振兴路上 胶味领“鲜”

■ 张超

蓝天裹着白云,“绿地”圈着黑猪,在青岛胶州市胶河源农产基地的田野上,恬静悠闲的风景如画。这里的“绿地”并不是指草地,而是眼前一片片绿油油的有机大白菜。

胶州农产品素有“红黄黑白”之称,在胶河源农产基地,一下子就占了“黑白”两种,即胶州大白菜和里岔黑猪。

高成敏是基地的负责人,从基地2006年建成,他就一直在这里工作。“基地拥有30多个大棚,产出40余种蔬菜,胶州大白菜是其中最重要的一部分。价格高的时候,这里的一颗白菜曾卖出过一颗99元的‘天价’。”高成敏说。

白菜卖出了黑猪肉价!

记者了解到,这里的大白菜种植从种子选取、下种到收获、包装上市等过程全部由胶州大白菜协会技术人员指导和监督。“在种植过程中用豆饼等有机肥作为肥料,严格按照要求不使用化肥、农药,人工除草,采用物理杀虫方法,这样种出来的白菜品质优良、营养丰富。”高成敏介绍。

贵除了成本高外,还因为“稀少”。

目前,胶州普通大白菜的种植面积约6万亩,经胶州大白菜协会认证的基地种植面积只有6000余亩,也就是常说的精品“胶白”。这些基地产的大白菜棵棵都配备了“身份证”,可追溯,采摘后的第一件事就是粘贴原产地证明商标。

“商标上印上了编码、查询网址和查询电话等,便于查询这棵白菜的生产基地、基地情况、种植过程、产品质量检测结果等信息。”高成敏说,只有能够严格按照胶州大白菜的生产技术规程进行生产,才可以申请使用“胶州大白菜”证明商标。

●胶州大白菜种植基地

●里岔黑猪

在胶河源农产基地,与大白菜种植“一墙之隔”的是胶河源里岔黑猪养殖基地,在这里,记者看到,一头头毛色全黑,体质结实,结构匀称的“里岔黑猪”正在栅栏里悠闲地晒着太阳。作为我国优良地方猪种之一,里岔黑猪的显著特点是体长,其肋骨15—16对,具有比一般猪多1—2枚胸腰椎骨数的独特性状。

“要想养好这样一头‘奔跑的万元户’可不简单。”高成敏说,基地坚持用传统的“笨方法”,比如用玉米、豆饼并添加时令蔬菜饲养,坚持300天以上的生长周期。

有业内人士表示,因为传统的选育方式依然缺乏系统性和科学性,“国产猪”养殖效率低下导致成本过高,终端黑猪产品价格普遍昂贵。里岔黑猪肉如何才能走进寻常百姓家呢?

胶州的做法是“吆喝不耽误干事”,通过叫响品牌,“倒逼”里岔黑猪产业化发展速度。目前,胶州通过引入巴克夏种公猪,通过杂交选育培育里岔黑猪新品种——“里岔长黑猪”,在保证肉质基本不变的情况下,提高生长速度、出肉率和瘦肉率。

“推动农村一二三产业融合发展,农产品品牌化必不可少,这是促进现代农业提质增效的重要一环。”在胶州市农业农村局副局长王昭凯看来,品牌也是一种效益引领。事实证明,这些年来,胶州通过打造“胶味领鲜”这一农产品区域公用品牌不仅为农户带来了种植效益,也使相关产业链得到进一步延伸。

今年3月30日,“胶味领鲜”助推产业发展——里岔黑猪等品牌推介专场活动在胶州举行,这是当地农业品牌推广年内例行活动之一。活动现场,胶州市副市长高燕介绍,推出“胶味领鲜”农产品区域公用品牌,旨在整合胶州市各种优质特色农业资源,构建价值清晰、形象统一、资源整合的农产品区域公用品牌,推动更多胶州优质特色农产品走出山东、走向全国,迈出国门,追求更大的国际市场发展空间。

振兴路上,胶味领“鲜”。记者深入了解胶州的现代农业和乡村振兴建设发现,在“胶味领鲜”农产品区域公用品牌引领下,胶州农产品品牌化建设取得了不俗的成绩,目前拥有各类农产品品牌136个,其中,国家级品牌8个、省级品牌21个。

让民族元素“动”起来 产业品牌化“活”起来

■ 王丽 谢慧芳

日前,贵州省铜仁市松桃县沙坝河乡一苗家小伙制作了一组“桃宝家庭”动态微信表情包上线,表情包原型为铜仁辖区扶贫产业武陵山黄金桃。随着下载使用率增长,铜仁辖区的优质黄桃以灵动的形象走入大众视线,“铜仁武陵山黄金桃”品牌也随之迅速打响。作为松桃本土人,他又将如何运用文创助力家乡产业发展呢?记者找到他,详细了解了情况。

打开“桃宝家庭”微信表情包,24只灵动的桃宝们映入眼帘,欧正进就是这组表情包设计者,交流中,他现场向记者演示了表情包由静到动的制作步骤,只见他打开样图,在时间轴的每帧上逐帧绘制分解动作,合并后,一只静态的小桃子瞬间动了起来。

欧正进向记者讲述了他选择微信表情包助力产业发展的原因:“因为现在大家都知道,微信是人们必不可少的App。如果我们的产品能在微信表情上传送传播,这也是刷新我们品牌宣传的一种渠道之一。”

欧正进告诉记者,他先后从事童装设计、影视传媒、卡通动画设计等工作,尽管工作领域切换了不少,但以“文创”助力家乡发展的初心未曾改变,既然微信表情包能让武陵山辖区的黄桃产业推出去,那定能将松桃的特色产业也推出去。松桃最大的特色莫过于丰富多彩的苗族文化,而这当中属以图案精美的苗绣影响力最广,于是他先去往锦绣坊工厂寻找苗绣纹样设计师龙坤,希望从他的设计思路里找到共通之处。

松桃锦绣坊纹样设计师龙坤说:“我们为了想得到一幅理想的刺绣作品,我们首先第一步先把设计稿做好,根据画面的需要,我们采用不同的纹样来组合,除了纹样组合,还有色彩多方面的元素考虑。”

欧正进说:“看到我们苗族服饰里面丰富的一些苗绣元素,让我联想到了皮影戏,从而,我就有一个想法想让这些元素动起来。”

无论是静态呈现的苗绣作品,还是动态呈现的文创作品,都需要从多元素中筛选、再整合。于是,欧正进又穿梭于大街小巷,从商店挂售的苗服、苗帕、苗银上积累设计元素,作为今后作品的原型。期间,他还想到了与商家互惠双赢的好办法,将设计成品上传至网络共享资源,不仅可以拓宽“松桃苗品”经营者的销路,还是迅速让“松桃苗品”实现走远、走高,深入人心的有效传播途径,从而激活松桃苗族产业经济快速发展。

“能为家乡的产品设计,这是一件很幸福的事,希望能有更多我们松桃的设计师和热爱松桃的设计师加入到松桃文创团队中来,一起为建设美好松桃添光加彩,为松桃的乡村振兴助力。”欧正进说道。

松桃苗族特色繁多,有苗族祭祀、苗族绝技绝艺、苗歌对唱等,打通全面呈现松桃苗族特色文化的产业之路任重道远。祝愿“文创”的兴起,能够尽快实现苗族元素“动”起来,产业品牌化“活”起来。

新国货为中国消费市场注入活力

■ 吴晓璐

近年来,新国货为中国消费市场注入了新的活力,促进了疫情防控常态化后中国经济快速恢复。今年是“十四五”开局之年,新国货的崛起为中国经济注入了活力,当前中国已经进入消费升级的重要阶段。

毕马威中国副主席吴国强表示,疫情对全球经济造成了巨大冲击,中国是去年全球唯一实现正增长的主要经济体。构建新发展格局已纳入“十四五”规划,将成为中国经济高质量发展的核心框架。构建强大的国内市场是其中的关键,扩大国内消费无疑是重点,需要培育消费新场景和新渠道,激活国内市场,实现消费升级。在这样的背景下,国内消费市场上不再是“外来和尚好念经”,一切品牌必须通过实现本土化,进入全新的生命周期。中国品牌由于在供需两端所具有的独特优势,将迎来快速发展期。

在新国货品牌崛起的背后,除了有国家政策的引导、电商平台的支持外,还有“Z世代”(意指在1995年–2009年出生的人)对新国货的坚定拥护。这部分消费群体成长于中国经济崛起和信息技术高速发展的时代,一方面对国家文化拥有更高的自信心,国家的认同感和民族的自豪感赋予这一代消费者更加包容的消费理念;另一方面对于电子产品和网络有天生的认同,勇于尝鲜,个性化表达成为消费关注点。消费群体的新特征给予了中国品牌巨大的成长空间。当年轻的“Z世代”逐渐进入社会并进入工作场所,他们的收入和消费水平将进一步提高,“Z世代”将成为国产品牌消费的主力军。毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人钱亦馨表示:中国的消费市场呈现出持续复苏的态势,数字经济将推动新消费进一步发展,国货将进一步得到消费者的青睐。近几年国货提质创新,消费者对国货的认知度和信任度不断提升,加之对本土文化的情感共鸣,未来消费者进一步青睐国产优质品牌将会成为一大新趋势。在此背景下,毕马威即将推出新国货50榜单,发掘中国新消费新国货的代表,突出国货品牌的优势及创新做法,鼓励他们持续为中国品牌发展做出新的贡献,从而推动行业建设和发展。

品牌消费持续升温 北京城市副中心发力首店经济

■ 王维祎

北京市通州区再为消费提质增速添一把火。近日,通州区发布《2021年通州区促进商品消费增长工作措施》(以下简称“《措施》”)指出,北京城市副中心将大力发展首店首发经济。在发展首店经济的背后,折射出了地域内消费市场增长快速的信号。更具新鲜感的“首店”也将进一步激发市场潜力。

17条措施促消费

据北京商报报道,促进消费政策接连发力。《措施》中提到,北京城市副中心将实施“一店一策”改造,推进传统商业转型升级;加快推进商圈改造提升,培育网红消费打卡地;支持新建和改造大型商业设施;构建体验消费新场景;鼓励大型商业载体与国内外知名品牌合作,发展首店首发经济等17条举措。

其中提到,北京城市副中心将推动利用老旧厂区升级改造,不断加大消费供给,培育网红消费打卡地,形成新的特色商业街区。充分研判现有重点区域的商圈、街区资源,打造深夜食堂特色餐饮街区。尤其,发展特色商圈和街区,提升消费环境,加强九棵树商圈、北苑商圈、运河商务区、环球影城等一批活力街区和高品质商圈建设。

关于发展首店经济,《措施》提到,北京城市副中心将制定出台相关政策,设立专项资金,鼓励大型商业载体与国内外知名品牌合作,大力发展首店经济,落实首店示范项目支持政策,对在本区开设品牌首店、旗舰店的国内外知名企业及授权代理商给予支持。培育展示推介载体,支持首店入驻及品牌新品首发。与此同时,北京城市副中心还鼓励电商平台、第三方机构等引导国际品牌在区内开设首店。

区域优势渐显

首店不仅是一线城市的专利,还是区域内激发消费活力的新动能。记者了解到,北京北投爱琴海购物公园将于今年上半年开业,与之同时剧透的还有诸多新品牌、新模式、“首发首店”将随之落户北京城市副中心。

据悉,星巴克臻选店、K22.酸奶草莓、名创优品黑金店、Rookie、TEEBOX、首泰拳馆、青年公社餐厅等品牌都将在北京北投爱琴海购物公园开出区域首店。其中,K22.酸奶草莓将在北京北投爱琴海购物公园开出北京首家旗舰店,星巴克臻选店、名创优品X漫威IP黑金店、Rookie均为北京城市副中心地区的首店。

无论是北京首店或者通州区首店,新品牌进入地域内,都将为北京城市副中心的消费者带去更多新的消费体验,同时也推动地域内的品牌迭代升级。

另外,随着环球影城的开业,其周边也将聚集诸多首店。公开资料显示,北京环球城市大道拥有24家店铺,包括:1家多功能影院,15家融合中西方特色的美味餐厅,8家世界知名零售商铺以及11辆零售与餐饮的移动售卖车。来自美国的萌萌牛鱼寿司汉堡餐吧,将在城市大道设立首家海外门店。

●通州区首家星巴克臻选店

保有消费活力

实际上,品牌进入市场也可以尝试结合本地特色设置独特的体验空间。消费者愿意为优质的服务、好的商品买单。

记者注意到,此前,星巴克在北京开设了全球首家啡快概念店,啡快门店包含了“在线点,到店取”的啡快服务、专星送外送服务和到店体验三大服务功能。相关数据显示,我国网上外卖用户规模接近4亿。国际品牌新模式、新门店进入中国市场,也在迎合当下的消费习惯。

品牌资源似乎已成为消费名片。RET睿意德董事索珊表示,在高竞争的当下,商场、购物中心的运营、招商团队等都在寻找差异化的品牌组合以及首店、网红店、概念店、旗舰店的入驻。过于强调“新”未必是蹊径一条,“活力品牌”是区域内认可和认知度高的品牌,而并非一再求“新”。对此,运营团队可以尝试主动寻找差异化的创新品牌,避免“坐招商”。

威海新型智慧城市创建品牌确定

■ 沈道远 刘梓萱 崔健

4月6日,记者从山东省威海市大数据中心获悉,在日前召开的山东省新型智慧城市建设暨大数据创新应用“问需于民”需求清单发布会上,公开了山东省新型智慧城市“一市一品牌,一县一特色”创建计划。其中,威海市(主城区)创建品牌确定为“精致威海 智慧小区”,文登区创建特色为“互联网+医疗”新生态,荣成市创建特色为垃圾“智”联网,乳山市创建特色为义务教育入学线上报名。威海市“创新打造社会保障‘数字公共服务体系’”等案例获得了多项省级荣誉。

智慧城市品牌 创建“一县一特色”

山东省新型智慧城市建设暨大数据创新应用“问需于民”需求清单发布会上,发布山东省新型智慧城市“一市一品牌,一县一特色”创建计划。

以威海市(主城区)为例,“问需于民”需求清单有扩大政务服务网上办理范围,提升办理效率;实施医疗健康数据共享,推进居民健康信息在医院间互通互认;加快可穿戴智能设备推广应用,对居民健康信息实时监控,发生异常情况自动报警;加快充电桩、智慧灯杆、智慧零售终端等便民设施建设。

威海市大数据中心工作人员介绍,今年以来,全省组织开展了新型智慧城市建设暨大数据创新应用“问需于民”专项活动。活动启动后,威海市民主动参与,积极献言献策,我市汇总整理出一大批重点需求清单,明确了智慧城市建设的重点任务和改进方向,同时形成了符合自身实际的新型智慧城市建设特色品牌。

威海市(主城区)创建品牌确定为“精致威海 智慧小区”,计划通过完善基础设施建设、健全物业服务体系、加强治理能力建设等手段,推动移动互联网、物联网、大数据等现代信息技术与住宅小区规划、建设、管理、服务深度融合,提升居民生活品质。

文登区创建特色为“互联网+医疗”新生态,计划通过手机在线预约诊疗,在医院就诊过程中实现自助机缴费、手机缴费、医保自动结算,电子病历、检验检查结果(如医学影像)等信息各医院互认。

荣成市创建特色为垃圾“智”联网,计划选取1261个垃圾收集点、91辆垃圾收运车作为试点,通过安装物联网设备,实时监测垃圾分类回收情况,统筹调度垃圾转运车辆运行,实现垃圾有序分类、转运,以智慧化方式赋能健康生活。

乳山市创建特色为义务教育入学线上报名,计划实现幼升小、小升初学生入学信息线上填报,自动划片,并可查询录取结果。

威海将以这次“问需于民”活动为契机,着力打造系列智慧特色应用场景,让广大群众的生活更便捷、更智能、更美好。

数个“智慧”案例获省优

“进入页面后,点一下‘养老保险’板块,在这里就能看见您的养老金发放情况 。”近日,在市区一家银行的社会保险自助服务区,工作人员操作着新一代社保自助终端机,帮市民梁先生查询、讲解社保相关业务。“真挺方便,不到一会儿就查完了,还能直接打印出来。”梁先生说。

把社保大厅“搬进”银行网点,创新打造“银行+社保”经办服务新模式;手机智能化操作,随时随地秒办业务;数字服务窗口,“多头受理”变“一窗受理”……这一切的转变,来自于威海市倾力打造的“神器”——社保数字公共服务体系。

“这个服务体系为群众办事难、经办服务难找到了一条解决途径。”威海市社会保险服务中心相关负责人介绍,2020年全市新增网办业务16项,累计达70多项,其中40多项业务可实现掌上办理,全市累计办理社保业务3144万笔,线上业务量占比高达93.4%;线下,随着业务的下沉和延伸,社保业务实现“就近办理”,减少群众跑腿81.7%,有效降低经济和时间成本。

这只是近年来威海新型智慧城市建设的一个生动缩影。在山东省新型智慧城市建设暨大数据创新应用“问需于民”需求清单发布会上,公布了山东省第一届新型智慧城市建设评优活动结果。威海市教育局的“‘智慧教育’云平台”、威海市人力资源和社会保障局的“创新打造社会保障‘数字公共服务体系’”、荣成市社会综合治理联动指挥中心的“荣成市智慧社区项目”等获评“优秀案例”。

威海北洋电气集团股份有限公司的“阳光村务信息平台”、微观数字科技服务(山东)有限公司的“威海跨境寄递进口平台”、山东利泽信息科技股份有限公司的“渣土车智慧管理平台”、山东科润信息技术有限公司的“智慧果园解决方案”等获评“优秀解决方案”。

“这些案例和方案都极大提升了威海市民的幸福感、获得感、安全感。”威海市大数据中心工作人员说。