

高铁+旅游、高铁+产业……济郑高铁通车一个多月,交流、合作成为高频词

一条铁路串起的“双向奔赴”

记者蹲点
探究故事

□ 本报记者 范薇

2023年12月8日,济南至郑州高速铁路全线正式开通运营。当天,山东中铁文旅发展集团所属山东中铁国际旅行社就根据游客需求设计推出了济郑高铁沿线多种旅游产品,涵盖“天下泰山—中岳嵩山自由行产品”“坐专列游老家河南”等相关特色线路。便捷的交通、丰富的线路产品,吸引了众多游客乘上济郑高铁一览鲁豫风光。

一个多月以来,除了双向奔赴的鲁豫游客,列车上,还有许多济郑高铁的新乘客,他们怀着期许奔向各自的目的。在他们的故事里,交流、合作成为高频词。

蔬菜产业“搭上”高铁

乘客王虎超是莘县新思园农业发展有限公司负责人,他的目的地是济阳。眼下是蔬菜更茬换季的时候,蔬菜交易处于淡季,但王虎超却没闲下来。“济郑高铁开通十几天后,我就坐高铁到济南西站,然后去了济阳。以前都是开车去,很耗精力。”王虎超说。

济阳是黄瓜的主产区,王虎超这次到济阳主要是考察当地黄瓜的行情,为公司下一步的发展作参考。王虎超告诉记者,公司主营蔬菜、水果的种植和流通业务,日常工作包括协调蔬菜水果的收购和销售,对接农超。新思园农业经营黄瓜、西葫芦、香瓜、秋月梨等多种蔬菜水果,供应辐射全国不同地域,莘县通高铁后,公司员工到外地看行情、跑业务更加方便。

莘县蔬菜供应网络四通八达,南来北往的客商会聚于此。高铁的开通,也为莘县与各地交流交往,扩大蔬菜产业影响力提供了新窗口。



图为列车驶过济郑高铁跨京沪高铁特大桥。(□资料片)

“济郑高铁不但方便郑州等附近城市的客户,苏州、合肥等较远地方的客户来我们这里也更方便了。”王虎超说,最近就有客户在莘县收完黄瓜之后,到济南转车北上辽宁继续收购。他认为,等到春秋季节蔬菜交易的旺季到来之后,便捷的交通对莘县蔬菜产业的利好将更加明显。

做大做强“朋友圈”

乘客杨怀波则从郑州出发,他的目的地是青岛。

前不久,杨怀波担任副秘书长的聊城联盟会在青岛组织了一次年会。全国各地三十多家异地聊城商会齐聚青岛,会上介绍了聊城发展的战略定位、产业布局、区位优势 and 营商环境等情况,并宣讲了目前聊城的产业招商、招才引智政策。说起聊城的变化,杨怀波深有感触,他感到聊城的营商环境正不断优化,如今济郑高铁开通,更是补齐了聊城在交通方面的一块短板,为全国各地的企业走进聊城、了解聊城、投资聊城提供了新通道。

杨怀波也是郑州市聊城商会秘书长。1月5日,记者拨通他的电话前,他刚刚参加完一场“双招双引”活动。这天,聊城东昌府区的“双招双引”团队前往郑州三全、蜜雪冰城等食品企业学习管理模式,寻求合作机会,郑州市聊城商会做了配合工作。

济郑高铁通车以来,聊城市多个区县的招商团队接连来到郑州,让杨怀波这个冠县人忙得还没有顾得上回趟老家。一个月的时间里,商会参与对接了十场以上的线下活动,包括座谈沟通、合作签约等,频率远高于济郑高铁通车前。

如今,济郑高铁开通为聊城高质量发展注入了更多可能,杨怀波希望借助沿海产业向中部转移的机会,为聊城发展出一份力。“我们正在积极了解聊城每个县市区的营商环境、产业结构,如果有合适的契机,商会将积极帮助引导相关企业落户聊城。”他说。

今年,他打算与商会会长沟通,去聊城各县市区走访,寻求合作扩大投资。济郑高铁开通,为这一计划的实施做好了铺垫。

搭建物流新通道

同样从郑州出发的,还有山东港口物流集团郑州公司总经理杜坤,他前往的是济南。

“我们做商业、做市场,大家见面聊要比网络、电话更有诚意。”谈起济郑高铁开通对于内陆港的影响,杜坤开门见山地说。

他两次前往济南的公司,明显感受到路上的时间短了。“原来从郑州到济南车次比较少,时间也比较长,有时候为了去济南开会,即使会议时间在下午,也得提前一天赶过去,但现在可以当天往返了。”

济郑高铁开通后几天,郑州国际陆港的人员就来到位于济南的山东港口物流集团洽谈。“这次会面,探讨的是怎样在河南布局,将郑州现有的模式复制到河南其他城市,进一步增加从河南地区到山东港口的物流通道。”杜坤介绍。

他提到的“郑州现有的模式”,指的就是郑州内陆港的建设。山东港口与铁路方合作,将双方的资源前置到内陆,把出海口搬到客户家门口,为河南企业节省物流成本。郑州内陆港发运的货物有汽车配件、工业零配件、医疗用品等,货源主要来自郑州以及周边城市。

目前,从郑州到青岛港每天都有班列发出,运输时效大大提高,价格相对稳定,客户的信任度和依赖性越来越强,郑州内陆港每年发运的海铁联运班列已从2021年的2700车,增长到2023年的21000车。

“河南的客户也经常需要到青岛进行洽谈,随着业务的扩展,这种需求会更为频繁,济郑高铁的开通无疑为他们提供了便利,也有利于扩大货源腹地,推动山东港口的发展。”杜坤说。



打造海上风电产业集群

□通讯员 周广学 报道

1月9日,东营经济技术开发区海上风电装备产业园,中船海装年产120万千瓦海上风电机组装备总装基地生产车间内,工人们正在进行海上风电机组的安装。东营市利用凭海临风的区位优势,加速布局海上风电产业,从纤维、树脂到叶片、桩基、主轴、塔筒,再到风电主机等,一批产业链上下游项目加速集聚,基本构建起海上风电装备制造完整产业链条。



抱团进片区，带来村庄蝶变

沂水县加快乡村振兴片区建设,计划用3—5年时间实现片区全覆盖

乡村振兴齐鲁样板 村村有好戏

□ 本报记者 纪伟

本报通讯员 刘世杰 田宝宗

今年的白家马庄集,比往年更热闹。1月6日中午12点,沂水县许家湖镇白家马庄村的主干道上人头攒动,肉贩背猪肉正忙着为顾客称重打包。“像这种村里的小集,平时这个点早就散了,不过今年白家马庄村人气旺,我们这些摆摊的也跟着多挣不少钱。”胥振国说。

村里为啥人气越来越高,耄耋之年的村民高智云认为是环境越来越好了:以前北面的进村路没有硬化,人车行过尘土飞扬,今年路面已铺上沥青;摆摊的空地原本只是一片林地,如今地面铺上石子,还在西侧建起公厕;路边建起不少花坛,小广场上还增设了滑梯等游乐设施。

“这些项目涉及群众生活所需,以前资金不足,项目只能排队推进。”白家马庄村党支部书记白梅杰告诉记者,村集体年收入只有十几万元,前年花7万多元更换了自来水管,无法再实施其他工程,但去年白家马庄村与其他4个村被划入乡村振兴片区,各级各部门按照片区模式倾斜资源、产业、道路、环境、排水等十几个项目密集上马,村庄面貌焕然一新。

什么是片区模式?“以前每个部门的资源分散使用、平均分配,像撒芝麻盐一样,如今我们把资源统筹起来使用,在片区内形成合力,打造一片就能成一片。”许家湖镇党委书记何泰然说。

近年来,沂水县按照“大规划、小切口、可复制、能推广”的原则,整合力量、连片打造,成熟一片、推进一片,先后连片打造了乡村振兴齐鲁样板省级示范区、省级衔接乡村振兴集中推进区、市级美丽乡村示范片区等县级以上片区11个,12个镇街的209个行政村被列入片区。

“按照要素连片保障的原则,沂水县将资金、土地、第一书记等要素向片区倾

斜,有序引导金融资本、工商资本、社会资本等投入片区建设,实现握指成拳。目前我们计划用3—5年时间,实现片区全覆盖,推动乡村全面振兴。”沂水县委副书记、县长刘铭说。

在沂水县,像白家马庄村这样进入片区抱团发展的村庄还有很多。

沂水县全面推行镇党委领办合作社联合社、党支部领办合作社土地托管模式,探索一社带多社、多社带全域的发展路线,该县党支部领办372家合作社、1040支志愿服务队。其中,马站镇试点“支部领办+全程托管+规模经营”模式,由镇党委领办合作社联合社,村党支部领办土地股份合作社,将整合后的4600余亩土地统一由省供销社农发集团托管。

2022年,托管的第一批2535亩小麦、玉米实现净收益130万元,为村民分红68万元。

深入实施“四雁工程”,今年以来新选配村党组织书记106名。院东头镇西墙峪村正是在“90后”村党支部书记王成成的带领下,从提升基础设施入手,通过挖

掘红色文化,发展民宿、农家乐等新产业,实现村集体年收入30万元,将一个闭塞的落后村,变成今日的乡村振兴齐鲁样板明星村。

积极探索村(社)、企联建“共富车间”,动员138家企业和村庄一对一结对,投资32亿元实施产业项目36个,帮助6000余名群众就业。其中,诸葛镇积极探索推行“龙头企业+党支部领办合作社+养殖户”的利益联结模式,推进观赏鱼养殖进村入户。通过盘活村集体、农户院落等闲置资源,发展庭院经济,目前,带动周边12个村、47家养殖户,建设养殖池121个。

“近年来,我们聚力打造乡村振兴齐鲁样板先行示范县,大力实施农业稳县战略行动,积极探索推进党建引领下的片区推进模式。”沂水县委书记陈士贤说,沂水县坚持同需于民,以“全域整治、全域旅游、全景沂水、全民共富、全面振兴”为目标,努力蹚出老区乡村振兴的路子。

2023年中国经贸类展会全面恢复至疫情前水平

新华社南昌1月10日电 (记者 韩佳诺 程迪) 中国贸促会10日发布的《中国展览经济发展报告2023》显示,2023年中国共举办经贸类展会3923场,较2022年增长117.1%,较2019年增长10.6%;办展总面积1.41亿平方米,较2022年增长153.3%,较2019年增长8.25%。经贸类展会数量和展出面积超越疫情前水平,展览业呈现全面恢复态势。

这份报告是在江西南昌举行的第十九届中国会展经济国际合作论坛上发布的。中国贸促会展览管理部部长郭胜荣介绍,2023年,中国展览业发展呈现五大特征:中国经贸类展会全面恢复至疫情前水平;展览业经营主体经营情况不断恢复向好;企业重启出国参加办展,加大市场开拓力度;国家级展会成为引领展览业复苏排头兵;展馆实际运营数量和利用率大幅提升。

从行业分布来看,工业与科技类展会在数量和面积上均居各行业展览首位。从区域分布来看,2023年京津冀、长三角、珠三角三大区域举办经贸类展会数量占全国比重为57.35%,总展览面积占全国比重63.27%。

出国展览方面,2023年中国贸促会共组织举办出国办展78项。出国办展项目场均展出面积2719.5平方米、参展公司数量194.1家、展位数量280.9个,分别达到2019年水平的0.97倍、1.33倍、1.2倍。

“2024年,中国展览业国际化发展将面临更多新的机遇。”郭胜荣说,随着我国加快培育外贸新动能,扩大高水平对外开放,未来中国将持续培育更多国际知名展会,吸引更多国际知名展览企业在国内落户,推动中国展览业国际化水平和国际影响力持续提升。

我国加快推进儿童医疗卫生服务高质量发展

新华社北京1月10日电 (记者 李恒) 根据10个部门日前联合印发的一项文件,我国将从提升儿童重大疾病诊疗和危急重症救治能力;支持儿科领域前沿技术与转化;发挥中医药在保障儿童健康中的特色优势;推进家庭医生签约服务;改善就医感受,提升儿童患者体验;加强儿童心理健康和精神卫生服务;提供高质量的儿童疾病预防和健康管理服务等7个方面,提供优质化儿童医疗卫生服务。

记者10日从国家卫生健康委了解到,国家卫生健康委、国家发展改革委、教育部等10个部门日前联合印发《关于推进儿童医疗卫生服务高质量发展的意见》,要求以推进儿童医疗卫生服务高质量发展为目标,坚持中西医结合,强化体系创新、技术创新、模式创新、管理创新,加快儿科优质医疗资源扩容和区域均衡布局,助力人口高质量发展和健康中国建设。

意见提出,建设高水平儿童医疗服务网络,完善以国家儿童医学中心和国家儿童区域医疗中心为引领,省市县级儿童医院、综合医院儿科、中医医院儿科、妇幼保健机构为主体的高水平儿童医疗服务网络。二级公立中医医院应普遍开设儿科门诊,三级公立中医医院应开设儿科病房。

意见要求,依托医联体优化儿童医疗资源配置,加强儿科专科联盟建设,发挥牵头医院的技术辐射带动作用。积极发展远程医疗协作网,开展儿科远程医疗、远程教学和互联网诊疗。同时,强化儿童保健服务网络建设,加强省、市、县三级妇幼保健机构儿童保健科室建设。

意见还要求,加强儿科专业人才培养,重点围绕儿科常见病和多发病规范化诊疗,儿科疑难危重症的早期识别和转诊、儿童慢病管理、儿童保健服务等方面,大力开展儿科、全科等相关专业医护人员培训。

根据意见,到2025年,儿科医疗资源配置和服务均衡性逐步提高,每千名儿童拥有儿科执业(助理)医师数达到0.87人、床位数达到2.50张。到2035年,基本形成城乡均衡、协同高效的儿童医疗卫生服务体系,更好满足儿童医疗卫生服务需求。

济南入选第二批国家知识产权保护示范区建设城市(地区)

□记者 王鹤颖 报道

本报济南讯 日前,国家知识产权局公示了第二批国家知识产权保护示范区建设城市(地区)遴选结果,共有15个城市(地区)上榜,其中,济南市成为我省唯一入选城市(地区)。

近年来,济南市深入实施知识产权强市战略,有效打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条,推动知识产权保护工作提质升级。公开数据显示,截至2023年11月,全市发明专利授权量12738件,同比增长17.02%;有效发明专利拥有量56864件,同比增长28.49%;万人有效发明专利拥有量60.91件,同比增长26.66%。

新泰打造数字化统筹平台

□记者 王洪涛 刘涛 通讯员 赵晓宇 报道

本报新泰讯 近日,新泰“数字化统筹平台项目”签约落地。该项目利用薪太软(上海)科技发展有限公司(以下简称“薪太软”)的技术优势,推动新泰实现数字技术和实体经济深度融合,充分释放数据要素和数字技术红利,孵化数字经济核心产业,打造具有新泰特色的数字产业集群。

据了解,薪太软将与新泰财金投资集团共同合作开发及运营新泰市人力资本数字化统筹平台,为全市各单位、企业和市场主体建立一站式薪酬结算和统一收银平台,不断提升人力资源数字化场景应用新模式,用存规模撬动增量。2024年一季度,平台将正式上线并在全域服务业优先推广统一收银码,为本地景区、酒店、饭店、停车场、零售、商超、农贸和各类专业市场等配备统一的收单工具,聚合线下消费数据。

挖掘老字号品牌价值 服务企业健康发展

□通讯员 田淑源 报道

本报青岛讯 近日,省派驻青岛市城阳区“四进”工作支队与城阳区商务局联合开展“挖掘老字号品牌价值,进一步做好传承发展”活动,推动老字号创新发展,加强传统技艺保护传承。

老字号品牌体现了一个地区的文化特色及历史底蕴。近年来,城阳区商务局注重挖掘老字号品牌价值,助力老字号企业保护传统文化、提升品牌价值,并与区检察院联合制定了《关于加强老字号知识产权保护协作的实施意见》。省派驻青岛市城阳区“四进”工作支队坚持用好“四进”工作机制,充分发挥“四员”作用,坚持督帮并举,以实际行动助力地方经济发展。下一步,城阳区商务局将持续对接“四进”工作队,服务老字号企业持续健康发展,大力挖掘地方特色产品企业,引导企业积极申报“青岛老字号”“山东老字号”“中华老字号”等,扩大品牌知名度和影响力。