

古井贡酒·年份原浆<sup>TM</sup> [独家特约]

书记市长话改革

# “淮南样本”加快资源城市转型发展

## 本报“书记市长话改革”在淮南引起强烈共鸣

11月3日,本报大型策划“书记市长话改革”系列《争创美丽新型能源城,打造资源型城市转型发展的“淮南样本”》报道刊发后,在淮南各界引起强烈共鸣。

■ 陈彬 记者 吴传贤 雷强

### “通篇报道站在高处看淮南”

——淮南市委发展与改革委员会主任 胡东辉

“星报对淮南转型发展报道非常客观真实,站在高处看淮南,报道有深度,角度很新颖。”淮南市委发展与改革委员会主任胡东辉表示:“在全面转型的道路上,淮南将把握转型发展主旋律,瞄准‘美丽新型能源城’城市

定位,大力实施‘双轮驱动’战略。推动淮南转型发展、绿色发展、和谐发展,实现资源型城市‘华丽转身’。”

“淮南产业转型取得了可喜成绩,但还没有完全摆脱对煤电的依赖。正如报道中所说,‘跳出淮南看淮

南,分析对比看淮南,站在高处看淮南’,淮南转型发展步伐似乎慢了一拍。”对于星报报道,淮南市外商投资服务局副局长董善积表示,下一步,淮南将围绕打造“淮南样本”,全面做好招商引资工作,力促城市转型发展。

### “报道更加提振了转型发展的信心”

——毛集实验区工委宣传部副部长 徐瑞成

《市场星报》刊发了淮南资源城市转型发展的“淮南样本”。既注重弘扬煤炭资源优势,更注重打造新型产业优势。这更加提振了作为国家级的淮南毛集实验区转型发展的信心,坚定了走加快发展现代化、产业化发展的路径。

焦岗湖光伏农业生态园,你可以看到39座大棚内黄瓜、西红柿采摘,丰收的喜人景象。这就是淮南市格瑞光伏农业发展有限公司投资2.5亿元建成的现代光伏生态农业园。

毛集实验区转型发展已初见成效,特色产品向品牌化转化,毛集东

风湖老沙滩虫草鸡蛋,夏集镇晶光牌大米等备受市民青睐,市场供不应求。该区在蔬菜、水果和粮食加工等领域开展“三品”,认真品出6个品牌,晶光牌大米,焦岗湖青虾等8个产品获得绿色认证,绿馨园的“黄心鸟”、白菜、老沙滩麻黄鸡和白蓝粉丝获得“有机认证”。

### 报道引爆淮南商务系统学习热潮

——淮南市委商务局办公室副主任 吴刚

《争创美丽新型能源城 打造资源型城市转型发展的“淮南样本”》刊发后,在淮南引起社会高度关注和巨大反响。特别是在淮南商务系统,大家争相学习议论,认为这是一篇难得的力作。这篇文章不仅具有系统性、逻辑性、思辨性,而且深入浅出,具有很

强的可读性。市委书记沈强、市长王宏对资源型城市转型的诠释,不仅站在全国,而且站在世界的高度。对淮南建设“美丽新型能源城”的路径进行总结,既具有宏观性,更具有针对性、前瞻性,符合淮南转型发展实际。

淮南市委、市政府将继续坚定落

实市委、市政府转型发展决策部署。以改革创新为总引领,以内贸、外贸、外资、外经项目为主抓手,统筹促消费、扩内需、稳增长、调结构、惠民生、保稳定、优环境。勇于担当城市转型发展的先锋,为美丽新型能源城市建设作出积极贡献。

### 如何引领淮南转型,报道给出了答案

——淮南市委文化市场综合执法大队大队长 沈国冰

“书记市长话改革”淮南专题报道,无疑如同深秋的一缕春风。不可否认,作为资源型城市淮南,其转型压力如影随形,挥之难去。在经济增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期“三期叠

加”的效应之下,淮南转型何去何从,不可回避也不能回避。淮南246万人民迫切想知道市委、市政府如何引领淮南转型,思路是什么?举措是什么?《市场星报》的这一专题报道,给出了答案。

对于淮南来讲,这座城市所富集的煤炭资源,以及由此衍生而来的电力、化工产业,早已奠定其“华东工业粮仓”、安徽“工业重镇”的不可替代地位。《市场星报》的专题报道,深入浅出地阐释了这些:为什么、怎么做。”



### “美好安徽 圆梦中国” 首届安徽文化惠民消费季

MARVELOUS ANHUI DREAM TRUE CHINA THE 1ST ANHUI CULTURAL GOOD FOR THE PEOPLE CAMPAIGN

2014.9.19—2014.12.19

享受文化 | 美好生活

## 文化旅游在宣城 惠民唱响主旋律

星报讯(记者 曹开发)宣城市为中国文房四宝之城、中国优秀旅游城市、中国扬子鳄之乡、安徽省文化旅游大市、长三角优秀自驾游目的地、安徽省十大自驾游目的地。宣城市山川秀丽、生态优美、旅游资源丰富。2013年,全市接待国内外游客1589.82万人次,实现旅游收入119.84亿元,其中乡村旅游接待量达860万人,超过50%,实现旅游收入近40亿元。

宣城市旅游局采取走出去请进来的做法,做好服务惠民工作。首先他们融入上海旅游联盟,与江苏省旅游联盟结合,打好在南京都市圈的旅游牌。宣城市旅游局多措并举:树形象,通过强化城市形象品牌宣传,不断扩大城市旅游知名度和影响力;做营销,利用活动营销推出优惠政策着力打造旅游热潮。借机开拓发展客源市场。

每逢节假日,宣城市旅游局精心组织、超前谋划,积极发动全市旅游企业,举办丰富多彩的活动体验和文化活动,推出系列旅游新线路、新产品及优惠政策,完善旅游公共信息服务,撬动旅游市场。整合资源编制了热播剧《生活启示录》影视二日游线路,并通过行业杂志向皖苏浙沪三省一市发布,引发游客来宣旅游热潮。

近来,宣城市旅游局携手同程旅游推出“1元游宣城”活动,该活动限时不限量。游客只需提前在同程旅游客户端预订门票,活动当天就可凭借预订成功短信进入指定景区游玩。需提醒的是,一个客户端只能预订一张1元游门票。整个活动将通过宣城市旅游局“e服务”平台(官方微博、微信公众平台、宣城旅游政务网、资讯网)以及同程旅游线上线下传媒等多平台发布。

该市此前已有4A景区恩龙世界木屋村、3A绩溪深潭景区等顺利进行“1元游”活动并取得成效;现有4A广德太极洞景区、4A水墨汀溪景区以及千秋关激浪漂流等景区加入“1元游”活动。此次活动是宣城市旅游局推广宣城旅游的一次创新营销模式,是宣城市旅游局推行惠民旅游的一项重要内容;对于宣传推介宣城旅游具有积极意义。这也是旅游史上的一个重大的创举!

# 古井贡酒·年份原浆<sup>TM</sup>

## 中国龙

## 中国酒

买酒就上 [www.gj519.com](http://www.gj519.com)

