

时事搜索

Shi shi sou suo

济南将推动更多“一件事”上网运行

导报讯(记者 吴淑娟)经济导报记者从22日举行的济南市委市政府新闻发布会上获悉,济南将推动更多“一件事”上网运行;探索推进“秒报秒批一体化”一键办理新模式,打造“一部手机走泉城”;探索“区块链+”“量子技术+”“电子档案+”等各类应用场景的标准创新,打造可复制推广的数字政府建设标准;深化可信身份认证和电子印章应用,试点开展为新开办企业免费发放基于区块链的电子印章。

据了解,济南将构建全市统一政务区块链平台,构建空天信息创新平台,在济南政务云部署齐鲁卫星地面系统并开展试点应用。

春节餐饮交易额同比增长261%

据新华社电 记者从商务部获悉,2021年春节黄金周期间,广大餐饮企业在做好疫情防控的基础上,优化丰富菜品,创新服务方式,保障群众“就地过年”,餐饮消费迎来“开门红”。据有关协会和外卖平台调查,全国87%的餐饮企业春节期间正常营业,餐饮交易额同比增长261%。

另外,外卖订单持续火爆。据餐饮外卖平台数据显示,今年春节期间全国餐饮外卖交易额同比增长154%。(王文博)

预计二季度生猪存栏可恢复至常年水平

导报讯 2月22日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,围绕今年中央“一号文件”介绍乡村振兴有关情况。农业农村部部长唐仁健表示,预计今年二季度前后,生猪存栏大体可以恢复到2017年正常年景的水平。

唐仁健表示,从去年开始,采取了多项措施支持恢复生猪产能,到去年底,生猪存栏已经恢复到2017年的92%,超过预期12个百分点。下一步,随着产能逐步兑现,生猪产能最紧张的时期可以说已经过去。(亚楠)

证监会拟对14家次审计和评估机构出具警示函

据新华社电 证监会日前通报了2020年审计与评估机构检查处理情况。

根据检查结果,证监会拟对8家次审计机构及28人次注册会计师,6家次评估机构及27人次资产评估师,6名违法买卖股票的执业人员采取出具警示函的行政监管措施并记入诚信档案,同时对部分涉嫌违法违规的问题线索移交稽查处理。(吴黎华)

氢燃料电池车2021年强势开跑



导报讯 经历了2020年的短暂低谷后,氢燃料电池车2021年强势开局。据统计,2021年以来,国内通过公开招标采购的氢燃料电池车数量已达690辆,占到2020年全年燃料电池汽车产量的57.55%。

市场需求潜力进一步释放的同时,运营氢燃料电池公交车的城市和区域也在不断增加中。据统计,今年以来已有马鞍山市、乌海市、青岛市、常熟市和佛山市高明区等地新增了氢燃料电池公交车的投放应用。(王子霖)

文创园区可持续发展亟待提升“内生力”

“网红”变“长红”,星工坊还得加把劲

文创产业上下游企业应围绕热门IP孵化、文化产业人才养成、文化衍生品价值“变现”等发力,培植“内生力”



在山影·星工坊内,来此游玩的孩子并不多 初磊 摄

◆导报记者 初磊 济南报道

刚刚过去的春节小长假,让不少就地过年的济南市民,有机会携老带幼打卡网红目的地——山影·星工坊儿童文化工厂,但体验感却是褒贬不一。“培训机构扎堆,配套餐饮太少。”2月19日下午,带着二孩在星工坊游玩的卢晓萱介绍,“之前孩子特别喜欢的汽车乐园项目已经没有了,期待‘网红’能变‘长红’。”

经济导报记者调查发现,开业3年多以来,星工坊主题项目和休闲业态均出现了调整,因运营资金不充裕,目前还有两栋闲置厂房待盘活启用。

实际上,不少文创园区也面临类似的发展难题。文创专家、山东世博文化传播有限公司董事长王振华认为,文创园区要想“长红”,“内生力”一定得加把劲。

文娱盛宴还不够味儿

星工坊从一落地就自带网红气质——中国重汽技术中心老厂区借文创孵化之手华丽变身,星工坊·飞尔姆乐园项目闪亮登场。

时间回到2015年7月,山东影视传媒集团与中国重汽合资成立山东星工坊影视文化有限公司,同步推出星工坊·飞尔姆乐园。园区利用重汽技术中心旧厂房、仓储、大楼改造建设,占地76.8亩,改造后建筑面积达6万多平方米。项目立足影视产业的后续产品开发,将文化旅游与影视文化、高科技、娱乐体验相结合,以影视娱乐、教育培训和衍生品为商业模式,尝试培育一个特色文旅和先进创意产业园。

卢晓萱清晰记得,2018年12月,她家大宝读幼儿园大班,星工坊儿童文化工厂二期开业。当时,儿童主题影院、芬兰愤怒的小鸟游乐中心、星工坊汽车乐园等主题项目和部分休闲业态,给宝宝和孩子们带来了全新的体验。“一进场能玩三四个小时,乐此不疲。”卢晓萱说。

如今,愤怒的小鸟还在,人气却不如之前,汽车乐园项目却早已不见了踪影。游乐中心一名工作人员确认,当时汽车乐园项目由奔驰冠名,是星工坊自营项目,考虑到运营成本,项目“停摆了”。

资料显示,2017年12月21日,星工坊一期开园,当时,园区内豹纹龙文化产业孵化中心、山影

星工坊·演艺星学院、国际艺术家驻留中心联合开放。

21日上午,经济导报记者在星工坊现场探访获悉,早期的这些项目多已“沉寂”。例如,豹纹龙文化产业孵化中心还在,但占了一整层的演艺星学院大门紧闭,人去楼空;其余楼层有出版社、多家文化传媒公司及教育培训机构,出版社还在正常运营,文化传媒公司不见人影。

国际艺术家驻留中心楼宇,现为星工坊办公楼,一家在2楼层的绘画沙龙已搬迁至园区中影星美影城3楼。

汽车4S店落地支撑运营

行走在星工坊园区内,迎面吹来的是带着艺术范儿的工业风,身旁是有历史感的厂房,厂房内外添了一些有时尚气息的改装,老厂区改造还在进行中,有两栋厂房外已围了一圈围挡。采访中获悉,业态的调整一直没有止步。

例如,曾经让人充满期待的韩国美动全息剧场、福莱堡儿童主题游乐场、美国凯斯国际幼儿园等业态,已被新项目所取代。其中,留给韩国美动全息剧场的

空间,已变身成湖南芒果小戏骨影视演员孵化基地;代替美国凯斯国际幼儿园的,是一家仁爱悦国际幼儿园。

在园区北侧,三期项目中已落地了一家广汽本田4S店。山东星工坊影视文化有限公司运营负责人张丰薪对此确认,由于资金紧张,一栋厂房改造了一半,将出租给另外一家汽车4S店。汽车4S店项目在此落地,有望增补园区营收。“影视+儿童文化产业的回收期漫长,下一步将增加餐饮业态的占比。”他介绍说,原来的福莱堡儿童主题游乐场,计划变身成餐饮休闲区,主推餐饮业态。

网红打卡地如何持续运营变“长红”,让星工坊不得不先直面一个问题:改造厂房的钱从哪里来。眼下,星工坊正“爬坡过坎”找出路。

“1+1”裂变关键:培植内生力

文化产业是新旧动能转换的重要动力。星工坊“影视+儿童”产业园,填补了山东文化产业园区的空白,回看其运营之路,知情者表示,盈利模式更像是“二房东”:租赁工业厂区,改装后

跨境电商“孵出”创客来

<<上接1版

20日,作为民族品牌“一丝依(Yesnow)”的创始者,并为梅西百货、UGG等世界知名品牌和商场供货的烟台众联实业有限公司,其财务经理李常良接受经济导报记者采访时介绍,目前企业外贸订单情况比较稳定,车间生产订单已经安排到6月底,总体来看2021年上半年情况比较理想。

从2020年国内疫情期间的停工停产到如今外贸家纺出口生产的利好,李常良感慨外贸“大火”并非“虚火”。“疫情影响到周边国家,订单回流到国内,很多老客户把原来放到印度和巴基斯坦的订单转到国内生产。”

经济导报记者在走访中了解到,山东省内不少外贸企业都处于满负荷运转状态,销售额甚至超出同期30%。

“我们年初六就已经开工了,目前公司3个车间600名员工两班倒加紧生产,机器全部满负荷运转。在老客户发来订单的基础上,我们还通过开发新产品,订单量一度爆单,销售额甚至超出去年同期30%。”青岛圣雅迪尼外贸有限公司副总经理孙长斌接受经济导报记者采

访时介绍说,其所在工厂出口产品主要为国外圣诞节等节庆产品。针对海外“宅家”需求,他们又开发出了系列家居用品,生产的瑜伽垫也成为海外电商平台的“网红”款,更通过国外直播平台 and 网红达人带货平台打开了新市场。

跨境电商“买卖”全球

由山东云麓科技有限公司着手打造的跨境电商小镇项目成为山东省内跨境电商行业的“网红”级项目。在春节前夕,跨境电商小镇中的孵化器已经落户了10余家外贸企业。

“疫情催生了跨境电商业务的发展,境外购物习惯也转移到线上,我们借此抓住了先机。通过多年的运营,整合了物流、海外仓及海外末端配送等环节,解决了山东跨境电商发展的痛点。”

山东云麓科技有限公司副总经理徐欣在接受经济导报记者采访时表示,传统外贸多基于线下,且相对分散,产业化、体系性明显处于劣势。通过打造跨境电商小镇对外贸新模式,可缓解当前外贸企业的压力,增加外贸企业的

订单;另一方面也有助于满足和刺激消费需求,推动消费复苏。

“济南是刚开放的试点城市,与其他外贸重点试点城市相比起步有点晚,我们希望通过搭建跨境平台,把优质的资源和运营优势带到山东,服务相关产业链。”

徐欣介绍,2020年公司已经把跨境贸易产业链全环节打通了,下一步的重点就是培养人才,孵化更多的适合做跨境电商的企业加入山东跨境电商的产业发展中来。”徐欣分析,2020年山东新增加密国际货运航线52条,“齐鲁号”欧亚班列开行1506列,增长43%。山东省跨境电商进出口增长366.2%,刷新纪录。国内跨境电商的潜力还没被完全释放,预计到2035年35%的外贸额有望通过跨境电商来完成。

徐欣介绍,跨境电商已成为山东省创新创业的新高地,未来对人才的需求量也会越来越大。针对目前山东省内的跨境电商“短板”,孵化器的首要任务是培训。“我们邀请的讲师都有过成功运营营业额过亿元的跨境电商店铺的经验,能直接让企业将理论和实操相结合,迅速解决外贸企业面临的瓶颈问题。”

山东要建30个以上工业互联网产业园区

导报讯(记者 吴淑娟)经济导报记者从22日举行的山东省政府新闻发布会上获悉,山东将在山东半岛工业互联网示范区开展“一院、一公司、一平台、一中心、多园区”等重大项目建设,加快5G、标识解析二级节点、确定性网络部署,建设30个以上工业互联网产业园区。

据介绍,山东目前专线接入的企业超过7万家,4G基站达32万个,5G基站开通超5.1万个,标识解析二级节点达到9个。“云服务券”发放补贴超过1.4亿元,带动上云用云企业22.6万家,培育人工智能+5G试点示范项目603个,国家级试点示范项目70多个。

“十四五”时期,山东将重点开

抢抓消费新风口

市内免税店建设风生水起

继离岛免税之后,市内免税正站上消费投资风口。近期天津、成都、武汉等地纷纷宣布即将开设市内免税店。

业内人士预计,随着政策支持加码和国内消费升级潜力释放,市内免税消费将迎来快速发展期,未来还会有更多城市加入开设市内免税店的行列。

在中央明确要完善市内免税店政策,建设一批中国特色市内免税店的背景下,今年以来,已有多个城市官宣将争取年内开设市内免税店。其中

招商运营,收取租金,在自身文创“变现”上,还明显不够,在这个工业园区载体上,业态配置还没充分发掘出影视制播分离产业链的价值。

综观济南文创园区,从1908鲁丰创意园,到D17文化创意产业园、山师东路六号创意园,为了带“流量”,不乏“逛吃逛吃”的烟火气。影视传媒公司“牵手”工业企业,一直被文创行业和市民寄予厚望,其自带流量,如何持久吸引新客流?

在王振华看来,“文创产业链条很长,一座园区内的业态配比,若不能让上下游企业因集聚而实现互补、因集聚而产生内生力,就只是‘噱头’,走不长远。”星工坊要“长红”,就要在文化创意上实现上下游企业“1+1”的裂变。

不可否认的是,疫情对国内的文创行业带来了巨大冲击,也改变了行业发展趋势和消费需求。景区和商家都在关注如何打动消费者。大数据统计显示,不少网红景点,尤其是老牌文化场馆,纷纷嫁接了技术手段,通过技术创新满足游客的沉浸式体验。比如,首都博物馆等以“文物的时空漫游”为主题的数字体验展,就新增了大量游客,开展当月,接待人数突破了5万人。

对此,王振华建议,在顶层设计上,山影和重汽应从如何在资产和资源融合下实现共生共赢出发。比如,山东影视传媒可以充分发挥其在节目制作、频道播出的资源优势,工业厂区可以有厚重感的工业故事孵化出新IP,双方发挥资源相融、上下游环环相扣的长效性,在“聚”中迸发出文化产业的命脉,围绕热门IP孵化、文化产业人才养成、文化衍生品价值“变现”等发力。

“为满足游客求新求异心理,不少文创园区靠颜值成‘网红’,但要‘长红’,‘内生力’一定得加把劲。”他说。

