

打造资本赋能重振雄风“生态圈”

□ 潘天庆

点睛

9月28日下午,第三届“唱黄梅、兴安庆”圆桌会议在安庆举行。市委书记张祥安出席会议并讲话,市长张君毅致辞。会议以“资本赋能 重振雄风”为主题。金融界和企业界大咖,省直有关单位、有关证券公司、开发性及政策性银行省分行负责同志等应邀出席。(《安庆日报》9月29日)

金融资本是现代经济的血液,是企业和产业发展壮大过程中不可或缺的关键因素。此次我市邀请安庆籍基金及投行领域知名人士、有关证券公司、银行省分行等负责同志来宜,加强与企业沟通交流,牵手对接,围绕“双招双引”与基金赋能产业发展深入交流探讨。推动更多项目、企业与产业与金融资本联姻将其做大做强做优,营造出资本赋能“生态圈”,优化营商环境,为安庆重振雄风、重塑辉煌提供强有力的支撑,值得关注。

金融活,经济活;金融稳,经济稳。尽管我市近两年打出金融改革“组合拳”,全市信贷投放创出新高、直接融资取得突破、“基金丛林”初具雏形。如2021年以来,我市市县两级平台公司实现债券融资达294.6亿元,长三角资本市场服务基地皖西南分中心也落地安庆,但金融资本供给不足等问题依然存在。加上我市正处于厚积薄发、动能强劲、大有可为的上升期、关键期,迫切需要金融资本助力科技创新。同时,一些拥有旺盛融资需求的科创企业,却普遍存在融资瓶颈,资产偏轻且多为技术等无形资产,很难满足银行等金融机构对传统抵押物硬性要求等。因此,我们必须抢抓政策机遇、顺应资本取向,全力以赴扩大信

贷投放、加速企业上市、激活直接融资、释放基金效应,进一步打造我市资本赋能,重振雄风“生态圈”。

此次政府牵线搭桥,抓住当前资本市场发展趋势,使银行、基金、投资合伙人来我市高效精准支持产业和企业,为其制定金融服务方案,继续加大信贷投放力度,用源源不断的资本“活水”,发挥多层次资本市场作用。这既提升了资金使用效率,搞活了基金产业,又稳住了市场主体,增强了企业的活力,达到了双赢。

比如,我市中小企业广泛分布于细分领域,往往专注于产业链配套,产业链供应链环环相扣,当中小企业面临资金压力时,产品供应不足等问题涌现,所在产业链将“牵一发而动全身”。而此次深圳一家创投公司专注这一特点,投早投小投硬科技。对制造业从龙头企业到专精特新、中小企业进行金融服务覆盖,该公司一支10亿元的产业创新基金即将落户迎江区。这就抓住了我市产业家底的“基本盘”,适应了科创企业更多元的融资需求。

近年来,随着资本市场持续深化改革,从区域股权市场到新三板市场,再到交易所市场等多层次资本市场体系,为处于不同规模的科创企业融资提供

■ 颐和园保洁员“贯口讲解”火出圈

近日,颐和园一名保洁员为游客介绍四大部洲的“贯口”视频刷屏网络,引发关注。视频中,他手持扫帚和抹布持续“输出”,向游客介绍建筑群八小部洲、九山八海等知识点。有网友说,这是真正的“高手在民间”,还有网友说,这才是现实版的“最强扫地僧”。(10月9日《北京日报》)

微评:在互联网时代,便已经常常有“高手在民间”的赞叹,而到了移动互联网时代,“出圈”变得更为容易,“最强扫地僧”便愈发多了起来。

时代赋予他们幸运,他们赋予时代充盈——或许不学无术者可以凭着哗众取宠的拙劣表演成名,或许投机钻营者可以依靠毫无营养的恶劣谣言成名,但是,总会有“最强扫地僧”告诉我们,主流价值观依然充满对知识与学习的热爱。

■ 山西一小学多位名家长订演出服用完后恶意退款退货?

“10月6日,山东菏泽一家网店工作人员发布视频称,山西太原小店区一所小学的老师和家长订购十多套过节演出服,使用后却要求退款,退回的演出服扣眼已被剪坏,无法再销售,损失了上千元。视频显示,工作人员拿出黑色的演出服上衣展示,衣服的扣眼被剪开,有些扣眼的缝线已被剪破。此外,还有几张截图,有仅退款申请,也有退款退货申请,理由为“质量问题”“不想穿了”等。

(10月7日 《潇湘晨报》)

微评:以常理推之,如果嫌弃衣服质量差,收到货以后就应该退。之所以要演出之后再退,难免会让人怀疑某些人小算盘打得噼啪响。

果然是打小算盘,那便太不值当了。一个人的信誉总不会就值这一套演出服吧,廉价出售信誉,是为一失。家长如此“鬼才操作”又会给尚在读小学孩子们以什么样的身教?给孩子做坏榜样,是为二失。“七天无理由退货”是维护广大消费者正当利益的法宝,以此谋求不正当的利益,不仅是伤害商家,更是消费环境,最终受损的还是消费者,是为三失。

■ 女子步数不够被扣钱……企业能否干涉员工个人生活?

“我上个月没有完成公司的步数任务,被扣了100多块钱。”广东广州市王女士反映,手机软件上记录个人运动步数的功能,却成了公司考核的“硬指标”。“公司为了让员工多运动,要求员工每月按照步数进行考核,还制定了奖励和惩罚制度,如果员工没有达标,按照‘少走一步扣一分钱’的标准进行惩罚。”

(10月9日《人民日报》)

微评:步数不够要扣钱”?可笑的是,如此霸道的规定,还打着“为了员工健康”的旗号。众所周知,奖惩都能激励,既然想要员工多运动,为何不推出“步数达标奖励”的规定呢?

说到底,不少公司已经习惯于把手伸向员工的私人领域,且没有意识到那双手正在接近甚至已经逾越了《劳动法》的红线。

何飞 点评

A 画中有话

景区“一元午餐”值得借鉴

□ 钱凤伟

A 大珠小珠 近日,河南洛阳老君山景区“一元午餐”经营情况经媒体爆出后引发广大网友关注。网络视频中,“一元午餐”摊位前游客络绎不绝,招牌上写有“无人值班,自觉投币”等字样。据景区工作人员介绍,此次8天假期共售出一元午餐23527份,经过盘点收入24539元,多出1012元。(10月8日 《北京青年报》)

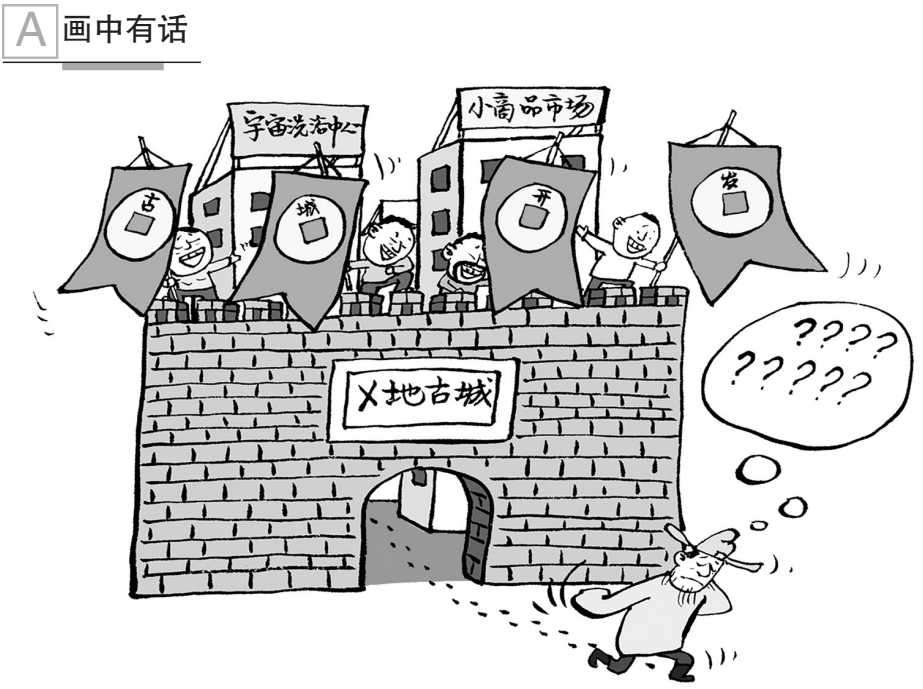
“无人值班,自觉投币”,却收入不少反多,其实也并非不可理解。一者,是人们的素质在提高,既然出来旅游,追求精神文化生活的享受,这样的素质应该是有的。二者,是一顿午餐收费一元,只是象征性的收费而已,相比旅游的开支,这更几乎可以忽略不计。且不说如今有多少人还会在乎这区区一元钱呢。

“一元午餐”的看点,其实在于,景区何以要做这摆明了“亏本”的买卖。显然,这是为了答谢游客。游客不远千里的赶来,舟车劳顿,何况还是为景区送来了财源,他们是景区的衣食父母,招待游客吃顿“便饭”,也是谢客之道。

当然,“一元午餐”并非只亏不赚,相反,有可能是只赚不亏。比如,游客的好评如潮,这其实是给景区做了免费的广告。相比于许多景区餐馆高价甚至天价宰客,让游客望而生畏敬而远之,“一元午餐”让游客对景区有踏实感,或许很多游客在众多的景区中选择老君山,就是冲着这“一元午餐”。

由于旅游业包括吃、住、行、娱乐、购物和交通6个要素,“一元午餐”带来的高人气,不仅促进了景区旅游业的发展,还对当地经济发展有着间接带动作用。因“一元午餐”树立的良好形象,于景区乃至当地,更是最大的、也取之不竭的财源。

“一元午餐”的无人值守,显然也是在倡导诚信,而这显然更得人心。实际上,连续7年推出的“一元午餐”,也已经成了老君山的名片,为老君山增添了新的“软实力”。这也将成为景区可持续发展的重要支撑。当现在不少景区眼前利益看得太重,乃至急功近利,摆不正创收和服务的关系,“一元午餐”提供了一个很好的思路,值得借鉴推广。



让更多“新供给”激发文旅消费新活力

□ 付彪

今年中秋国庆假期,文化和旅游行业恢复势头强劲,全国假日市场平稳有序。据文化和旅游部数据中心测算,8天假期国内旅游出游8.26亿人次,按可比口径同比增长71.3%、较2019年增长4.1%;实现国内旅游收入7534.3亿元,按可比口径同比增长129.5%、较2019年增长1.5%。(10月7日《人民日报》)

今年中秋与国庆重叠,形成8天的“超长黄金周”,群众出游需求得到集中释放。多家旅游平台的数据显示,此次假期国内热门城市机票、酒店、门票预订量超过2019年。在携程旅行网上,中秋国庆假期国内游订单同比增长近2倍。同程旅行网数据显示,中秋国庆期间平台酒店预订量超过“五一”假期,机票、火车票、景区门票预订量均创下近5年同期新高。驴妈妈数据显示,该平台“双节”期间长线出游人数较2022年增长270%。飞猪平台上,“亚运六城”这个假期平台酒店及民宿的预订较2019年增长超60%。

假期文旅消费火爆,得益于市场供给创新。文化和旅游部举办全国国庆文化和旅游消费月活动,支持发展更多集“看演出、品美食、买好物、赏美景”体验为一体的“一站式”文旅体消费综合体,推出149条乡村旅游精品线路和69家工业旅游示范基地,北京推出30条“漫步北京”差异化主题精品游线路、6个“北京微度假”目的地等,实现了假日优质文旅产品多元供给促消费。

数字科技在文旅领域加速应用,以沉浸式旅游为代表的新供给越来越受到游客追捧。“魅力湘西沉浸式非遗体验游”线路,串联起土

家族舍巴节、打溜子、苗族鼓舞等特色歌舞习俗;洛阳大河荟沉浸式表演《寻迹洛神赋》,让观众穿越时空从“看景人”变身“景中人”;长安十二时辰主题街区举办“桂月秋思·望长安”系列活动,夜上黄鹤楼、尼山圣境、上海天文馆等沉浸式游戏、研学等丰富业态,为游客提供多样化体验。花车巡游、二次元市集、动漫放映厅、街头互动剧快闪等潮流时尚的新玩法,也为游客们带来了新鲜体验感。

值得一提的是,“3C旅游”快速出圈,即以都市游、乡村游、文旅融合为代表的旅游成为热门选择。抖音数据显示,假期乡村景点打卡量超150万次,同比增长60%;乡村景点订单量环比增长176%,同比增长162%。国家级夜间文化和旅游消费集聚区示范带动作用进一步体现,夜间消费活力进一步激发。据中国联通数据监测,假期243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量1.12亿人次,平均每个集聚区每夜5.76万人次,较2022年同期增长68.7%。

中秋国庆假期文旅消费火爆,积攒了再次出发的信心和勇气。各地要继续把恢复和扩大消费摆在优先位置,加强政策引领和协作联动,不断挖掘消费亮点,创新消费模式,完善文旅产业链,以更多“新供给”激发文旅消费新活力。

