

遴选并推荐百余处「主客共享」公共空间，市民走出家门就能品味「诗和远方」

上海「本地人游本地」成旅游复苏亮点

新华社上海10月21日电(记者陈爱平)走出家门,就能品味“诗和远方”。随着“本地人游本地”成为旅游复苏新亮点,上海遴选并推荐124处“主客共享”的公共空间,鼓励市民游客去发现城市生活的美好。

这些分布在上海16个区的公共空间,既有书院、书店、美术馆、博物馆,也有湿地公园、体育公园、文化弄堂、滨江驿站等,这些公共空间依托文化、娱乐、健身、游憩、绿化、商业、餐饮、农业等资源,推出展现区域特色的文化旅游活动及公共服务,让市民游客能体验“微旅游、慢生活”。

上海市文化和旅游局自21日起在其微信公众号“乐游上海”上展示推荐这些公共空间,并发起线上投票,由市民游客来评选所青睐的“家门口的的好去处”。

“本地人游本地”在今年流行起来,成为旅游复苏新亮点。春秋旅游副总经理周卫红介绍,以摄影、品尝咖啡、观剧、听音乐等为主题的微旅行线路颇受欢迎。今年春秋旅游推出的城市微旅行产品参与游客已经超过5万人次,有相当部分游客为上海市民。城市微旅行线路正是将城市文化旅游地标、特色公共空间“串珠成线”。

上海财经大学教授何建民分析,近年来上海通过城市“微更新”并提升文旅供给能级,推进全域旅游目的地建设,不仅吸引来自全国乃至全球各地游客,也让更多市民纷纷走出家门。“本地人游本地”与全域旅游“处处是景、时时宜游”的理念“不谋而合”,也是“人民城市为人民”理念的生动实践。

本地旅游休闲的需求正在孕育新的市场空间,助力文旅振兴。统计显示,刚刚过去的国庆中秋假期,上海共接待游客883万人次,同比增长75%。而同期全市150多家主要旅游景区(点)共接待游客860万人次,同比增长4%;沪上饭店旅馆客房出租率为66%,同比增长16个百分点;在来沪游客进入返程高峰时,沪上景区游客量依旧因为本地游客游览而“爆棚”。业界分析,景区和酒店消费增幅高于整体旅游市场恢复速度,更加活跃的本地旅游休闲消费功不可没。

从更深层次来看,随着城市发展建设、文旅深度融合,“阅读建筑”、郊野趣游等相关活动的开展,更多市民游客有动力和耐心去“挖掘身边的宝藏”。春秋旅游周边部产品经理柯一鸣发现,相当部分城市微旅行游客正是居住在途经的文旅地标、公共空间附近的住户。他说:“有的游客甚至已在‘打卡点’附近居住了10多年,他们希望通过城市旅游休闲活动更好地了解自己所居住的街区的历史文化。”

中国旅游研究院院长戴斌认为,旅游业逐步振兴,要与本地居民休闲生活相结合,实现主客共享,把外来游客和本地居民统一到共同的消费市场;要抓住“新基建”机遇,坚持文化与旅游融合发展,既要“旅游+”,也要“+旅游”,不断培育新型旅游市场主体。

江苏:降成本实打实,助发展点对点

聚焦三季度经济·一线见闻

新华社南京10月21日电(记者陈刚、潘晔、杨绍功)从减税降费到降低融资成本,从减免房租、电费到优化涉企服务……今年以来,江苏省各地各部门落实国家政策,帮助市场主体纾困解难,增强发展后劲。

“今年8月,面积为老厂区6倍大的新厂区已初步建成投产,这让我们完成‘一带一路’相关国家订单的底气更足了。”位于江苏泰州靖江的先锋半导体科技公司财务负责人宋卫华说。

今年,这家企业享受到2019年度企业所得税加计扣除776万元、高新技术企业减征企业所得税203.8万元,又顺利拿到出口退税206.4万元,这些减税降费政策让企业“轻装上阵”,加大研发力度,提高产能。

“国家的好政策支持着高科技企业搞创新、谋发展。”扬杰科技财务负责人戴娟说。扬杰科技是国内半导体功率器件龙头企业,受新冠肺炎疫情影响,企业经营压力加大。1月至8月,国家税务总局扬州市邗江区税务局开辟退税绿色通道,快速审核审批,协助扬杰科技办理免抵退税4063.8万元、出口退税495.5万元。此外,增值税税率下调以来,公司累计收到增值税返还2086.5万元。

“国家的惠企政策实实在在增强了企业获得感。”江苏精诚纺织有限公司董事长宋凌炎说,今年融资更加方便、成本更低,银行贷款利

率只有3.8%左右,社保减免政策也延续到12月底。

疫情冲击之下,企业降低融资成本诉求突出,帮助更多企业缓解资金压力、重塑活力,成为江苏各地金融机构发力的方向。

南通祥洋纺织有限公司负责人介绍,今年发货、回款受到疫情影响,公司在江苏银行的帮助下办理了贷款展期,不仅减免了数万元罚息,还及时贷到680万元流动资金,员工就业未受影响的同时实现了外贸转内贸,现在公司经营发展已恢复如初。

开办医养结合的养老机构,要有医疗、餐饮等配套,平常办理至少需跑15个部门,拿8个证照,全程要200多天。南京瑞芝康健老年公寓负责人杨艳见证了行政审批提速,她办理相关手续花了不到50天,到一个窗口、交一次材料、拿一次证就办成了。

南京市江宁区行政审批局副局长张勇说,疫情之后企业复产达产时间宝贵,当地通过优化审批流程、提供代办服务等方式,最大限度减轻企业办事成本,企业开办普遍实现2个工作日内办结。

从企业经营中遇到的一个具体问题出发,优化服务、精准施策,江苏各地致力“点对点”为企业解决问题。

聚焦项目用地、立项、施工许可等关键环节,进一步优化流程、压缩时限、提高效能,江苏昆山出台优化营商环境28条新政,推出“昆如意”营商服务品牌。招商护商专员主动上门倾听企业诉求、协调解决困难、提供服务,并建立市领导挂钩13家龙头企业、经济部门挂钩100家重点企业,区镇和招商护商专员挂钩千家企业的分级服务机制,协调解决各类问题。

天津:护弱小解忧难,促链接巧搭台

新华社天津10月21日电(记者刘惟真、宋瑞)开办解惑“学堂”、搭建对接平台……疫情期间,天津市相关部门化身“园长”“红娘”,帮助企业缓解融资难题、减轻税费负担、畅通产业链条,为“幼苗”筑稳“根基”,将“树木”聚为“森林”,用贴心、暖心的服务培育营商环境沃土,护航企业成长为“参天大树”。

“开蒙”“育苗”解忧难

近日,一辆“企业服务大篷车”开进了天津市津南区,把金融知识讲堂直接“搬”到了企业身边。如何借助资本市场融资、怎样进行品牌宣传推广……针对企业关心的问题,专家认真讲授、学员积极互动,不少企业家课后直呼收获满满。

天津璇叶生物科技有限公司总经理靳杨是讲堂的常客之一。“不仅能从课程内容中受到启发、学到技巧,也能在这一平台上与其他企业家进行交流,受益匪浅。”靳杨说。

微企政策措施的综合运用平台,在天津市金融局的指导下,天津滨海柜台交易市场推出一系列实际举措,不仅为处于初创期的企业解决了不少难题,也提供了温暖的“港湾”。

疫情期间,在相关部门的帮助下,天津璇叶生物科技有限公司还顺利获得了约500万元的融资。

截至9月底,天津滨海柜台交易市场累计助力辖内企业获得融资金额623.96亿元,服务企业5000余家。

悉心“护苗”稳“根脉”

在位于天津市西青区杨柳青工业园的天津鑫宝龙电梯集团有限公司生产车间内,两条用于制造扶梯、直梯的生产线开足马力,一片繁忙景象。“在政府部门的帮助下,我们4月1日实现了全面复工复产,今年扶梯、直梯产能预计能比去年提高一倍。”该公司办公室主任王燕说。

王燕给记者细细算了一笔账:从疫情发生至9月底,政府各项优惠政策共为企业减免社保费和水电气费用约70万元,房产税、耕地占用税等税款可延期缴纳,也为企业节省了不少成本。

更让王燕感到贴心的是,税务、人社等部门的工作人员还为企业“一对一”讲解现行政策,帮助企业进行网上申报,简化手续,提高效率。

推出一系列减税降费政策,帮助企业稳住资金链、渡过疫情难关;开通便捷“绿色通道”,实现业务快速办理,确保优惠政策落地落实……疫情期间,政府部门“变身”为“护苗人”,悉心呵护企业的“根脉”。

今年1至8月,天津全市新增减税降费累计达381.48亿元;去年以来,天津市市级行政许可事项累计从1133项减少到227项,事项办理时限从法定平均时限的21.2天压缩到4.2天……

“通过持续工作,全力保住‘希望之苗’、护好‘发展之苗’,既能够帮助企业渡过难关,化危为机,也有助于稳定市场主体、保障就业和民生。”天津市税务局党委书记、局长牟信勇说。

“链接”“壮苗”巧搭台

企业当“主角”,政府扮“红娘”,在天津市8月份举行的一场信息安全产业撮合对接会上,上下游企业代表围坐桌边、商谈合作,现场气氛

融洽热烈。

“我们提供的是数据库产品,只有在与应用集成、应用开发等企业开展深度合作的过程中,才能更好地实现规模化发展。”前来参会的天津南大通用数据技术股份有限公司董事长丁明峰感慨道,这场撮合对接会提升了企业间的沟通效率,搭建起了产业链联动的“彩虹桥”。

为做好“六稳”工作,落实“六保”任务,加快新动能引育、助推经济高质量发展,天津市近期推出产业链、供应链、资金链“三链”专项行动,打通产业的“生命线”。包括该场对接会在内,天津市级层面已先后举办了16场撮合对接活动。

“一方面依托龙头企业,通过引进配套企业、技术研发转化机构、公共服务平台等,构建完整产业链;另一方面通过优化营商环境、完善生活配套设施,吸引人才聚集,推动形成企业和人才‘主动来、乐意留’的良好产业生态。”天津市工业和信息化局信息技术发展处处长孙晓强说。

截至目前,天津市举办的撮合对接会累计推动签约133项,涉及授信资金约138亿元,实现上下游衔接成果110个。

时速400公里!跨国互联互通动车组下线



▲这是在中车长春轨道客车股份有限公司拍摄的时速400公里跨国互联互通高速动车组(10月21日摄)。
新华社记者张楠摄

新华社长春10月21日电(记者段续)21日,我国自主研发的时速400公里跨国互联互通高速动车组,在中车长春轨道客车股份有限公司下线。列车可在不同气候条件、不同轨距、不同供电制式标准的国际铁路间运行,能让国

际、洲际旅行更便捷。

目前,世界上主要有四大铁路轨距标准,普通列车在采用不同轨距的国家间运行时,需要更换列车转向架,费时费力。而时速400公里跨国互联互通高速动车组装有变轨距转向



▲这是时速400公里跨国互联互通高速动车组列车内部构造(10月21日摄)。
新华社记者张楠摄

架,在行进中就能实现变轨运行。这一“变形”功能,极大提高了铁路跨国联运效率。

该型动车组还具备很强的环境适应性,能在零下50摄氏度至零上50摄氏度的温度区间内运行,还可满足不同国家、不同类

型的牵引供电制式和铁路运输标准。

中车长春轨道客车股份有限公司技术专家指出,基于这一项目形成的技术和产品平台,我国企业可按照全球各地区技术标准、运营需求定制高速列车产品。

“世界超市”义乌全面数字化转型

新华社杭州10月21日电(记者屈凌燕、魏一骏)义乌小商品城的官方网站——“义乌小商品城”(www.chinagoods.com)21日正式上线,标志着这个全球著名的小商品市场全面开启数字化转型。

Chinagoods平台由中国小商品城开发运营,依托义乌市场7.5万家实体商铺资源,服务产业链上游200万家中小微企业。平台自今年4月上线测试以来,已推出PC版、App版、WAP版等多个版本,入驻商户主体5万多户,注册采购商50余万人。

“Chinagoods平台相当于把义乌市场的贸易生态全面数字化、数字化。”义乌小商品城集团董事长赵文阁介绍,这个平台集线上展示交易、智慧仓储物流、便利化通关、全球化供应链服务、信用数据采集应用、金融赋能等功能于一体。

在数字化转型和疫情背景下,被称为“世界超市”的义乌市场变“疫情之危”为“发展之机”,聚焦融入“双循环”新发展格局,大力发展互联网电商、社交电商、直播电商,迎来新一轮发展机遇。1-9月,义乌出口同比增长5.1%,高出全国3.3个百分点;前三季度,义乌快递量达47.3亿件,仅次于广州居全国第二;网红直播带货超12万场,实现销售额140亿元。

美好生活新风尚,看这里,就够了!

第三届进博会最“美”展区抢先看

厚度仅有2毫米的超薄机械腕表、“千人千面”的彩妆护肤“黑科技”、全球首秀联名合作系列……记者从中国国际进口博览会举行的第三届进博会六大展区专场推介会上了解到,消费品展区可谓第三届进博会上最“美”的展区,800多家全球展商将带来不少首发新品,带来美好生活新风尚。

中国国际进口博览会相关负责人介绍,第三届进博会消费品展区展览面积9万平方米,远超规划面积,聚集了全球的800多家企业,其中世界500强及行业龙头企业30多家,以“美好生活新风尚”为主题,设立“美妆及日化用品”“家居用品及礼品”“智慧生活及家电”“母婴及儿童用品”等多个主题板块。围绕“新”生活、“酷”科技、“最”潮流三大方向,打造世界品牌集聚地、全球新品首发地及国际潮流引领地。

欧莱雅集团是第三届进博会参展商联盟理事会首任轮值主席单位。欧莱雅中国区副总裁

兰珍珍说,疫情下,中国前三季度经济数据转正,进口博览会“如约而至”,这些都释放出了积极信号,坚定了外商在中国持续深耕发展的信心。在第三届进博会上,欧莱雅旗下的五个新品牌将与中国大陆消费者首次见面,带来超过100款产品的首秀,其中包括家用定制化化妆品概念产品Perso等“黑科技”产品。

“中国是资生堂除日本以外的销售额最大的市场。”资生堂(中国)投资有限公司经营战略本部部长谷直子说,资生堂近期与进博局签订了从明年开始的三年合作备忘录,将在11月实现奢华护肤品牌“THE GINZA 御银座”在中国大陆的首秀,以及“与树木共生”可持续发展理念的护肤品牌BAUM在日本以外的首次海外亮相。

首次参展进博会的优衣库一口气拿下了1500平方米的展区,打造服装的“明日博物馆”,其中包括“全球首秀”的T设计师合作系

列。为了让中国消费者近距离感受服装的创新科技,优衣库推出线上线下联动的“明日博物馆”,19日起通过微信掌上优衣库、App等渠道在“云端”上线,“刷透”进博明星展品。

强生消费品将在进博会上带来6款全球首发新品、11款亚洲首秀新品,值得注意的是,其中一款首秀的新品是依托天猫创新中心的大数据为中国消费者定制的全新果味漱口水3.0系列。强生消费品中国区总裁邓旭说,中国市场拥有领先全球的数字化环境,为强生更好深耕中国市场提供了良好的条件。

消费品展区首次设立的体育用品及赛事专区展览面积7300平方米,展会期间,这里将围绕全民健身运动、青少年体育培训、电子体育与传统体育融合、竞技体育与大众体育双向发展等话题展示企业品牌力量,共话行业未来。

迪卡侬中国区副总裁王亭亭说,在首届进博会上,以采购商身份参加进博会的迪卡侬与

合作伙伴成功牵手,双方合作研发的自动盘点机器人“迪宝”成了第二届进博会上的“明星展品”,截至今年9月,“迪宝”已经先后进驻中国近30个城市的50家商场,在第三届进博会上,迪卡侬还将宣布更多加码中国市场新零售的投资布局。

迪卡侬在今年的进博会上将携旗下全产业链6家子公司和40个子品牌参与,将全球首发一款可以折叠的皮划艇,让“小众”运动的练习“门槛”更低。

耐克是进博会的“新朋友”。耐克体育(中国)有限公司大中华区高级活动市场总监林思颖介绍,疫情下耐克依然看好中国市场,在进口博览会上将重点打造以实现零废弃和零碳排放为目标的可持续创新实践工作坊,邀请多名艺术家利用回收物作为原材料进行现场创作,将耐克的可持续创新和发展理念进行艺术呈现。

(周蕊、李睿)新华社上海10月21日电