

展成就 賀盛會

—— 聚焦中共十七大

中儲糧北方公司

■中儲糧備庫北方公司豐收的麥田



■原全國政協副主席楊汝岱(右二)參觀安達奶業企業

安達 特色經濟強「牛城」

【王潤濤、李南方、本報記者吳秀民電】9月28日，中國第八屆特產文化節在黑龍江省安達市召開。來自全國各地特產之鄉的代表、奶業專家、企業代表500多人出席了大會。

中國特產文化節立足於以特產興業、特產扶貧、特產致富為中心，展開地方特色產業推廣與評選，十三年來，先後舉辦了七屆中國特產文化節，舉辦十多次全國性大型經濟論壇等形式的活動。

大會同期舉辦了「中國奶牛之鄉安達」十周年慶典活動。安達市委書記李乃波說，自1997年8月獲得「中國奶牛之鄉」稱號以來，安達堅持奶牛之鄉的品牌發展之路，舉全市之力發展牛經濟。2006年，全市奶牛存欄達到12萬頭，鮮奶總產達到33萬噸，居全國縣級市首位。通過堅持圍繞奶業做文章，安達特色牛經濟發展迅速，先後被評為全國奶牛生產示範縣、全國奶牛生產強縣、全國農產品(奶牛生產)加工示範基地、全國最具投資潛力的中小城市百強、全國中小城市綜合實力百強。



■富錦市委書記劉臣在金豆節上致辭

富錦金豆節簽約45億

【興慶勇、本報駐黑龍江記者楊同玉電】近日，第二屆中國·富錦金豆豐收節暨三江糧食交易會在黑龍江省富錦市召開，共有來自全國10省市及俄羅斯下列達區的172家糧食加工商和經銷商到會，經過洽談，簽定糧食經貿合作協議56份。其中，涉及大豆69萬噸、玉米37萬噸、水稻72萬噸、成品糧24萬噸，整個節會簽約總額突破45億元。

富錦是國家重要糧食生產基地，糧食年產40億斤，在全國2000多個縣市糧食產量排名第六，享有「北疆糧都」之美譽。

該市充分利用金豆豐收節暨糧食交易會這個載體，為農產品實現銷售對接，減少交易環節，開闢國內外市場創造條件，促進農業生產和農民增收，同時為國內外糧食客商搭建了合作、交流的平台，實現了「展示成果、推動交流、促進貿易」的經貿目標。

亞洲最大梅花鹿場 黑省落成

【本報駐黑龍江記者朱丹電】2006年，大莊園集團投資2億元人民幣，在哈大齊工業走廊肇慶東段建設現代化生態牧業綜合養殖生態園。該園圍繞有機種養、草料優化、集中育肥、肉業加工四大基地和一個牛羊物流交易中心，是東北地區最大的現代化生態牧業綜合養殖生態園。

同時，大莊園集團2006年在哈爾濱濱州大谷山旅遊區投資1億元，建設農業綜合養殖生態園。主要以梅花鹿的養殖和綜合加工為主，同時包括旅遊、度假、觀光等項目。目前園區現有鹿舍面積5萬平方米，梅花鹿數量已達到5000多隻，成為亞洲最大的梅花鹿場之一。其中包括亞洲第一條鹿生產線和以金源文化和鹿文化相融合的旅遊度假村——大金源鹿苑。

大莊園集團是新疆羊肉出口企業ALLIANCE集團在國內最大的合作客戶，十餘年誠信合作贏得了新疆政府和企業界的一致好評。新疆副總理克拉克訪問期間期間，親自簽名邀請集團董事長陳希濤先生進行會商，對其為中紐兩國經濟發展所做出的貢獻給予了高度評價。此外，黑龍江農業部長呂吉梅、薩頓先生及新疆副廳長大馬多康先生也曾親臨企業參觀。



拓荒黑土地 締造大糧倉

作為中國農業先進生產力的代表，如今，黑龍江墾區一年累計生產糧豆3639億斤，向國家上交商品糧2538億斤，可以滿足京、津、滬、渝四大直轄市和解放軍三軍官兵一年的糧食需求，已成為國家重要的商品糧基地、糧食戰略後備基地和現代農業的示範基地，被譽為國家「抓得住、調得動、能應對突發事件」的「中華大糧倉」，而中儲糧北方公司在其中更是功不可沒。

本報駐黑龍江記者 華詩春

拓荒成就大糧倉 「全國大糧倉，拜託黑龍江。」這是溫家寶總理對黑龍江的殷切期望。提起建設「中華大糧倉」，中國儲糧管理總公司下屬北方公司是功不可沒的。中儲糧北方公司地處嫩江流域的松嫩平原，佔地面積71.7萬畝，其中耕地面積48.5萬畝，林地9.1萬畝，還有兩座中型水庫。公司墾區屬大小興安嶺過渡帶，年平均氣溫零下攝氏1度，無霜期僅110天左右，主要種植小麥和大豆。

中儲糧北方公司橫跨黑龍江省和內蒙古自治區，曾經是一支肩負屯墾邊疆歷史使命、有著光榮傳統和驕人戰績的軍墾部隊。先後經歷了鐵道兵時期、總後勤部時期和中儲糧總公司管理三個階段。

1962年，一支穿著皮大衣的隊伍將拓荒之火從幾十個點上燃燒起來，10萬多嫩南農工進的荒原立刻變成了大海，沉睡千年的黑土地慢慢甦醒過來了。1962至1983年的22年間，嫩江基地官兵一直在執行屯墾成邊的重任任務中，這期間成就了真正的「全國大糧倉」。

變更為大經營 1984年1月，嫩江基地番號變為「總後勤部嫩江基地」，這不僅是一個名稱的變更，而是基地發展史新篇章的開始。

歸屬總後勤部以後，中央軍委、總部首長和機關對嫩江基地發展非常重視，給予了5年免交利潤「放水養魚」的優惠政策，並在政策、科技上、物資保障以及改善基地官兵生產生活條件等方面給予了很大支持。於是，嫩江基地大膽改革，實現由行政指揮型向生產經營型轉變，由高度集中向簡政放權型轉變。

嫩江基地在抓好農業生產的同時，始終牢記屯墾成邊的神聖職責，始終堅持「姓軍不姓民」，始終堅持經常性的管理和經常化的思想政治工作相結合，保證了部隊的高度穩定和集中統一。

科技成全大奇跡 歷史的車輪剛駛入21世紀，中儲糧北方公司迅速實現農業現代化，用世界最先進的機械設備和現代化生產模式裝備自己的農業，不斷創造著農業增效、企業增收、糧食增產的奇跡。從此，中儲糧北方公司插上了科技興農的翅膀。

2001年1月10日，解放軍總後勤部和中國儲糧管理總公司在北京舉行了交接簽字儀式，這標誌著肩負近40年屯墾成邊任務的全軍最大的旱田農場從此轉變為自主經營、自負盈虧、自我發展的國有獨資企業。這是中儲糧北方公司——嫩江基地發展進程中又一次歷史性的拐點。

六年來，中儲糧北方公司根據品種種植情況和市場變化情況及時調整種植結構，成立了專門的良種繁育場，實施了「沃土工程」和「節水灌溉工程」，優良品種使用率達到100%，被國家有關部門認證為綠色有機食品生產基地，進一步穩固了中國北方農業生產基地的重要地位。

齊齊哈爾鐵鋒區 全力培育5條產業鏈 齊齊哈爾市鐵鋒區牢牢把握國家實施東北老工業基地振興戰略的歷史機遇，充分發揮中心城區的優勢和作用，提出把鐵鋒區建設成為「綠色食品區、濕地資源區、生態旅遊區、環境優良區」的總體戰略思想，並規劃出鶴城科技園區作為推動鐵鋒經濟發展、招商引資的重要載體。

鶴城科技產業園區被納入「哈大齊」工業走廊。為更合理有效地利用園區資源，鐵鋒區重點培育壯大綠色食品產業、裝備製造配套產業、建材產業、小商品產業、旅遊物流產業5條產業鏈。產業基地以發展中俄產業與科技工業為主導，扶強做大重工業、對俄商品、高新技術、信息產業、環保節能、服務業產業。目前園區內已有50多家企業入駐，呈現出勃勃生機。

扎龍自然保護區坐落在鐵鋒區境內，是鐵鋒區發展旅遊經濟和物流經濟得天獨厚的優勢條件。目前，已形成了弘揚鶴文化、開發地熱、濕地觀光、生態旅遊、溫泉休閒度假等旅遊產業鏈，使旅遊業成為區域經濟的支柱產業。

小商品經濟是鐵鋒區獨特的優勢產業。成功承辦了3屆小商品交易會，並取得了中國國際(齊齊哈爾)小商品交易會的標識，做大做強了小商品經濟。現在已經拓展到東北三省、內蒙古、俄羅斯及東北亞等地，形成既有市場、又有基地的小商品產業鏈。

黑省水稻創畝產900公斤紀錄 本報駐黑龍江記者鄧小琴、白文波電】近年來，黑龍江在多個地區實施了寒地超級水稻示範項目，水稻畝產量屢創新高。今秋部分超級稻已突破畝產900公斤以上，建三江、紅興隆等農場的超級稻畝產量在900公斤，實現了歷史性的突破。

黑龍江的寒地水稻有效產量多，穗大粒多籽飽滿，成熟度好，品種優勢明顯，有更大的研發價值。

《沸騰的草原》在杜爾伯特熱拍

【本報駐黑龍江記者李曉莉電】據悉，一部反映了黑龍江省蒙古族地區在改革開放和新農村建設進程中，大力發展奶牛養殖業和旅遊業故事的電視連續劇《沸騰的草原》，正在杜爾伯特熱拍。

該劇是一部農村輕喜劇，由中央電視台影視部、中國傳媒大學海晏和清文文化中心、中共杜爾伯特蒙古族自治縣委員會、杜爾伯特蒙古族自治縣人民政府聯合攝製。此劇預計將於明年三月在中央電視台播出。



■「香港回歸十周年巡迴展」吸引大批市民參觀

「香港回歸巡迴展」在哈展出

【本報駐黑龍江記者李曉莉電】由香港特別行政區政府駐北京辦事處舉辦的「香港回歸十周年巡迴展覽」於十月十一日到達哈爾濱，進行了為期四天的展覽。巡迴展覽主要展示香港回歸十年來的發展和成就，內容包括「一國兩制」與《基本法》、香港與內地的互利合作，以及香港的旅遊等方面，參展觀眾可以通過展板、電子翻書、觸摸屏深入了解香港的各方面。現場還通過發放香港資料、旅遊地圖和紀念品，來加深市民對香港的了解，分享回歸十周年的喜悅。

記者在現場看到，來參觀展覽的市民絡繹不絕，很多市民都表示，自己雖然沒有去過香港，但知道香港是國際貿易和金融中心，是一座充滿活力的城市，都表示希望有機會能到香港去看一看。

呂秀梅 盼更多好政策讓農民受益



■呂秀梅展示她製作的「畫」 本報記者段藝芸攝

【本報駐黑龍江記者段藝芸電】黨的「十七大」召開前夕，黑龍江省齊齊哈爾富拉爾基區前水村農婦呂秀梅家的一幅「畫」引起了人們的關注。「畫」是用《全面取消農業稅》紀念郵票做出的一個「田」字，後面是「2600」四個數字。

呂秀梅說，2004年開始，黑龍江率先進行全部免徵農業稅改革試點，自商代開始已經有2600年歷史的農業稅取消了，她的日子從此一天天富裕起來，除了種地，呂秀梅夫婦還經營起了農機具、農藥、化肥等農業物資，年收入達10萬元左右。2006年，聽說國家發行取消農業稅郵票，愛動腦筋的她用郵票擺成了「田」字和「2600」的字樣，以紀念這個極具特殊意義的事件。呂秀梅說，「十七大」就要召開了，如今她的事前市場上廣告牌樓高高聳立，卡通造型的巨型廣告引人駐足。在造型奇特的廣告牌旁，一排排身穿農民走向富裕。

(特刊)

展成就 賀盛會

—— 聚焦中共十七大



■人潮湧向展場 本報記者王欣欣攝

糖酒會「甜透」哈爾濱

由中國糖業酒類集團公司主辦，哈爾濱市人民政府承辦的2007年秋季全國糖酒商品交易會10月12—14日在哈爾濱國際會展體育中心舉行。全國各地參展參會企業近6000家，10餘萬客商歡聚冰城，共探商機。一時間，整個哈爾濱都沉浸在熱烈喜慶的氛圍中。號稱「天下第一展」的糖酒會著實讓哈爾濱人「甜歪」了一把。

本報駐黑龍江記者 王欣欣

「東道主」交易額居首 「特色」營銷搞熱展會 據介紹，本次展會總面積132766平方米，展區折合標準展位4691個，其中特裝展位佔60%。展品主要包括酒類、飲料、乳製品、糖類、副食品、保健品、食品添加劑、調味料、食品機械等十多個類別近萬個品種。其中，既有茅台、五糧液、劍南春等知名品種，也有玉米、北大荒、完達山、大翠內聯、秋林食品等黑龍江省內糖酒業生產經銷企業的名優產品閃亮登場，盡顯特色。

預展開展不久，會展中心裡已是人流如織。穿著奇裝異服的「廣告宣傳者」，令人眼花繚亂。廠家別出心裁製作的「酒瓶娃娃」也在廣場上來回走動，十分可愛。在酒鬼公司的展廳外，4名苗族姑娘打起了花鼓，優美的舞姿、響亮的鼓點，引來上百名客商駐足觀看。頭戴豹皮帽、身著羊皮大衣的楊子榮，身穿日本軍服、面露奸詐的翻譯官……一家製酒企業把京劇《智取威虎山》的舞台「搬進」了糖酒會現場，琳瑯滿目。頂戴官甲的「古代將軍」向參會者述說著中原酒業悠遠的歷史，身著滿旗皇室服裝的營銷人員向人們表明東北瓊漿的「高貴血統」，身著少數民族服飾的少女們向觀者傳遞著草原美酒

的獨特風情……與眾多企業現場踴躍簽約的現象相比，五糧液、劍南春、水井坊、瀘州老窖等「大腕」要含蓄得多，由於擁有多年來穩固的銷售渠道，銷售完全不成問題，參加這次糖酒會主要是做形象展示，並不強調要銷售多少產品。「我們的影響力在那兒明擺著，都是經銷商找上門來，銷售渠道早在會前就搞定了。」一家名酒的營銷顧問笑稱，「糖酒會」更像是我們的客戶聯誼大會，主要是把大家請來增進感情。」另有一家名酒生產企業晚包下哈市一家大酒店，將幾十位來自全國各地的實力經銷商請到酒店「聯誼」去了。

一些四川企業並未進入「糖酒會」主會場布展，但身影仍然隨處可見。這些企業主要是沒有新品推出，到現場只是與全國各地的客戶見面加深感情，為下一步推出新品打基礎。

「純糧釀造」龍江酒受寵

【本報駐黑龍江記者王欣欣電】聞名遐邇的五糧液、茅台、水井坊、劍南春等白酒企業固然有其「王者」之氣，來自南街村、瀋陽等地的國內知名食品企業也十分活躍。【黑龍江專區】熱烈的交易洽談場 酒類企業在規劃發展遠景，尋找合適的途徑揚名全國，走向國際市場。

黑龍江雙城花園酒業有限公司的負責人說，由於他們公司的花園系列酒是中華老字號，近年來市場銷售情況一直很好，前來對接的經銷商已經有上百家。「老村長」、「黑土地」等富於濃郁地方特色的品牌產品生產企業的負責人也表示，簽約效果超過了原先預想，今年的銷售情況估計要大漲。

廣告鋪天蓋地

【本報駐黑龍江記者王欣欣電】高大的過街廣告門樓，佈滿街路兩側的廣告牌，還有高高掛起的刀旗，遍佈冰城各處。在繁華街區，到處都是廣告牌。紅博廣場的穹頂四周被「富裕老窖」的廣告牌圍團圍住，市中心肇慶街建起10多高的過街廣告門，就連路地裡，也有盒狀廣告盤踞其中。在郵政街和紅軍街交口處立著一個兩層多高的「大酒釀子」，兩個寫著酒牌，不乏精緻。本地企業更是抓住機遇廣泛宣傳。玉泉酒業及「老村長」兩家龍江品牌均製作了民族風情濃郁、像古城樓一樣的街路特裝廣告。哈啤則在站前設立了風格獨特的立體廣告；霧虹橋轉盤路地段，龍江龍品牌的廣告也同樣引人注目。一些市民欣喜地說：「要不是糖酒會和這些廣告，咱還不知道家門口產了這麼多酒種！」

(特刊)



■展場

「小糖酒會」醉冰城

【本報駐黑龍江記者王欣欣電】展場內熱鬧非凡，眾商家上陣「比武」，展場外一樣熱烈隆重。全國糖酒會辦公室主任何繼紅對記者說，糖酒會規模的不斷擴張使得參會企業在展館之外的「會外展」和提前預展成了一種慣例。為了給客商提供更大空間，「小糖酒會」遍佈冰城。

在哈爾濱市部分酒店內舉辦的糖酒會展覽主要集中分佈在三個點：火車站、紅博廣場和會展中心周圍。火車站附近賓館中的崑崙大酒店、華聯大廈、龍門飯店、天竹賓館、北大大酒店等；紅博廣場周圍主要有華聯飯店、波斯特酒店、華僑飯店這三家賓館。華聯飯店是火車站附近唯一的五星級高檔酒店。五糧液旗下翠翠及國內一些知名品牌如雅客食品、三鹿乳品、西鳳酒業、哈爾濱啤酒等都雲集於此。記者走訪華聯飯店各樓層看到，這裡酒香四溢，人頭攢動。各層樓的每個展示區都裝飾精美，擺放著各企業的主打產品，請客戶參觀品嚐。場面堪比主會場。從一樓至十樓，過道中站滿了發送宣傳材料的促銷人員。

為了吸引更多的關注，商家們可謂使盡招數。洋酒借在「東方小巴黎」哈爾濱舉辦糖酒會的機會大舉進入，法國聖福瑞仕、歐博格莊等部閃亮登場；國內品牌也自然不甘示弱，長城陳釀、龍藏中華、通化龍宴等新品也重拳出擊。各品牌葡萄酒也展開攻勢。在華聯飯店，通化市「葡萄酒軍團」在酒店裡「承包」了4樓，29家葡萄酒生產企業帶來了37個新品種。通化市大洋酒業有限公司一位負責人說，吉林省柳河縣有「中國山葡萄酒之鄉」之美譽，此次參會他們採用集團作戰的方式，更能顯現企業的規模和影響力。

名牌酒商展會「聯誼」 與眾多企業現場踴躍簽約的現象相比，五糧液、劍南春、水井坊、瀘州老窖等「大腕」要含蓄得多，由於擁有多年來穩固的銷售渠道，銷售完全不成問題，參加這次糖酒會主要是做形象展示，並不強調要銷售多少產品。「我們的影響力在那兒明擺著，都是經銷商找上門來，銷售渠道早在會前就搞定了。」一家名酒的營銷顧問笑稱，「糖酒會」更像是我們的客戶聯誼大會，主要是把大家請來增進感情。」另有一家名酒生產企業晚包下哈市一家大酒店，將幾十位來自全國各地的實力經銷商請到酒店「聯誼」去了。

一些四川企業並未進入「糖酒會」主會場布展，但身影仍然隨處可見。這些企業主要是沒有新品推出，到現場只是與全國各地的客戶見面加深感情，為下一步推出新品打基礎。



■交易洽談場面火爆

哈爾濱讓參展商 刮目相看

【本報駐黑龍江記者王欣欣電】「展館這麼氣派漂亮，吃住這麼可口而方便，服務這麼周到，印象的北方「冰城」原來這麼火熱」……來自全國各地的參展商們，紛紛讚揚哈爾濱。

「會展中心夠氣派，展位空間不局促，我們怎麼設計就怎麼設計。」來自河南的正康食品公司展商坦誠地表示，哈爾濱糖酒會的展館設施與國際糖酒會相比，不說數一數二，也名列前茅。正如客商所說，哈爾濱面對這樣大規模的展覽，展現出的是一種舉世矚目的從容態度。記者在採訪中了解到，儘管本屆糖酒會參展企業有6000餘家之多，展商商連連數萬人之眾，但無論是展區的劃分、展位的單體面積都讓參展企業頗為滿意。

「住得方便不貴，食物更是匯聚八方特色，應有盡有，來哈爾濱參會很順心。」南方的客商由衷地說。他告訴記者，在參會前已經預訂了酒店。但由於臨行前公司增派了參會員工，不得不再訂房間。但沒想到訂房沒費力，也沒多花錢，160多元的房間讓參會的員工住得舒服又舒心，更沒想到哈爾濱還有這麼多的酒店。價錢合理，而且員工想吃什麼都能吃到。據了解，在糖酒會籌備期間，哈爾濱市就對賓館、餐飲和服務業進行了集中整頓，確保以優質的服務迎接國內客商。事實證明，哈爾濱的接待能力經受了考驗。

大多客商除了盛讚哈爾濱的接待能力，還對哈爾濱辦展會的裝飾配套能力大加讚賞。許多外地客商本打算從當地運送裝飾材料，後來發現，哈爾濱的裝飾材料又好又便宜，且會展中心周邊隨時可找到為裝修服務的人，這樣一來公司節省了一大筆開支，又取得了不錯的宣傳效果。一位來自深圳的客商坦言，在哈爾濱辦的這個糖酒會讓他們感受到了這座城市的承載能力，也讓他們見識了一個與眾不同的糖酒會。

(特刊)