

去年以來因美國次貸引發的全球金融危機影響巨大,殃及世界各行各業。昆明滇池國家旅遊度假區的招商引資工作亦因此受到衝擊,儘管引進內資完成出色,但引進外資的指標卻未能完成。面對危機,昆明滇池國家旅遊度假區上下迎难而上,以更加飽滿的熱情和更加積極的態度投入招商引資工作,在不到2個月的時間裡,內外資的引進皆有重大進展,昆明滇池國家旅遊度假區有望在2009年迎來新一輪的投資熱潮。

■本報駐雲南記者 錢林桃、劉思邑、原曉暉

危機下信心最重要

2008年,昆明滇池國家旅遊度假區引進內資實際到位30.14億元,同比增長88.1%,超額完成了昆明市下達的任務指標,而引進外資實際到位僅500萬美元,雖比2007年有所突破,但較預定的目標尚有較大差距。應該說還是受到了金融危機的不利影響。我們去年本來可以引進2000萬美元外資,但金融危機爆發後,有的地區銀行對美元的流通進行了限制,剩餘的資金沒有到位。」昆明滇池國家旅遊度假區管委會主任范立義說。儘管受到金融危機的衝擊,但昆明滇池國家旅遊度假區招商引資的信心未失。范立義認為,在金融危機下,保持信心非常重要。「信心包含兩層含義,一是自身要有信心,二是要讓投資者有信心。金融危機爆發後,我經常提的一個詞是「拋團取暖」,在經濟寒冬裡,大家只有互相鼓勵,增強信心,才能攜手共渡難關。」

投資旅遊需要魄力

對昆明滇池國家旅遊度假區這樣的開發區來說,招商引資歷來是最重要的工作之一。近幾年來,昆明滇池國家旅遊度假區更是將招商引資稱為「第一生命線」,重視程度可見一斑。但旅遊產業投資週期長,見效慢,需要投資者有長遠的眼光和極強的投資魄力,招商引資的難度也就相應大了許多。雲南一位旅遊業資深人士分析說,位於昆明滇池國家旅遊度假區內的雲南民族村的經營狀況驗證了這一說法。這一佔地超過1250畝的大型主題公園,雲南旅遊的「王牌」景區,一年的營業收入也僅為6500萬元,利潤不過1000萬元。而該經營規模和效益,在中國同類景區中已屬於佼佼者。

「旅遊業的價值不能僅僅用經濟指標來衡量。旅遊是一個基礎性產業,是一個地方最好的名片。旅遊業的發展,對提升地方形象,推動區域經濟發展的作用是不可估量的。所以旅遊業的招商引資再難,我們也要迎难而上。」范立義說。在昆明滇池國家旅遊度假區,招商引資被形容為要發聲「硬著頭皮、厚著臉皮、磨破嘴皮」的「三皮」精神和「千言萬語、千山萬水、千辛萬苦、千方百計」的「四千」精神,言語中雖不無自嘲,但流露出的執著和勇氣亦頗令人感動。

逆勢迎來投資熱潮

據范立義介紹,2009年,昆明滇池國家旅遊度假區的招商引資前景產生擔憂。但范立義顯然對2009年充滿信心。「金融危機雖然給我們的招商引資工作帶來了不利影響,但有利的因素也同樣存在。與外向型的加工製造業相比,旅遊業受金融危機的衝擊相對較小,在經濟不景氣時反而更容易受到資本青睞。加上我們更加努力細緻的工作,度假區很有可能在2009年迎來一輪新的投資熱潮。」實踐證明,2009年開局不到兩個月,度假區就已引進了2500萬美元外資,完成09年全年任務的63%。

這輪熱潮在剛剛過去的兩個月裡已初露端倪。據范立義透露,在多方努力下,此前曾與度假區有過良好合作的萬達集團有意投資20億元,在度假區內新建一個23萬平方米的大型綜合商業中心,預計2010年可以建成。滇池學院的新股東也有意增資擴股,已投資2500萬美元,用於改善滇池學院的辦學條件。「另外還有一些有意向的重大投資項目,目前度假區正在積極跟進。」



■雲南大學滇池學院

昆明滇池國家旅遊度假區管委會主任范立義稱,昆明滇池國家旅遊度假區將計劃用5至10年時間,緊緊抓住新昆明建設機遇,將大滇池片區打造成以旅遊業為導向的具有濃郁民族特點、水鄉特色的綜合性區域,突出山水環境,發展高端旅遊業、服務業和創意產業,規劃建設成為具有休閒度假、商務會

危機難擋投資熱潮 招商引資逆勢上行



■通過十多年的開發建設,度假區已先後完成了滇池雙線環線工程、迎海路、景觀路、紅塔路等四通八達的路網建設。圖為滇池路與紅塔路交匯處的道路交通標誌轉盤。

總部經濟漸具雛形 產業優化凸顯效益

2008年,儘管受到國際金融危機的不利影響,但昆明滇池國家旅遊度假區依然順利完成了各項目標任務,經濟社會發展保持了平穩較快增長的勢頭。其中經過多年推動,總部經濟雛形初顯發揮,表現出旺盛的生命力和經濟影響力,成為度假區2008年經濟發展的新亮點。

據統計,度假區2008年全年實現增加值33.59億元,增長66.3%;實現三產服務業總收入68.78億元,增長51.2%;完成財政總收入4.03億元,增長91.7%。其中,完成地方財政投入2.93億元,增長89.3%;固定資產及基礎設施投入26.87億元,增長61.70%;接待遊客627.2萬人次,約佔全市旅遊接待

人次的22.9%;萬元增加值能耗同比下降4%,總體經濟運行呈現良好態勢。

總部經濟盡顯優勢

隨著金沙江中游水電開發公司、中石化昆實公司、中國華電雲南公司等一大批具有雄厚實力的公司總部將入駐度假區,加上已經入駐的雲天化總部及下屬上市公司、雲南紅塔營銷公司等單位,度假區的總部經濟已初具規模。

度假區管委會主任范立義介紹說,雲天化集團總部、紅塔集團和華電公司4S店等項目的落戶,促進了度假區多元經濟的發展,財政收入改變了過去僅



■雲天化集團總部

僅靠旅遊業和房地產收入的局面,形成了服務業、貿易業等多種經濟資源齊頭並進的新格局,加快了度假區產業結構優化升級的步伐,直接帶來了經濟總量的迅速增加。2008年雲天化集團總部及其駐區子公司的總收入35.2862億元,佔全部旅遊服務業總收入的51.3%。

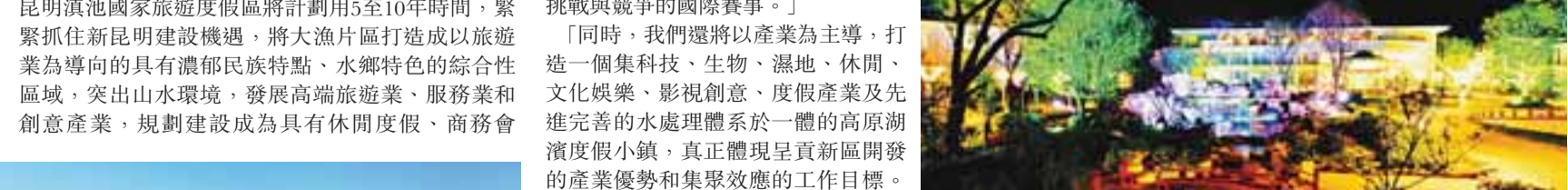
「華電集團雲南分公司、雲南金沙江中游水電開發有限公司等集團總部也將不斷建成落戶,度假區的總部經濟效益正日益凸現。這一成績的取得,為度假區今後健康、持續、快速的發展,向更高更遠目標邁進奠定了良好基礎。」

范立義同時指出,目前度假區的總部功能局限於管理和投資,沒有形成人才聚集,相關產業的拉動力也不強。「因此,度假區在今後將努力做好引導和扶持工作,不斷培育和壯大總部經濟,在做好研訂工作的基礎上,進一步強化對進區大集團公司總部的服務工作,爭取更多長源。同時,將利用度假區的優美環境,提供相應優惠措施吸引大量企業總部落戶度假區,以總部經濟推動度假區的和諧發展。」

發掘文化底蘊 力推創意經濟

與國內先進城市相比,昆明旅遊區近年來利用外資的效率遠遠低於東部沿海城市和一些城市,呈現出大的外資項目少、投資結構不盡合理,很多引資項目科技含量不高,對產業發展帶動力不強的不利局面。為改變這種局面,近年來,昆明滇池國家旅遊度假區訂準「民族文化」和「康體運動」兩大品牌,借助雲南旅遊文化資源優勢加快發展創意文化產業,將度假區建成帶動昆明南區快速發展的示範帶動區,使其成為「新昆明」城市和諧發展的新動力。

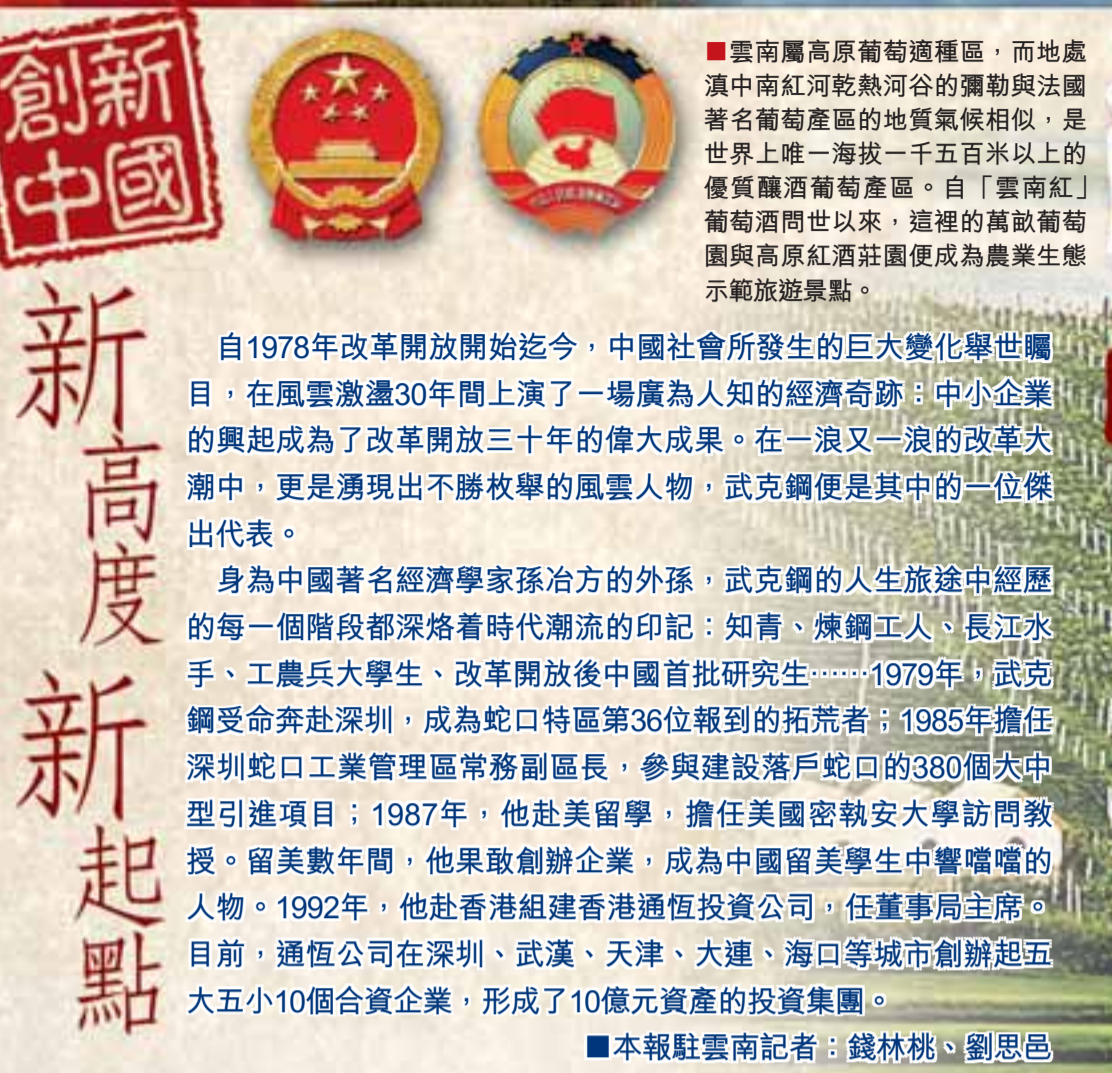
昆明滇池國家旅遊度假區管委會主任范立義稱,昆明滇池國家旅遊度假區將計劃用5至10年時間,緊緊抓住新昆明建設機遇,將大滇池片區打造成以旅遊業為導向的具有濃郁民族特點、水鄉特色的綜合性區域,突出山水環境,發展高端旅遊業、服務業和創意產業,規劃建設成為具有休閒度假、商務會



■怡景園度假酒店夜景

展、打造創意產業、總部經濟、城市中央康體休閒度假的主戰場,建設成為一個環境優美、功能齊全、經濟繁榮、社會穩定、文明、開放、進步,適合人類在家庭、工作之外進行的旅遊、度假、運動、休閒和放鬆身心的「第三空間」。發揮作為全省、全市旅遊業發展的示範區和龍頭作用,實現社會高度和民主,經濟快速發展的目標。」范立義說。

要阻止中國經濟的下滑,首先要防止失業率下揚,特別需要防止因失業擴大、民工返鄉而導致的社會問題發生。必須盡快調動資源,包括外匯儲備資源在內,救護和拯救提供就業、出口和稅收的中小企業。在股市和樓市之外,要設定一個更重要的指標叫企



自1978年改革開放開始迄今,中國社會所發生的巨大變化舉世矚目,在風雲激盪30年間上演了一場廣為人知的經濟奇跡:中小企業的興起成為了改革開放三十年的偉大成果。在一浪又一浪的改革大潮中,更是湧現出不勝枚舉的風雲人物,武克鋼便是其中的一位傑出代表。身為中國著名經濟學家孫治方的外孫,武克鋼的人生旅途中經歷的每一個階段都深烙着時代潮流的印記:知青、煉鋼工人、長江水手、工農兵大學生、改革開放後中國首批研究生……1979年,武克鋼受命奔赴深圳,成為蛇口特區第36位報到的拓荒者;1985年擔任深圳蛇口工業管理區常務副區長,參與建設落戶蛇口的380個大中型引進項目;1987年,他赴美留學,擔任美國密執安大學訪問教授。留美數年間,他果敢創辦企業,成為中國留美學生中響噓的人物。1992年,他赴香港組建香港通恆投資公司,任董事局主席。目前,通恆公司在深圳、武漢、天津、大連、海口等城市創辦起五大五小10個合資企業,形成了10億元資產的投資集團。

■本報駐雲南記者:錢林桃、劉思邑

中小企業之困——經濟陰霾下的國家之難 武克鋼:拯救中小企業就是拯救中國經濟

他是著名經濟學家的傳人,雖受到美國經濟學理論的重陶,骨子裡卻始終「出國潮」時,武克鋼卻「回歸」祖國,站在改革的潮頭之上,獲得了一次又一次的成功;當沿海湧起一次次開放浪潮時,武克鋼選擇從大海走進了大山,將目光聚向了中國兩條經濟大江的活水源頭——雲南高原。

憑借經濟學家的超前意識,企業家的敏銳眼光和社會學家的責任感,武克鋼顛覆了「長江以南不能種植優質釀酒葡萄」的傳統理論,一手締造了「雲南紅」的奇跡,改變了中國酒業的發展。為中國做一支名酒,武克鋼在雲南實現了心中的宿願。

始終為社會鼓與呼的他還是一位社會學家,時刻關注着中國市場經濟發展的大走勢、中國經濟社會的和諧發展,探尋中國工商文明發展的希望之光,研究經濟社會理論的創新方向。時至今日,中國經濟全面滑波已成事實,如何有效地阻止經濟滑波,防止經濟解體的問題觸散到社會層面,進而波及到政治層面,已成為當務之急。為此,黨中央國務院對宏觀調控政策作出重大調整,實行積極的財政政策和適度寬鬆的貨幣政策,從「快銀標準」的方針重新出發,做出了增投萬億作為拉動中國經濟的權衡的決定,同時明確提出向中小企業和「三農」傾斜,以拉動內需來拉動經濟。這一系列的大動作,從宏觀上對中國經濟注入信心,注入動力起到了重要的作用。

阻上經濟持續下滑

「雖然中央及時做出了佈置,但我們必須深刻地認識到,這一次中國經濟下滑的背景是國際、國內經濟衰退交匯,是中國經濟三動力也不強。因此,度假區在今後將努力做好引導和扶持工作,不斷培育和壯大總部經濟,在做好研訂工作的基礎上,進一步強化對進區大集團公司總部的服務工作,爭取更多長源。同時,將利用度假區的優美環境,提供相應優惠措施吸引大量企業總部落戶度假區,以總部經濟推動度假區的和諧發展。」

「華電集團雲南分公司、雲南金沙江中游水電開發有限公司等集團總部也將不斷建成落戶,度假區的總部經濟效益正日益凸現。這一成績的取得,為度假區今後健康、持續、快速的發展,向更高更遠目標邁進奠定了良好基礎。」

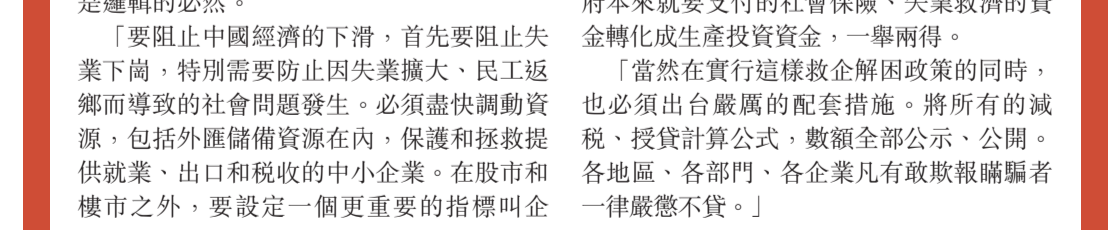
范立義同時指出,目前度假區的總部功能局限於管理和投資,沒有形成人才聚集,相關產業的拉動力也不強。「因此,度假區在今後將努力做好引導和扶持工作,不斷培育和壯大總部經濟,在做好研訂工作的基礎上,進一步強化對進區大集團公司總部的服務工作,爭取更多長源。同時,將利用度假區的優美環境,提供相應優惠措施吸引大量企業總部落戶度假區,以總部經濟推動度假區的和諧發展。」

要阻止中國經濟的下滑,首先要防止失業率下揚,特別需要防止因失業擴大、民工返鄉而導致的社會問題發生。必須盡快調動資源,包括外匯儲備資源在內,救護和拯救提供就業、出口和稅收的中小企業。在股市和樓市之外,要設定一個更重要的指標叫企

他解釋說,這樣做既體現了黨和政府扶持、保護、拯救中小企業的決心,又能真正做到快、狠、準、準;同時激發中小企業創業就業機會,積極輸出和踴躍辦稅的積極性;還能排除在國家總開放化解困中的客觀和人為干擾,並將社會上出現下崗失業時,政府本來就要支付的社會保險、失業救濟的資金轉化成本生產投資資金,一舉兩得。

「當然在實行這樣救企解困政策的時候,也必須出台嚴厲的配套措施。將所有的公開、投資計算公式,救護全部公示,各級、各地區、各部門,各企業凡有敢欺報瞞騙者一律嚴懲不貸。」

七分原料,三分工藝。真正越來越多的人開始真正體會到葡萄酒行業這句俗話的含義。「雲南紅」正是憑借原料及工藝優勢在短時間內迅速崛起,紅遍大江南北,成為國內葡萄酒中最高競爭力品牌之一。圖為「雲南紅」員工篩選優質葡萄後準備開採。



■怡景園度假酒店夜景

雲南屬高原葡萄適種區,而地處滇中兩江河乾熱河谷的彌勒與法國著名葡萄產區的地質氣候相似,是世界上唯一海拔一千五百米以上的優質釀酒葡萄產區。自「雲南紅」葡萄酒問世以來,這裡的萬畝葡萄園與萬畝紅酒莊便成為農業生態示範旅遊景點。

「雲南紅」系列品牌在雲南高原誕生,並不斷創造奇跡。雲南紅系列品牌在雲南高原誕生,並不斷創造奇跡。雲南紅系列品牌在雲南高原誕生,並不斷創造奇跡。

締造酒業傳奇 情滿彩雲之南



■現任雲南省政協常委、香港通恆集團、雲南紅酒業有限公司董事長的武克鋼在雲南高原滇池紅土地上作出一個承諾:「佔一畝地,創一個品牌,興一失產業,富一老百姓。」釀一個傳承千年的紅酒品牌」。在武克鋼董事長的率領下,「雲南紅」又在新的起點上奮力前行。本報駐雲南記者錢林桃攝

雲南紅——中國紅酒界的後起之秀 勢壓群芳紅遍神州

「玫瑰蜜」成就世紀之夢

早在十八世紀末,一群法國傳教士帶著聖體和葡萄酒,爬山涉水走進雲南,他們把上帝的福音撒播到萬民之中,把神秘的葡萄酒留給了這片紅土地。

經過國內專家鑒定,彌勒東坡的法國「黑葡萄」與200年前種植在法中的葡萄屬於同一品種,其真名應當叫「玫瑰蜜」。這種含有獨特玫瑰芳香的優質釀酒葡萄,正是200年前法國葡萄酒莊的當家品種,現已在法國退化,但在雲南獨特的氣候條件下,卻更加優化發展壯大。也正是這生長在雲南彌勒紅土地上的3000畝「玫瑰蜜」讓武克鋼駐足,從而成就了一支源自彩雲之南紅土地上的神祕之釀。在這塊神奇的紅土地上,編起了被世界學界忽視的「東方紅酒」。

世界上最早成熟的釀酒葡萄在雲南。世界上最早早上市的葡萄酒在雲南。世界上海拔最高、緯度最低的優質葡萄園在雲南。也就是說,世界上光質度量最好的優質葡萄園在雲南。這是一個劃時代的定論:學術界長期以來認為長江以南不能種植釀酒葡萄的傳統理論,被稱為紅酒新貴「中壘力量」的「雲南紅」徹底推翻。武克鋼用億元資金做賭注,揭開了這個「邪門」,以無可辯駁的事實為依據,提出了雲南是中國乃至世界最優良的釀酒葡萄種植帶的理論,在中國紅酒界「一石激起千層浪」。

1999年,第六屆全國葡萄酒學術研討會首次跨過長江,在南方舉行,300餘位紅酒專家、企業家首次聚集雲南。「雲南紅」基地的萬畝從未施用過殺蟲劑的綠色葡萄基地、亞洲最大的葡萄苗圃,以及在中國悄悄生長了百年的「玫瑰蜜」品種釀製的「雲南紅」,令專家、廠長們目瞪口呆,大開眼界,人們驚歎:「剛開採出來的市場,還有幾個省區,忽忽地出現了不少假冒產品,蓄意攪亂「雲南紅」市場;在福建,一家小報寄來一篇攻擊「雲南紅」的尚待發表的稿件,威逼支付二十萬廣告費。遭到拒絕後,這家小報便盯住不放,亂發文章,惡意中傷……面對這體麵難辦的「雲南紅」,員工們幾度欲哭無淚。」

危難關,雲南省政府職能部門伸出了援助之手:雲南省質檢局派人親自到雲南調查,和當地質監部門交換意見,達成共識,通過了「雲南紅」實地監督調查。雲南省公安廳親自到案發省進行偵察,揭穿了偽造,澄清了作案人,還「雲南紅」企業以清白;雲南省工商局組織力量到各省區打假,一舉撲滅了所有的假冒「雲南紅」酒,並支持企業採取專用酒標、金屬封帽、釀造水標、超聲波等現代技術,加強防偽;雲南省新聞出版局出面組織雲南省新聞出版部門,查處違規報紙。

「如果沒有省政府各職能部門的支持,雲南紅已經死了一回!」武克鋼說。

也許,正是面對這些矛盾和問題,使「雲南紅」更急切地希望「娘家人」多一些體諒,多一些支持,能夠及時協調解決問題,一如既往地支持「雲南紅」的發展。政府職能部門堅持管理原則,「雲南紅」企業堅持實事求是,雙方將在碰撞中不斷溝通,換位思考,調整方式,形成共識。

「雲南紅」擁有長江以南最大的橡膠酒窖,是長江以南擁有最大規模釀酒葡萄種植和葡萄酒廠的葡萄酒業集團公司。圖為「雲南紅」地下酒窖。

立足資源優勢 系列品牌耀眼國際

「神祕之釀,世紀之夢」。1998年,「雲南紅」在中國做出了第一支年份酒,創出了以雲南文化為背景、濃墨重彩的酒精,它的神祕、艷麗被國際上廣泛讚揚。「雲南紅」老樹一1968、「雲南紅」國寶酒,以尊貴的身價贏得成功人士的青睞。8年年份酒,8套不同色彩的「雲南紅」酒標匯聚在一起,就是一套精美絕倫的畫冊。

「天不賜,巔峰體驗」。2005年,「雲南紅」精選上品葡萄,經過數年反覆調製,成功研製出了「高原頂」葡萄酒即將推出,這款充滿濃烈葡萄香味、口感華麗的高度葡萄酒,將是中國第一支用葡萄釀製的40度葡萄酒。雲南紅系列形成充滿雲南神祕特色的「雲南紅」系列品牌,高起點的開發,使「雲南紅」進入了中高端市場。

敢為先 勇立潮頭競風流

在中國,紅酒的歷史僅百餘年,中國紅酒界卻佔據着「洋酒」的紳士風度,讓保守傳統瀟灑盡紅酒世界。「雲南紅」一經問世,就打破了傳統銷售方式,走進大大小小的餐館,採取了面對面的直銷方式,在市場上吹起了一股熱浪。在全國的紅酒展銷會上,必定是20萬雲南紅玫瑰

裝點的「雲南紅」展台耀耀奪目,吸引人氣。「雲南紅」以張揚之氣,勢壓群芳,後來居上,步步為先,在雲南紅酒市場引起了一次次小「地震」,以新形象、新方式掀起了中國紅酒的新標程。

「雲南紅」做出了一支中國有名的東方特色酒,在市場上特立獨行,贏得了市場信譽,贏得了消費者的忠誠與信任。多年來,「雲南紅」銷出數萬噸葡萄酒,各地市場沒有差一筆欠款。在「中國名牌」候選產品公示期間,全國消費者無一投訴「雲南紅」。

雖地處邊遠的雲南,「雲南紅」卻始終站在中國紅酒發展的前沿,時刻關注世界經濟的大轉型,關注現代科技,現代市場的大創新,充分發揮自己的長項,自己的特點,探索一條與沿海企業、中國企業、甚至世界企業不同的競爭、增長方式。

浪風無懼 在「碰撞」中一路前行

2005年,中國名廠略推進委員會公佈了「中國名牌」名單,「雲南紅」在強手如林的中國紅酒中脫穎而出,一躍而成為「中國名牌」,改寫了雲南有名酒無名酒的历史。