

路
桥
文
化
丛
书

记者笔下的路桥



人民文学出版社

记者笔下的路桥

中共台州市路桥区委宣传部
台州市路桥区人民政府新闻办公室 编

江苏工业学院图书馆
藏书章

人民文学出版社

(京)新登字 002 号

图书在版编目(CIP)数据

记者笔下的路桥/路桥区文联选编. - 北京:人民
文学出版社, 2004. 11

(路桥文化丛书)

ISBN 7-02-004869-2

I. 记… II. 路… III. 新闻-作品集-中国-
当代 IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 111943 号

责任印制:王景林

记者笔下的路桥

Ji Zhe Bi Xia De Lu Qiao

中共台州市路桥区委宣传部 编
台州市路桥区人民政府新闻办公室

人 民 文 学 出 版 社 出 版

<http://www.rw-cn.com>

北京市朝内大街 166 号 邮编:100705

北京中印联印务有限公司印刷 新华书店经销

字数 128 千字 开本 880×1230 毫米 1/32 印张 7.75 插页 2

2004 年 11 月北京第 1 版

2004 年 11 月第 1 次印刷

印数 1-3000

ISBN 7-02-004869-2

定价 22.00 元

从历史走向未来

——序《记者笔下的路桥》

虞选凌

当新闻成为历史，路桥成就了一个人间奇迹。

回望历史，激情燃烧。百路千桥万家市，路桥自古商贸繁华。自宋朝以来的千百年，路桥一直是浙东南重要的区域性商品集散地，改革开放以来特别是路桥建区以来的十年，虽只是历史长河的弹指光阴，但路桥却实现了历史性的大跨越，创造了许多激动人心的业绩。恰如珠链的新闻报道，记录了路桥发展的每一个精彩瞬间，折射出路桥人艰苦创业的风采。重读这些业已成为历史的昨日新闻，没有枯涩的滋味，亦没有凝重感觉，反使人情不自禁地梦回那激情燃烧的岁月。一个个历史的瞬间，或曼如轻歌，或响如重鼓，向人们展示了一幕有声有色、高潮迭起、波澜壮阔的发展史诗。

阅读今天，信心百倍。人杰地灵机制活，路桥更加魅力四射。站在二十一世纪的起跑线上，路桥正紧紧抓住历史机遇，喊出了自己的满怀豪情，向一个立体、丰盈的新路桥吹起了催人奋进的号角——制造路桥、商贸路桥、都市路桥、开放路桥、人文路桥、一体化路桥，路桥在延伸商贸传奇的同时，“六个路桥”全面发展。如今的路桥，已经走出了“十里长街”的沧桑岁月，

走到了国际和历史的前台。不但赢得了四海宾朋的关注，更成为许多新闻工作者眼中的“富矿”，成为他们笔下取之不尽的新闻题材。今天的新闻，正是路桥辉煌历史的续写，持续发展的印证。

畅想未来，豪情满怀。统筹发展绘新篇，路桥愈将繁荣昌盛。饱含大山的底蕴，敞开大海的胸怀，路桥人将继续发扬改革开放、开拓创新的精神，激发励精图治、艰苦奋斗的壮志，传承历史命脉，书写明日辉煌，共同描绘“政通人和，民安物阜，业兴景美”的繁荣景象。“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”。历史将成为路桥新一轮腾飞的起跑线，而路桥也必将创造出一个更加辉煌的未来。

路是人走出来的，而桥则实现了路的四通八达，路桥人用矫健的步伐，走出了一条为人称道的发展之路。有理由相信，当路桥人回望历史，把历史再一次演绎为新闻，路桥必将实现一个人间神话！

祝福路桥，明天更美好！

2004年9月20日

（虞选凌：中共台州市路桥区委副书记、路桥区区长）

目 录

1 从历史走向未来

——序《记者笔下的路桥》

一 聚焦路桥制造

3 美人豹”出山，“中国第一跑”能跑多远

7 蓬街喷雾器：两分天下有其一

12 “双鹿”做大、做强空调制造业“蛋糕”

15 吉利·中国造

——写在中国第一辆民营汽车诞生五周年
之际

18 路桥兴建皮卡车生产基地

20 路桥民营金融机构撑起中小企业

23 玉峰集团在困境中崛起

25 路桥：打造民企造车之都

31 路桥资本回归现象的背后

36 螺蛳壳里做道场

——探寻爱信宏达汽车零部件有限公司的
制胜之道

- 39 路桥企业家忙充电
- 41 塑料王国之都
- 44 拆解业：利耶？弊耶？

二 扫描现代商贸

- 51 架起工业与市场的金桥
- 55 路桥个体工商户争做名牌代理人
- 57 中国日用商品交易会在台州举行
- 59 会展业，路桥新的经济增长点
- 62 走由大到强之路
 - 首届中国塑交会引出的思考
- 65 打造现代商贸新航母
 - 中国日用品商城发展纪实
- 70 现代特色“专业街”在路桥普遍崛起
- 72 路桥再造现代商贸城
- 74 台州从旧货中“掏”出大产业
- 76 不断创新，方林农民办起华东第一汽车城

80 商贸繁荣 工业支撑

三 评点改革开放

85 政府出题目 社会做文章

——路桥区形成公共事业建设投入新机制

87 路桥区对机关乡镇“一把手”经济审计结果
实行“随身带”

89 路桥区积极开展政府审批制度改革

91 路桥外贸何以强势逼人

95 路桥大力实施政府提效工程

97 路桥外贸出口凯歌高奏

99 从观念接轨到素质接轨

102 台州企业勤练“跳高术”

104 路桥政府部门越来越“抠门”

105 路桥推行前置审批告知承诺制

107 路桥推行重大事项票决制

109 路桥政府提效带动经济提速

四 见证城乡一体

- 113 高起点从何而来
——来自路桥城市建设实践的启示
- 115 路桥建设：民间资金唱主角
- 118 农村现代化的排头兵
——台州路桥区方林村现代化建设纪实
- 123 路桥成为全省首个电话区
- 124 闹市之中塑绿洲
——路桥永安广场建设小记
- 126 阔步走向现代化商贸城（来自浙江台州的报道·路桥篇）
——台州市路桥区经济和社会发展纪事
- 134 “三驾马车”拉动路桥农民增收
- 137 路桥加快推进城乡一体化
- 139 创造城市融入城市
——浙江台州路桥区启动新一轮城乡整治工程
- 143 打造生态都市

145 城乡一体化 行稳以致远

148 政府需管好 市场得用好

——路桥公交车“由乱而治”的启示

153 路桥被征地农民系上“保险带”

——162名老农领到养老金

155 路桥八成农民参加医保

157 “立改套”：农民得实惠 城乡得发展

——路桥探索征地拆迁安置方式改革

161 路桥三千农民拥有技术职称

162 路桥每年拨一亿元保障农民生活

164 “洋”专家探访合作社

五 感受文明之花

169 “三口小碗”创大业

——写在台州市路桥区成立两周年之际

177 红榜、黄榜促敬老

180 路桥以股份合作制加快精神文明硬件建设

183 路桥区教育事业快速发展

- 186 科教兴区 人才为先
——浙江台州市路桥区为企业引才
- 188 路桥积极推进村级民主政治建设
- 190 路桥积极探索民营企业党建工作新路子
- 192 乡村新风扑面来
——路桥区村级“三个代表”学教活动扫描
- 196 三看路桥沐新风
——路桥区创建工作纪实
- 199 “这是我们的乐园”
——台州路桥区建设文化百强村侧记
- 202 凝聚力量求发展
——路桥区“学习十六大,建设现代化”大讨论活动纪事(上)
- 205 心齐劲足迈新步
——路桥区“学习十六大,建设现代化”大讨论活动纪事(下)
- 208 路桥:送老人一个幸福的晚年

- 210 台州“三爷姆”60年收养上千孤残
- 211 民工娃读书权实现了
——台州市路桥区破解外来民工子女“读书难”
- 215 文化：腾飞新动力
- 217 村民文化活动有了好去处
——台州市路桥区良二村文化俱乐部见闻
- 219 用镜头“留住”老街
- 221 廿余位名作家实地采风 美文抒写路桥成长
历程
- 223 路桥青年中心“三级网络体系”纪事
- 226 平安路桥的主力打造者
- 231 泼墨挥毫写缤纷
——全国著名书画家路桥采风笔会纪实
- 235 后 记

一 聚焦路桥制造

“美人豹”出山， “中国第一跑”能跑多远

刘金霞

“美人豹”看上去很美！

赶在羊年除夕之前，吊了车迷 18 个月胃口的第一辆吉利美人豹终于在台州路桥基地下线。因其“中国第一辆国产跑车”的身份，这匹最先出山的“美人豹”将无缘成为消费者的坐骑，而是被送往中国历史博物馆收藏。

即便在去年北京国际车展上曾经招致“模仿秀”的批评，吉利人仍对这款自主开发的车型充满自豪。从吉利品牌形象部雷先生对“美人豹”的描述中就能有所感受，“它的外型非常漂亮，紧跟当代世界跑车的发展潮流。从前面看它像一张开心的笑脸，侧面看又像一只飞奔的跑鞋，既幽雅又富于动感。”虽然此前有人曾讥讽这款“既像笑脸又像跑鞋”的跑车未脱乡野之气，但似乎并未妨碍它在前不久举行的中国企业工业设计创新奖评选中捧回惟一的“中国工业设计创新特别奖”，并且获得了中国机械工程学会工业设计分会常务副主任胡志勇教授等学术界权威的肯定。

售价 15 万元左右的“美人豹”的确令人有些心动，但开起

来的感受还会和看上去一样美吗？雷先生坦称，在关于“美人豹”的数万条网友留言中，众人关注的焦点大多集中在“美人豹”的质量性能上。对于这方面的质疑，素有“汽车狂人”之称的吉利董事局主席李书福回答仍颇为直率，“以前吉利第一辆轿车问世的时候就有人提过类似问题，结果市场替吉利做了最好的回答。现在我们可以说，吉利能造4万元的轿车，就能造15万元的跑车，将来我们还要造奔驰级的汽车！”

业内人士指出，对于吉利而言，“美人豹”体现更多的是一种象征，它实际上寄托着吉利转型的梦想：从“造最便宜的车”转变为“造老百姓买得起的好车”，提升自身品牌的档次与形象。在绝大多数消费者的心目中，吉利几乎是“便宜车”的代名词，对于试图脚踏经济型和中档车两只船的吉利来说，这种印象已经形成一种市场障碍，为此吉利在“美人豹”的身上不得不下足工夫，并不遗余力地在宣传上大举造势。据雷先生介绍，这款跑车虽然是吉利自主开发设计，却采用国际上成熟的先进技术与新结构，以有效保证整车的安全性、舒适性和耐久性；同时在设计理念上也注重与国际接轨，尤其是以驾驶者为中心的人性化造车理念在“美人豹”身上得到了较佳体现。

“中国第一跑”能跑多远？

吉利在“美人豹”身上寄予并不仅仅是形象转型的厚望，它还要同时从这一细分市场中掘金而归。据悉，目前价位在15万元左右的中国跑车市场还是一片空白，“美人豹”的目标消费者就圈定在原本准备购买20万元左右轿车的时尚一族。据吉利内部人士透露，今年“美人豹”的产销量预计一万辆左右，虽然正式销售要等到第二季度才能开始，但现在已经有十几位消费者

向吉利预订这款跑车；除了在网上、销售商处订购外，“美人豹”还将进驻光大、上海等银行营业厅现场展卖。

那么这款具有象征意义的“美人豹”是否有足够的魅力让更多目标用户移情别恋？“国情跑车”在中国市场上能跑多远？

中国汽车工业发展研究所高级分析师贾新光认为，吉利推出自主开发的“美人豹”跑车无疑是一种积极的尝试，在这个细分的跑车市场上目前尚无竞争对手，但率先尝试者总是要承担相应的风险，其市场前景如何现在还很难下定论。

据他介绍，国际上有3类跑车：一种是价格昂贵、速度性能极佳的名牌跑车，如法拉利、保时捷跑车；二是敞篷车式的跑车，它在重视速度的同时并不忽视舒适性，如奔驰SEL、宝马跑车等；三是相对比较低档的跑车，是基于同一个平台上开发出来的跑车车型，如本田、三菱的小跑车，价格适中，外观比较时尚，一般都是单排座，也有象征性的双排座。这三类跑车各自适用不同的消费群体，第一类专门指向喜好高档消费的富豪级发烧友；第二类指向有较雄厚经济实力和一定地位的群体；第三类则锁定为有一定收入、追逐时尚的年轻用户群。

贾新光表示，之所以本田等跨国公司没有把自己的小跑车拿到中国大举推广，就是因为中国追求时尚同时又有相应经济实力的年轻人为数不多，再加上吉利面对的是一个新市场，以此看来“美人豹”一万辆的产销量还是有点过于乐观。

他特别指出，开拓跑车市场并不能完全依靠价格优势和外观效果，相对轿车而言，跑车对速度、安全性、操控等技术质量方面的要求更为严格。他表示，就目前而言，吉利的技术平台还是比较低的，如果在上述方面达不到相应要求，就有可能流于一个跑车的概念或外壳。“跑车不可能是便宜货，便宜的也不会是