人民日报海外版
2018年8月16日 星期四
责编：叶 子 邮箱：hwbjzb@126.com

城市购物节：『青岛购物』新品牌

宋晓华

8月10日，2018青岛城市购物节大幕启动。时值旅游旺季，购物节与同期举办的青岛国际啤酒节、国际帆船周·海洋节碰撞出欢乐的火花，让市民以及来自海内外的游客在欣赏美景之余，感受了青岛的时尚、美丽与欢乐。

今年是青岛城市购物节10周年，其间青岛消费不断升级，从提出“内外贸融合”发展新思路，到大型商业文旅综合体接连开业，再到推出面向国际的“e购青岛”APP，“青岛购物”已成为这座城市一张新的名片，青岛建设国际消费中心城市的路径逐渐清晰。

图为青岛未来广场“鱼王盛宴”活动。

购物节打造新名片

本届青岛城市购物节以“时尚青岛、乐购消费”为主题，历时5个月，为消费者奉上一场全城欢动的购物盛宴。购物节一启动，青岛众多的商家就感受到市民和游客的消费热情。

在青岛香港中路，今年7月刚刚开业的由复华集团打造的未来广场吸引大批客流涌入。在未来广场一楼的地球港，来自浙江的游客罗晨一家从池子里捞起一只波士顿大龙虾，并选择了自己喜欢的烹饪口味，十几分钟后，一盘热气腾腾的龙虾就端上了餐桌。在未来广场5楼，一家人还体验了中国第一家室内动物园，与羊驼、鹦鹉、鲨鱼、海龟等3000多只海陆空动物来了一场亲密互动。

线上线下互动的购物体验也给不少消费者留下了深刻印象。在未来广场2楼，来自河北的肖女士拿出手机扫一扫二维码，德国的奶粉、日本的纸尿裤、韩国的化妆品就可以直接从保税区发货，邮寄到家里。“在店里看实物，在网上海淘下单，这么新的模式还是第一次见，实在是太方便了！”

同样在香港中路上，全国规模最大的万象城在购物节期间迎来了客流高峰。外婆家、南京大排档等众多著名餐饮品牌店前时常排起上百人的长队，一座难求成为这里的常态。丰富多彩的儿童游乐项目，也为这里带来了人气。

购物节碰上啤酒节，产生的化学效应令人惊喜。

在青岛西海岸的万达茂，自购物节启动以来，客流量出现了指数级增长。每天早晨尚未开业，门前就已经挤满等待入场的消费者。

该商场工作人员表示，购物节、啤酒节等节庆对商场消费拉动非常大，客流量增加不少，对于打造青岛的消费品牌意义重大，同时也为青岛赢得了美誉度。

消费者乐在其中，经营者也赚得金银满钵，这正是城市购物节的魅力所在。

图为青岛未来广场。

从2012年起，青岛寻标对标香港购物节和新加坡乌节路商圈促销经验，精心培育这一节庆品牌，打造“城市购物节”现代消费品牌，把越来越多的精彩奉献给商家和消费者，在拉动青岛消费的同时，也创造了一个促进城市经济发展的“抓手”。

青岛市市长孟凡利表示，“青岛购物”要成为这座城市的新品牌。举办城市购物节对拉动消费、吸引游客、增加就业、改善民生、促进经济发展必将发挥重要作用。从某种意义上说，购物节已经不仅仅是消费者和商家的节日，更是一个城市的节日，一个城市发展的名片。

“互联网+”释放新活力

今年购物节启动仪式上，青岛市商务局推出一款手机程序——“e购青岛”。这款APP（应用程序）能提供中、英、俄、蒙、日、韩多种语言实时互译功能，成为新晋“网红”，圈粉无数。

来自加拿大的游客史密斯就是“e购青岛”的使用者之一，谈起使用体验他赞不绝口：“我太喜欢这款APP了，有了它我可以轻松找到景点，它还推荐特色美食，帮我叫车，是我这次旅行体验过的最好用的APP。”

类似的“互联网+”与现代商业深度融合的案例在青岛越来越多，这种“新零售”模式也成为今年青岛购物节的一大亮点。

在办公室用手机下单，到餐厅即可自助取餐，吃上热气腾腾的饺子……在青岛万象城，北方首家无人餐厅船歌鱼水饺已开门纳客。

在这家智慧餐厅就餐区，没有服务员，取而代之的是“如影随形”的二维码。在厨房区，透过透明的橱窗玻璃，能清楚地看到厨师们忙碌的身影。据测算，优化餐饮流程后，消费者从点餐到用餐可减少27分钟，每桌用餐时间可节省7至10分钟。

这是青岛市商务局与阿里巴巴口碑集团签署推进“新零售”发展战略合作协议的首个成果。双方推动青岛实现线上线下一体化的“新零售”商业业态，未来还将在全市范围建设2条智慧口碑街区和10个智慧综合体项目，共同打造全国“新零售”示范城市。

“新零售”对消费的拉动力不容小觑。数据显示，今年上半年青岛实现网络交易额4151亿元，同比增长21.09%；网络零售额724亿元，同比增长31.95%，增速高出全国7个百分点，在全国占比1.59%。

消费城市树起新标杆

作为青岛的城市品牌，购物节见证了这座城市的商业进阶。

近年来，青岛商业设施更新迭代，混合了多种业态的大型商业综合体逐渐取代了传统百货店，消费已成为拉动经济增长的第一动力，为城市经济增长提供新动能。

数据显示，今年1-6月份，青岛实现社会消费品零售额2228.98亿元、增长10.2%，增幅高于全国、山东省0.8、0.9个百分点，在5个计划单列市中列第二位。

消费的快速增长与城市的口岸优势和开放的消费政策密不可分。

早在2012年，青岛在全国率先提出“内外贸融合”发展思路，把促进消费提高到与投资、出口同样重要的位置，创建扩进口与促消费相结合的新型消费市场体系，培育建设青岛口岸进口商品分拨中心。澳大利亚的牛羊肉、挪威的三文鱼、新西兰的乳制品源源不断地通过青岛口岸供应到中国百姓餐桌。

青岛在山东省第一个落地旅客离境退税业务，建立山东省首家进口水果口岸，全面启动实施跨境电商零售进口监管过渡期政策……独特的口岸优势提升的不仅是消费的品质，更为这座城市增添新的竞争优势。

接轨国际的消费模式，也得益于青岛先行一步的消费促进政策。

自2014年起，青岛加快推进旅游、会展、时尚消费等10大消费领域拓展工程，促进信息消费、信用消费、绿色消费等3大新型消费模式培育工程，构建新型现代消费市场体系。

作为全国9个商贸流通体制改革发展综合试点城市之一，2016年青岛发布全国首部地方商贸流通法规，走在全国前列。

今年6月，上合组织青岛峰会成功举办，青岛进入国际化大都市行列，来青旅游人数明显增加，住宿、餐饮等行业销售额较去年同期有了大幅提升。2018青岛城市购物节随之启动，无疑将放大峰会效应，提升“青岛消费”的品牌影响力。

站在新的起点，青岛提出建设国际消费中心城市新目标。

目前，《青岛市商务局打造“青岛购物”品牌三年行动计划》正在紧锣密鼓的制定中，旨在探索国际消费中心城市建设全新路径，赋予“青岛购物”品牌新的内涵。

《计划》提出，青岛将培育2个具有一定国际影响力的商业地标性商圈，建成一批以经营日韩商品为特色的商圈（街），满足中外游客的购物需求。

同时，青岛将建设进口消费品集散地，大力培育进口促进平台，支持在大型商超设立国外商品直销区，实现进口商品采购便捷化。培育一批国际消费品展示交易平台，推进海关特殊监管区域与区外展览场所联动，完善“产地直达”“前店后库”等业务模式，为境外新品来青展示提供国际化、专业化、便利化服务。

改革开放40年：数说青岛

青岛对外经济合作：从0到324.34亿美元

赵 伟

因海而生、向海而兴的青岛，与生俱来就有开放进取、敢于冒险的海洋文化特质。诞生于此的企业同样秉承了这种性格，素有“出海”闯荡的心愿。

青岛市商务局的资料显示，1983年之前，青岛累计对外投资规模为0。截至2018年6月，这一数字是324.34亿美元。改革开放40年来，青岛累计在海外投资项目1560个，中方协议投资额324.34亿美元，分布在全球99个国家和地区。

这些看似枯燥的数字，无可争辩地证明了一个结论：青岛经济已形成外向型基本特征，初具国际化雏形。

青岛对外投资实现零的突破，是在1983年。这一年，青建集团首次迈出国门，承担国家对外援助工程项目。

“走出去”的路径一旦打开，青岛企业便开启大步寻求海外发展之旅。

1990年，青岛国际经济技术合作公司获得对外经营权，这是青岛第一家具有国际劳务合作（含海员）、国际工程承包和对外经济援助经营资质的外经公司。1996年起，海尔等青岛企业率先探索在国外建设工厂，逐步在菲律宾、印尼、马来西亚等国家设立工厂。

“在2001年之前，青岛企业境外直接投资从以贸易为先导，逐步向境外加工贸易、跨国并购、境外研发、海外资源开发和建设境外工业园区等多种经营形式发展。”青岛市商务局有关工作人员介绍说。

2001年，中国加入世贸组织，青岛企业转而寻求“走进去”，海外业务由贸易联络服务为主转向境外生产销售活动为主，境外贸易机构由贸易代表处转型为境外销售公司。

制度也是生产力。在此期间，青岛先后出台《关于实施“走出去”战略的意见》《进一步实施“走出去”战略的意见》《进一步推动民营企业“走出去”意见》等文件。海尔、海信等青岛企业在海外设立销售公司、完善营销网络、布局建设境外生产基地，开展本土化经营；即发、金王、软控集团、瑞昌棉业等有实力的民营企业在境外设立生产基地；青建集团等工程建设企业借助海外援建项目建设，逐步在当地设立建筑工程公司，自主承揽当地相关房地产开发建设项目。

在这座城市的开放进程中，跻身“一带一路”双定位城市，为青岛提供了对外开放的“进阶”新路径。

2012年以来，青岛创新实施“走出去”与“引进来”相结合的开放引领战略，出台《关于实施“走出去”与“引进来”相结合发展战略进一步提升对外开放水平的若干意见》，启动实施走出去翻番发展行动计划。

截至目前，青岛海尔集团在全球布局5大研发中心、21个工业园和66个贸易公司，用户遍布100多个国家和地区。海信集团建有17个海外公司、3个生产基地和7个研发中心，产品远销130多个国家和地区。电建三公司、青建集团成为国际承包工程企业225强。

海尔、海信、双星等青岛企业相继在海外并购日本三洋、新西兰菲雪派克、美国通用家电、日本夏普、韩国锦湖轮胎等国际知名品牌、营销网络和先进技术，布局建设境外研发中心，打造自主高端品牌。

目前，青岛正在推进国际城市战略，已在全球范围内结交89个国际经济合作伙伴，在新加坡、韩国、德国、美国、日本、以色列、中国香港、英国设立8处境外工商中心。这些，都将成为青岛企业“走出去”的有力助推。不断开放的青岛，也将上演更多精彩的“出海”故事。

资讯速递

青岛推行“单一窗口、单一表格”

本报电 近日，青岛在全市范围内推行外商投资企业商务备案与工商登记“单一窗口、单一表格”受理工作，提升外商投资便利化水平。截至7月31日，青岛受理外资企业设立登记申请63户，全部采集了备案信息。

据悉，商务备案与工商登记“单一窗口、单一表格”受理，是青岛深化外商投资领域“放管服”改革，持续推进商事制度改革，构架“互联网+政务服务”管理新模式的重要举措，对于优化营商环境、释放市场活力，提升外商投资便利度，打造吸引外资强磁场具有重要意义。下一步，青岛商务、工商部门将继续加强信息互联互通、数据共享，优化企业和投资者办事流程，强化组织保障和技术支撑，增强外商投资企业开办便利度。

青岛跨境电商四种监管模式全覆盖

本报电 日前，90台空气净化器经过海关信息核对、图像检查、快速验放等，从青岛前湾保税港区产业园跨境电商监管中心发出，运往国外消费者手上。这标志着青岛市跨境电商“特殊区域出口”海关监管模式正式落地，这也使得青岛跨境电商综合试验区成为北方唯一实现“网购保税进口”“直购进口”“一般出口”“特殊区域出口”四种监管模式全覆盖的城市。

据悉，“特殊区域出口”模式是指商品还没有被买家下单前，就从企业成品仓库进入海关特殊监管区域，海关向跨境出口企业颁发跨境电商专用账册，境外买家一下单，就能快速根据平台订单情况从区内直接打包运往目的地。据测算，该模式不但将跨境电商出口退税环节平均缩短1个月，还满足了跨境出口订单碎片化的要求，不宜空运的商品可入区后拼箱出口，极大提升了贸易便利化水平。

“青岛号”中亚班列首次开行回程

本报电 8月8日上午10时，从乌兹别克斯坦首都塔什干发出的中亚班列“青岛号”，缓缓驶入位于青岛胶州的中国-上合组织地方经贸合作示范区青岛多式联运中心。这是自2015年7月1日运行以来，“青岛号”中亚班列首次开行回程班列。

此次中亚回程班列共52车104个集装箱，满载货值300万美元的乌兹别克斯坦棉纱，从中亚途径阿拉山口抵达中铁联集青岛中心站。全程行驶5832公里，历时15天，比海运节省2/3时间，比铁路中转节省一半以上时间。

第二届海外院士青岛行16日启动

本报电 第二届海外院士青岛行暨青岛国际院士论坛定于16日至18日在青岛国际会议中心举办。活动期间，青岛市将与一批知名院士签约，举办主旨演讲，并围绕生物医药、新一代信息技术、新能源新材料和高端装备制造等话题组织4场院士高峰论坛。

本次活动由欧美同学会（中国留学人员联谊会）和青岛市人民政府主办，由市委组织部、市人力资源和社会保障局、市科技局协办，李沧区人民政府承办，主题为“落实新理念、培育新动能、推动新发展”。届时，将有近百名院士，国内及驻青高校、科研院所、国内外知名企业、青岛市高新技术企业、金融机构和投资机构代表参加。

上半年青岛吸引游客近4000万人次

本报电 青岛市旅游发展委员会日前发布的数据显示，今年上半年，青岛接待游客总人数3902.6万人次，同比增长9%；实现旅游消费总额692.1亿元，同比增长15%。

据悉，受益于上合组织青岛峰会的举办，青岛的旅游环境、服务设施、接待水平等得到了全方位提升。在前不久发布的2018第十七届全球国家（城市）竞争力分类优势排行榜中，青岛位居中国最具特色旅游城市排行榜和中国最具幸福感城市排行榜榜首。

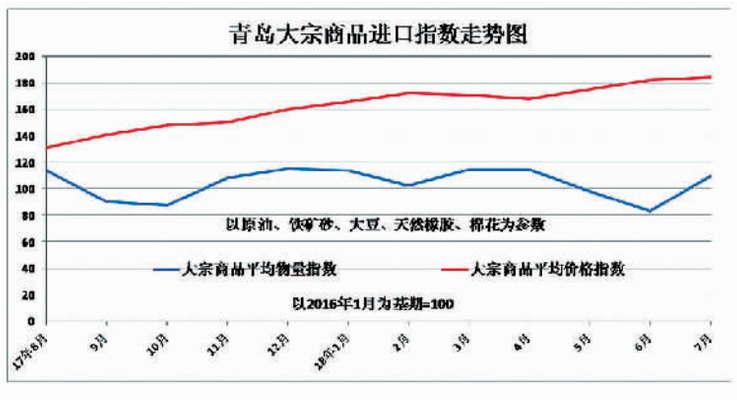
青岛留学人员创新创业大赛启动

本报电 近日，“智汇青岛 创赢未来”2018中国青岛留学人员创新创业大赛启动。此次大赛首次设立海外赛区，在美国硅谷同步启动项目招募、海选与预赛，决赛将在第18届中国青岛蓝色经济国际人才暨产学研项目洽谈会期间举办。进入决赛的选手将应邀前往青岛参赛。

据介绍，本次大赛海外参赛对象为出国留学1年以上，取得硕士及以上学位，拥有市场前景广阔的自主或原创性技术或成果，且有意向来青创新创业的高层次人才。国内参赛对象为已在青岛落地创业的高层次人才及其团队，注册企业时间不超过3年，担任企业法人或为第一大股东。海外赛区报名截止时间为9月16日，国内赛区报名截止时间为9月30日。

图表新闻

7月份青岛口岸大宗商品进口指数



2018年7月，青岛大宗商品进口物量指数为109.5，增长31.4%；青岛大宗商品进口价格指数为184.3，上升1.3%。