

2 焦点 Focuses

需求催生新亮点 元宵节里消费热

■ 杨绍功 徐海波 袁雪莲

才在街巷问汤圆,又向桥边看花灯。元宵佳节之际,人们抓住“过年的尾巴”,继续在餐饮、旅游等方面展现着消费热情。需求的变化催生消费亮点,驱动着元宵节消费热潮。专家认为,完善消费环境,提升消费品质,才能促进消费可持续发展。

餐饮火爆、汤圆热卖, 花灯点亮元宵消费狂欢

元宵节当天下午四点多,南京夫子庙秦淮灯会现场已经是人山人海。许多游客等不到点灯就提前来这里占位置。“晚上人多,不提前来怕到时候挤不进来。”一位游客告诉记者,赏花灯、吃南京小吃是他和家人今晚的重头戏。

此时,夫子庙东牌楼外的小吃城也是人满为患,许多游客因为找不到位置只好站等。销售员朱先生说,当天客流比平时翻了几倍。赤豆小元宵、鸭血粉丝汤成为人们的必点,一天下来已经卖出几百碗。

夫子庙景区管理部门预计,元宵节当天南京夫子庙将涌入 50 多万名游客,极大地带动周边的餐饮和住宿。

“座位三天前就没有了。”夫子庙咸亨酒店的服务员告诉记者,家人团圆、同事聚会把该饭店的位置预订一空。人们抓住了“过年的尾巴”,通过餐饮消费把节日氛围延续。

元宵节当天,武汉一家五芳斋门店排起了长队。这种情形已经持续了好几天,其中最受欢迎的“叠式汤圆”25 元一袋,比超市的冷冻汤圆贵好几倍,但即便每人限购两份,仍然供不应求,许多市民排队两三个小时还买不到。



记者在昆明走访了多家超市,发现不少超市的汤圆已经所剩无几。在家乐福昆明南亚店,6 个汤圆冰柜前围了不少市民,柜台前的促销员忙得团团转。一些新上市的汤圆品种已经售罄,冰柜内剩下的汤圆已然不多。

处处弥漫的节日气息,激发了人们的购物热情。从去年 12 月启动的“武汉 2016 年货购物节”,以餐饮、百货、电子产品等为主打,吸引了武汉十三大商圈联动,众多老字号和千家中小连锁店也参与其中。元宵节当天,这些地方依然是人潮涌动。

需求转变, 适应需求成消费狂欢原动力

在武汉的五芳斋,许多消费者宁可排队也要吃到现做现卖的汤圆。现场一名工作

人员告诉记者,以前大家是吃个汤圆就过节,现在需求提高了,人们希望吃得新鲜、吃出健康。于是用“摇元宵”传统工艺制作的低糖汤圆受到消费者的欢迎,一天要卖出千余份。

这两天,花灯艺人曹真荣家的门槛都要被踏破了,来夫子庙看花灯的外地游客不时造访,让他家成为了演示花灯制作的景点。外地游客王先生从朋友圈分享找到曹真荣家,体验下花灯制作,再买上几盏花灯,是他南京元宵节之游的重要组成部分。

买灯的人要求也变得更高。作为秦淮灯彩的代表性传承人,曹真荣一个星期前就开始为元宵节制作花灯。传统的荷花灯、走马灯已经难以吸引消费者,曹真荣融入流行文化元素开发了几款猴灯。其中,象征“非礼勿视、非礼勿听、非礼勿言”的“三不”猴灯,以

及一只大母猴怀抱两只小猴的“单独二猴”灯,大受消费者欢迎,卖到了近百元一个。

“三杯要 21 块,扫码付款只要 20 块,要不要扫码?”50 岁的汪师傅在昆明老街卖了几十年“调糕藕粉”,为了迎合年轻人的消费习惯,他在自己的小推车上摆上了“用支付宝扫码付款”的标签。“现在许多年轻人出门都不带钱,用手机扫一扫就付款,我们这些老手艺人,也要紧跟潮流,才能不被市场淘汰。”汪师傅笑着说。

江苏省消费者协会秘书长童天武认为,餐饮和旅游是节日消费的热点,热点的背后消费者的变化日益明显,人们的消费需求正在不断升级,从数量消费走向品质消费。

释放消费潜力还需营造环境

“出来玩也不能将就。”在看曹真荣做花灯的王先生说,生活水平提高了,大家都期待着一趟门吃好、玩好、买好。从“将就一下”到“不能将就”,作为游客他期待消费环境更好。

“消费体验成为消费的决定性因素。”童天武说,春节以来当地消费者投诉不多,但是“天价鱼”等侵害消费者权益的事件,直指商业诚信、督查不严等行业性的老问题,挫伤了消费者的积极性。要让节日消费持续热下去,必须营造明码实价、诚信经营、监督完善的消费环境。

华中科技大学公共管理学院教授王国华认为,节日消费从注重量的满足到追求质的提升、从物质商品消费向更多服务消费转变,给当前的市场环境提出了新的要求。在盘点节日消费的同时,不要忘了如何促进居民消费的可持续发展。把握消费引领这个驱动力,有利于以消费升级带动产业升级。

一个中部地区 众创空间的探索

■ 余贤红

在“大众创业、万众创新”的大背景下,众创空间在各地如雨后春笋般不断出现。从无到有,从“趟着石头过河”到走与产业深度融合的专业化之路,江西省成立最早的众创空间之一——先锋天使咖啡众创空间,在服务青年创客和实体经济的过程中逐渐找到了自己的方向。

成立: 紧跟大城市,赶上好风口

2014 年还在江西省先锋软件学院学习的沈煌超,脑子里就一直盘旋着两个疑问:为什么班里创业的同学大部分都失败了?新的创业风口在哪儿?

带着疑惑,沈煌超在网上看到北京有个车库咖啡。“感觉车库咖啡挺有意思,为有想法的青年学生和有风险投资公司搭建了交流的平台。”

沈煌超去北京实地参观了车库咖啡,回来后把想法跟江西省先锋软件集团董事长陈苏进行了交流,得到他的大力支持。于是,沈煌超便与已在集团工作的 7 位师兄师姐每人筹集 1 万元,共同创办了先锋天使咖啡。

“那时候还不叫众创空间,就是一个中介平台,帮助创业者和资本进行对接。”沈煌超说,2014 年 10 月先锋天使咖啡成立时,江西省先锋软件集团给予了大力支持,把场地设施费和水电费都免了,成为大股东。

2015 年 3 月,国办印发《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》,在政策层面鼓励众创空间发展。此后,江西省的众创空间如雨后春笋般涌现,一年之内就出现了 400 多家众创空间,仅在南昌就有 80 多家。

“国家政策的出台是一个风口,把我们刚成立不久的先锋天使咖啡推向了新高度,一时间名气大增,省内不少青年创业者都来找我们谈合作。”沈煌超说。

探索: 从试图效仿到打造“众创 3.0”

成立之初,先锋天使咖啡试图模仿北京、深圳等地起步较早的众创空间,即先筛选项目,然后找风投。先锋天使咖啡总经理李孟说,通过承办中国青年 APP 大赛、南昌市互联网创新创业大赛等活动,先锋天使咖啡聚集了几千个创业项目。除此之外,还引进了包括经纬中国在内的国内著名天使投资机构近 20 家,拥有导师近 300 人。

然而,先锋天使咖啡管理团队不久就发现,“走别人已经走过的路”盈利难度极大。“2015 年,我们成功孵化并帮助 59 家小微企业,获得近 1.8 亿元的风险投资。”李孟说,江西省先锋软件集团也投了不少项目,但效果并不理想。

尽管成功率低,但两年的发展历程中,仍有一事令人振奋。2015 年 11 月 30 日,中节能太阳能公司、江西省先锋软件集团与南昌市人民政府正式签署战略合作协议,宣布在南昌携手建设江西省首个能源互联网示范基地。据了解,项目资金总额为 100 亿元,其中 20 亿元将用于研发投入。

“如果说车库咖啡、3W 咖啡是众创空间的 1.0,那么‘众创空间+产业园’是 2.0,‘众创空间+产业园+创客小镇’则是 3.0。”李孟说,团队一直在探索适合自身的发展路径。

为了与实体产业更好地融合,集团在南昌市湾里区罗亭镇规划建设了创客小镇,与中节能合作的能源互联网项目就是他们引进的一个重要项目。

“领军企业是火车头,其次是产业园,后面是创客。”李孟解释说,领军企业可以带动产业,产业可以带动一大批创业项目。只有项目真正落地,创业者才可能发展。

“在两年的实践中,我们终于悟出,众创空间下一步发展的关键思路,就是一定要找到产业,扎根产业,不要泛泛地去做。”江西省先锋软件集团董事长陈苏不无感慨地说。

思考: 抱团取暖,力争弯道超车

简陋的场地、简洁的布置、简单的盒饭……但 300 人的会场内座无虚席,走廊上还挤满了听众。近日,先锋天使咖啡承办的“第二届江西互联网创新创业峰会”在南昌举行,议题之一就是筹备成立江西省众创空间联盟。

“车库文化就是草根文化,能节省尽量节省。我们要认认真真创业,然后努力争取资本市场的支持。”陈苏说,“双创”首先是一种意识和思想的解放,大胆地走在创新的路子上,要做就做第一。

航天科工集团博士后田新良表示,相比之下,北上广深拥有众多优秀的项目、知名的科研院所、专业的投资机构、优惠的政策条件和浓厚的创业氛围。“江西发展众创空间首先要把产业链搭好,因此成立联盟优势互补很重要。”

“一个众创空间是否成熟,至少可以从两方面去评价:一是是否真正帮助到初创企业,二是是否推动一个产业有实质性发展。”李孟说,虽然先锋天使咖啡还在继续探索,但一直是在朝这个方向努力。

“首先要留住人才和公司。我们不仅要吸收和借鉴国内的经验,更重要的是和国际接轨,瞄准最前沿的技术。只有这样,中部地区的众创空间才可能实现弯道超车。”年仅 21 岁的创客沈煌超说。

安徽淮北: 临涣焦化元宵节安全检查

2 月 22 日(农历元宵节),安徽淮北矿业集团临涣焦化公司安全、环保、消防、生产、技术等各类专业技术人员分组开展元宵节专项检查,针对重点装置、关键设备、消防通道、消防设施进行了梳理排查,同时加大对周边村庄严禁燃放烟花、孔明灯等的宣传力度,严防“天火”隐患。

图一为检查人员在甲醇车间生产现场进行检查。

图二为检查人员对压力表进行检查。

魏玉东 摄影报道



图一



图二

诺基亚宣布重返手机市场

与微软的协议也注定诺基亚短期内无法回归手机市场。

2014 年 4 月,微软完成了对诺基亚手机业务的收购,在当时的交易条款中,诺基亚同意在交易完成的 30 个月时间内不涉足移动设备市场。这意味着诺基亚最早也要到 2016 年下半年才能够进军手机市场。拉吉夫·苏里也表示:“我们可能在

2016 年返回,也可能更晚返回。”

事实上,诺基亚要重返智能手机市场并不惊奇,早在 2015 年 7 月,诺基亚官方便发布公告称,要重返手机市场。并表示诺基亚手机的回归之路要基于品牌授权,将会确定一个合作伙伴,由合作伙伴来负责产品的生产、销售、市场、售后等环节,而诺基亚则是

提供设计和手机技术。而诺基亚于 2014 年底推出 N1 平板电脑时是采取该形式,合作伙伴为富士康。

然而,面对当下竞争激烈的手机市场,诺基亚这一重返市场的规划却并不被业内所看好。业内专家潘九堂在微博上便指出,诺基亚重返市场的举措,无非是把品牌授权给富士康之类的企业,顺便把多余的工厂甩给富士康,主要面向新兴市场,榨干最后一点品牌价值。

(陈维)

补齐短板 厚植优势 ——解码天津工业“动力转换”

■ 杨维成 刘元旭 方问禹

规上工业增加值增长 9.3%,位居东部地区首位——在下行压力加大的背景下,天津工业 2015 年继续逆势上扬。

更为宝贵的是,速度、质量、效益更加协调统一,以先进制造为主体的八大优势产业总产值达 25 万亿元,占规上工业比重近九成。

千帆共进,创新者当先。作为重要工业基地,量增质升背后的“密码”是补齐短板、茂育长板、厚植优势的链式支撑。在动力转换与重塑的“组合拳”下,天津传统产业“万企转型”,高端制造“集群发展”,自主创新“弯道超车”。

“万企转型”减少无效和低端供给

工业兴则发展稳。2015 年,天津工业增加值 6981 亿元,增长 9.2%。

与之相对应的是,万元工业增加值能耗下降 13.2%,降幅同比扩大 2.3 个百分点。

这是下大力气推进新旧动力转换的结果。一“升”一“降”之间,凸显绿色发展理念。

作为传统工业城市,针对部分企业散、弱、低、粗、污问题,天津加快推进供给侧结构性改革,打响转型升级攻坚战。

自 2014 年开始,天津瞄准企业整体效益提高 50%以上的目标,全面实施万企转型升级三年行动计划,转型鼓点密集敲响。

天津市委代书记、市长黄兴国说,总的考虑是,下大决心、下苦功夫做好节能减排的“减法”、质量效益的“加法”、产业升级

的“乘法”、防治污染的“除法”。

转型升级,说易行难。针对难转型难点、堵点和痛点,天津打出“组合拳”,组建近 600 个服务组,以“补相关方、补转型升级、补人才培训”实施精准“滴灌”,帮助企业解决“不敢转、不愿转、不会转”问题,1.2 万家企业成功转型。

记者走访发现,一大批传统制造企业在万企转型浪潮中重新嵌入先进制造产业链。天德减震器公司负责人说,转型前企业几乎没有自己专利,现在技术成果已有六七十项,部分产品填补国内空白,成为很多知名车企供应商。

通过不遗余力推动转型升级,天津工业基本面发生质变。

2015 年,天津市符合转型升级方向的企业保持较快增长,而粗钢、生铁、水泥等过剩产能大幅减产,规上工业企业百元主营业务收入实现利润 7.2 元,比全国平均水平高出 1.4 元。

迈向产业链价值链中高端

车头强则动力足。2007 年以来天津工业总产值连续迈上 3 个万亿元台阶,高端制造业集群成为其中“关键动力”。

“天津已形成装备制造、航空航天,电子信息、生物医药、新能源新材料等八大优势支柱产业,产值占全市规上工业总产值的 89%。”天津市工信委主任李朝兴说。

按照打造“全国先进制造研发基地”的目标,到 2020 年,天津先进制造业占工业比

重将超过 70%。

为把优势做优、强项做强、特色做特,天津积极引进培育引领制造业未来的“种子产业”,以“链式”思路打造先进制造业集群,构建起“雨林式”产业生态,形成多点支撑效应,实现价值链最大化。

2015 年 6 月,被成功收购的瑞典著名汽车品牌萨博的电动汽车整车总部生产基地及汽车研发中心项目落户天津,尚未投产便签下一笔 780 亿元人民币的大单,目前订单已经排到了 2020 年。

天津市发改委主任肖松说,优势产业实现了较快增长,新兴产业正在迅速崛起,很好地弥补传统产业特别是过剩产能下降,成为新动力、新增长点。

作为天津制造第一大产业,装备制造已形成海工装备制造、智能装备制造等一批专业化高端产业集群,产值进入万亿规模,2015 年增加值占全市工业 36.2%,比上年提高 3 个多百分点。

每年举行的天津国际装备制造业博览会上,天津企业从买家越来越多地变为“卖家”,工业机器人、3D 打印机等一批高端产品成为展会焦点。

“天津工业的主力是制造业,并且越来越集中到高端大项目上,整体水平实现‘质的飞跃’。”中国经济发展研究会理事从此说。

依靠创新发展培育增长第一动力

创新强则经济强。天津工业稳中有进、进中见优,创新是“第一动力”。