

“十四五”制造强省规划,彰显山东高质量发展雄心

齐心聚力

□盘和林

9月7日,《山东省“十四五”制造强省建设规划》(下称《规划》)正式印发。《规划》提出,到2025年,山东将基本建成制造强省,初步形成具有山东特色的现代制造业体系,制造业增加值占GDP比重稳中有升,制造业高质量发展始终走在全国第一方阵。

山东出台该《规划》并不令人意外。

山东省是全国唯一一个拥有全部41个工业大类的省份,是工业大省、制造大省。2020年,山东省完成工业增加值23111亿元,占GDP的比重为31.6%,工业经济规模居全国第三位,5家企业上榜2020《财富》世界500强,83家企业上榜2020年中国制造业企业500强。

从省份发展的角度来看,建设制造强省无非要注重两个方面,一是存量上的升级,二是增量上的创新。在依法淘汰低效落后产能方面,山东将坚持“减量替代是常态、等量替代是例外”的原则;在改造提升传统优势产业方面,山东将坚持“巩固规模优势、提高质量效益”的原则;在加快培育壮大新兴产业方面,山东将坚持“培强核心能力、扩张规模总量”的原则。这都是上述思想的体现。

从实施路径上来看,打造制造强省必须要发挥集群优势。“十三五”期间,济南信息技术、青岛轨道交通装备、烟台先进结构材料和生物医药、淄博新型功能材料、临沂生物医药等7个优势产业集群入选全国首批战略性新兴产业集群,数量居全国首位。此外,山东省内还在建设省级的战略新兴产业集群,今年2月,山东省发展和改革委员会认定并公布了12个省级战略性新兴产业集群。除此之外,工业门类齐全,产业链条完整,为山东建立产业集群贡献了得天独厚的条件。

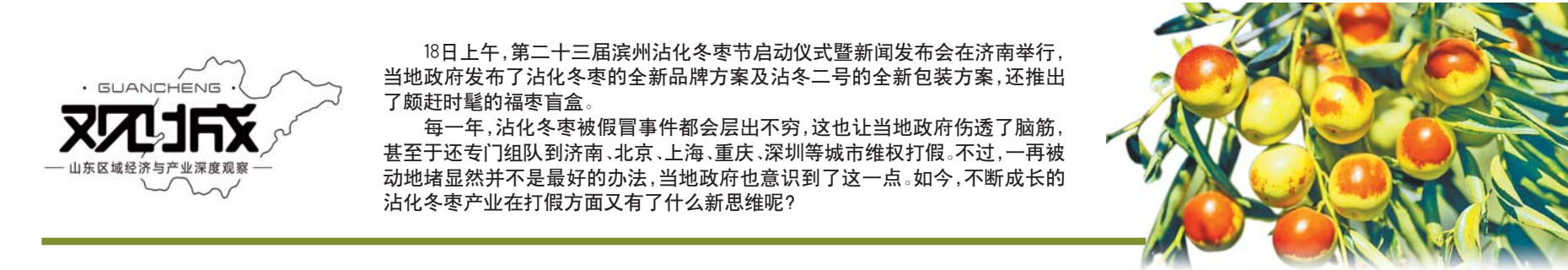
从具体操作上来看,形成制造强省务必要重视科技创新。2020年,以“新技术、新产业、新业态、新模式”为代表的“四新”经济在山东省有了迅速的发展,增加值占生产总值比重突破30%,高新技术产业产值占工业总产值比重达到45%左右。

无工不强,无商不富,打造制造强省不代表要放弃其他产业的发展,在数字经济的带动下,以融合发展为主题的经济发展模式愈发受到重视,这其中不仅仅是数字技术与各个产业间的融合,更有产业与产业间的融合。而在数字技术的赋能作用下,服务业与制造业的融合有了更多的可能,越来越多的制造业企业与相关数字服务提供者合作,依托大数据、云计算打造互联互通的工业互联网,帮助各类制造业企业进行数字转型,同时也催生新的服务业态。

除了工业互联网,山东省在推动先进制造业与现代服务业融合发展方面也有着不少先进的经验。去年,青岛有海尔集团、青特集团、特锐德3家企业入选国家发改委公布的先进制造业和现代服务业融合发展试点项目遴选名单。

虽然山东在建设制造强省上有着不错的基础和经验,但随着数字技术引领的新一轮产业革命逐步推进,未来市场的发展还是存在很多的不确定性。为此,《规划》要求,各级各部门要将制造强省建设作为“一把手”工程,从这点能看出,山东在打造制造强省方面的决心和态度。另一方面,在倡导内循环的当下,制造业的发展关乎供给侧的质量,山东超前谋划或许能使自身成为制造强省建设方面的领军省份,这对其他省份具有较强的示范意义。

(作者系中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授)



又是一年冬枣成熟季,年年打假却年年假

看沾化冬枣如何摆脱“假冒的烦恼”

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 马辉

沾化冬枣屡屡被假冒 当地每年组团去外地维权

山东盛产各种地理标志产品,来自滨州的沾化冬枣就是其中响当当的一个。在“2020中国品牌价值评价信息发布”活动中,“沾化冬枣”品牌价值为56.11亿元,位列第57位,枣类第一位。2020年又通过了农业农村部“中华人民共和国农产品地理标志”登记保护。之所以被不停假冒,这也从另一个角度说明沾化冬枣的品牌有影响力、有口碑。

滨州市沾化区委副书记陈玉娟介绍,从1984年发现沾化冬枣这一独特资源后,沾化历届党委、政府始终把沾化冬枣作为富民强区的支柱产业,接力棒一届接着一届往下传,形成了集生产、销售、研发、储藏、物流、加工和旅游于一体的产业集群。

每年从入秋开始甚至更早,总有一些商贩在批发市场、商场、超市和网络上以婆枣、铃枣和其他地方冬枣假冒“沾化冬枣”售卖。每年,当地消协都会向全国各大中城市市场监管部门寄送《委托调查函》,请求协助查处各自辖区内销售假冒“沾化冬枣”及侵犯“沾化冬枣”商标专用权的违法行为,并组织执法人员奔赴全国各地大型商场、水果批发市场开展打假活动。

“沾化冬枣是在山东省滨州市沾化区地域范围内,按标准化生产技术规程种植的枣中珍品,成熟期晚,季节性强。”在发布会上,山东省消协秘书处秘书长田利珍表示,大棚沾化冬枣9月中旬陆续采摘上市,大田冬枣9月底10月初陆续采摘上市,10月达到高潮,新鲜保质期仅90天左右,凡在此期限之外上市销售的冬枣、网络上以现货方式销售的冬枣,均



第二十三届滨州沾化冬枣节启动仪式暨新闻发布会上,当地展示了沾化冬枣的全新包装方案。

不是沾化冬枣。

每年沾化冬枣上市之前,省消协都会及时向社会发布沾化冬枣消费警示,提醒广大消费者选购沾化冬枣时要做到“两看一查”,通过看外观、看上市时间、查经销商资质的方法,识别假冒“沾化冬枣”。

推动实现优势品种引领 让更多人“认”沾化冬枣

中秋佳节前夕,各大水果市场的生意一片红火,以晴王葡萄、都乐香蕉、猫山王榴莲等为代表的高端水果品种热销,依托品牌效应带来的附加值,它们在同类水果中形成了独特的壁垒和竞争优势。

虽然这些水果品类有时也会遭遇假冒的苦恼,但是由于产品差异化明显、口感独特,消

费者可以轻易辨别真假。在这一点上,沾化冬枣是否有可以借鉴的地方?

以猫山王榴莲为例,东南亚榴莲中非常出名又非常有标志性的品种是“猫山王”。马来西亚正宗的猫山王榴莲果肉绵软,香气浓郁,层次感非常强。在国内吃到的其他品牌榴莲的味道与之相比差得很远。猫山王榴莲品质稳定,果子很小但依然受追捧,其价格也是其他榴莲的好几倍。

沾化冬枣是否具备这种潜质呢?“10月将近,全区30万亩冬枣长势喜人,坐果率均匀,大棚冬枣已陆续上市,丰收在望,预计产量可达6.1亿斤。”沾化区委副书记、区长刘长海介绍,沾化是国家命名的“中国冬枣之乡”,地处黄河三角洲冲积平原,属暖温带季风性气候,土壤肥沃,光照充足,特殊的地质与

气候条件孕育了沾化冬枣。冬枣富含人体所必需的19种氨基酸和维生素,其营养价值和养生保健作用居“百果之冠”,被誉为“活维生素丸”。

“沾化加快了新品种研发力度,推动实现优势品种引领,早、中、晚熟品种梯次上市。目前,已储备早熟、加工、观赏类新品种5个。”刘长海说,他们将持续加大“沾冬2号”推广力度,新改良“沾冬2号”1.03万亩,全区“沾冬2号”总面积发展到3万亩。

“我们将继续在品牌升级、品牌认证、品牌保护上下功夫,做好沾化冬枣的LOGO设计和包装制作,统一市场标准,在各大城市宣传推广,让更多的人认识沾化冬枣、了解沾化冬枣、选择沾化冬枣。”在谈到强化品牌效应,推动赋能增势方面,沾化区副区长付俊峰表示。

进行“二次创业” 争取进入无竞争领域

冬枣是沾化的闪亮名片,随着许多地方将沾化冬枣引入当地种植,沾化冬枣在市场上要遭遇双重考验:一方面来自外界的市场竞争,另一方面则是自身的革新。那么,如何才能找准沾化冬枣产业高质量发展之路呢?“唯有破解思想、路径和模式上的瓶颈,才能实施沾化冬枣的‘二次创业’。”付俊峰说。

在科技创新方面,付俊峰认为,应当利用沾化冬枣产业技术研究院”“博士后科研工作站”等研发平台,继续加大人才培养力度,推动种植技术革新,品种更新换代,以老人带新人,以经验换成效,从看天吃饭逐步走向向天而作,从而发挥沾化冬枣科技研发的领先优势。

目前,沾化区涉枣企业有30余家,虽然经过了30多年的发展,但是从产业融合方面来看,沾化冬枣产业的规模还比较小,产品附加值较低。针对这些问题,付俊峰说,沾化将继续大力发展生态旅游、精深加工等相关产业,突出当地一些龙头企业的带动作用,不断延长产业链条,形成一二三产融合发展新格局。

根据当地规划,沾化将立足现有产业基础,加快推动沾化冬枣产业转型升级,以“增加设施栽培面积、增加沾冬2号面积、提高产业质效、提高枣农收益”为目标,大力实施“双增双提”工程,重点打造1处万亩沾化冬枣高质量发展示范区,3条沾化冬枣高质量发展长廊,10处沾化冬枣高质量发展示范园,N处沾化冬枣高质量发展示范点,构建沾化冬枣“1+3+10+N”发展新格局。

进入无竞争领域后,沾化冬枣也许就会摆脱“假冒的烦恼”了。