

山东重点布局预制菜产业四大核心增长极

打造“四极三片多点”发展格局,加快建设“三区一中心”

据《大众日报》消息 近日,省发展改革委等12部门联合印发《山东省预制菜产业高质量发展规划(2024—2027年)》(以下简称《规划》),规范有序发展预制菜产业。根据《规划》,我省将把潍坊、青岛、烟台、临沂4市作为四大核心增长极进行重点布局,整体带动全省预制菜产业提质增效、转型升级。力争到2027年,全省预制菜市场经营主体数量突破8000家,全产业链产值超过6600亿元。

我省是农业大省,农产品门类齐全、产量稳定、供应充足,为预制菜产业发展奠定了坚实的原料基础。同时,我省也是食品产业大省,产业规模连续30余年居全国首位,具备发展预制菜产业的良好产业基础。目前,全省已培育起龙大、得利斯、惠发、美佳等一批行业领军企业,产品覆盖国内主要一、二线城市,远销日韩、欧美国家。

引导全省预制菜产业规范有序发展,《规划》对全省预制菜产业区域布局、发展目标、推进举措等加

以明确。

在区域布局上,《规划》提出以核心增长极为引领、以特色发展片区为联动、以产业重点县为支撑的“四极三片多点”发展格局。“四极”是指产业发展优势明显的潍坊、青岛、烟台、临沂4市,打造引领产业发展的“领头羊”和“隆起带”。“三片”是指围绕畜禽、水产、果蔬菌等预制菜三大品类,统筹考虑全省东、中、西部区域相对均衡,以设区的市为基本单元,兼顾特色优势产区,在全省划分畜禽产品、水产品、果蔬菌产品三大特色发展片区,辐射带动全省区域整体发展。“多点”是指从牛羊肉及特色肉食、禽蛋、海珍品等8个细分品类着手,在全省筛选出53个特色突出的县(市、区),积极培育“一县一业”“一县多品”,因地制宜推动全省预制菜产业差异化发展,特色化布局。

总体目标定位是加快建设“三区一中心”,即将山东打造成为全国预制菜精深加工集聚区、全国预制菜科技创新先行区、全国预制菜质量标准样板区以及

全国预制菜商贸流通集散中心。

在推进举措方面,《规划》提出了加快预制菜产业集聚发展、打造鲁派预制菜“爆品”、培育“好味山东”金字招牌、构建高质量产业生态圈等四项重点举措。其中加快预制菜产业集聚发展方面,我省将以“链长制”为依托,加快形成集种植养殖、食品加工、生产装备、冷链物流、产品营销于一体的“全产业链式”发展格局,培育一批预制食品产业高效集聚区。持续开展年度特色优质食品目录产品和特色优势食品产业集聚区培育认定工作,打造省级特色优势食品产业集群,强县、强镇。

在打造鲁派预制菜“爆品”方面,我省支持各地打造“一城一品”“一城多品”,构建以水产品、畜禽产品、蔬菜等特色食品为品牌引领的鲁派预制菜品牌“矩阵”。加大鲁派预制菜研发创新力度,鼓励引导预制菜企业将传统经典鲁菜和创新鲁菜转化为预制菜,打造彰显鲁派特色的预制菜“单品”“爆品”。

我国银行理财市场存续规模达28.52万亿元

据新华社北京7月30日电 银行业理财登记托管中心30日发布的《中国银行业理财市场半年报告(2024年上)》显示,截至今年6月末,我国银行理财市场存续规模达28.52万亿元,较年初增加6.43%。上半年累计新发理财产品1.54万只,募集资金33.68万亿元。

从产品结构看,截至6月末,固定收益类产品存续规模为27.63万亿元,占全部理财产品存续规模的比例达96.88%,较年初增加0.54个百分点。

从产品期限看,今年上半年,新发封闭式理财产品加权平均期限在303天至392天之间,为市场提

供了长期稳定的资金来源。截至6月末,1年以上的封闭式产品存续规模占全部封闭式产品的比例为67.87%,较年初增加0.85个百分点。

从机构类型看,截至6月末,全国共有239家银行机构和31家理财公司有存续的理财产品,其中,理财公司存续产品数量和金额均最多,存续规模占全市场的比例达85.29%。

今年上半年,理财投资者数量维持增长态势。报告显示,截至6月末,持有理财产品的投资者数量达1.22亿个,较年初增长6.65%。上半年,理财产品累计为投资者创造收益3413亿元。

上半年全国规模以上文化企业营收同比增长7.5%

据新华社北京7月30日电 国家统计局30日发布的数据显示,上半年,全国规模以上文化及相关产业企业(简称“文化企业”)实现营业收入64961亿元,比上年同期增长7.5%。

统计数据显示,文化领域九大行业延续全面增长态势。上半年,文化领域九大行业营业收入延续一季度全面增长态势。其中,文化装备生产、内容创作生产、新闻信息服务3个行业营业收入实现较快增长,分别为10.4%、10.2%和9.8%,增速分别快于全部规模以上文化企业2.9个、2.7个和2.3个百分点。文化辅助生产和中介服务、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营、文化娱乐休闲服务、文化消

费终端生产6个行业营业收入同比增速介于3.7%至7%。

文化新业态行业保持快速增长。上半年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入27024亿元,比上年同期增长11.2%,快于全部规模以上文化企业3.7个百分点。文化新业态行业对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为60.5%。

文化企业盈利能力稳步提升。上半年,规模以上文化企业实现利润总额5250亿元,比上年同期增长8.9%,增速快于一季度3.1个百分点。营业收入利润率为8.08%,比上年同期提高0.11个百分点,比一季度提高1.27个百分点。

上线!中国为中小企业服务打造一张“网”

据新华社北京7月30日电 中国中小企业服务网7月30日正式上线。作为工业和信息化部组织建设和运营的综合在线服务平台,服务网通过政策、技术、服务“一张网”汇集,为中小企业提供“一站式”服务。

记者了解到,该网已完成对现有省级中小企业服务平台和地(市)服务平台的联通,现可提供2亿

多项招标投标项目信息、15万条政策信息,初步实现全国企业数据库等大数据服务能力。

“建设中国中小企业服务网是构建优质高效服务体系、支持中小企业高质量发展的重要举措。”工业和信息化部部长金壮龙说,要提升服务的普惠化、便利化、精准化水平,助力中小企业“强身健体”,提升核心竞争力。

截至2023年底我国公交车保有量达68.25万辆

新华社石家庄7月30日电 截至2023年底,我国公交车保有量达68.25万辆,其中新能源公交车55.44万辆,占比81.2%。运营线路达7.98万条,公交专用车道突破2万公里,2023年完成客运量416.3亿人次。

这是记者30日从交通运输部获悉的。“我的公交我的城”主题宣传活动同日在河北沧州启动。

交通运输部运输服务司二级巡视员耿晋军在启动仪式上介绍,近年来,交通运输部会同相关部门加快完善法规、政策、制度和标准,依托国家公交都市建

设、绿色出行创建等行动,指导各地深入实施城市公共交通优先发展战略,公交发展取得了明显成效。去年印发的关于推进城市公共交通健康可持续发展的若干意见提出了15项任务举措,城市公共交通条例已列入《国务院2024年度立法工作计划》,正在加快出台。

“城市公共交通正迎来新一轮政策窗口期。”耿晋军表示,交通运输部正在研究起草进一步推进城市公共交通优先发展的政策以及公交车和动力电池更新实施细则。



别让跳转广告“想跳就跳”

□本报评论员 孙瑞荣

年中购物节打响促销战,各大电商平台竞相争夺消费者。可消费者打开电商App的原因,却可能不是买东西,而是遭遇其他App广告页面的强行跳转。记者调研发现,相关部门虽已治理多年,跳转广告却屡禁不止,而且花样翻新、迭代升级。(据《半月谈》)

当下,“注意力经济”为各大平台所必争,“条条道路通电商”的“跳转”策略,不失为抓取用户注意力的有效途径。然而对于用户而言,这种泛滥的跳转广告无疑让人不堪其扰。

事实上,消费者真正讨厌的并不是广告本身,而是它的打开方式。在实际情况中,普通用户根本就来不及点击“跳过”按钮,手机稍微动一下就进入广告了。跳转广告可谓一种变相的“强制交易行为”,不仅影响了用户体验,给用户带来了困扰,且侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权,甚至可能涉嫌违规收集用户信息、侵犯用户隐私等问题。

近年来,虽然有关部门已经出台了一系列规定进行整治,但跳转广告仍然屡禁不止。跳转广告之所以成为“牛皮癣”,甚至“越跳越欢”,根源在于企业畸形的盈利模式,在商业利益驱动下,凭借技术优势翻新花样,从而与用户“拼手速”、与监管玩“捉迷藏”。

广告投放的目的是吸引消费者,是为了提高产品或服务的知名度、美誉度。“条条道路通电商”是互联网流量变现的一种扭曲表现,是企业为了追求利益最大化而不惜牺牲用户体验和品牌声誉的结果。广告商这种以牺牲用户体验博来的不是流量,反而是厌恶,是一种唯利是图的做法,也是一种短视的行为,换来的恐将是用户的厌弃。

整治跳转广告,需要各方形成合力。一方面要进一步细化明确规则和责任,加大违法违规行为的惩罚力度。另一方面,要加大相关信息普及力度,特别是为弱势一方的消费者群体维权提供清晰路径和指引。此外,还要提高用户参与跳转广告治理的积极性,并将选择权、决定权充分交给消费者,防止消费者权益受到侵害。