

# 后海媲美前海沿

## 滨海新区崛起蓝色时代新城

见习记者 高铭君 本报记者 薄克国

提起老四方区，青岛人的脑中会浮现两个词：老工业区和老厂区。那里环境不整洁、绿化跟不上，更谈不上宜居。人们常说山有水才是好生活，四方区虽然临海，但一直没有被很好的开发。直到市北区与原四方区合区之后，这里正一点一点崛起一座蓝色时代新城——市北滨海新区。

### 老企业为规划搬迁让路

市北区滨海新区位于海泊河以北、杭州路—四流南路以西、李村河以南、规划海岸线前沿以东围合区域，占地面积约18平方公里。滨海新区依托区域内自然资源、文化资源、工业资源等优势，规划打造总部大道、商务大道、科技大道景观大道“四条大道”，滨海文化旅游休闲区、科技商务聚集区、都市居住服务区、创意文化体验区“四大片区”，同时筑就一条凸显青岛市水岸形象的滨海岸线。

滨海新区管理办公室副主任李建新介绍，滨海新区是青岛市东岸老城区产业转型的重要承载区，这里老工业企业数量非常多，很多企业占地面积大，搬迁成了规划发展滨海新区的一个重要问题。

搬迁需要大笔资金，为了让企业搬得快，市北滨海新区为企业争取了一系列的优惠补偿政策，解决了搬迁启动资金周转的难题。

目前，市北滨海新区范围内列入青岛市老企业搬迁计划的共30家，搬迁片区5个，已完成搬迁项目的10家、搬迁片区1个。海晶化工、捷能汽轮机4家企业正在建设新的厂区。

老企业搬迁为整个滨海新区的发展带来了转折点。滨海新区精心谋划业态调整，将双桃精细化工等高污染老工业企业外迁，引进城市综合体等高端服务业项目推动区域产业升级。青啤麦芽厂片区也将打造成集商务办公、特色酒店、高档居住于一体、公共配套齐全的都市风尚中心。

### 规划初现效果

滨海新区巨大的潜力、合理的规划、优惠的政策，无一不吸引着各大顶级开发者的目光。2010年以来，滨海新区共引进投资过亿元的项目22个，过千万美元的项目3个。绿地、保利、鲁信等十余家企业进驻开发，开发建设总面积176万平方米。数字文化体验中心、绿地集中商业和奥润五星级酒店等商业项目，以及绿地超高层双子塔、华创、捷能等企业总部项目都已落地建设，同时维尔茨堡商业街、A区五星级酒店等项目也在推进。

## 城阳区公共文化服务便民地图出炉

记者 张晓帆 报道

本报青岛讯 由城阳区文化新闻出版局监制的标注有各级公共文化服务场所的《城阳区公共文化服务便民地图》近日正式出炉。

记者在城阳区文化馆看到了这张地图，整个地图共标注了城阳区辖区内9处区级文化设施、6个街道文化中心、5个新型片区中心和163处社区文化活动中心，并附有详细的公交线路信息。此地图从最初资料收集、各文化中心具体地址精确核对、反复核稿到最终定稿申请印刷刊号，共历时4个月。

据悉，此次共印制地图3000份，在各级公共文化场所张贴、悬挂，并向市民赠阅。

### 抱团闯市场

“我们原来只做外单市场，但由于用工成本上升和人民币升值，很多服装订单都转移到东南亚等成本更低的国家，我们即墨的服装生产产能迫切需要转移。”青岛博洋服饰总经理王景刚说，公司今年的业务已全面转向了国内市场。

青岛欧诺佳制衣有限公司总经理、即墨童装联盟会长宋海燕说，即墨已经成为继广东佛山虎门地区、浙江杭州湖州地区之后全国第三大童装生产区域。与这两大区域相比，即墨在规模和品牌知名度方面有一定差距，但即墨在针

织童装方面的优势不可比拟，受韩版的流行趋势和南大门的韩流影响，即墨童装别具一格。阿里巴巴1688平台童装行业负责人杨欣介绍，即墨童装固然从规模方面已经达到了全国第三的水平，但就企业规模和品牌水平来说，还是处于初级阶段。相对于巴拉巴拉、红黄蓝、小猪班纳、巴布豆等知名品牌，即墨童装除了个别在电商领域略微具有知名度之外，都难以和南方童装企业平起平坐。

在此背景下，博洋、欧诺佳、名扬、澜特、吉美誉等企业自主发起成立了即墨童装联盟，以形成地域性童装电商品牌、抱团闯市场。

### 生产运营分工更精细

今年“双11”，零零狗童装品牌总经理王世茂没有参与。他坦言，品牌在“双11”之前的出货量都超过1万件，其中一款打底裤一天就卖到10万件，销售量就像脱缰野马，但生产能力跟不上成了“不能言说的痛”。

“11月8日、9日测款，紧接着就备货预售了，订单上来是好事，但是，一旦生产能力不够没有货，品牌就会失去信誉，封店就不可避免了。”王世茂说，相反，备货太多就有囤货

没有超市或市场，居民采购还是感觉不便。这些都是我们急需解决的问题。”李建新表示。

### 引领高端旅游

在欢乐滨海城内，备受关注的数字文化体验中心将作为欢乐滨海城的一个欢乐元素。市北区滨海新区发展规划处副处长马利丰介绍：“数字文化体验中心属于旅游项目，是升级版的海底世界。主要是数字模拟技术体验、3D人机互动，属于高端的项目。旅游项目可以为欢乐滨海城带来人气。由于跟海底世界同属鲁商集团，将来打造好之后可以售通票。海底世界年游客量300万人次。不难想象，将来数字中心也可以有至少300万人次的游客量。由于采用的是高新技术，目前工程进展比较缓慢。”

马利丰介绍，结合欢乐滨海城整体规划，滨海新区计划以欢乐滨海城和邻近海域为载

# 进口机动车检验监管智能平台启用

记者 白晓 通讯员 张刚 报道

本报青岛讯 近日，“进口机动车检验监管智能平台”系统在青岛整车进口口岸启用。该平台实现了口岸与内地检验机构的监管配合，实现了公众查询、进口汽车质量生命周期的全过程监管等功能。

据介绍，山东口岸所有进口汽车的检验检测情况都将上传到该系统，包括报检企业申报车辆的报检单据、整车配置信息、CCC

认证信息、详细参数信息、整车照片等60余项内容，消费者可以通过公网公众查询平台随时查询到自己购买的进口汽车的口岸检验情况。同时，所有报检单据均能实现无纸化申报，检验检疫部门随时可以在智能平台进行远程审核及预约检验，审单及验放时间由原来的7天缩短为3天，验放速度大大得到提高。

通过该平台的流程查询模块，质检总局

及各直属检验检疫局随时可以按照总局设置的检验模式、抽批方案、规则标准及检验记录对汽车进口口岸的检验监管情况进行监督，实现了执法标准及尺度的完全统一，同时，对所有风险信息及警示通报集中发布，各汽车进口口岸可以实时查看并进行口岸布控，防止其它口岸不合格车辆转口入境。

该平台还实现了通关代理企业、品牌总代理商、汽车4S店汽车入境全程流向监管。



记者 张晓帆 通讯员 李云克 报道

### 一汽解放即墨新工厂生产忙

日前，一汽解放青岛汽车有限公司即墨新工厂正式投产下线，目前日生产整车200余辆。据悉，一汽解放青岛汽车有限公司即墨新工厂坐落在山东即墨市青岛汽车产业新城，由中国第一汽车集团投资建设，总投资44亿元，建设冲压车间、焊装车间、涂装车间“四大”工艺车间。目前，一期28万平方米车间及附属设施已全部完工，并整车下线，全面投产。图为一汽解放青岛汽车有限公司即墨新工厂自动化车间一角。

## 首批小企业产业园认定

记者 白晓 报道

本报青岛讯 近日，青岛市确定第一批小企业产业园名单，青岛市精密机械制造小企业产业园等11家产业园榜上有名。

获认定的小企业产业园在建设目标任务、扶持措施、组织保障等方面都有明确要求，并可享受专门的政策扶持，包括通过股权投资形式，解决小企业规模小、起点低的问题；允许小企业产业园内的厂房和土地进行小单元分割转让，解决小企业资金少带来的用地难题等。

目前，青岛市重点跟踪培育的在建小企业产业园已达30个。

## 高新区获外商投资企业登记管理授权

记者 白晓 报道

本报青岛讯 国家工商总局日前正式授予青岛高新区外商投资企业登记管理权。此举将大大减少登记成本和审批时限。

此前，高新区外商投资企业登记核准权在青岛市公安局，区工商部门只负责外资企业登记材料的受理和营业执照的发放。获得登记管理权限后，高新区工商分局将在授权范围内统一行使外资企业的登记管理权，建立外商投资企业登记专门窗口和服务“绿色通道”，为企业营造更好的服务环境。

## 青岛葡萄酒博物馆希腊馆揭幕

高铭君 报道

本报青岛讯 在希腊希中友好协会的支持下，经过一年半的筹备，“青岛葡萄酒博物馆——希腊葡萄酒展馆”揭幕仪式近日在青岛葡萄酒博物馆举行。希腊6家著名葡萄酒公司生产的佳酿正式进驻博物馆。

希腊馆中国代表贡多斯·菲利普介绍，馆内展出的葡萄酒产品种类将半年更新一次。

青岛葡萄酒博物馆是国内第一座以葡萄酒为主题的地下博物馆。目前，馆内已建成南非、法国、德国、土耳其等近10处国际展区。

## 冬季旅游攻略发布

记者 张晓帆 报道

本报青岛讯 12月22日，“青岛冬季旅游攻略”发布会举行，岛城线上线下多家景区、旅行社共同发布了4条冬季旅游主打线路。

“攻略”以“青岛人情味”为主题，由主打“味”的城阳冬季美食游开始，包括城阳韩料美食、周村公流亭猪蹄、夏庄草莓、上马小海鲜、冬季游即墨非物质文化遗产博览园—老酒博物馆—即墨古城—温泉、冬季游市北崂山青啤博物馆—纯生之旅—崂山农家宴—崂山风景区、冬季游青西新区青岛森林野生动物世界—藏马山滑雪场4条线路。

## 汽车制动器总成项目落户即墨

记者 张晓帆

通讯员 王毅 林永大 报道

本报即墨讯 12月5日，总投资6.2亿元的汽车制动器总成项目落户即墨市省级高新区。

该项目由信义集团公司投资建设，主要从事汽车制动器总成的加工和生产，达产后可年生产盘式制动器总成300万支、鼓式制动器总成200万支。

## 流亭失业率1.6%以内

张晓帆 柳涛 报道

本报青岛讯 今年1月至11月份，城阳区流亭街道新增就业3119人，失业率控制在1.6%以内。

流亭街道通过鼓励企业稳定就业岗位、充分吸纳就业、促进劳动者自主创业等政策的实施，充分发挥促进就业的政策效应，已开办了27个免费的创业就业专业培训课程，培训575人、2317人次。

街道27个社区失业人员就业率均达到95%以上，就业困难人员就业率已达到98%以上，有就业能力和就业愿望的失业人员的就业率已达到95%以上。辖区内继续保持无“零就业家庭”。街道还对个人创业和企业融资提供贴息，实施小额担保贷款、自谋职业扶持等。截至目前，已办理小额担保贷款15万元；申请办理自谋职业扶持金376人，发放扶持金165万元。



记者 薄克国 报道

### 公益烘焙体验课

12月17日，市南区八大关街道人力资源和社会保障服务中心举行公益烘焙体验课，为辖区培训人员传授制作西点技巧。

### 联盟接大单 企业拆小单

# 即墨童装抱团闯市场

织童装方面的优势不可比拟，受韩版的流行趋势和南大门的韩流影响，即墨童装别具一格。

阿里巴巴1688平台童装行业负责人杨欣介绍，即墨童装固然从规模方面已经达到了全国第三的水平，但就企业规模和品牌水平来说，还是处于初级阶段。相对于巴拉巴拉、红黄蓝、小猪班纳、巴布豆等知名品牌，即墨童装除了个别在电商领域略微具有知名度之外，都难以和南方童装企业平起平坐。

在此背景下，博洋、欧诺佳、名扬、澜特、吉美誉等企业自主发起成立了即墨童装联盟，以形成地域性童装电商品牌、抱团闯市场。

### 生产运营分工更精细

今年“双11”，零零狗童装品牌总经理王世茂没有参与。他坦言，品牌在“双11”之前的出货量都超过1万件，其中一款打底裤一天就卖到10万件，销售量就像脱缰野马，但生产能力跟不上成了“不能言说的痛”。

“11月8日、9日测款，紧接着就备货预售了，订单上来是好事，但是，一旦生产能力不够没有货，品牌就会失去信誉，封店就不可避免了。”王世茂说，相反，备货太多就有囤货

压成本的风险，为此他只能忍痛割爱，放弃了“双11”这块大蛋糕。

“联盟就是为了让更多的生产企业和电商企业集聚过来，并且充分对接，电商企业获得大单之后，生产企业把大单拆成小单，电商有胆量接大单了，生产厂家还都有活儿干。”宋海燕说，现在即墨很多童装企业都是既做生产也做电商，既做品牌也做代工，但从长远发展来看，代工型生产企业和电商型品牌运作企业的定位必然会日趋清晰。

王世茂说，在联盟的合力下，“就仿佛有了团队，单子再大我也敢接了，初步定了与4家生产厂家合作，我组织面料，他们裁剪、缝纫、印花。”

青岛名扬服饰有限公司原来以接外贸订单为主，拥有上百人的生产线，随着外贸订单越来越少，企业转为以做内销订单为主，而内销订单淡季季节有明显的区分，导致生产线季节性使用不均衡。而通过童装联盟的协调，10月份接到了10万件的电商订单，生产线稳定运行。

### 打造区域特色抢订单

由于设计和生产协作的缺陷，前几年，即

墨的生产厂家不仅南方的市场挤不进去，即墨本土的电商企业还都跑到了外地。

青岛宝丽成有限公司总经理孙静说，以前公司童装主要选择在浙江湖州生产，因为当地出货快、面料齐全，这样可以保障市场供应和产品品质。近年来，由于青岛在针织童装生产领域面料和人工成本的优势，她今年把针织童装的生产订单转移到了即墨。

“棉服还是放在南方生产。虽然即墨的用工成本比南方低一半，但即墨童装设计能力还是比较弱，工厂接单能力也不强，尤其电商首单都需要越少越好的情况下，对生产工厂的要求还是相当高的。”孙静说，现在，联盟的成立让她对即墨当地的工厂承接能力放了心，但这只是一个渠道的组合，她更看重渠道背后的设计能力和产品质量。

杨欢说，目前，即墨童装存在分工不强的特点，女童、婴幼儿等等都需要市场细分，还存在类同款和价格战现象。联盟成立后，生产企业可以有稳定的订单，有充足的精力设计优秀的产品，提升产品的质量，培育自己的品牌，通过与多个电商企业的协同作战做大单。