区域品牌形成后，不会因为某个企业的兴衰而改变。

### 二、区域品牌的成功要素

**1、清晰、独特的品牌定位。**区域品牌与普通产品或服务品牌不同，其价值链并不清晰，关涉利益群体复杂。对区域的品牌定位更大程度上是一种宏观经济行为与社会文化行为，一旦定位准确并得以突显，往往会为一个区域带来巨大的品牌价值。例如，义乌市定位“小商品海洋·购物者天堂”，以“兴商建市”为发展战略，将商业资源与旅游资源相结合，成就了本土的国际化成功品牌。

**2、完善、优越的软性条件。**相对于普通产品和服务品牌，区域品牌更强调其软性条件。区域品牌和商品品牌不同，商品购买和服务过程往往是阶段性的、短期性的，而受众对于区域的感知过程，往往是持续性的、长期的。一个区域的品牌特性往往不仅体现在有形资产，而更大程度上反映在区域的人文环境、服务质量、自然资

源等。一个区域的硬件环境相对容易改善，而软性条件的提升却往往需要一个相对漫长的过程。

**3、善于利用各传播方式。**由于区域是个整合性的资源系统，区域的传播界面也十分广阔，在方式上拥有极大的创意空间。传播载体可以是传统大众传媒和各种新媒体，也可以是名人代言、重大公关活动等等。应基于品牌定位，更加审慎地选择相符的品牌传播手段。如，上海对于姚明、刘翔的选择，韩国以“韩流”文化产品来不断提升自身国家形象，戛纳与电影节的结缘，等。特殊的区域品牌定位往往决定了我们进行品牌传播创意的特殊策略，而大而全的传播方式，往往会导致投资回报的低下。选择一种合适的传播方式，不仅可以节约传播费用，也能更好的促进区域形象的树立，达到事半功倍的效果。

**政府在区域品牌打造中的作用。**各地政府应着力于优化产业集群发展环境，着手建设区域品牌发展的“五力”：(1) 注重营造舆论环境，增强区域品牌的影响力；(2) 注重改善创业环境，增强区域品牌的成长力；(3) 注重完善市场环境，增强区域品牌的竞争力；(4) 注重优化服务环境，增强区域品牌的保障力；(5) 注重创造文化环境，增强区域品牌的创新力。

### 三、各地打造区域品牌的做法举例

#### 1、浙江省：促进品牌国际化

实施品牌战略是浙江省“创业富民、创新强省”的重要内容，也是浙江省实现制造业再一次腾飞的重要战略。截止2007年底，浙江省共获中国名牌289个，占中国名牌总数1957件的14.9%。分地市看，宁波、绍兴、杭州和温州为浙江省四大名牌强市。

浙江省“十一五”规划明确提出：加强品牌创新和管理创新，逐步实现由初级简单加工和贴牌生产为主，向自主创新和自有品牌为主转变，促进品牌走向世界，进而培育世界品牌。该省主打品牌国际化战略，并出台若干政策措施。如：鼓励和推动企业采用国际标准和国外先进标准，实施国际通行的质量管理体系、环境管理

体系和产品质量认证;鼓励具有自主知识产权和自主品牌的产品出口,扩大高新技术产品、高附加值产品出口,提高出口产品档次,推进国内品牌向国际品牌延伸;用足用好企业自主创新投入的所得税前抵扣和企业研究开发仪器设备加速折旧等优惠政策等;对省级以上品牌企业,在有关资源要素保障方面给予倾斜,在科研立项、财政贴息等方面优先扶持,给予工商事务的重点服务支持;对省级以上知名品牌产品在有效期内视情给予质量免检等等;该省还建立省推进“品牌大省”建设联席会议制度,由省政府分管副省长负责,统一领导和协调全省品牌建设。

## 2、武汉·中国光谷:政府主导的新型企业网络模式

“光谷”已成为武汉一张亮丽的城市名片。目前已形成中国最大的光通信技术研发基地、最大的光纤光缆生产基地、最大的光电器生产基地、最大的激光技术研发和产业化基地,其光纤光缆生产规模居全球第二,形成以烽火科技、华中数控、蓝星电脑、楚天激光等为龙头的光电子产业集群,一个特征鲜明的区域品牌逐渐确立。

武汉光谷开创了新型的政府主导的企业网络模式。表现为以政府为主导,以企业为主体,以市场为基础,以科研院所和高等院校为重要支撑。(1)以政府为主导。通过地方政府的优惠政策吸引国内外光电子企业入驻而形成的企业空间集聚。通过招商引资,光谷地区通常形成网络式的企业集聚,进而向产业集群方向发展。这种政府主导的企业网络模式,使政府在光谷的形成和发展中起主导作用,宏观调控有力,有效促进了光电子产业创新及产业规模发展壮大。金融资本、民间资本、风险投资与政府资金在这里相互联动,有效缓解了高新技术企业融资难的问题。境内外上市企业达15家,在证券市场形成颇有影响的“光谷板块”。通过制定优惠政策,吸引了30家风险投资机构来此投资。为了加快科技成果的转化,这里先后建立了东湖创业中

心、留学生创业园、光谷创业街、大学科技园、华中软件园等各类孵化器12家,孵化企业达600多家。(2)以企业为主体。目前共有光电子信息企业700多家,初步形成了以核心企业为龙头,中小企业互补的光电子信息产业集群式发展格局。(3)以市场为基础。市场的基础作用,不仅体现在光谷资源的配置上,还体现在光谷企业的建立方式上,如根据市场需求及其内在规律,国家科研院所改制形成企业。1999年底由武汉邮电科学研究院改制成立的烽火通信科技股份有限公司,继承了邮电科学研究院的科研实力,成为“武汉·中国光谷”创新基地的核心。(4)以科研院所和高等院校为支撑。现有42所高等院校,56家大型科研院所,在校大学生50余万人,各类专业技术人员20万人,两院院士50人,其中有13名院士与光电子信息技术的学科带头人。原始创新、集成创新、引进吸收再创新,“光谷”不断催生具有自主知识产权的技术、产品和产业。企业专利申请量以年均40%速度增长,其中发明专利占五成以上;烽火科技提出的3项IP网络技术标准被国际电联批准为国际标准,长飞光纤光缆公司资助研发的RIC+PCVD光纤拉丝技术达到了世界先进水平。

## 3、义乌小商品:政府“孵化蚂蚁雄兵”

义乌小商品在国际商界已成为一个知名品牌。在一些国际商人心目中,义乌在国际上的知名度和影响力已仅排在中国北京、上海、广州等几个大城市之后。据统计,义乌小商品市场目前有常驻外籍商人近万人,每天还有五千左右的外籍商人从全球各地来义乌进货。而在外经商的义乌商人有十余万人,其中在国外经商的有六千多人。探究“品牌义乌”高速发展的成因,功劳首推政府的强势引导。(1)早在十年前,义乌市就响亮喊出了“名牌带动”战略口号。此后,围绕“产品品牌化、品牌名牌化”,坚持品牌立市、质量立市,出台一系列举措,推动品牌建设。(2)重奖创牌企业。对获得国家驰名商标、省市著名商标的,给予100万元至1万元不等的奖励;对上中央电视台做产品宣传且宣传费用超过10万元

以上(含10万元)的,一次性给予企业2万元奖励。(3)得益于“品牌助产师”——工商的全力帮扶。从2004年起,义乌工商部门每年与中华商标协会、省工商局、义乌市政府联合举办年度商标品牌论坛,邀请了全国知名专家学者以及青岛海信、江苏小天鹅等众多全国知名企业负责人,就商标法律知识、商标经营中的战略战术问题,以及品牌的设计、培育、发展、创立到扩展的经验与心得等方面,发表真知灼见,传授品牌建设门道。此外,义乌工商部门还组织创牌企业参加韩国工业设计展、深圳商标节等国内外有关高层次活动,拓宽企业视野。(4)营造重商氛围。这几年来,中共义乌市委、义乌市政府每年都要到阿联酋迪拜、俄罗斯和乌克兰等地看望和慰问在国外经商的义乌人和义乌籍华侨。

(资料来源:区域经济网、城市品牌网、浙江在线、新华网等)

## 阅读二:全市各类品牌概要

### 一、区域品牌

**1、客家祖地和著名侨区。**闽西是客家人的主要祖地和聚居地之一,全市七个县(市、区)有五个县是客家县,客家人口占全市总人口75%。闽西客家文化、建筑、民俗、风情积淀深厚、丰富多彩、独具特色。中国历史文化名城汀州城,被誉为“客家首府”,汀江河被称作“客家母亲河”,始建于清道光16年的上杭稔田李氏大宗祠,被称为“东南亚李氏宗亲的大本营”。全市在外华侨华人、港澳台同胞120余万人,其中在台湾的客属同胞30多万人。2000年11月,世界客属第16届恳亲大会在我市举行,全世界客属代表3500多人会聚龙岩。

**2、生态型经济枢纽。**中共龙岩市委二届七次全会首次提出“把龙岩建设成为闽粤赣边联结沿海、拓展腹地的生态型经济枢纽”发展定位。就是要以海峡西岸经济区建设为契机,立足龙岩的比较优势资源,依托交通枢纽建设,拓展

商贸物流枢纽,重构产业体系,提升城市品牌,将我市建设成为具有新型经济形态、新的发展方式的经济枢纽,成为海峡西岸的重要增长极。

**(1)建设生态型经济枢纽的总体目标:**重点建设一个中心、两个枢纽、五种经济。即以新罗中心城市为依托,辐射带动次中心城市建设和周边县域经济发展;建设现代化综合交通运输枢纽和人流、物流、资金流、信息流汇集的商贸物流枢纽;构建生态型农业经济、生态型制造业经济、生态型矿业经济、生态型能源经济、生态型旅游经济占主导地位的产业体系。**(2)主要任务:**一是做大做强闽粤赣边中心城市。发展壮大中心城市,促进龙岩中心城市商务写字楼、物流商贸、人居三大板块建设,实现建设山水园林式的生态型现代宜居城市的目标;做大做强。实施“西拓、南进、北扩”城市空间发展战略。二是打造闽粤赣边的交通枢纽和商贸物流枢纽。通过努力,到2010年全面建成包括1个机场、4条铁路、4条高速公路、2条国道、1条内河航道和“两纵一横加一环”的交通网络主干架及客运、货运、维修、运输服务四大中心的“大交通”格局;商贸物流枢纽建设方面,发挥日益壮大的中心城市和产业集群的辐射作用,提升中心城市吸纳闽粤沿海商贸物流的能力,积极拓展江西内陆腹地市场。三是大力发展五种生态型经济,包括生态型农业经济、生态型制造业经济、生态型旅游经济、生态型矿业经济、生态型能源经济等。

**3、中央苏区。**原中央苏区,是指第二次国内革命战争时期中国共产党建立的以赣南、闽西为核心的中央革命根据地。目前全国有23个中央苏区县,江西11个,福建12个,其中龙岩7个县(市、区)都是原中央苏区县。闽西是著名的革命老区,中央苏区的重要组成部分,闽西人民为中国革命的胜利和新中国诞生作出了重大的牺牲和贡献。从1929年3月至1930年6月,毛泽东、朱德、陈毅率领的红四军三次由赣入闽,播撒革命的星星之火,与闽西地方革命相结合,摧毁闽西的反动统治,创建了闽西革命根据地,成为中央

苏区的重要组成部分和毛泽东思想形成的重要发祥地之一。许许多多的闽西儿女胸怀大志,将自己青春的才华、智慧和精力献给革命事业,使闽西二十年“红旗不倒”。

**4、古田会议。**1929年12月28日至29日,中国共产党红军第四军第九次代表大会在上杭县古田镇廖氏宗祠召开。主持出席会议的有红四军前敌委员会领导人毛泽东、朱德、陈毅等,红四军各级党代表、士兵代表和地方党组织的代表、妇女代表等120多人出席会议。会议根据1929年9月28日中共中央给红军第四军委前委指示信的精神,总结了南昌起义以来红军建设的经验,批评了各种非无产阶级思想,坚持以无产阶级思想来建设党和人民军队。会议一致通过了毛泽东同志主持起草的《中国共产党红军第四军第九次代表大会决议案》(又称古田会议决议),选举产生了以毛泽东任前委书记的新的前敌委员会。古田会议总结了中国红军建立两年多来的丰富经验,奠定了我军政治工作的基础,使我军同一切旧式军队划清了界线,而成为一支新型的真正的人民军队。《古田会议决议》是中国共产党和红军建设的纲领性文献,它对党和军队的建设发挥了重大的作用。1961年3月,国务院公布古田会议址为首批国家重点文物保护单位。1986年8月,被列为福建省十佳风景区之一。1989年12月,时中共中央总书记江泽民参观了古田会议址,并挥笔题写了“继承和发扬古田会议精神,加强党和军队的建设”的题词;2004年9月再次为古田会议题词“古田会议是我党我军建设史上的里程碑”。1999年6月21日时国家副主席胡锦涛参观了古田会议址,并强调古田会议精神仍有伟大的现实意义;2004年7月,时国家副主席曾庆红再次视察古田,提出“胜利从古田开始”。

## 二、产业品牌

**1、环保设备重要研发生产基地。**(1)发展现状。“十五”期间,通过引进国际先进技术,建立工业园区,生产以较快速度发展,初步形成一定经济规模,企业经济效益较为显著。“十五”期间

年均增长率达40%左右,实现翻两番。目前,全市环保设备制造企业有20多家,规模以上企业有11家,产值超亿元的重点企业有3家:福建龙净环保股份有限公司、福建闽泰环保有限公司、福建卫东环保科技股份有限公司,2007年完成工业产值约26亿元。领军企业——福建龙净环保股份有限公司是我国目前最大也是唯一的机电一体化设计制造大型电除尘器的专业企业,是我国专业从事除尘装置和烟气脱硫装置等环保产品的主要研发、生产基地,也是全国大气污染治理行业首家上市公司,拥有目前国内同行业首家国家级企业技术中心,产品技术水平国内领先,达国际先进水平。公司产品产销量连续四年名列全国同行业第一,是全国环保行业中实力最强、知名度最高的龙头企业。“龙净”牌电除尘器被评为“中国驰名商标”和“中国名牌产品”。(2)发展目标。计划到2010年,全市环保产业集群工业总产值45亿元,力争50亿元,年均增长率为33%以上;主要产品产量目标:脱硫设备20台套,电除尘设备25—30万吨,气力输送产品年销售收入1亿元,环卫专用车辆3000辆;把龙净环保工业园建成为全国规模最大、科技水平最高,并且有国际先进水平的产品研发、设备制造、工程配套、安装运营的综合大型环保产品的研发中心、生产基地、出口基地。

**2、全国金铜矿业重要开发基地。**(1)发展现状。①金矿业:紫金矿业集团公司2007年度生产黄金52.294吨,其中矿产金24.827吨,分别占全国产金产量的19.33%,矿产金产量的10.50%,实现利润为23.87亿元,占全国黄金企业实现利润总额的26.46%。②铜矿业:上杭县铜矿探明储量285万吨,以紫金矿业为主的矿山企业在外省市控制的铜矿储量近670万吨、国外达600万吨,远景控制储量达1500万吨以上。截至2007年底,落户上杭的铜产业项目总数达21个,协议总投资56.91亿元,全部建成投产后产值可达287亿元以上。其中已投产项目11个,2007年实现产值15.16亿元,同比增长148.9%。预计今年可实现产值30亿元以上,明年可望实现产值60亿元

以上,基本形成了以铜矿采选冶、铜杆、铜板带、铜管及其下游产品等四条产业链。(2)发展目标。预计到2010年,铜产业产值突破百亿目标,规模工业产值占全县规模工业产值60%。到2015年,把上杭建成福建乃至珠三角直至全国的一个铜材料供应基地、铜制品加工基地、铜技术开发基地、铜商品集散地。

**3、南方重要的烟草生产基地。**(1)发展现状。现有规模企业2家,主要依托龙岩烟草工业有限责任公司,全年生产卷烟73.01万箱,同比增长10.61%;调拨卷烟72.99万箱,同比增长10.08%。实现销售收入70.08亿元,同比增长29.65%;实现税利合计52.57亿元,同比增长32.34%;实现税收39.03亿元,同比增长25.13%;实现利润总额13.54亿元,同比增长58.71%。“七匹狼”品牌在省外销量达到33.74万箱,增幅44.73%。2008年,力争实现卷烟销量突破80万箱,产品销售收入突破80亿元,税利突破60亿元,利润突破16亿元。“七匹狼”品牌(含厦门生产和省外许可生产)销量突破100万箱,税利突破100亿元。(2)发展目标。按照产业发展规划,2009年烟草产业产值将突破100亿元,其中龙岩烟草工业有限责任公司产值将超过90亿元。预计到2010年,规模企业2家,亿元企业2家,总产值130亿。

**4、海西重要工程机械制造基地。**(1)发展现状。工程机械是全市机械制造业的龙头产品之一,“十五”期间一直保持较快的发展速度,2002—2006年增长幅度高达55%以上,2007年完成工业产值35亿元左右,实现利税4亿元左右。新罗区被亚洲制造业协会评为“2007中国制造业最具发展潜力城市”。领军企业——龙工集团是中国装载机行业三强(柳工、徐工、龙工)之一和内地第一家在港上市的工程机械企业,目前企业整机销量居全国第一。2007年产销各种整机产品29801台,进一步确立了在行业中的主导地位。产品畅销全国31个省、市、自治区,主销华北、西北等地,全国有300多家销售、服务点;产品出口增长迅速,成功地在俄罗斯、中东、澳

大利亚、非洲等国家和地区建立起销售网络并打开了市场。龙工牌装载机1998年被评为“福建省名牌”产品,2001年“龙工”商标被认定为“福建省著名商标”,“全国驰名商标”,“国家质量检测合格产品”,2004年9月龙工装载机荣获“中国名牌”称号。(2)发展目标。到2010年,工程机械工业产值超100亿元,力争120亿元。

### 三、企业、产品品牌

**1、七匹狼。**“七匹狼”是龙岩烟草工业有限责任公司的核心品牌,是全国36个名优卷烟品牌之一,进入全国百牌号名录,2005年被认定为“中国驰名商标”,将于今年申报“中国名牌”。随着企业品牌战略的实施,“七匹狼”卷烟销量保持快速增长的势头,近4年来发展速度均超过50%,市场竞争力逐步提升。2007年“七匹狼”销量实现87.53万箱(其中龙岩生产53.5万箱),在全国36个名优烟中排名第11位;“七匹狼”系列同比增长61.62%,增幅在名优烟中列第5位。2007年“七匹狼”单品牌销售额超过100亿元,在百牌号中排名第13位。“七匹狼”品牌在省外销量达到33.74万箱,增幅44.73%。2007年“七匹狼”在厦门卷烟厂加工30.99万箱,在河北张家口卷烟厂加工0.5万箱,在河南郑州卷烟厂加工1万箱,在江西赣南卷烟厂加工1.5万箱。“七匹狼”品牌实行省内互换加工和省外许可生产,品牌扩张得到实质性进展,已成长为在全国具有较强竞争力的卷烟品牌。2007年企业改制为龙岩烟草工业有限责任公司,成为福建中烟工业公司的全资子公司。未来公司坚持“全面提升七匹狼品位”的生产经营方针,将为“七匹狼”品牌进入全国“10多个重点骨干品牌”奠定扎实的基础。

**2、佳丽斯。**“佳丽斯”是2002年国家工商行政管理总局认定的首批3个床上用品“中国驰名商标”之一,国家质量监督检验检疫总局评定的首批7个“中国名牌”之一,2007年又被国家质检总局授予“国家免检产品”荣誉称号。据统计,2007年佳丽斯共推出新花型和产品106个,开发出领先于行业的抗菌防螨技术,并应用于床上

用品的面料中,同时开辟了安徽合肥、宁夏银川、河北邯郸等新市场,扩大了品牌的知名度和影响力;公司实现税利达1510万元,比上年度增长18%。2008年,福建佳丽斯家纺有限公司将继续坚持走品牌之路,提高自主创新能力,把佳丽斯的品牌提升到一个新的高度,让更多的消费者喜欢佳丽斯产品。

**3、龙工。**中国龙工作为中国最大的工程机械制造商之一,其产品享有很高的品牌知名度。龙工品牌获得中国名牌战略推进委员会及国家质量监督检验检疫总局颁发的“中国名牌”荣誉称号。中国龙工控股有限公司,是国内工程机械行业首家在境外成功上市的公众公司。公司1993年由李新炎先生组建,注册资本5亿港币,1999年进军上海,2005年11月在香港联交所主板上市,并进入恒生指数系列,是中国工程机械行业第一家境外上市公司,目前市值可达200亿港币。中国龙工名列“中国机械工业企业核心竞争力100强”,是“全国百家侨资明星企业”之一。产品覆盖装载机、挖掘机、压路机、平地机、叉车、收割机等多种机械,年生产能力超过5万台。自1993年成立以来,中国龙工持续快速发展,平均增幅达43%,目前已发展成为中国最大的工程机械制造商之一。2007年销售装载机超过27330台,国内市场占有率达到20%。雄居国内行业第一位,完成销售53亿元人民币,实现利税9.26亿元人民币。

**4、紫金。**紫金矿业集团股份有限公司是香港H股、国内A股上市公司,国内著名的黄金矿业企业。2006年位居《福布斯》中国顶尖企业排行榜第17位、最具有投资价值的海外上市公司第16位(矿业企业第1位);2007年位居福布斯中国顶尖企业榜第2位。其主导产品金锭先后获得“中国21315质量信用AAA等级”、“中国行业龙头诚信品牌”、“中国市场知名品牌质量·信誉·服务满意单位”矿业系统十大知名品牌、“中国质量过硬放心品牌”、“福建名牌产品”等称号。2007年10月,国家统计局公布:紫金矿业名列2006年“中国大企业集团竞争力十强”第7位。截

至2007年底,集团共保有金属(矿石)资源量/储量:黄金约638吨(其中伴生金98吨),铂+钯约151吨,铜约937万吨,锌约319万吨,镍约67万吨,铅约52万吨,钼约31万吨,锡约10万吨,铁矿石约1.679亿吨,煤约3亿吨,新增:铝土矿4,397万吨,镓7,372吨,钨6.358万吨(非控股公司按权益法计算)。已成为中国控制金属矿产资源最多的企业之一。2007年度生产黄金52.294吨,其中矿产金24.827吨,分别占全国产金产量的19.33%,矿产金产量的10.50%,实现利润为人民币23.87亿元,占全国黄金企业实现利润总额的26.46%。

**5、龙净。**福建龙净环保股份有限公司是我国环境保护行业大气污染控制领域和龙岩市的首家上市公司,为国家级重点高新技术企业和全国环保产业的龙头企业,是我国最大的专业从事除尘、脱硫装置等大气污染治理设备机电一体化的研发制造基地。公司的除尘产品产销量已经连续六年名列全国同行业第一。被国家发改委等四部委授予“国家级企业技术中心”,龙净牌商标获“中国驰名商标”称号;龙净牌电除尘器荣获“中国名牌产品”称号;被人事部授予“企业博士后科研工作站”;被科技部授予“国际科研合作基地”;公司近年来快速成长,已步入了健康良性的发展轨道,2007年实现产值24亿元(含公司在上海、武汉等地子公司的产值),实现利润1.8亿元,上缴税收1.2亿元,2007年新签订合同额达到35亿元。未来,龙净公司将依托和建设好“国家级企业技术中心”、“博士后科研工作站”、“国际科技合作基地”三个国家级技术研发平台,积极争取建立“国家级环保产品工程中心”,加快推进环保技术产业化,努力提高我国环保工程设计和应用水平,使龙岩成为全国环保领域名副其实的研发中心和产业基地。争取到“十一五”末年产值达到50亿元。发展目标是“创业内第一品牌”,使龙净成为国内实力最强、效益最好、规模最大的环保设备研发生产基地,努力把龙净打造成为具有世界一流水平的国际著名大型环保企业。

**6、喜鹊。**“喜鹊牌”毛巾在国内外中、高档毛巾市场享有较高的声誉,先后获得“中国名牌产品”、“国家免检产品”和“福建省出口名牌产品”称号。福建龙岩喜鹊纺织有限公司是由原国有企业龙岩毛巾厂在1999年底经市政府批准改制而成立,改制以来,公司通过实施特色品牌战略,凭借自主创新的“喜鹊牌”品牌设计,独特精湛的加工工艺,严格的品质管理,差异化营销战略,构筑了喜鹊公司的核心竞争力,并因此克服了老企业规模小、冗员多、债务重、产品老化等问题,使公司发展到目前福建省规模最大、综合实力最强的,以制造高档毛巾制品为主的国内毛巾生产知名企业。公司各项经济指标均以二位数速度增长,综合实力名列全国毛巾行业前六名、技术创新能力名列中国毛巾行业前四名。未来将进一步加快扩大公司规模和提升公司业绩,推动企业全面升级,努力跻身于国内毛巾生产企业的前三强。

**7、森宝。**“森宝”牌鲜(冻)肉鸡系中国名牌农产品,远销多个国家和地区以及国内16个省市,是多家国际知名快餐系统在中国的指定供货商。福建森宝食品集团有限公司系集饲料生产、种鸡繁殖、肉鸡饲养、屠宰加工、生物工程为一体的无公害肉鸡食品加工企业。公司总投资2.5亿元,2007年产值5.2亿,利税近1500万元。占地1000多亩,员工1300多人。目前拥有日屠宰加工肉鸡6万羽的屠宰加工厂、年产18万吨的饲料厂、年产2万吨的生物有机肥厂、7个肉鸡饲养基地自养场以及存栏18万套的4个种鸡场和1个孵化厂,还有遍及新罗、漳平、永定、上杭等县区的5600多户农户养鸡场。公司已被认定为龙岩市首家农业产业化国家重点龙头企业、农业部“农产品加工企业技术创新机构”、国家立项农业综合开发多种经营重点项目、全国食品安全百佳先进单位、全国畜禽屠宰加工百家优势企业、福建省首批循环经济示范企业、福建省百家重点工业企业、福建省农业产业化省级重点龙头企业等。

**8、远山。**2002年,长汀县整合农业、畜牧水

产、乡镇企业等部门力量和生产要素,组建了远山农业发展有限公司,建立70平方公里的远山绿色生态科技园区,并以此为龙头,确立“品牌、市场、基地”三同步的理念,以品牌开拓市场,以市场拉动基地,以基地支撑品牌,按照“公司+基地+农户”的运作模式,通过公司带农户、加工带种养、销售带基地,带动加盟农户5042户,户均增收1481元,促进农业产业化进程不断加快。目前,远山公司已获得国家权威机构认证的“10个绿标”、“11个无公害农产品标志”使用权和4个国家权威机构认证的绿色食品基地、7个无公害认证直控基地。远山公司被确定为国家重点扶贫龙头企业和省级农牧业产业化龙头企业,“远山”注册商标已确认为省著名商标,“远山”牌生猪、河田鸡被评定为省优质名牌农产品,河田鸡获得了原产地标志。远山产品打入超市并在福州、泉州、厦门、龙岩等市场专卖、配送直销,还通过品牌授权经营,进入赣州、深圳市场,已设立配送中心12个,授权经销点153个。2007年远山农业实现产值1.51亿元,销售收入1.43亿元。

#### 四、工作品牌

**1、“11·18”中国龙岩投资项目洽谈会。**为深入推进项目带动战略的实施,进一步提高对外开放水平,我市在2004年12月28日举办了第一届“投资龙岩”项目洽谈会,从第二届开始活动改在每年11月18日举办,因此简称“11·18”活动。第三届开始更名为“中国龙岩投资项目洽谈会”,进一步延伸活动内涵。活动主要内容有项目推介、投资洽谈、合同签约、项目剪彩、参观考察、展馆展示、论坛展会等。“11·18”活动最初由龙岩市单独举办,2006年由省外经贸厅和龙岩市政府主办,赣州市政府、梅州市政府协办,省发改委、经贸委、台办、侨办等4家省直部门作为支持单位。2007年由省外经贸厅、赣州市政府、梅州市政府和龙岩市政府主办,厦门、汕头、鹰潭等闽粤赣协作区10市协办,商务部投资促进事务局、香港贸发局驻福州代表处、省发改委、经贸委、台办、侨办等6家单位作为支持单位。规

模越办越大,规格逐年提高,活动内容更加丰富,影响越来越大,正成为龙岩对接两洲、拓展腹地、加强区域协作的重要平台,成为闽粤赣边区域性投资促进盛会,区域合作的重要组成部分。以到会客商为例,2004年第一届是500多人,第二届增加到700多人,第三届增加到900多人,2007年达到1200多人。

**2、农房统保。**龙岩市大部分地区属灾害性天气频发区,常遭受山洪暴发、山体滑坡、冰雹等自然灾害袭击,致使房屋损毁、倒塌时有发生,给人民群众的生命财产造成重大损失。对很多农民来说,赖以栖身的房屋一旦不复存在,将严重影响他们恢复生产的信心和勇气。2006年,龙岩将农民房屋保险列入为民办实事的项目之一,在全省率先全面启动了农民房屋保险投保工作。各县、市、区财政共出资近360万元,为全市67.2万户农民统一办理了农房保险,每户只收6元钱。一旦发生房屋倒塌、损毁,每户最高可拿到3000元的理赔金。2006年5月份以来,龙岩连续遭遇5场台风、暴雨,使全市7个县市区134个乡镇普遍受灾,损坏房屋16.97万间、倒塌房屋2.46万间。面对重建家园的严峻形势,负责此项业务的人保财险龙岩分公司迅速启动救灾理赔应急预案,成立了48个查勘小组,为灾民提供了2000多万元的保险赔付金。龙岩的成功实践,推动了福建省推广“农房统保”的进程。2006年8月,省政府出资3500万元,为全省663万户农村住房户投保,总保险金额达331.7亿元,在全国开创了政府出资为全省农民统一办理房屋保险的先例。

**3、坡地工业。**近年来,我市各级党委、政府和国土资源部门以科学发展观为指导,坚持科学、集约利用土地资源,从我市山地林地多、耕地平地少的实际出发,积极倡导、推广利用低丘缓坡地发展工业项目,大力发展“坡地工业”,既有效地保护了耕地资源,又有力保障了工业发展的用地需求,形成了良性双赢格局。据统计,2002年至2006年,我市累计报批工业用地34858亩,其中山坡地19053亩,占54.66%,2006年坡

地比例高达61%。新罗、上杭、漳平、武平、连城工业项目使用山坡地的比例均超过65%,其中新罗区比例高达80%,山坡地逐渐代替耕地成为工业用地的主要来源。全市工业园区和乡镇工业集中区规划用地中山坡地亦占三分之二以上,利用坡地发展工业具有明显的可持续性。我市大力发展“坡地工业”的做法引起了上级国土资源部门和各大新闻媒体的深度关注。去年6月,国土资源部牵头组织人民日报、新华社、中央电视台、经济日报、中国国土资源报等8家新闻单位前来我市,对我市充分利用低丘缓坡地发展工业主要做法进行专题采访。我市发展“坡地工业”的经验可概括为:因地制宜,在严格保护耕地的前提下,把充分利用低丘缓坡地发展工业作为破解工业用地瓶颈的主要渠道;政策引导,出台扶持政策鼓励发展坡地工业,推进乡镇工业集中区建设;服务配套,变以管理为主为主动服务,实行土地征用报批“一条龙”管理;集约利用,出台鼓励建设标准厂房和多层厂房的政策措施,加大工业项目用地强度和产出效益。

**4、城乡共建活动。**1998年开始,市文明委动员了全市100多家文明单位开展挂钩帮扶农村贫困村和贫困户活动。这项活动开展以来,对农村的精神文明建设起了积极的推动作用,在全省产生了较大的影响,得到省文明委的充分肯定和推广,成为龙岩市农村精神文明建设的工作品牌。市文明委先后组织了第三批各级文明单位开展挂钩帮扶活动,全市有269家省、市、县级文明单位挂钩帮扶235个革命基点村、文明村,56户特困英模人物和烈军属。近两年来,帮扶单位就向挂钩对象捐赠物质和款项计人民币305万元。通过“五扶”,即扶建村级班子、扶建文化设施、扶助村级经济发展,扶助改善村容村貌,帮助英模和烈军属的生产生活等实际困难,赢得了群众的好评。

**5、平安中心户长制。**我市针对地处山区,自然村落多,人口居住分散,交通不便,基层派出所、司法所和村治保会、调委会快速反应能力相对较弱,维护稳定难度较大的情况下,积极探索