

□《208户长沙人发起物业“自治”》追踪

科教新村前晚差点“沦陷”

# 30余保安悍然武力接管“自治小区”

## 只为争夺物管权：“业主想独立就别走新村的路进新村的门” 房产局将介入协调

■实习记者 王梦颖

长沙岳麓区科教新村共有五个小区，其中第五区居民不满业委会和大区原有物业，发动物业“自治”。但一年来，频遭大区业委会反对和大区物业公司极力阻挠(详见本报4月1日A3版、4月19日A12版)。有人说，第五区是块肥肉，自然物业公司要强行进入，好争得油水；也有人说，自然物业夹在中间确实难做。5月5日晚，第五区物业公司和大区物业公司的矛盾终于爆发，大区物业公司派来近30名保安拿着铁棍强行“攻占”了第五区，两物业公司上演了一场“抢地盘”之战。

### 【爆发】30余保安冲入第五区

昨日凌晨1时许，记者来到科教新村五区，第五区门前近百名业主站在雨中，保安室两扇玻璃门只剩下空框子，地上一片狼藉，满是碎玻璃和被撕得粉碎的第五区物业公司宣传牌，几个业主正在清理

现场。几个手持铁棍的男子则正被警察带上车。不远处，鞭炮声响起，业主说是在“欢送”“攻占”失败的大区保安。

“当时一群人突然冲进五区，手里还拿着铁棍，几个‘文身男’发疯般扯下我们小区物业公司的宣传牌。”第五区几名业主说。对峙从下午1时开始，近30名穿着制服的大区保安气势汹汹直奔第五区保安室，一进去就往外丢东西，还大声呵斥“这地方是我们的了，你们可以滚了。”然后把保安室里里外外的物业公司宣传牌全撕下来毁掉，第五区保安立刻上前理论，双方吵得很凶。

“我们根本没想到他们会采取暴力攻占的办法。”第五区保安队的李队长说，当时第五区保安有12人，正在执勤，见到对方强行进入保安室都气愤不已，但最终忍住没动手。

一位业主向记者出示了一份当时的录像。记者看到大约下午3点多，大区保安叫来垃圾车，准备拖走撕下的宣传牌，很快矛盾顿时激化，双方几十人打成一片，场面混乱，几

分钟后开始出现人员受伤情况。晚上9点多，岳麓区橘子洲派出所民警赶到，晚上12点多，大区保安被劝退，事件才算平息。

### 【大区物业】将再次请岳麓区房产局协调

第五区业主一致认为挑起这次事端的就是大区物业公司的保安，而且物业公司是知情的，甚至可能在幕后指使。对此，自然物业管理有限公司的总经理李自然有自己的说法。“情况我完全知道，第五区就是我们的地盘，我们要收回来。”同时，李自然告诉记者，事情刚发生他就接到消息了，并赶往现场进行谈判，目的仍是劝退第五区物业公司。“因为一个小区只能有一个物业公司，否则会造成管理的混乱，因谈判无果，我离开了，但后面发生的事情都知道。”

“时间长了，矛盾总要爆发。”李自然说，此次“抢地盘”事件，他不否认自己“走了极端”，但实属无奈，一年来，他曾无数次找岳麓区房产局



5月5日23点40分，岳麓区科教新村，在警方的干预调解下，持续一天的两方物业纠纷终于“谢幕”

协调此事，但均未得到解决。无奈之下他只能“私了”。他不排除以后还会出现类似“抢占事件”，不过近日，他将再次和岳麓区房产局协商，对于科教新村这块“烫手山芋”，只能有一个物业公司，要么是第五区物业撤退，要么是他“打包走人”。

### □互动热线

如果你对此事想表达自己的想法，可以拨打本报新闻热线0731-4326110，也可以登录华声论坛(bbs.voc.com.cn)浏览事件视频发帖留言。(长沙傅先生提供线索，奖励50元)

### □事件回放

#### 第五区“自治”之路充满坎坷

科教新村位于长沙岳麓区，是长沙市政府为了增加教师福利投入建设的，2002年前后建成并相继投入使用。科教新村共五个小区，一至四区为一二期工程，属经济适用房，第五区为第三期工程，属商品房，建成初指定湘诚物业管理有限公司进入小区，入住7年，整个科教新村脏乱差，盗贼横行。

2007年12月，湘诚物业公司终于在业主的指责中撤走。第五区208户业主决定走物业“自治”道路，成立了“第五区业委会”，聘请了新的物业公司。“自治”一年来，小区208户业主团结和睦，并且个个都是志愿者，义务打扫卫生，修剪花草，“第五区业委会”也得到业主们的认可。但就在业主们开始享受“自治”带来的果实时，矛盾接踵而至。

首先是第五区单独成立业委会的申请被长沙岳麓区房产局以缺少独立规划报建为由明确拒绝。自治意图同时也引起了科教新村大区业委会的强烈反对，“第五区若想独立，就别走科教新村的路，别进科教新村的门。”业委会主任胡建元明确表示。

# “湘盐”携手“湘酒”

## ——湖南轻工盐业集团与湖南中商浏阳河酒销售有限公司结成战略合作伙伴关系

本报讯 4月27日上午，湖南省轻工盐业集团有限责任公司与湖南中商浏阳河酒销售有限公司正式签署合作协议，结成战略合作伙伴关系，湖南省轻工盐业集团成为浏阳河特曲酒“全省总经销商。浏阳河特曲酒是湖南唯一一款以特曲命名的产品，是‘特曲中的VIP’，湖南的‘茅五剑’。

湖南中商浏阳河酒销售有限公司总经理徐先忠表示，他们将把湖南作为浏阳河酒发展、壮大的‘根据地’和‘大后方’，并热忱欢迎所有钟情于湘酒，热爱浏阳河品牌的各界朋友加盟。据了解，已走向全国市场的浏阳河酒，致力于把浏阳河酒打造成为‘湖湘名片’。此次合作就是浏阳河酒实施湘酒振兴、整合强势资源、实践全新营销模式的重大战略，是积极响应省政府2009年1号文件中的‘千方百计扩大本省产品销售，加大本省产品采购力度’号召的重要举措。

今年出台的1号文件《湖南省人民政府关于促进工业企业平稳较快发展的若干意见》明确要求，政府机关、事业单位和国有控股企业办公及公务活动，应积极采购和使用本省产品；支持省内企业利用国家扩大基础设施建设等机遇，积极开拓新市场。湖南省轻工盐业集团与湖南中商浏阳河酒销售有限公司的合作，正是基于强强联合振兴湘酒这一目的。湖南省轻工盐业集团有限责任公司总经



△湖南轻工盐业集团有限责任公司总经理郭剑萍(左二)、副总经理谭春初(左一)、湖南中商浏阳河酒销售有限公司总经理徐先忠(右二)、副总经理邓卫华(右一)在战略合作伙伴签约仪式上

理郭剑萍认为：作为湖湘儿女，作为一名有责任感的国有独资企业的负责人，也有责任、有义务振兴湘酒。湘酒的振兴是湖湘文化的复兴，应当唤起全省人民的文化自觉。全省的部门、单位都要响应1号文件的号召，积极采购、消费本土商品。选酒要选湘酒、选湖湘经典浏阳河酒，每个人都把浏阳河酒作为一张‘湖湘名片’来呵护她，发展她，营造‘湖南人以喝湘酒为荣’的良好消费氛围，以消费本省产品来支持本省企业发展。

### 钟情湘酒 强强联合

湘酒产业，曾经是与‘湘烟’齐名的明星产业。然而，近年来国内白酒市场上演的诸多精彩，却与湘酒无

缘。有数据显示：湖南白酒市场总额高达80亿元，但湘酒本土品牌却只有三分之一的份额。

面对严峻的形式，湖南中商集团董事长彭潮果断决定，调整战略举措，抽调精锐人马组建了湖南中商浏阳河酒销售有限公司。公司以‘诚信经营’和‘务实创新’为经营之道，以‘振兴湘酒，把浏阳河酒在湖南市场进一步做大做强’为使命，为客户提供增值服务，为员工提供广阔的发展平台，寓营销于服务，寓管理于培训。销售公司由国内白酒业资深实战派专家徐先忠先生亲自担纲，并由亮剑营销管理咨询机构提供全程营销管理咨询服务。销售公司立足湖南，在湖南市场建立强有力的各级销售组

织和销售网络，全力运作浏阳河酒的核心产品，包括浏阳河特曲酒、浏阳河珍品青花瓷酒、浏阳河年份酒、50周年特供酒四大系列产品。

“浏阳河”品牌浸润着红色文化和伟人文化，有着深厚的湖湘文化底蕴，先后获得了‘中国驰名商标’、‘全国重点保护品牌’等荣誉称号，其品牌价值上升到100亿元，是响当当的金字招牌。特别是‘浏阳河’倾力回报社会，有很高的美誉度，2009年2月被湖南省人民政府授予“湖南慈善奖”，4月荣膺‘中国2009十大慈善企业’。过去，浏阳河酒在部分消费者心中是中低档酒的形象；现在浏阳河年份酒、特曲酒、珍品青花瓷酒等高档酒已经进入高档酒店，上了公务宴请的餐桌。浏阳河酒芳香沁人心脾、气质优雅动人，被人称作芙蓉国里盛开的一朵奇葩。“我们希望通过浏阳河酒的品牌知名度和美誉度，将全省湘企联合起来，共同为湘酒振兴打响一场收复失地的攻坚战”徐先忠说。

就在湖南中商浏阳河酒销售有限公司为湘酒振兴跃跃欲试的同时，有一个酒业之外的国有独资的优势企业也瞄准了湘酒——它就是湖南省轻工盐业集团。作为国内一流、盐化一体的特大企业集团，湖南省轻工盐业集团分子公司达80多家，2008年全年累计实现销售收入21.4亿元。为把企业做大做强，湖南省轻工盐业集团公司提出‘二次创业’的口号，成

立了‘市场营销部’即‘非盐商品经营部门’。湖南省轻工盐业集团副总经理谭春初介绍到：我们一直都在寻求名、优、特等非盐商品，利用盐业专营形成的现有条件及营销网络，挖掘网络增值潜力，实现商品经营多元化、网络增值和经营增效。经过详细考察，我们发现湘酒有‘机’可为，特别是浏阳河酒发展潜力不可估量，所以我们决定与湖南中商浏阳河酒销售有限公司合作。”

### 优势互补 合作共赢

在湖南中商浏阳河酒销售有限公司和湖南省轻工盐业集团合作洽谈过程中，对于彼此的优势与劣势，如何运作、合作，以及如何展开密切合作，双方经过了十余次密切沟通。

湖南省轻工盐业集团是省属国有独资重点企业之一，国家是企业的唯一出资人，拥有极高的信誉保证，能为浏阳河酒营销提供很好的信誉平台；湖南省轻工盐业集团主业经营状况十分稳定，集团每年有较高的盈利，资金充裕；由于集团业绩好、信誉强，已经与全省各级政府建立了较好的联系，工作沟通容易，为浏阳河酒提供了很好的外部公共关系环境；在多种盐产品的长期的销售过程中，湖南省轻工盐业集团在全省范围内建立了健全的营销网络，培养了庞大的专业营销队伍，掌握了大量的零售商和客户

的一套完整的业务档案资料，这是及其难得的资源，这能为浏阳河酒打开销路起到关键作用。

“此次和浏阳河酒这样湖湘知名企业，国内一流的酒业品牌企业合作，我们信心满满”谭春初表示。浏阳河酒的营销理念、对市场前景分析等方面都很切合实际；对培育市场制定的相应营销策略等思路都十分清晰；企业管理模式先进、信息化管理程度高。这些都能够给湖南省轻工盐业集团实施‘非盐经济营销战略’带来新的理念观点、锻炼营销队伍、提供样板市场的建设。

谭春初详细介绍到：我们对浏阳河特曲酒的销售很有信心，我们的目标是：努力实现销售收入破亿元大关。并借此机会向全社会展示一个全新的企业形象，我们不但能卖好盐，也能卖好酒，通过实践打造一支‘一专多能’的精英营销团队”。

有人评价，湖南省轻工盐业集团和湖南中商浏阳河酒销售有限公司合作，双方能够最大程度实施优势互补，实现互利共赢。浏阳河酒无比尊贵、气质非凡，是湘酒之‘凤’，湖南省轻工盐业集团营销网络庞大健全，是营销领域之‘凰’，他们的合作正是‘凤’与‘凰’相遇，是‘凤’与‘凰’合鸣。我们期待他们的合作唱出湘酒振兴的最强音，带动湘酒产业振翅高飞。

■文 / 尹佩佩 王珊 孙娅 本文转载 5月4日《湖南日报》头版