58家媒体149名记者聚焦河南代表团开放日

卢展工风趣幽默谈中原经济区

连续三年当“推销员”推销河南特产

“好想你”,真的好想你 “信阳红”,真的很红 “杜康酒”,真能解忧

昨天下午,河南代表团举行媒体开放日,58家媒体149名记者赶到河南大厦,聚焦河南代表团,聚焦中原经济区。代表们争相发言,谈感受、提建议。主持会议的省委书记、省人大常委会主任卢展工幽默风趣讲中原经济区。

他还连续3年当“推销员”。会议结束时,卢展工特地对记者们说,今年还要在会上做广告,希望记者朋友能够继续帮忙,宣传推销河南特产:“好想你”,真的好想你;“信阳红”,真的很红;“杜康酒”,真能解忧!

特派记者 裴蕾
辛晓青 李萌 廖谦 文/图

地位凸显

分析地位,卢展工举出河南的几大优势。

区位优势。河南在整个发展布局中,区位很特殊,就是枢纽。

人口优势。“人口多,到底是好还是不好啊?现在我们的人口优势看出来了,人力资源的优势,人才资源的优势,在经济区这个概念中凸显了。”

文化优势。“河南有三千年文明。”卢展工说,“昨天李高峰讲没文化,我说你很有文化,文化当然在于知识、科技,文化也可具体到文凭,但不仅仅局限于这些,而是在于思想、品德、道德,文化的力量不仅仅在文字的力量,也包括道德的力量。”

农业优势,粮食优势。卢展工说:“粮食就是义务,种粮食,有很大的代价,这个代价很难用钱来算,粮食你看着不值钱,到没有粮食的时候,粮食就值钱了。”

他说:“洪涝灾害来了,你捧着一大堆钱,我捧着一堆窝窝头,比比看,谁厉害?肯定是我厉害,你一万块钱想买一个窝窝头,我不卖,嘿嘿。”卢展工幽默的话语引来一片笑声。他还说,全国面粉的27%来自河南,中国人吃的馒头4个里面就有一个来自河南,“这就是贡献,别看不值钱,但是这贡献的价值,是不能用钱来衡量的”。

后发优势。“就是我们的发展空间,我们去年、前年的发展总体上处于一个比较健康向上的状态,这和我们的后发优势有关。”

“干部、群众、企业家们,更多要用经济发展的规律,或者区域经济发展的规律来思考问题,不是行政的概念,是市场经济,是区域经济,要以经济发展为目的来考虑问题。”卢展工说,这就涉及转变观念,转变领导方式,转变经济发展方式。首先思想要转,然后才能转变经济发展方式。

怎么建设

“中原经济区是河南人民改革开放以来自己探索出来的。”卢展工说,上世纪末、本世纪初,河南提出中原崛起战略,“中原经济区的提出,只是为中原崛起做一个承载体,它把中原崛起的战略具体化了。”

他说,河南到底走什么路子,现在我们梳理出来了,这就是:不以牺牲农业和粮食为代价,不以牺牲环境和生态为代价,以新型城镇化为引领,以新型工业化为主导,以新型农业现代化为基础的,“三化”协调科学发展的路子。

“中原经济区怎么建设呢?现在我们把这条路子梳理梳理。”

卢展工说:“怎么不牺牲,就是要破解的问题,怎么破解,就是‘三新’。”

新型城镇化,“新就新在,是城乡统筹的城镇化,是城乡一体化的城镇化,是着眼于广大人民群众切身利益的城镇化”。

新型工业化,“新在哪里?就是特色发展的路子,更多地关注环境、节能减排,更注重科技含量,更注重效益”。

新型农业现代化,“要提高农业的产业化、组织化、标准化、科技化、系统化”。

下一步

对媒体关注的中原经济区下一步计划,卢展工巧妙地说:“把这条路子持续做好,走这条路不是很简单的事情,我们走了20年、30年,走出来一个战略,形成一个路子。”

卢展工说:“我们有信心走下去,因为,已经有基础,已经形成共识。”

最后,卢展工说:“我们认为,这才是真正的可持续,体现了真正的全面协调、可持续的科学发展观。”

当『推销员』

会议结束时,卢展工特地对记者们说:“还是跟去年一样,今年还要在会上做广告,希望记者朋友能够继续帮忙,宣传推销河南特产:‘好想你’,是真的好想你;‘信阳红’,真的很红;‘杜康酒’,真能解忧。”卢展工的话引得全场一片欢笑和掌声。

“好想你”、“信阳红”和“杜康酒”,已经连续3年在河南团媒体开放日上,被卢书记向全国全世界的媒体推荐。

一位参加过两年河南团媒体开放日的记者说:“卢书记就像这3个品牌的形象代言人,孜孜不倦推动河南土特产的品牌化发展。”

2010年3月6日,也是全国人大河南代表团的开放日,卢展工热情邀请记者们到河南喝胡辣汤,喝国酒杜康,品“信阳红”,走的时候再带点“好想你”大枣。

2011年3月6日,同样是全国人大河南代表团的开放日,卢展工在记者提问间隙现场推销河南特产:大家工作忙,喝点杜康酒,解解忧;大家对河南感情深,我们如何表达?“好想你”大枣;天气比较寒冷,喝点“信阳红”,暖暖身……

三个品牌一个心声

“好想你”:“卢书记,‘好想你’,感谢您!”

“卢书记连续3年推介‘好想你’,我认为这是他时刻不忘农村、农业、农民的具体体现。”好想你枣业股份有限公司董事长兼总经理石聚彬昨日接受晚报记者电话采访时表示,卢书记的“品牌营销”,受益最大的是河南企业。

石聚彬说,卢书记是河南1亿人民的代言人,时刻心系全省人民,把河南有效的农业资源发挥了最大的潜能,将河南由过去的“粮仓”、“厨房”,改变成了目前的品牌、营养和健康,提高了农副产品的附加值,拉长了产业链的发展,带领大家努力实现“富民强省”的目标。

随着卢展工书记连续3年推介“好想你”,在品牌力的拉动下,“好想你”的销售业绩创下新高,还成功登陆深圳证券交易所,成为中国枣业第一股。

“信阳红”:塑造了高端品牌形象

昨日现场,河南信阳五云茶叶(集团)有限公司常务副总经理黄一行十分激动。

他告诉记者,卢书记连续推介“信阳红”,对信阳乃至整个中原地区的茶产业升级都起到了引领作用,使信阳的茶产业短时间内得到了跨越式的发展。

“信阳红”的诞生使信阳增加了茶叶新品类,提高了茶产业的引领能力,塑造了“信阳红”高端品牌的形象,使信阳的茶产业发展实现了新跨越,是信阳茶产业发展历史上的战略性突破。

“信阳红”的快速发展,带动了区域茶叶经济的发展,提高了茶农和茶企业的收益,同时,也产生了深刻而有影响力的社会效益,具体的表现就是信阳人敢作敢为、善做善成的精神。

“杜康酒”:尝到了不小的“甜头”

“卢书记连续3年在全国两会上的推介,让杜康尝到了不小的‘甜头’。”洛阳杜康酒销售有限公司总经理苗国军昨日告诉晚报记者,“自2009年底,伊川、汝阳两家杜康酒厂重组为洛阳杜康控股有限公司以来,全国经销商数量从最初不足200家发展到1000多家,销售收入连续3年同比翻了一番。”

为什么会有如此强劲的发展势头?

在苗国军看来,从内因上看,杜康重组以来,抛掉了沉重的历史包袱,致力于统一品牌和公司形象、打击假冒伪劣产品、调整优化产品线结构、夯实生产基地基础建设、加大品牌广告投入力度等,奠定了企业快速发展的基础;从外因上说,主要受益于社会各界对杜康的大力支持,尤其是卢展工书记连续3年在全国两会期间推介杜康,为复兴杜康注入了“强心剂”。

“我们将抢抓机遇,进一步解放思想、拓宽思路,立足河南、谋划全国,力争杜康在2016年实现年销售收入过百亿,跻身国内白酒行业第一阵营,实现复兴杜康的夙愿。”苗国军说。