



我为“三篇大文章”献良策

从“冠军”小城崛起之路看特色产业高地建设

为认真贯彻大足区第三次党代会精神，新任处长进修班梳理了七座具有全国乃至全球影响力的“冠军”小城崛起之路，这些小城或明晰战略深耕细作，或传承优势开拓创新，或奋发图强建立品牌，或借助国力“瞒天过海”，谱写着可歌可泣的时代之歌，为大足区特色产业发展提供了参考。

“冠军”小城的发展脉络

一、中国“德企之乡”太仓——精准嵌入区域发展格局

1. 基本情况。太仓是江苏苏州代管的一个县级市，此地的德企总投资超50亿美元，年工业总产值超500亿元人民币。其制造业德企占全国的近10%，隐形冠军德企超50家，德国前10大机床企业6家落户太仓，德国前20强家族企业8家投资太仓。

2. 崛起故事。1984年，上海大众正式奠基，一批大众的配件商随之而来。太仓争取到一家两台机器、六个工人的“小作坊”里伯斯公司，也是全世界最好的安全带弹簧生产企业。这家德企以年15%增速发展，目前已占有全球细分领域70%市场份额。里伯斯总裁斯塔姆博士也是德国的州议员，由于太仓优良的营商环境和区位优势，他不断向其他德国企业推荐太仓，接连20家中小企业落户太仓，形成了聚集效应。太仓通过优化环境、以商招商，成就了“德企之乡”。

3. 政府作为。一是全力招商。积极通过咨询公司、德商会、德国各州投资促进机构介绍太仓，着力引进德国制造业中小企业。二是推进“双元制”职教体系。率先引入德国双元制教育模式，相继建立中德培训中心等10余个“双元制”教育培训基地，成为我国最大的德国职业资格培训和培训基地，已累计培养了1万多名高级管理人员和专业技术人员。三是营造氛围。连续举办16届太仓啤酒节，自2008年起每年举办德国“太仓日”赴德经贸交流，让更多德企了解太仓。

二、中国锂电之都射洪——借助国家力量收购海外资源

1. 基本情况。射洪为四川遂宁下辖县，现有锂电企业32家，年产值150亿元，掌控上游锂矿资源折合碳酸锂当量合计1670万吨，拥有全球话语权，是川渝地区规模最大的锂电材料生产基地。

2. 崛起故事。2004年，蒋卫平收购了连年亏损的射洪锂业，更名为天齐锂业。公司原材料全部来自世界四大锂矿公司之一澳大利亚泰利森，导致利润微薄。2012年8月，锂矿加工巨头美国洛克伍德宣布将以7亿余加元（约合人民币45.54亿元）收购泰利森。蒋卫平判断，一旦收购成功，寡头坐庄控价，天齐锂业经营会更加困难，唯有背水一战，向上游布局。于是资产不过15亿的天齐锂业，战胜了总资产近400亿的洛克伍德，上演了一场瞒天过海蛇吞象的收购大戏：第一步，天齐锂业到澳大利亚成立了一个名为“文菲尔德”的子公司并通过二级市场交易分两次收购泰利森共19.9%股权（以避免澳大利亚外资审查委员会审查），成为泰利森第二大股东；第二步，当洛克伍德收购泰利森时，文菲尔德作为大股东行使一票否决权阻止了交易，并以一股高于洛克伍德1加元溢价收购剩剩余80%股份，但需在2013年3月前支付53亿余元人民币；第三

步，当年2月，中投集团突然宣布战略入股文菲尔德，提供贷款资金，并动用国家力量督促澳政府加快审批，帮助天齐锂业完成了蛇蟠撼树的壮举。

3. 政府作为。开通项目立项审批“绿色通道”，实现“多评合一”，“射洪锂话”“项目秘书”等工作机制为企业提供一体化、全方位“保姆式”服务。

三、中国眼镜之都丹阳——发挥龙头企业创新集聚作用

1. 基本情况。丹阳为江苏镇江代管县级市，现有眼镜工贸企业共有1300余家，眼镜生产企业1000多家，年行业实现销售近100亿元，年产光学镜片和玻璃镜片3亿多副，占国内总量的80%，世界总量的40%。

2. 崛起故事。上世纪60年代到70年代，从上海、苏州眼镜厂返丹阳的技术工人以社区企业形式开始尝试眼镜制造，司徒镜片厂在这期间成立，成为中国最大眼镜企业万新光学的前身。90年代，国内眼镜市场竞争日趋激烈，丹阳眼镜寻求突破，通过每年组织上海、北京眼镜国际博览会，让丹阳眼镜走出了国门。目前，丹阳眼镜产品近一半出口到欧美等地，年出口额超过了2亿美元。万新公司率先研发生产出树脂镜片，并创建了眼镜全国驰名商标。在万新带动下，丹阳其他生产企业也纷纷创立自有品牌，形成规模化产业集群，年产镜架1亿多副，光学玻璃及树脂镜片3.2亿副，被誉为“中国眼镜之都”。

3. 政府作为。一是发挥引导作用。会同行业协会，积极引导企业打造自有品牌和行业集群的产业发展方向重点，提高产业集群竞争力。二是加强配套服务。建立丹阳（眼镜）知识产权快速维权中心，保护“丹阳眼镜”品牌形象。打造眼镜跨境电商园区，配套建设数字化展厅、产品展示厅、研发设计中心、众创空间等公共设施。

四、世界石雕之都惠安——面向市场推进产业创新

1. 基本情况。福建泉州惠安是目前国内产业规模最大、工艺水平最高、品种最齐全、加工能力最强的石雕生产基地，雕艺企业达843家，从业人数10.8万人，年产值400亿元。中国工艺美术协会授予惠安县“中国石雕之都”荣誉称号，联合国教科文组织授予惠安县“世界石雕之都”牌匾。

2. 崛起故事。惠安素享“石雕之乡”的美誉，清代创造出“圆雕镂空”法。改革开放后，惠安石雕形成产业化发展，不再依赖本地石材资源，国内外30多个国家地区的优质石材被源源不断运往惠安加工，南昌“八一”起义纪念馆、井冈山会师纪念馆、厦门集美的整园都是惠安石刻作品。至今惠安石雕已经形成圆雕、浮雕、线雕、影雕、沉雕5种形式，品种扩展到园林雕刻、建筑石构件、宗教人物、器物、工艺品5个大类。

3. 政府作为。一是注重引导产业发展。推行了若干的倾斜和扶持政策助推产业的发展，制定实施石雕石材行业十年发展规划。二是注重产业链打造。建设一批集原材料加工、石制品加工、产品展示、配套包装、磨具磨料、石材机械的生产供应为一体的石雕石材生产基地，形成完整产业链。三是注重品牌塑造。坚持品牌带动战略，申报创建“世界石雕之都”，主办开展国际雕刻艺术博览会，安排资金组织企业在全世界参展

参赛，累计获得380余个奖项。四是坚持对外开放。引导企业走向海外，远销日本、美国、欧洲、东南亚等30多个国家和地区，占有日本50%以上石雕市场。

五、中国最大汉服生产基地曹县——牢牢把握时代潮流

1. 基本情况。曹县是山东菏泽下辖县，生产全国70%以上的演出服，占有中国三分之一的汉服市场，有汉服及上下游相关企业2000多家，原创汉服加工企业超过600家，汉服产业从业者近10万人。

2. 崛起故事。曹县自古有制作演出服、舞台布景的传统文化和技艺，其汉服产业是典型的互联网流量经济，2015年以前曹县汉服的传播主要在“汉服圈”内部，途径以微博、朋友圈为主，大众化、普及率相对较低。2018年，曹县为加快互联网与实体经济深度融合，制定了“三年行动计划”。2020年，曹县汉服网络销售额突破156亿元，电商企业超过5000家，网店6万余家，县长梁惠民身穿汉服，在网上开启“汉服直播”更是进一步助推了曹县汉服全国知名度。曹县注重汉服全产业链条培育，降低生产成本，汉服设计、面料染制、配件生产、成衣制作、直播推广等全产业链基本完善，仅面料染制成本就从5元每米降至1.5元每米，实现了汉服成衣百元起步，占领了大众化市场。

3. 政府作为。一是助推电商平台发展。提出“一核两翼”电商发展思路，建成镇级服务站27家、村站138家，引进了溪鸟一体化仓储物流管理信息系统，实现“储存立体化、装卸机械化、分拣电子化”，实现了全县电商智能服务全覆盖。二是引导新兴销售模式发展。大力培育电商直播新业态，及时引导、培育电商新业态，成立“曹县淘宝直播村播学院”，建成播播鱼直播基地、云龙广场新媒体直播基地等八大直播基地，推动了电商直播产业向规模化发展。三是打造“区域公共品牌”。曹县汉服并没有形成垄断性的商标品牌，而是从全域角度形成主业清晰、分工明确的产业模式，将“曹县汉服”作为区域性公共品牌，放大整体效应。

六、中国五金之都永康——打造规模化产业集群

1. 基本情况。永康是浙江金华市辖的县级市，集聚有车业、门业、杯业、电动工具、电器厨具、休闲器具、技术装备、金属材料等八大五金制造业，近年来还发展了军民融合、医疗机械等2个新兴产业，统称十大支柱产业。永康生产全国七成的门产品，七成的保温杯，二分之一以上的电动工具，形成了全国最大的五金生产基地和专业市场，五金产业产值近千亿元，占据全国60%市场。

2. 崛起故事。永康自古流传的“黄帝铸鼎”一说，春秋铸剑，匠造弩机，宋采铜矿，清制枪管，形成“五金工匠走四方，府君县不小康”的局面。改革开放后，走南闯北的永康工匠决心扎根故里，在家庭作坊里探索着做电动工具、保温杯、滑板车等，渐渐打开了五金行业的局面。通过几十年中不断更新，形成“强项在工业、特色在五金、优势在民营、活力在开放、后劲在科技”的五金产业发展格局，产业链创新链丰富完善，质量品牌建设成效明显，荣获中国门都、中国杯之都等“七都一乡”称号。

3. 政府作为。一是加强考核扶持。优先

将上年度纳税百强中的工业企业列为总部经济考核对象，指导企业制定发展规划，提出实现规划的保障措施，对实现总部经济年度发展目标的，给予当年新增国家贡献额10%的扶持。二是鼓励联合重组。引导和支持企业实施联合重组，加快实现做大做强和推进五金产业的转型升级，对以合并、兼并、收购、接管或接收等形式对关联企业进行重组并注册登记地在永康的规模企业，以“一企一策”的方法给予相关优惠和扶持。三是积极向外借力。在上海、深圳等地举办“揭榜挂帅”五金专场，联动11个国家行业协会、牵引76家知名高校院所，搭建产业党建联盟大平台，打造800多个“红色创客”工作室。

七、中国鞋都晋江——不断深化自主品牌建设

1. 基本情况。晋江为福建省辖县级市，县域经济基本竞争力位列全国第4位，是2020年第十八届世界中学生运动会、2019年—2025年连续四届国际大体联足球世界杯举办城市。晋江被誉为品牌之都，拥有中国驰名商标45枚，荣获“中国鞋都”“世界茄克之都”“中国纺织产业基地”“全国食品工业强县”“中国伞都”“中国包装印刷基地”等15项“国字号”区域产业品牌，上市企业达46家。

2. 崛起故事。晋江鞋业最初以合成革制鞋和塑料凉鞋闻名，以家庭作坊式为主。上世纪80年代耐克在晋江陈埭设立代工工厂，但工厂残次品被工人拿出厂偷卖，导致耐克搬迁至莆田，随后又从莆田搬迁至对企优惠力度更大的广东，造成产业困难。晋江人痛定思痛，提出做自主品牌的理念。晋江不断深化品牌与体育赛事捆绑营销策略，2006年德国世界杯期间，中央5台四分之一广告都为晋江品牌，中央五台也被网友戏称“晋江台”。晋江从1984年只有5个注册商标，到2017年拥有68609个注册商标，包括马德里国际商标310件、中国驰名商标42件，诞生了安踏、特步、361°等众多知名品牌。

3. 政府作为。一是推动企业创牌。每年举办的鞋博会充分展现品牌，开展“明星广告”的创牌模式。二是汇集优势资源。推动中国羽毛球队训练基地、国家体育总局体育科学研究所研发基地落户，引导企业在各大重大赛事密集投放产品广告。三是制定扶持政策。出台扶持发展鞋材市场的系列优惠政策，对困难中小企业通过政府担保公司为企业解决融资难问题。

获得的启示

一是清晰战略思维是关键。如太仓最大的优势是距离上海较近，所以其思路就是根据自身条件精准嵌入上海产业体系，之前围绕汽车产业发力，现在正着力融入上海的新能源汽车、大飞机、生物制造业，力争城市能级跃迁。

二是把握时代浪潮是基础。汉服热的背后是国人文化自信的表现，中国汉服爱好者数量已连续多年保持高速增长，2021年中国汉服爱好者近700万人，曹县把握住汉服热、直播电商热两个风口，实现了产业的快速发展。

三是优良营商环境是根本。纵观七座冠军小城发展，不论是太仓双元制探索、丹

阳知识产权快速维权中心、曹县县长带货卖汉服，都能看出产业发展离不开大力扶持精准服务，离不开解放思想优化政策。

四是自身品牌建设是出路。如广东和福建都有发达的制鞋业，但福建晋江始终坚持自有品牌创建，通过与体育产业深度绑定，随着国人对国货认可不断提升，造就了20余家上市企业。而质量更优却没有品牌的广东造鞋业，随着耐克、阿迪达斯等品牌将制造中心迁移至劳动力成本更低的东南亚，产业发展已后继乏力。

五是规模化集群化是优势。冠军小城的行业占比往往在细分领域行业占比达到全国三分之一甚至六成，其底层逻辑为当一个地区深耕特色产业发展，其规模化、集群化发展带来商业机会提升、制造成本进一步降低，产业竞争力不断增强，形成比较优势，通过快速发展，逐渐在行业中形成垄断性的占比。

工作建议

一是精准嵌入区域发展格局。大足最核心的区位优势是贯通成渝、承东启西，成渝有着不同的产业侧重，我们产业发展也理应有不同倾向，建议“制造业向东融入主城，文创互联网产业向西服务成都”，利用两座城市的带动力推动自身产业发展。

二是努力把握时代浪潮。当今文化圈，最大的顶流是华流，最潮的时尚是国潮，我们文旅产业、文创产业发展亦应深耕大足深厚文化底蕴，在华流、国潮中找定位、找思路、出政策，创造更多年轻人喜爱的产品。今年以来，新能源车实现爆发式增长，全区特色产业发展亦应该瞄准新能源找方向、找出路、定目标，力争在新能源产业中占据一席之地。

三是进一步提升价值链、深化产业链。从七座冠军小城成功经验看，小城产业都在于发力细分领域，没有必要也没有能力实现某个大分类的全面发展，故建议对大足区“6+2”产业进行再精细化细分，进一步集中精力、突出优势、建立品牌，在每个产业中找到极具竞争力的细分领域，在细分领域打开市场，形成比较优势，带动产业发展。

四是建立公共品牌。引导各五金生产企业建立品牌意识，从代工贴牌向产品设计、品牌标识、商标注册转变，建立龙水五金为第一层次公共品牌，龙水菜刀、龙水剪刀等具体用途五金类为第二层次公共品牌，努力宣传推广“龙水五金”公共品牌。

五是用好优势资源。大足锇矿是世界最大最易开采的矿产，隆平五彩田园有着国民皆知的大IP，龙水湖水山是渝西难得的自然景观，这些都是我们领先于其他周边城市优势，这三方面产业发力将事半功倍，故应该在锇矿产业链条延伸、隆平五彩田园研学游、龙水湖康养等方面下深功夫、做好文章。

六是提升国际视野。当前大足锇矿有储量优势，但无产量优势、产业链优势，可效仿天齐锂业，借助国家力量，继续向上游延伸、向海外布局，真正掌握整个锂产业链，为国家战略、地方经济发展积蓄优势力量。

（执笔者：李广陵 调研组：邹陶、谭淑梅、王天、张磊、张瑾、唐甜、李世卫、刘晨雨、王伟炜、范传维、刘天渝、罗小燕、陈青青、张耀明、魏文成、石熠）

推动职业教育发展 培育大国工匠精神

□代敏

一、汇集政府、学校、社会三方合力，推动职业教育发展，培养大国工匠精神

首先，确立“管办评分离”的教育治理原则，厘清政府、学校和社会三者的权责关系，优化职业教育生态，建立系统完备、科学规范、运行有效的制度体系，形成职能边界清晰、多元主体充分发挥作用的新局面。深化政府职能转变，将教育“统管”转变为教育“督导”。鼓励多元办学，鼓励社会力量以资本、知识、技术、管理等要素参与职业教育。各类主体兴办的职业学校具有同等法律地位，企业独立办学、集团化办学、混合所有制办学应成为职业教育办学的重要形式。

其次，突出学校的办学主体地位，落实学校“立德树人”的主体与主责。扩大职业学校办学自主权，积极推进以章程为引领的现代学校制度建设，激发办学活力和自主性。职业院校要根据国家发展战略和产业发展现状适时调整授课内容、优化培养方

案，畅通人才多元化成长渠道，促进校企合作与产教融合，促进教育链、人才链与产业链、创新链有效衔接，推动“订单式”等多种人才培养模式。逐步探索高职专业设置备案制，进一步完善职业教育内部质量保证制度体系和运行机制，强化落实职业学校的第一质量主体责任。让受教育者牢固树立敬业守信、精益求精的职业精神。要把提高职业技能和培养职业精神高度融合，使“中国制造”更多走向“优质制造”“精品制造”，使中国服务塑造新优势、迈上新台阶。

最后，激发社会保障功能，形成教育合力。社会组织要主动作为，从营造环境、调动力量、引导舆论等多种手段激发社会的保障功能。相关单位要通过政府购买服务等方式促进社会力量广泛参与，推动各方形成合力，增强现代职业教育的发展动力。各方要营造良好的社会环境，为职业教育创造适宜的发展背景。充分利用社会舆论，为职业教育发展提供必要的舆论支持。加强价值观的引领，促进普职教育的协调发展，在全社会营造人人皆可成才、人人尽展其才、普

职学生皆有所用的良好社会氛围。引导人们改变对于职业教育的传统偏见，让大国工匠、能工巧匠成为受社会尊敬的对象，从而进一步刺激职业教育的发展。

二、坚持立德树人，德技并修，培养大国工匠精神

首先，强调育人和育才相统一，培养有“担当精神”的大国工匠。《论语·述而》记载：“志于道，据于德，依于仁，游于艺。”中国传统工匠将传统哲学与自身职业修养相结合，分为修技、修心、修道三个层面，分别是“技”“艺”“道”。因为热爱，所以钻研；因为钻研，所以极致；因为极致，成就匠心。“技道合一”的工匠精神一直流淌于中华民族的血脉之中。“技”即技术水平、技术能力、技术素养；“道”即崇德尚技的职业追求，坚定不移的政治立场、以国为重责任担当。“术到极致，几近于道”。技道合一是工匠精神的最高境界。“道”正，则术有所生；“道”斜，则术无所存。工匠精神是一种

“道”，作为灵魂的塑造和打磨，须担当、求大道。在职业教育中，要强化全过程育人，全员育人、全要素育人的社会主义核心价值观教育，着力培养学生服务国家、服务人民的社会责任感、勇于探索的创新精神和爱岗敬业的担当意识，提升专业技能，培养有“担当精神”的大国工匠。

其次，强调职业精神与技术技能培养相融合，培养具有“创新精神”的大国工匠。职业教育需要对接新经济、新业态、新职业，及时将新技术、新工艺、新规范等产业先进元素纳入教学标准和教学内容。瞄准技术变革和产业优化升级的方向，准确定位人才培养规格，科学制定、严格实施人才培养方案，培养适应高端产业和产业高端需要的高素质技术技能人才，服务中国产业走向全球产业中高端。发挥创新引领发展的动力作用，以创新为手段发展职业教育。通过多举办学生职业技能大赛等活动，激励学生涵养劳动情怀，不断追求卓越。以精益求精的敬业精神，强化“人人出彩、技能强国”的意识，争当知识型、技能型、创新型的大国工匠。（作者系重庆电信职业学院党委副书记、副校长）

2022年4月27日，习近平总书记致信祝贺首届大国工匠创新交流大会中号召，“大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，适应当今世界科技革命和产业变革的需要，勤学苦练、深入钻研，勇于创新、敢为人先，不断提高技术技能水平，为推动高质量发展、实施制造强国战略、全面建设社会主义现代化国家贡献智慧和力量。”2022年8月19日，习近平总书记在致世界职业技术教育发展大会的贺信中指出，“职业教育与经济社会发展紧密相连，对促进就业创业、助力经济社会发展、增进人民福祉具有重要意义。”习近平总书记的一系列重要指示，明确了培育大国工匠精神的整体目标，指明了职业教育和培养大国工匠精神的内在逻辑。“工匠精神”是一种职业精神，它是职业道德、职业能力、职业品质的体现，是从从业者的一种职业价值取向和行为表现，典型地表现为“精于工、匠于心、品于行”。新时代，我们需要在推动职业教育发展的过程中，着力培育大国工匠精神。