



朱慧卿作（新华社发）

青岛“百日万店消费季”活动开启——

消费马车跑起来

赵伟

当前，我国新冠肺炎疫情防控形势正持续向好，生产生活秩序加快恢复，几乎被按下“暂停键”的消费领域也渐渐复苏。各地纷纷出台措施，激发消费活力。

仲春时节，青岛开启为期100天的“百日万店消费季”活动（以下简称“消费季”），当地商贸企业响应热烈，纷纷整合资源、跨界合作、创新模式，推出促销让利、团购打折等活动。全产业链的消费回补，推动当地消费马车重新跑了起来。

政府搭台企业唱戏

眼下，春风和煦，万物复苏。随着疫情防控形势的稳定向好，青岛的零售、餐饮、文娱、体育等行业逐步全面复工复产。显然，青岛的消费供给侧已做好了准备，只待需求侧东风吹来，消费即可全面复苏。

激活消费需求侧动力，青岛给出了一个组合式解决方案——“商家有折扣、政府有补贴、银行有优惠”组合促销，通过各种针对性的举措，精准提振消费。活动期间，商家打折促销让利；消费者得实惠，还可享受消费奖励；金融机构将推出促进消费金融产品；而政府则给予真金白银的财政支持。

其中，购物板块鼓励开展“网络预订、无接触式配送”“社群电商团购”新模式，组织“直播带货大比拼”活动，培育网络销售新热点，开展“相约春天”“好物内购分享体验”等促销活动，吸引客流带人气，推动线上线下融合发展。据青岛市商务局初步摸底，青岛各区市和主要商超企业在筹备的各类促销活动有60多场。

制造板块的活动也令人眼前一亮。青岛制造在食品、家电等领域占据相当市场，培育了海尔、海信、青啤、青食等知名品牌。疫情期间，生产消费品的企业无论是生产还是销售方面都受到一定影响。“消费季”活动方案中提到，将集合青岛制造品牌企业开展优惠大促销，组织青岛制造企业联合跨界。

4月4日，青岛“消费季”活动中推出的“365万张惠民券”开始发放。数百万惠民券涵盖了商超便利店、百货、餐饮、文旅四类，通过银行业移动支付统一APP“云闪付”发放。有别于其他城市的一次性发放模式，青岛惠民券将连续发放13周。

引入金融杠杆也是青岛本次“消费季”活动的一大亮点。在“消费季”活动方案中，青岛鼓励金融机构推出促进消费金融产品，运用金融杠杆激活消费市场。

“无形的手”搭建了“消费季”平台。行业组织、商贸企业、金融机构、支付平台、互联网平台等市场主体借势“唱戏”，多方联手，为青岛当地居民带去了实实在在的优惠。

创新模式花样促销

“消费季”活动开启后，青岛各市场主体创新促销模式，跨界联合，发力社群营销、线上线下融合发展，有力搅动了当地消费的“一池春水”，消费马车，已然重新起跑。

青岛各大商场是最早响应“消费季”活动的市场主体。除打折促销外，各商场纷纷携手银联“云闪付”、微信支付、大众点评等，开展支付满减、团购、补贴等活动。

“我们联合微信支付、大众点评等开展团购活动，通过各种不同形式补贴品类商户，针对经营困难或亟须业绩提升商户开展定向补贴。”青岛卓越·大融城相关负责人介绍说。

青岛饮料集团选择与同为青岛本地企业的百洋医药强强联手，发放1亿元消费券。消费者在“青饮商城”或“百洋商城”领取的券可用于购买防疫产品、健康食品、美容产品、保健药品等，领券消费者将长期享受“百洋”和“崂矿”的VIP优惠价格。

借助“消费季”促销，下沉销售渠道，也成为青岛商贸企业不约而同的选择。

“我们正在开展全国百万社区大酬宾活动，已在青岛百余个小区启动，单笔消费金额满78元、150元、200元分别赠送36元、72元、144元苏打水，效果很好。”青岛啤酒相关活动负责人介绍说。作为家电销售巨头之一，青岛国美电器也致力于推广社群营销方式，建立社区微信群，进行社区家电专业知识咨询，提供以旧换新服务。

融合线上线下销售渠道，使消费者购物更加便利，更为商贸企业带来不俗销售业绩。

作为新零售企业，青岛盒马为“消费季”打头阵，以“重过新年”为主题推出首轮优惠活动，向会员用户发放20万张优惠券，优惠券适用于线上线下双重渠道，包括青岛所有门店的1000多个商品。

疫情期间，“直播带货”越来越受消费者欢迎。嗅觉灵敏的青岛商贸企业，早早开通直播平台，“直播带货”成了员工的必备技能。

乘“消费季”东风，青岛中央商务区商圈结合年轻时尚的消费业态，举办“走！带你逛吃青岛CBD”快手直播，探访商业企业餐饮、超市、美妆类商铺，为商圈引流，直播持续约1小时，

观看人数1.7万人，获得点赞1.3万。商圈商家陆续推出“看直播享优惠”“我为品牌代言”等线上推广活动，开辟线上营销新渠道。

本地消费日渐复苏

青岛“消费季”启动以来，商场人气渐旺，餐饮店堂食增加，陆续开放的旅游景点也再次迎来游客。目前，青岛商场各业态已基本恢复正常营业，因疫情而缩短的营业时间也已恢复正常。商场外立面闪烁到深夜的多彩灯光，成为城市生活恢复正常秩序的鲜活象征。

“消费季”活动开展十余天以来，对市场的带动作用显现。

近来，在青岛海信广场主入口，顾客按照指示有序扫码入场，客流明显增加。“我们商家最关心两个数字，一个是复苏指数，一个是‘消费季’环比提升指数。”青岛海信广场总经理黄道安介绍，“消费季”活动开展以来，海信广场销售额环比提升20%，复苏指数已达到去年同期的70%。

青岛其他商场的情况也都大体类似。据悉，青岛万象城“消费季”首日营业额环比增长33%，青岛市南区麦凯乐营业额相比疫情期间环比增长30%，青岛凯德茂的客流量比3月初增加了30%以上。

作为旅游城市，青岛拥有相当数量的景区。“消费季”期间，青岛各大景区陆续开门纳客。

4月6日，恢复后的青岛首班景区旅游直通车共发送4部旅游大巴车，当天出行的100余名游客在排队检测体温、信息登记后有序登车，分别前往青岛西海岸大珠山一日游及胶州草莓采摘一日游。青岛崂山风景区、青岛大珠山景区、奥帆中心、小青岛、青岛德国总督楼旧址博物馆等已开放的景区也正采用预约制等方式引导游客有序参观。

显而易见，在政府部门和市场主体的共同努力下，青岛消费已日渐复苏。

实际上，对青岛来说，“消费季”只是一个开始。“我们制定的《青岛市2020年激发消费潜力促进消费增长行动计划》将分阶段进行，为期100天的‘消费季’活动只是第一阶段，其中很多活动是根据目前疫情防控形势采取的阶段性安排。随着形势变化，青岛还将会对活动的安排和范围做出适时调整，争取100天恢复正常生活秩序、提振信心。”青岛市商务局负责人介绍说。

没有一个冬天不会过去，没有一个春天不会来临。我们相信，青岛消费市场的明媚春天，已然在路上。

本报电 日前，青岛举行科技创新母基金战略合作协议签署仪式，4个子基金现场签署框架协议和意向协议，基金总规模近20亿元，为青岛发挥基金引导作用、推动高质量发展注入源头活水，坚定了业界对青岛投资发展的信心。

据介绍，去年5月青岛举办全球创投风投大会，宣布设立总规模500亿元、首期规模120亿元的科技创新母基金。之后，科创母基金投资工作就按下了“快进键”，先后完成了管理公司设立、服务机构招募、管理公司登记、资金募集等工作，进入投资快车道。

科创母基金由省、市、区政府及各级国企共同出资设立，按市场化方式与社会资本合作设立青岛科技创新子基金，是青岛在科技创新领域的重要布局，承载着助力原始创新成果转化的使命。

据悉，科创母基金投资领域聚焦硬科技，对标科创板，重点投资于战略新兴产业领域，支持原始创新、成果转化及高端科技产业化项目培育。为实现精准投资和对青岛市产业的全方位支持，围绕产业链、资金链、人才链、技术链“四链融合”，科创母基金进一步明确并聚焦于以下五大赛道：新一代信息技术、5G；人工智能、电子信息、半导体；新材料、新能源、新能源汽车；高端装备、物联网；生命科学及其他。

此次签约的4个子基金，是青岛科创母基金服务于青岛“科技引领城”和“全球创投风投中心”建设理念的延续，是结合青岛市产业布局，优先投资于青岛市科技创新领域的股权投资子基金。签约的4家创投机构是国内创投行业的头部机构和优秀代表。

其中，山东青岛同创工业智联创投基金由深圳市同创伟业发起设立，首期基金规模5.35亿元。同创伟业是中国最早一批专业创投机构，此次成立的基金重点投资于工业互联网方向，即利用5G、物联网、大数据、人工智能等新一代信息技术与工业深度融合，实现产业数字化转型升级。

此外，规模5亿元的山东青岛北汽东证智慧汽车创投基金、规模5亿元的梅花早期智能精选基金、规模4亿元的青岛仙瞳生物医药创投基金同期进行了意向签约。

据了解，北汽东证是产业与资本融合的代表，签约基金将聚焦智能汽车产业；梅花创投是国内头部天使机构，签约基金将聚焦智能5G产业；仙瞳资本是医疗细分领域的优秀机构，具备国际视角和强大的孵化能力。它们将很快给青岛的高科技产业注入新鲜血液。

今后，科创母基金将充分发挥基金的引导作用，抢抓创投风投、“新基建”等发展机遇，面向全国招募优秀创投基金，积极调动各方资源，改“面对面”交流为“屏对屏”沟通，通过网络、电话、微信、电子邮件等通讯手段，适当加快决策流程和投资进度。

截至目前，科创母基金已对接了超过100家创投机构，筛选近40家创投机构，举办了多次云视频路演和线上对接活动，路演基金规模超80亿元，并与一批优秀创投机构达成明确合作意向。

(宋晓华)

青岛二十亿元基金投向新经济



青岛盒马鲜生一家门店内，消费者正有序购物。

资料图片



青岛德国总督楼旧址博物馆开馆。 资料图片

海信广场服务人员进行商品销售直播。 张森森摄



青岛“政府透明度”位居全国第二

本报电 近日，中国社科院法学所发布“中国政府透明度指数评估报告”，青岛在全国40个较大城市中位居第二，仅次于深圳。

据介绍，青岛不断拓宽公开渠道，坚持开门决策，探索实行公共政策制定公开答辩制度，在全市发起的15个攻势答辩中邀请企业家、专家等各界人士参加，通过媒体向社会全程公开，取得了良好的成效。同时，青岛构建了“听民意、聚民智、解民忧、惠民生”的政民互动模式，连续11年开展“向市民报告、听市民意见、请市民评议”活动，对政府各部门工作进行评议。

75辆二手车自青岛口岸出口非洲

本报电 日前，在位于山东自由贸易试验区（青岛片区）保税港区的青岛二手车出口总部基地内，75辆出口二手车集中发运。这是新冠肺炎疫情发生后，山东省首次批量出口二手车。该批二手车在青岛港装船启运后，预计5月31日运抵非洲尼日利亚阿帕拉港。

据了解，75辆出口二手车中，包括23辆乘用车、17辆商用客车、25辆商用车、10辆商用挂车，涵盖一汽大众、中国重汽、陕汽等品牌，总货值170万元。

5家企业入选大数据产业发展试点

本报电 日前，工信部日前公布2020年大数据产业发展试点示范项目名单，青岛共5家企业项目入选，占山东省入选项目的1/3。

据介绍，青岛入选的5个项目分别为赛轮集团股份有限公司的基于智能制造的轮胎企业工业大数据应用、中车青岛四方车辆研究所有限公司的轨道交通车辆智能运维大数据融合应用建设、青岛海尔生物医疗股份有限公司的面向智慧医疗的疫苗与血液大数据管理平台建设与应用示范、中科院曙光国际信息产业有限公司的三建联动网格化创新治理系统、北京航空航天大学青岛研究院的空天地海大数据应用平台，涉及工业大数据融合应用的企业应用方向、重点行业方向、民生大数据创新应用的民生大数据创新应用方向。

海尔集团入选国家引才引智示范基地

本报电 日前，国家科技部公布2020年度国家引才引智示范基地名单，海尔集团成功入选国家引才引智示范基地（产业技术创新类），是全国唯一入选的家电企业。

据了解，海尔深入探索人单合一模式，从制造企业转型为开放的创业平台、共创共赢的物联网生态，对有志于创新创业的海内外人才产生了巨大的虹吸效应。依托国家重点实验室和全球十大研发中心，海尔为海内外人才提供良好的研发创新环境，累计产出15项国家科技奖，9项国家专利金奖，主导或参与了67项国际标准的制修订，引进的外国专家也多次被授予中国政府“友谊奖”和“国际科技合作奖”等荣誉；海尔还搭建了HOPE开放式创新平台，与海内外人才开展多种形式的合作，截至目前已形成了1万多个创新合伙人社群，涵盖了减震降噪、新材料、新一代信息技术等领域，每年产生创意产品超过6000件。

(本栏目整理：宋晓华)

青岛4项成果上榜中国十大海洋科技进展

本报电 目前，中国海洋学会联合中国太平洋学会、中国海藻学会、中国造船工程学会、中国航海学会及中国指挥与控制学会评选出了2019年度中国十大海洋科技进展，来自青岛的4项科研成果上榜，彰显海洋科技名城的创新研发实力。

其中，由中科院海洋研究所俞志明为第一完成人的改性粘土治理赤潮的技术与方法，攻克了赤潮治理长期存在二次污染、效率低、成本高、不能大规模应用等技术难题，实现了海洋环保领域重大突破。迄今，该技术已在中国近海20多个水域大规模应用，并且走出国门，在美国、智利、秘鲁等国家示范应用，被誉为“中国制造的赤潮灭火器”。

青岛上榜的其余3项成果分别是“向阳红01”北极科考项目、对虾全基因组破译及其重要生理过程解析和一项揭示大西洋—太平洋跨海盆相互作用的研究成果。

据介绍，发明了改性粘土治理赤潮的技术与方法，攻克了赤潮治理长期存在二次污染、效率低、成本高、不能大规模应用等技术难题，实现了海洋环保领域重大突破。迄今，该技术已在中国近海20多个水域大规模应用，并且走出国门，在美国、智利、秘鲁等国家示范应用，被誉为“中国制造的赤潮灭火器”。青岛上榜的其余3项成果分别是“向阳红01”北极科考项目、对虾全基因组破译及其重要生理过程解析和一项揭示大西洋—太平洋跨海盆相互作用的研究成果。

据介绍，2019年8月10日至9月27日，自然资源部组织开展了中国第十次北极考察，这次考察首次采用非破冰船“向阳红01”执行，航行10300余海里，最北到达76°02'N，顺利完成了主体任务。“向阳红01”是青岛拥有的现代化大型科考船之一，此次北极考察任务由驻青科研单位第一海洋研究所负责牵头实施。

(宋晓华)

由中科院海洋所相建海为第一完成人的研究团队实现了对虾全基因组破译及其重要生理过程解析，对虾基因组的破译完成为甲壳动物底栖适应和蜕皮调控等研究提供了重要的理论基础和数据支撑，同时也为对虾基因组育种和分子改良工作搭建了重要的基础平台。

(宋晓华)