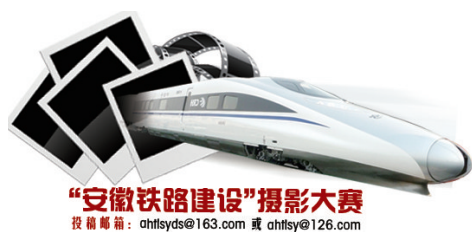


# 安徽铁路建设摄影大赛作品展昨日闭幕 法国友人：为安徽铁路发展叫好 今日开始对观众投票卡进行封闭式统计

本报记者

“三天的展览时间太短了，应该再延长几天，那样才能看得过瘾啊！”原定昨日下午4时30分闭幕的安徽铁路建设摄影大赛作品展，被热情的观众一直延长到了傍晚6点才结束。



“安徽铁路建设”摄影大赛  
投稿邮箱：ahfysyds@163.com 或 ahfysy@126.com

## 热烈：三天参观人数达7000余人次

在中国共产党成立90周年之际，安徽省发改委、安徽省直工委、安徽省铁路办、安徽省投资集团，联合举行了“钢铁脊梁、兴皖富民”安徽铁路建设摄影大赛。本报作为本次活动的独家承办媒体，全程记录大赛的整个过程。

本次作品展于7月1日~3日在省博物馆展出。截至昨晚7点，三天参观人数达7000余人次，他们中不仅有铁路相关部门的老同志，也有正在建设的铁路一线职工，还有国际友人。

杜兰德就是诸多国外友人中的一位，来自法国的杜兰德对京沪高铁非常感兴趣。7月1日京沪高铁正式开通，杜兰德专程乘高铁到达我省，后转车来合肥找朋友相聚，路过省博物

馆门口刚好看到展览。看完作品展后，杜兰德向工作人员说：“太棒了！看到这么多好作品，好兴奋！我也填写了投票卡，我要为安徽铁路的发展叫好。”

所有来观看作品展的观众，都非常认真地观看着每一幅作品，认真填写着自己的投票卡。许多观众将投票卡投进投票箱后，又再次返回展厅，重新再看一遍。张新老先生在展览的三天中，每天都要前往展厅看一次，每次都是不低于2个小时，才肯离开。朱秀芳老人和老伴都是老年摄影爱好者，他们将作品展中的每一幅作品，都重新翻拍了一遍，并将照片的配文都一一记录下来，朱秀芳说，这是他实践学习最好的素材。

## 感言：兴皖富民是我们共同的心愿

安徽铁路建设摄影大赛作品展展厅分为序厅、入围作品展厅和展望未来厅三个部分。许多观众在看完作品展后，还不忘在留言簿上写下自己的感受。“‘钢铁脊梁、兴皖富民’是我们共同的心愿！”“图片展让我们大开眼界，让我们了解到安徽铁路建设的巨大成就。”

今日开始，安徽铁路建设摄影大赛筹备组的工作人员将开始对观众投票卡进行封闭式统计，再根据票数换算成百分比。然后按照排名先后，与专家第二轮评选的评分相结合，最终评选出本次大赛特等奖、一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖和入围奖。

## 我省新农合补助标准提高至200元 年内实现就医结报“一卡通”

星报讯(记者 王松青) 记者昨天从省卫生厅获悉，我省卫生、民政和财政部门联合发出通知，提高新农合筹资标准。今年起，新农合的补助标准从每人每年120元提高到200元。鉴于2011年度农民的筹资缴费工作已结束，今年农民的个人缴费标准暂不提高，2012年每人每年提高到50元。

据介绍，年内，卫生部门将实现参合农民在省内医疗机构就医结报“一卡通”，并做好新农合“一卡通”与健康档案、公共卫生、医院管理等信息系统的整合与衔接，使之成为涵盖农村居民参保、就医、结算、预防保健、健康信息的综合健康“一卡通”。

## 铜陵获赠16颗世博园英国馆“圣殿种子”

星报讯(许克锡 张援南) 英国总领事馆文化教育处日前向铜陵市16所学校赠送了上海世博园英国馆“种子圣殿”16颗种子，这16所学校是因为跟英国16所学校结成友好学校而获此机缘。据了解，这在全省教育界也是唯一。

# 解密徽酒“隐形冠军”迎驾的背后



中国白酒行业因发展时间、地域、产量、营销等不同，在全国形成了川酒、徽酒、苏酒、豫酒等不同地域板块。尤其是近十年来徽酒快速发展在全国白酒行业中引起了强烈的反响。徽酒以其独特的营销视角造就了一个又一个全国性白酒品牌，2010年迎驾贡酒稳扎稳打，继续保持着良好的增长势头，销售业绩位居安徽白酒界之首、全国白酒行业十强，连续十四年位居六安市第一利税大户称号，在强手如林的徽酒阵营中脱颖而出，成为徽酒中名副其实的“领头羊”，令业界刮目相看，被称之为徽酒中的“隐形冠军”。迎驾凭借什么取得了快速发展，超越了竞争对手？近日，安徽平面和网络媒体走进了迎驾，实地走访调研，从品质、品牌、市场、营销等方面一一解密了“隐形冠军”成功的背后。

## 品质上，迎驾依托大别山自然环境，打造生态好酒品质

产区好，产品才好。迎驾贡酒生产基地地处“中国名酒黄金纬度带”——北纬30度线上(中国的茅台和五粮液产区均位于这一神奇曲线上)的安徽霍山县，气候温暖、湿润，降水丰沛，森林覆盖率71.9%，生态环境零污染，是“国家级地质公园”、“国家4A风景区”，也是我国中西部唯一的国家级生态县。这是迎驾得以发展的重要品质基础。迎驾贡酒凭借“生态产区、山泉刚水、绿色五粮、传统酿造”四大独有生态优势，造就了“窖香幽雅、绵甜爽口”的生态好酒品质。生产出了迎驾之星、迎驾贡酒生态年份酒等市场畅销的系列产品。

品牌上，迎驾传承待客之道，塑造国人迎宾的品牌文化。

关于迎驾贡酒有一个美丽的传说。在安徽省霍山县有一个叫迎驾的古镇，这里的每一个人都能为您讲述二千多年前的一段故事——公元前106年，汉武帝巡狩衡山郡(今霍山)，官民至城西二十里外的淠水之滨迎驾，时任郡首着令酿酒世家殷家槽房主那美貌绝伦的女儿献酒，武帝饮后大悦，留下了一段千古流传的佳话。迎驾贡酒由此流传至今已两千余年。迎驾一个集“产地、品牌、产品”为一体白酒品牌具有着深厚的文化底蕴。迎驾人秉承传统酿造工艺，弘扬中国传统的迎宾待客之道文化，将迎驾贡酒打造成中国人的迎宾酒。2007年，迎驾贡酒被国家质检总局认定为“国家地理标志保护产品”；2008年，迎驾商标被“国家工商总局”认定为“中国驰名商标”；2009年，迎驾字号被国家商务部认定为“中华老字号”，迎驾传统酿造工艺被认定为“省级非物质文化遗产”。

## 市场开发上，小区域、高占有，立足华东，面向全国

作为区域强势品牌向全国品牌发展，迎驾在市场布局 and 全国化进程上不像全国性名酒那样弹性很大。迎驾实行攻得下、守得稳的全国化市场开发战略，稳扎稳打，循序渐进。如果区域扩张的太快，容易陷入战略冒进，而导致企业伤及根本的情况出现，例如早期徽酒品牌进军全国市场的失败，使得在省内给其他品牌留出了成长的空间。但是，如果固步自封，那么区域性品牌发展一定会遭遇瓶颈。因此，迎驾在市场开发上采取了周边板块化和战略据点坚持的全国化布局方针。周边板块化是为了让企业能够有稳定的大本营，提供源源不断的资源支持，以安徽为中心，重点发展了江苏、湖北、江西、浙江、河南、山东等周边板块市场。在板块市场中通过样板市场的打造，实现“小区域、高占有”市场占有率模式，最终实现“以点带面，面面俱到”构建板块市场的目的。同时，对北京、上海等全国重点市场实行战略据点攻坚，通过接近十年的努力和坚持，迎驾品牌在上海、

北京市场取得了极大的成功。上海市场的坚守和发展带动了整个华东地区迎驾市场发展，北京市场的坚守和发展带动了迎驾品牌在全国市场拓展。迎驾在牢牢站稳周边板块市场的同时，通过央视高空媒体、全国主要高速公路网户外高炮、各大主要飞机场、高铁站户外宣传等高端媒体塑造迎驾品牌，快速进军华南、华北等全国市场，努力实现迎驾品牌由强势区域品牌向全国化品牌的大跨越。

## 发展战略上，迎驾坚持以酒为主，整合产业链，集团化规模经营

安徽迎驾集团地处安徽西部、大别山北麓，位于新中国第一坝——佛子岭水库脚下。是以白酒为主，涉足饮料、玻璃、彩印、金属塑胶、旅游、商贸、动物药业等领域的大型多元化企业集团。占地总面积100余万平方米、员工一万余人。在专业化和多元化选择上，迎驾集团选择了纵向一体化，积极向上游延伸产业链。第一阶段，企业集中精力发展酒业销售，带动上游产业发展。经过数年发展，迎驾已经形成了包括彩印、包装、玻璃、制罐等综合性白酒制造集

团。第二阶段，上游产业助推酒业销售发展。上游企业发展以后，产业链竞争的优势逐渐发挥出来，产业链企业在保障内部供应的同时积极拓展外部业务，且外部业务比重逐渐提升。目前包装和彩印成为省内领先企业，玻璃喷涂技术在行业内已经处于领先地位，酒业和上游产业链企业之间形成了有效互动。在市场竞争中成本优势、质量优势以及服务及时性优势成为同行无可比拟的优势，保障了迎驾在全国发展销售全面开展。

“十二五”是迎驾集团发展的关键期和机遇期，迎驾集团将以科学发展、加快发展为主题，以产业升级、转变发展方式为主线，以技术创新、营销创新为动力，以企业文化、循环经济为两翼，建设资源节约型、环境友好型、和谐稳定型、多元发展型的大型企业集团，实现经营效益的逐年提高，成功进入资本市场，实现企业规模的不断壮大，最终实现“双百工程”宏伟蓝图，即实现销售额100亿元，打造百年迎驾品牌，跻身全国白酒前六强。

(鲁正贤 王姗姗)



诗般的山水 画般的迎驾  
迎驾集团位于安徽省霍山县佛子岭水库脚下，这里山清水秀，空气清新，是避暑度假、休闲养生的好去处。

迎驾集团厂区实拍图