

山东老字号亮相进博会

设长期展示窗展期一年,系全国首例也是唯一一例



第三届中国国际进口博览会暨虹桥国际经济论坛开幕式11月4日晚在上海举行。 新华社发

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张阿凡

山东老字号和非遗企业有两处展区

11月4日,上海国家会展中心,第三届中国国际进口博览会(简称“进博会”)静待开幕,中央广场的“至诚山东形象展区”活力四射,整装待发。而在此前,一批“山东老字号人”已在此忙碌备展了十多天。

山东省商务厅服务贸易和商贸发展处四级调研员魏文胜告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点记者,为提升山东省老字号暨非遗企业的品牌知名度和市场占有率,带动一批山东品牌走向全国乃至国际市场,今年进博会,省商务厅为山东老字号和非遗企业争取到两处展区。

两处展区位于中央广场综合展示区和6号馆钻石楼,山东在此分别打造了“至诚山东形象展区”以及“山东老字号暨非遗文化体验馆”。其中,位于展馆8米层6号馆钻石楼的面积为774平方米的“山东老字号暨非遗文化体验馆”,承租期1年,山东省知名老字号品牌及非遗匠心产品将在此长期展示展销。

“山东成为目前依托进博会,全国首例也是唯一一例,在国家会展中心(上海)设立老字号及非遗企业长期展示窗口的省份。我们依托国家会展中心(上海)这一对外展示交流窗口,把厚植山东地域特色和悠久历史的鲁商文化、匠心优品,通过体验馆呈现给海内外客商。”魏文胜说。

第三届中国国际进口博览会开幕式4日晚在上海举行,继去年23家山东老字号成功亮相第二届进博会后,“山东老字号”已然成为山东向海内外客商展示的一张闪亮名片。今年,山东老字号以更大规模进驻第三届进博会,参展企业增至60家,展区面积也增至3倍。

值得关注的是,今年,这些山东老字号在国家会展中心(上海)的“展期”长达一整年。这也使得山东成为全国首例也是唯一一例,依托进博会平台,在国家会展中心设立老字号及非遗企业长期展示窗口的省份。

60家山东老字号参展 展区面积增至3倍

去年的第二届进博会,山东首设老字号暨非遗企业展区,23家山东老字号及非遗企业首次亮相进博会就订单不断。展览期间,山东展区客流约10万人次,现场实现销售收入451.1万元,各类销售意向订单3357万元。

今年,山东老字号以更大规模,更高规格进驻第三届进博会,参展企业增加至60家,展区面积也增至去年的3倍。展品类目涉及工艺美术、美食、中医药、服饰、酒水、调味品六大门类。

山东省老字号协会秘书长魏子杰介绍,山东展区组织的60家老字号及非遗企业覆盖山东省内16地市,在一定程度上代表所在区域的地域特色以及文化属性。

“精心甄选的参加第三届进博会人文交流活动的山东企业,绝大多数是拥有非遗技艺的老字号品牌。”魏子杰说。例如青岛啤酒、东阿阿胶、德州扒鸡、周村烧饼等,老字号企业与城市发展有着极深的渊源,是人们认可的城市象征。济南野风酥的糖酥煎饼和鲁味斋的扒蹄、潍坊瑞福油脂的崔字牌小磨香油、青州隆盛的清真糕点、济宁的玉堂酱园和广育堂等等,在百年传承当中融入了民俗风情成为城市的一部分。

直播基地进会场 智能机器人做导游

“国泰民安”泰山原石雕刻、黄河入海口景观之民间剪纸和雕塑、《论语》古书与孔子故事方灯、流光溢彩的灯带……在国家会展中心的最中央,中央广场综合展示区处,“至诚山东形象展区”展台已经搭建完毕。展区相关设计围绕齐鲁大地所特有的“一山一水一圣人”地域文化元素,着重突出老字号新国潮的时尚风格。

“山东的淄博,历史悠久的陶瓷之都,蓬勃发展的琉璃之乡。您的左手边,正是来自淄博的琉璃作品《出戟尊》……”展区现场还引入了山东创泽智能机器人集团自主研发的机器人“创创”,使用多国语言为海内外客商讲解山东展区的文化元素,融合现代科技和传统文化讲好山东故事。

此外,记者了解到,第三届进博会期间,由山东省商务厅指导,山东省老字号企业协会搭建的“中华老字号直播基地”将协同山东省组团参展企业一起入驻现场,开启与进博会同步推进的直播营销活动。

柳下谈

齐鲁晚报·齐鲁壹点
评论员 朱文龙

近日,根据群众在国务院“互联网+督查”平台反映的问题线索,国务院第七次大督查第六督查组派员赴浙江省嘉兴市就嘉兴市部分初中学校在推行教育信息化“平板教学”过程的问题进行了调查。11月3日,督查组对相关情况进行了通报。

督查组认为,嘉兴市教育行政部门存在落实中央决策部署不坚决不到位,对学校推进教育信息化工作监管缺位,对学生及家长的诉求简单应付,工作中不作为慢作为等问题,造成不良影响。此外,当地学校也存在以教育信息化的名义,变相推销平板电脑,校企合作不规范不透明,违规按“平板教学”分班,变相强制学生及家长购买平板电脑和捆绑销售的教辅软件等问题。

这已经不是“平板教学”第一次引发争议了,只不过,这次嘉兴部分学校的做法,不仅增加了学生和家长的负担,还有悖义务教育平等原则,性质更为恶劣。

这份通报,不仅是一份情况说明,也是一份警示书。当前,教育信息化正在快速发展,在此过程中,全国各地的中小学校大规模采购教育信息化设备,而以配合教学信息化为名,要求家长购买指定的终端设备以及软件的现象也较为普遍。不过,从实际使用效果来看,很多终端设备和软件都没有达到预期效果。比如一些教学用的平板电脑,只是将黑板板书线上化,家庭作业电子化,并没有创造太多的增量。嘉兴部分中学推销的这款平板电脑便是典型的例子。据报道,这款平板电脑的功能“主要集中在软件里的‘在线校园课堂’,用于课程表和布置作业”。许多学生和家长认为,这些内容纸质完全可以替代,“没有看出平板的优势在哪里”。

既然作用不大,为什么不少地方仍在力推“平板教学”,这背后或许是错误的政绩观在作祟。毕竟,打造出几个“智慧型”学校,教育部门不但脸上有光,还能博取上级的认可。

是时候对这股热潮泼冷水了。学校与教育部门要明白,平板电脑这样的终端设备再先进,也不过是教学的辅助、学习的工具。相对于此,学校和教育部门应该把重点放到提高教育质量上。尤其是教育部门,即便地方财政富裕,也没有必要搞“军备竞赛”,本末倒置,只会浪费金钱,耽误孩子,引起社会的反感。

需要指出的是,给这股热潮泼冷水,并不意味着反对教育信息化。客观而言,平板电脑这样的终端设备,对于优化教学效能,提升学习效率,满足学生个性化需求确有帮助。只不过,学校和教育部门在推广时应当恪守住一个原则,不能让家长买单。毕竟,像平板电脑这样动辄数千元的终端设备,并非所有的家庭都能负担得起,强迫低收入家庭购买,将会给这些家庭增添额外的负担。如果平板电脑等设备确有购买的必要,教育部门应向学校拨专款用以采购,避免教育不公平现象的出现。

此外,教育部门在推行教育信息化的同时,也不能忽视教育资源均衡化的问题。目前,有能力推行“平板教育”的学校,基本上都来自地方财政比较富裕的地区。有鉴于此,教育部门应加大对贫困地区的财政投入,让贫困地区的孩子享受到优质教育,通过知识改变命运。

别让『平板教学』成为家长的负担

使用交通银行卡 在微信生活缴费满68元减15元

「活动时间」
2020.11.2-2020.12.2,
每日8点至24点
「参与方式」
进入微信生活缴费小程序,在指定费种选择交行卡支付,订单满68元立减15元。

「活动规则」
1、本次活动范围为山东省内微信生活缴费商户(青岛除外),支持立减的费种包括:电费、水费、燃气费、固话、宽带、有线电视、供暖、社保、油卡,每个城市的费种覆盖不同,具体以生活缴费小程序内展示为准。
2、优惠名额每日8点更新,同一用户活动期间可享受

借记卡和信用卡优惠各1次,每日优惠名额限量,名额有限,先到先得。如收银台未显示立减信息,则视为本活动日优惠名额已用完。

3、同一银行卡、身份证号、微信账户、手机号以及同一终端设备,满足其中任一条件都视作同一用户。本次活动限卡片状态正常的交行信用卡、储蓄卡持卡人参与。

4、享受优惠的交易如发生退款、撤销,则视为用户放弃优惠,退款金额扣除享受的优惠后退回用户原付款卡,该次优惠次数视为已使用。

5、若发现用户出现违规

行为(如批量注册、恶意购买、虚假交易、恶意套利、恶意使用外挂等其他破坏活动规则、违背活动公平性的方式),交通银行有权撤销用户的优惠资格,并有权撤销违规交易,回收用户已获得的相关权益。

6、在法律许可范围内,交行有权修订本活动条款及细则,暂停或取消本活动,并且披露通知后生效。



扫码参加活动

中信银行加大贷款投放 助力制造业高质量发展

今年以来,中信银行坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署和监管要求,扎实做好“六稳”工作,全面落实“六保”任务,将金融服务制造业放在更加突出位置,精准助力制造业高质量发展。截至三季度末,中信银行制造业对公贷款余额3297亿元,较上年末增704亿元,增幅27%,其中制造业对公中长期贷款余额1017亿元,较上年末增368亿元,增幅57%。

2019年四季度以来,中信银行强化精准营销、实施精细化管理,陆续推出一揽子举措,有力推动制造业贷款尤其是中长期贷款的增长。董事长、行长安排部署,召开总行党委会、行长办公会,明确工作方向和要求。今年3月,该行进一步推出促

进制造业贷款业务高质量发展的十五项举措,包括优化授信政策和授权,加大贷款定价补贴,配置行长奖励金、强化考核激励等多项具体工作措施。

2020年,中信银行向各主要行业发放的贷款中,制造业贷款发放额和增量均位居第1位。在业务实践中,中信银行将支持措施和客户实际需求精准匹配,将支持制造业与支持企业防疫抗疫、复工复产有机结合,如对比亚迪、华北制药、江西铜业等制造业企业提供信贷支持,有力保障了制造业客户复工复产,实现产业链协同共振,满足了工业企业转型升级融资意愿,为社会经济稳定运行保驾护航。