

<<劝富济贫>>

图书基本信息

书名：<<劝富济贫>>

13位ISBN编号：9787516104040

10位ISBN编号：7516104043

出版时间：2011-12

出版时间：中国社会科学出版社

作者：郑亦工 编

页数：343

字数：450000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;劝富济贫&gt;&gt;

## 内容概要

郑亦工编著的《劝富济贫(聚焦吕梁实践一个资源型地区的艰难转型)

》是一个模式 一个解决采煤地区社会矛盾的模式。

政府号召资源企业兴办公益事业，造福一方百姓；创办非煤产业，实现可持续发展。

无论这项活动被称为“一矿一业一事”，或“一企一事一业”，其实质都是通过劝富济贫的形式，实现资源财富在资源地区的普遍共享，缓和种种矛盾，实现公平正义。

《劝富济贫(聚焦吕梁实践一个资源型地区的艰难转型)》是一场被媒体高度关注的社会实践 起源于山西乡宁，在山西吕梁大范围开展。

截至

2011年11月底，驻吕梁企业及企业家在这一活动中的投入已逾136亿元，是吕梁市2011年1-11月份一般预算收入的1.6倍。

受这一模式的影响，陕北的府谷等地也在开展这一活动。

《劝富济贫(聚焦吕梁实践一个资源型地区的艰难转型)》是一本书 记录吕梁劝富济贫实践的书。

不仅因其轰轰烈烈的社会影响，更是因其探索而导致的争鸣。

书中收录了大量的媒体报道、各式评论、理论研究，以及当事人的体会，目的是为关注这一实践的人士提供更丰富的细节。

这是一群人 他们在政府的号召下，修路架桥、捐资兴学、捐修医院、敬老院，造福一方；创办各式非煤产业，无论是投资汾酒这类传统产业，还是投资LED这类新兴产业，他们都在实现自身可持续发展的同时，给山区农民带来新的就业机会。

他们不是那个被妖魔化的煤老板，他们的行动与见解，时有崇高的火花。

《劝富济贫(聚焦吕梁实践一个资源型地区的艰难转型)》是一个回答 关于让一部分人先富起来后，下一步该怎么办的回答。

从乡宁到吕梁，每一步的实践，都在为当代中国探索着，这是必须作出的回答！

## <<劝富济贫>>

### 作者简介

郑亦工，祖籍浙江，山西长治人。

1968年8月生，1991年毕业于山西大学中文系，现为山西经济日报特稿部主任。

首届山西百佳新闻工作者，首届山西优秀青年记者。

从业十八年，主攻深度报道写作，涉猎诸多领域，整版报道几乎发遍全国主要媒体。

曾获中国经济新闻奖4次，（其中一等奖1次）山西新闻奖9次（其中特别奖1次，集体特别奖1次，一等奖3次），作品入选中国青年报《冰点02》，家庭杂志《家庭十年佳作选》等新闻作品精选集。

亦曾入选《抗击非典的日日夜夜》、《从三千元起步》、《苦难中的财富》等6部新闻作品集。

编著有新闻作品集《劝富济贫，争鸣乡宁模式》。

为山西重大典型报道“右玉精神”的主要执笔者，为山西大型电视政论片《转型之路》的主要撰稿之一。

曾参与各级电视台多部电视专题片脚本创作。

## <<劝富济贫>>

### 书籍目录

序一：引导企业家走正路

序二：转型之路

#### 报道篇

吕梁煤老板不再炫富斗富

山西吕梁煤老板：从暴发户到慈善乡绅

对话煤老板：带领乡亲们致富让我们有成就感

吕梁纪检出击

附：如何预防和处置群体性事件

一个新农村建设折射出的转型吕梁

纪委调研山西白家峁煤矿群体性事件的背后

山西煤老板转身酿酒

吕梁“劝富济贫”背后：煤炭大省的艰难转身

吕梁探索体制外途径消融贫富差距

山西煤老板一次投入十亿元捐建学校外界不知

高调陈光标点评低调煤老板

山西吕梁拟用CSR考核煤老板

煤老板和慈善并不遥远

山西煤改困局

山西“煤老板”转型“玩”公益

吕梁198户企业开展“一企一事一业”帮扶活动

柳林“一企一事一业”：社会受益，企业借力

要为企业家承担社会责任提供平台

吕梁市“一企一事一业”活动扎实推进

与煤告别重写人生精彩

离石10民企近两亿元资助公益事业

柳林5企业投资4.2亿元建设聚鸦公路

为企业转型提供发展平台 为百姓造福建设民生工程

孝义煤老板转型文化产业

#### 评论篇

矿地矛盾问题的深层次探讨篇

“一企一事一业”大家谈

#### 文件选编

后记

## &lt;&lt;劝富济贫&gt;&gt;

## 章节摘录

“汾酒这几年发展缓慢，主要原因是投资不足。

”吕梁市副市长张中生认为，汾酒集团每年投资平均不足1亿元，而五粮液每年能投入50亿元左右。

回望20世纪80年代，汾酒集团却完全没有此时的尴尬：1987年，当时还叫“汾酒厂”的汾酒集团利税为8830万元，而五粮液和茅台不过2208万元和1391万元。

作为全国清香型白酒的代表，汾酒从1988年起连续6年在业界称雄，是货真价实的“汾老大”。

1993年，汾酒集团麾下的“杏花村汾酒厂股份公司”在沪市挂牌（600809.SH，以下简称山西汾酒），成为全国“白酒第一股”。

但是，汾酒却从此开走下坡路。

是年，全国原材料涨价，五粮液、茅台大涨价，将自己定位为高端白酒；而汾酒却主动降价，宣称要做大众白酒、“老百姓的名酒”。

这一失误，将高档白酒市场拱手相让。

酒是高税高利的产品，1993年分税制改革后，地方政府越来越重视白酒行业，地方保护主义盛行；汾酒薄利多销的定位，给其自身带来了发展瓶颈。

1994年，“汾老大”退居“亚军”；1995年，坠落至全国第十。

1998年，山西文水县一农民购入数吨甲醇，勾兑成“散白酒”后，在山西朔州出售，春节期间毒死多人。

此事轰动全国，为地方保护主义所利用，重创汾酒，从此“汾老大”开始蜗居老家，几乎成为山西的地方品牌。

事后有人指出，汾酒集团在“毒液事件”中应对不力，公关乏术，终致汾酒溃败。

2001年后，山西吹响“调产”号角，“汾酒复兴”亦被山西省政府重视；汾酒集团开始在央视等媒体大打广告，销售重现生机。

为节约开拓资金，汾酒集团试行了“工商联营”：汾酒集团授权经销商开发子品牌、设计酒瓶包装并做广告；而汾酒只为其灌装调好的白酒。

很快，汾酒麾下的各种子品牌冒出200多种，经销商串货严重，自己人开始相互压价厮杀；外省消费者则无所适从，不知哪种汾酒是“地道货”。在2008年上半年，这种“工商联营”模式被汾酒集团紧急叫停。

随后，汾酒调整了产品线和营销策略，不断提价，重点推介高端的“青花瓷”和“老白汾”，而低端产品则全部集中在“杏花村”品牌上。

.....

## &lt;&lt;劝富济贫&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

近年来，山西煤老板作为一个暴富群体被社会关注。和他们的巨额财富同步增长的，是山西省内收入差距的拉大和农民心理的失衡。如何平衡悬殊的贫富差距，是山西基层政府面对的一个难题。

——《中国青年报》记者王俊秀 吕梁纪检委所推行或主导的“一企一事一业”是运用党内手段、党外方式所做的社会矫正。

受益的是社会、百姓，煤老板不只是付出，也有收益。

——《农民日报》记者马小林 对于十数年来一直“靠煤吃饭”的山西来说，区域发展不平衡、村矿矛盾突出，迫使地方政府必须要找出一条转型的发展道路。

——《第一财经日报》记者高永钰 煤老板在积聚财富的同时严重地破坏了当地生态环境，而老百姓的生活质量因生态环境的恶化而下降，群体性事件易发、多发，吕梁“劝富济贫”正是希望探索出一条化解矛盾、消融贫富对立的有效途径。

民政部相关人士称，吕梁的做法教育了社会公众，有利于公益事业的发展。

——《公益时报》记者陈江宏 吕梁的活动是社会稳定的防洪坝，也是社会仇富情绪的疏导渠。

是推动资源型经济地区产业转型升级、村企共同繁荣、经济社会统筹兼顾、和谐发展之路。

——《山西经济日报》记者郑亦工 资源采掘业暴利如果不能引导投入当地社会经济事业，资源所在地将承受巨大损失。

——《山西晚报》记者李旭东 这种通过鼓励资源、能源企业投身公益事业、非煤产业的模式，进而形成符合科学发展观的新的产业，不仅造福当地群众，带动当地农民增收，有效缓解社会矛盾，而且能够促进资源企业转型发展，开拓了一条贫富携手共进之路。

——《新晋商》编辑部

<<劝富济贫>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>