

南下上海取经,青岛文旅产业可以学什么

□青岛财经日报/青岛财经网/商周刊记者 宋佳

开放,开放,再开放

可以说,上海是一座将开放气质发挥到极致的城市。

数据显示,今年第一季度,上海实到外资46.69亿美元,同比逆势增长4.5%,其中3月份增长20.8%。4月,又有31个外商投资项目与外资公司落户上海。在总部经济的带动下,上海的外资企业实现高质量发展,贡献了全市20%的就业、27%的GDP和33%的税收。

这也是上海高水平开放硬实力的真实写照。不论是百余年的开埠,还是中西方文化的交融,都为上海“外向型”基因奠定了坚实的基础。作为国家试验田的上海也十分争气,每一次的探索的步骤都令人颇为惊喜:从全国第一家保税区到第一家自贸区,从第一块土地批租到第一份外商投资准入负面清单,上海用一次次的实践证明,“同样的政策只要给上海,上海人总是会做到最好。”

这份自信的背后,除了城市品格中的开放基因,更多的是城市血脉中流淌的“敢于担事,勇于探索”的底气。开放,其本质是在更大的市场空间中配置资源,而文旅产业想要突破高质量发展的瓶颈,最离不开的就是开放。可以说,能在多大市场空间内配置这些资源,就决定了这个城市文旅产业发展的边界。

这也给同样具备“外向型”基因的青岛以启迪:上到现代服务业,下至文旅产业,青岛最需要的正是这种开放的胸襟和敢于担事的品质。

对外,上海对文旅产业的开放摸索早已进入“深水区”。2018年,上海文化产品和服务进出口总额达101.7亿美元,同比增长11.6%,继续保持贸易顺差。上海充分利用中国国际进口博览会举办以及自贸试验区建设的战略机遇发展文化贸易,支持“一带一路”沿线企业发展,培育对外文化贸易示范基地和交易平台,打造国际艺术品交易中心,对外文化贸易国际竞争力和品牌影响力不断提升。

对内,开放的胸襟和敢于探索的胆

每一座城市都有不同的品格,“开放、创新、包容”等元素共同塑造成上海最鲜明的底色。6月28日,一场“顶格送行”拉开了青岛干部赴上海专业实训的大幕。等不起的青岛南下上海取经,瞄准的是学习上海现代服务业的先进经验,叩开的是通往城市新层级乃至辐射黄河流域及北方地区的大门。

现代服务业的本质是向社会提供高附加值、高层次的生产服务和生活服务。目前,全球服务业增加值占GDP比重平均达到60%左右,发达国家稳定在70%左右。可以说,现代服务业已成为各大城市

领导新经济、新产业发展的核心。

上海经验似乎可以给青岛诸多借鉴。2019年,上海服务业增加值占GDP比重达到72%,接近发达国家水平,服务业对经济增长的贡献率超过80%,形成了以现代服务业为主体的现代产业体系。文旅产业更是大放异彩:2019年,上海接待国内旅游者3.61亿人次,接待入境游客897.23万人次,全年演出达到3.4万场,举办展览近2000场。与上海同为改革开放前沿的青岛,接待游客人数却不足上海的三分之一。尽管,青岛不乏得天独厚的资源,

文化底蕴更是如数家珍,文旅产业却一直不温不火。

等不起的青岛,急需打开全新局面。正如山东省委常委、青岛市委书记王清宪所言:“与上海对接,首先是人的对接,是想通过这样一种方式,建立起青岛与上海现代服务业企业的内在联系。学习上海的现代服务业专业精神和知识技能,更要以现代服务业为窗口,学习上海开放、创新、包容的品格。”

开放、包容、创新,是上海人的财富密码,亦是青岛文旅产业破题的一把金钥匙。

行力等等,都是包容力的应有之义。

休闲文化设施的差异化供给成为映射城市特性的关键因素。在第一财经·新一线城市研究所发布的《2020城市商业魅力排行榜》中指出,北京和上海的演出场馆数量具有绝对优势,紧随其后的则是新一线城市成都——这3个城市占据了全国25%的演出场馆资源。同时,仍有许多城市的博物馆和演出场馆都还带有明显的配给制色彩——虽然在数量上匹配城市规模,但是在质量上,不乏长期空置或者展出内容不尽如人意的博物馆和文化场所。

居民人均年收入超过2万美金的上海,早已迈入高品质文化消费和休闲度假旅游消费阶段。文化休闲设施的配套,不论是数量上还是质量上都可圈可点。疫情期间,为满足观众不断提升的观演需求,上海在线上启动的市民文化节已开展活动2000余项,参与人次达1800万。而错落分布在商圈、绿地、景区、创意园区的新型演艺场所,更是为广大市民和游客带来了更多元的演出内容和更丰富的观演体验。

营商环境是企业家最为关心的问题之一,对现代服务业来说同样也是极为敏感的因素。我国已经连续两年列入全球优化营商环境改善幅度最大的十大经济体,在这一评估中,“上海样本”权重占

网络推广活动。与商贸、体育、会展等产业联合,借助电视、广播、新媒体、OTA等平台,采取直播、短视频等形式,结合“好客山东暑期特卖汇”“网络直播带货季”等消费促进活动,线上线下融合,搭建宣传销售平台,分别组织景区、酒店、旅行社、民宿、文创、非遗、旅游商品、农副产品、夜间旅游等不同主题的特卖活动、达人直播等,带动文旅企业消费增加和效益提升,促进城乡互动和乡村旅游振兴。同时,以“网红+直播”“网红+新媒体”“网红+采风”等不同形式的宣传,带来青岛旅游的新热度。

作为胶东文旅一体化的牵头城市,在此次双百促进活动中,青岛将推动胶东五市旅游资源的整合推广。包括举办胶东“海洋童玩节”主题营销活动,聚焦海洋旅游资源,以“海边的童年”为主题,整合胶东五市“海洋+亲子”类项目、活动和产品,共同开展活动主题营销。活动涵盖在胶东五市开展的各类“涉海”“涉孩”类亲子研学活动,滨海自驾、露营、集市等休闲活动,海洋主题展览活动,海洋运动赛事活动以及其他涉及海洋文化和亲子旅游的促销活动及产品等,同时在线上推出“海洋童心寻宝地图”等推广活动,联合拉动暑期旅游消费

创新营销实现区域联动

作为胶东文旅一体化的牵头城市,在此次双百促进活动中,青岛将推动胶东五市旅游资源的整合推广。包括举办胶东“海洋童玩节”主题营销活动,聚焦海洋旅游资源,以“海边的童年”为主题,整合胶东五市“海洋+亲子”类项目、活动和产品,共同开展活动主题营销。活动涵盖在胶东五市开展的各类“涉海”“涉孩”类亲子研学活动,滨海自驾、露营、集市等休闲活动,海洋主题展览活动,海洋运动赛事活动以及其他涉及海洋文化和亲子旅游的促销活动及产品等,同时在线上推出“海洋童心寻宝地图”等推广活动,联合拉动暑期旅游消费

比达55%。这份成绩单的背后,有上海人对构建最优营商环境的一股“执拗”:一方面,文旅产业不能简单制定一套简单通用的政策“包打天下”,要结合实际制定相对完善的“个性化”政策;另一方面,对于不同规模企业的呼声,要因企施策提供个性化服务。

就在不久前,上海再次传来新消息:营商环境3.0版改革方案出炉,新方案将对标世界银行和国家营商环境评价体系,针对企业集中反映的实际需求,提供一揽子制度供给。而“针对企业集中反映的实际需求”,恰如其分地体现出上海市政府办事的效率和执行力。

归根结底,包容的核心,关键在于为人民谋福利的发展定力和激发市场活力的巧劲施策。也正是这份包容力,为城市的发展和市民追求美好生活的愿景带来了无限可能。

创新注入文化内涵

早在1998年,上海便是首批进入中国优秀旅游城市名单的城市,同一批进入名单的,还有青岛。

城市的发展,既有异质性,也有相通性。作为同一批沿海开放城市,青岛总是能在上海中找到自己的影子;青岛是正在倾力建设中的国际时尚城,上海已是国际时尚高地;青岛是联合国科教文

市场。活动期间,青岛还将持续开展胶东一体化线路产品市场推广活动,不断加强胶东五市文化政策互惠互享,推动文化资源优化配置,深化旅游合作,推动旅游市场一体化和旅游服务便捷化,促进客源互送。根据市场需求和季节特点,不断对一体化线路进行优化,形成系列产品。

扩大旅游企业复工复产

围绕打造国际旅游目的地城市,此次旅游消费双百促进活动将放眼国际,适时举办国际性的文旅交流活动。充分借助目前在青岛旅居的国际友人资源优势,通过线上线下联动、国际国内合作的方式,策划举办德国商品展、葡萄酒文化节等文旅国际交流活动,邀请国际友人参与旅游体验分享,以国际友人的视角,为青岛代言,讲青岛故事,扩大国际影响。一系列活动的开展,将充分发挥旅游产业带动作用,进一步拉动我市文化和旅游消费。

遗 失 遗失青州市市南区市场监督管理局2009年1月6日核发予青岛诺普信科贸有限公司的370202230026141号营业执照正、副本,声明作废。
遗失薛云家的二代身份证,证件号码:370203196808070310,声明作废。

组织首个授予“电影之都”,上海则是电影产业传入中国的起点;青岛的旅游资源得天独厚,上海更是将手中的一副资源好牌打得风生水起。

这些相通性中有一个核心关键——对本土文化持续不断地创新。敢于创新的上海人深知一个道理:真正的城市文化品牌的建立不只是树立一张金字招牌,而是实实在在的在文化内容输出。从不久前发布的《2019年上海文化产业发展报告》中便可一窥端倪:从“文化资源优势转化为产业优势”到“提升产业能力和核心竞争力”,足见与《2018年上海文化产业发展报告》相比,上海的文化产业已经迈入了提质增速的关键阶段。

此次青岛南下向上海取经,一方面是学习上海现代服务业的先进经验;另一方面,也是看到了以文化产业为代表的现代服务业巨大的发展潜力。先天优势并不欠缺的青岛,虽然在高质量发展文旅产业方面颇具优势,但短板也十分突出:在剧本创作、后期制作、发行放映等领域力量还十分薄弱,缺少像上海灿星文化、慈文传媒、金辉艺术传播等行业头部企业引领产业升级;缺乏像迪士尼乐园等代表性的文旅大项目来推动青岛旅游吸引力大幅跃升;健康养老产业方兴未艾,青岛高品质医养健康产业体系尚待完善等。

文旅产业转型升级成为摆在青岛面前亟待解决的课题。这意味着,不仅要为现有的文旅资源注入创新的文化基因,更重要的是,需要形成强强联手、资源共享、利益共得、生态平衡的平台思维。

青岛学习上海,在南北经济差距的大背景下,其实还有很多“隐形附加值”。青岛作为推动国内大循环的重要“中转站”,它的转型和超越,未来将更有力地辐射黄河流域和北方地区,起到引领和带动作用。若打通“申青”联动,不论是对黄河流域还是整个北方城市来说,将有了更具现象力的连接。

文旅路径的破局,亦或是北方城市振兴的机遇。

注销公告

经公司股东决定,青岛诺普信科贸有限公司(注册号370202230026141),自即日起注销。

特此公告

青岛诺普信科贸有限公司
2020年7月17日

合并公告

经本公司股东决定:青岛蓝孚电子加速器辐照技术有限公司(注册资本1000万元,实收资本1000万元)吸收合并青岛海孚新材料技术有限公司(注册资本1100万元,实收资本1100万元)。合并后,青岛蓝孚电子加速器辐照技术有限公司(注册资本1000万元,实收资本1000万元),青岛海孚新材料技术有限公司办理注销登记。请债权人自接到本公司书面通知书之日起三十日内,未接到通知书的自本公告之日起四十五日内,有权要求本公司清偿债务或提供相应的担保,逾期不提出的,视其为没有提出要求。

联系人:韩雷

联系电话:13335131586

青岛蓝孚电子加速器辐照技术有限公司
2020年7月17日

清算公告

经股东会决议,青岛即华伟市政园林有限公司(注册号:370282230057749)解散,现已成立清算组,进入清算程序,请各债权人自本公告之日起45日内向公司清算组申报债权。

联系人:迟克华

联系电话:18100377333

青岛即华伟市政园林有限公司清算组
2020年7月17日

清算公告

经本公司股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记,现已成立清算组,请债权人于本公告发布之日起45日内向本公司清算组申报债权债务。

青岛金鼎信小额贷款股份有限公司
2020年7月17日

注销公告

因本公司被青岛蓝孚电子加速器辐照技术有限公司吸收合并,经本公司股东会研究决定:解散本公司,请债权人自接到本公司书面通知书之日起三十日内,未接到通知书的自本公告之日起四十五日内,向公司清算组织申报债权登记,逾期不申报的,视其为没有提出要求。

联系人:杨磊

联系电话:13361295799

青岛海孚新材料技术有限公司
2020年7月17日

融创红岛壹号院项目交房公告

尊敬的融创红岛壹号院项目业主:

由我司开发建设的融创红岛壹号院项目(地址:高新区华东路567号)现已具备交房条件,兹定于2020年7月21日起正式交房。

现将办理交房手续有关事项公告如下:

一、交房地点:融创红岛壹号院售楼处

二、集中交付时间:2020年7月21日—2020年7月28日(每日办理时间9:00—17:00)

三、我司将通过邮政特快专递向各位业主寄送《交付(入住)通知书》,请各位业主按《交付(入住)通知书》所载明的交付手续办理时间、地点携带所需资料等前来办理交付手续。

若您未按《交付(入住)通知书》要求前来办理房屋交付手续的,视为我司已按商品房合同的约定向您履行了交付义务,商品房毁损、灭失的风险转移至买受人,并由买受人承担该商品房的物业服务费等相关费用,出卖人对该商品房的保修责任时间也从视为交付之日起计算。

特此公告

地产客户关系中心电话:18660220723

物业服务中心电话:0532-87660916

青岛融创恒基地产有限公司

2020年7月17日

融创红岛湾(商业)项目交房公告

尊敬的融创红岛湾(商业)项目业主:

由我司开发建设的融创红岛湾(商业)项目(地址:青岛市高新区华强路8号)现已具备交房条件,兹定于2020年07月28日起正式交房。

现将办理交房手续有关事项公告如下:

一、交房地点:融创红岛湾项目售楼处

二、集中交付时间:2020年07月28日—2020年07月30日(每日办理时间9:00—17:00)

三、我司将通过邮政特快专递向各位业主寄送《交付(入住)通知书》,请各位业主按《交付(入住)通知书》所载明的交付手续办理时间、地点携带所需资料等前来办理交付手续。

若您未按《交付(入住)通知书》要求前来办理房屋交付手续的,视为我司已按商品房合同的约定向您履行了交付义务,商品房毁损、灭失的风险转移至买受人,并由买受人承担该商品房的物业服务费等相关费用,出卖人对该商品房的保修责任时间也从视为交付之日起计算。

特此公告

地产客户关系中心联系电话:400-997-1918

物业服务中心联系电话:0532-87660917

青岛慧典置业有限公司

2020年7月17日