

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

多措并举推动服务消费高质量发展

毛振鹏

随着我国经济发展进入新阶段,居民收入水平持续提高,消费结构加速升级,服务消费在居民消费支出中的占比不断提升,已成为拉动经济增长的重要引擎。然而,当前我国服务消费仍面临供给结构失衡、服务标准缺失、区域发展不均等问题,制约了服务消费潜力的充分释放。国家“十五五”规划纲要明确提出,“扩大优质服务品和服务供给。以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费,强化品牌引领、标准升级、新技术应用”。这为服务消费的发展指明方向,也为破解服务消费发展难题提供路径遵循。本文旨在深入探讨品牌引领、标准升级、新技术应用和业态融合四大举措在扩大服务消费中的作用机制与实践路径,为推动服务消费高质量发展提供理论支撑和实践参考。

以品牌引领塑造服务消费核心竞争力

品牌是服务消费的核心价值载体。在服务消费领域,品牌不仅是企业的标识,更是服务质量、信誉和文化的集中体现。优质的服务品牌能够传递给消费者可靠的品质承诺,降低消费者的决策成本,增强消费者的信任感和忠诚度。与商品消费不同,服务消费具有无形性、异质性和不可储存性等特点,消费者在购买服务前难以直接感知服务质量,品牌因此成为消费者选择服务的重要依据。例如,在餐饮服务领域,“船歌鱼水饺”凭借其地道的胶东海鲜风味和标准化的服务流程,成为消费者品尝青岛特色美食的首选品牌之一。消费者选择船歌鱼水饺,不仅是因为其鲜美的水饺口感,更是因为其传递的“匠心制作、新鲜健康”的品牌理念和温馨舒适的用餐环境。在旅游服务领域,“帆船之都·青岛”这一城市旅游品牌,通过整合海洋旅游资源、举办国际帆船赛事、打造滨海休闲度假产品,吸引了大量国内外游客,提升了青岛旅游消费的核心竞争力。

品牌引领服务消费升级的路径。一是培育本土特色服务品牌,各地应结合自身资源禀赋和文化特色,培育具有地域特色的服务品牌。例如,青岛依托海洋资源优势,大力发展海洋旅游、海鲜餐饮等特色服务品牌。在海鲜餐饮领域,通过举办“青岛国际海鲜美食节”,评选“青岛十大海鲜名菜”“青岛特色小吃”,打造“青岛海鲜”餐饮品牌;在海洋旅游领域,推出“海上看青岛”“海钓体验”“帆船驾驶培训”等特色旅游产品,塑造

“海洋旅游目的地”品牌。通过挖掘海洋文化元素,将其融入服务品牌建设中,能够增强品牌的独特性和吸引力,满足消费者对个性化、差异化服务的需求。二是推动老字号品牌创新发展。老字号品牌具有深厚的历史文化底蕴和广泛的消费者基础,但部分老字号品牌存在经营模式陈旧、创新能力不足等问题,应鼓励老字号品牌通过跨界合作、数字化转型等方式,实现品牌创新发展。例如,青岛崂山可乐与茶饮品牌“茶百道”合作推出“崂山可乐养生热饮”系列产品,将传统碳酸饮料与养生茶饮概念结合,实现品牌年轻化转型,吸引大量年轻消费者。三是加强品牌宣传推广。政府和企业应加大对服务品牌的宣传推广力度,利用新媒体平台、展会活动等渠道,提升品牌的知名度和美誉度。

以标准升级筑牢服务消费质量根基

服务标准是服务消费质量的保障。服务标准是对服务活动的规范和要求,是衡量服务质量的重要依据。统一、完善的服务标准能够规范服务提供者的行为,确保服务质量的稳定性和一致性,提升消费者的满意度。在服务消费领域,由于服务的无形性和异质性,服务标准的制定和实施尤为重要。例如,在家政服务领域,青岛制定《家政服务人员技能规范》《家政服务流程标准》等地方法标准,对家政服务人员的职业素养、服务技能、服务流程等明确规定,规范家政服务市场,提升了家政服务质量。在旅游服务领域,青岛出台《旅游景区服务质量规范》《旅行社服务质量标准》等,对旅游景区的环境卫生、安全保障、服务设施,以及旅行社的行程安排、导游服务等予以规范,保障游客的合法权益,提升了旅游服务的整体水平。

标准升级推动服务消费高质量发展的策略。一是完善服务标准体系。应加快制定和完善覆盖各服务领域的标准体系,包括基础标准、服务提供标准、服务质量评价标准等。针对新兴服务领域,如数字文旅服务、健康医疗服务等,及时制定相应的标准,填补标准空白。例如,青岛针对数字文旅服务领域,制定《数字景区建设规范》《智慧旅游服务标准》等,对景区的数字化建设、智慧旅游服务功能等进行规范;针对健康医疗服务领域,出台《远程医疗技术服务规范》《健康管理服务标准》等,推动健康医疗服务标准化发展。同时,加

强标准的修订和更新,确保标准与服务消费发展需求相适应。二是推动服务标准国际化。随着我国服务消费市场不断开放,服务标准的国际化趋势日益明显,应积极参与国际服务标准的制定和修订,推动我国服务标准与国际接轨。通过采用国际先进标准,提升我国服务消费的国际竞争力,吸引更多的境外消费者。三是加强标准实施与监督。政府应加强对服务标准实施情况的监督检查,确保服务提供者严格按照标准提供服务。建立服务质量评价机制,定期对服务质量评估和公示,引导服务提供者提升服务质量。

以新技术应用赋能服务消费创新发展

数字技术是服务消费创新的核心支撑。新一代信息技术的快速发展,为服务消费的创新发展提供了强大的技术支撑。人工智能、大数据、物联网、虚拟现实等数字技术,能够打破服务消费的时空限制,提升服务效率,创造新的消费场景和消费需求。例如,在文旅服务领域,“青岛啤酒博物馆”利用虚拟现实技术,打造“百年啤酒酿造历程”沉浸式体验项目,消费者可以身临其境般感受啤酒酿造的历史和工艺,增强旅游体验的趣味性和沉浸感;在健康医疗服务领域,部分医院引入人工智能辅助诊疗系统,通过大数据分析患者的病历数据,为医生提供诊断建议,提升了医疗服务的精准性和效率。

新技术应用推动服务消费升级的实践路径。一是推动服务消费数字化转型。鼓励服务企业加大对数字技术的投入,推动服务流程数字化、服务管理智能化。例如,很多餐饮企业通过引入智能点餐系统、智能后厨管理系统,实现点餐、配菜、烹饪、出餐全流程数字化管理,提升了服务效率和消费者体验。二是培育数字服务消费新业态。支持发展网络视听、数字阅读、在线教育、远程办公等数字服务消费新业态。例如,在线教育平台“青岛教育e平台”整合了优质的教育资源,为学生提供在线课程学习、作业辅导、考试测评等服务,打破了教育资源的地域限制。三是提升数字服务消费体验。利用人工智能、虚拟现实等技术,打造沉浸式、个性化的服务消费体验。例如,在购物服务领域,“海信广场”推出虚拟现实购物体验项目,消费者可以通过VR设备在虚拟商场中购物,享受与线下购物相同的体验。

青岛地域文化对油画发展影响研究

曲乐乐

学与创作,为青岛油画保留火种。

新中国成立后,青岛油画在“百花齐放”政策下转向现实主义题材。王庆年的《小小运动会》以小学运动会为题材,背景是崂山轮廓与工厂烟囱,采用明快色调与动态构图,巧妙融入地域元素。王文彬的《夯歌》描绘青岛郊区农民集体劳动场景,人物动作节奏与夯土韵律借鉴胶东民谣节奏感。当时的艺术家努力尝试在主题性绘画中融入地域元素。

20世纪80年代,“85美术新潮”推动青岛油画走向多元化。于善洁作为中国当代海洋绘画的代表人物,其创作构建了完整的全景美学体系。进入21世纪,青岛油画在全球化与数字艺术的催化下开启全新阶段。青年艺术家积极尝试数字绘画、混合媒介等新方式,将城市更新、海洋生态等议题纳入创作。

在文化价值层面,青岛油画实现三重突破:通过威尼斯双年展等国际平台构建跨文化对话网络;从地域风情描绘转向城市集体记忆和精神图谱的深度开掘;发展出兼具本土性和全球视野的视觉语法体系,形成“全球在地化”艺术范式。

地域文化对青岛油画的影响路径

青岛独特的山海景观为油画创作提供了丰富的视觉语汇。在海洋主题方面,赵仲玉的《太平洋之晨》采用表现主义手法,通过厚重肌理与奔放笔触再现惊涛拍岸的场景,饱和的蓝灰色调展现黄海特有的气候特征。在山川题材上,谭国信的《泉》系列以崂山北九水为原型,通过微观视角展现山涧清泉的禅意境界,巧妙融合东西方绘画传统文化。吴冠中的《崂山松石》夸大石块体积,拉长松树,以抽象意味的处理表现崂山松石的顽强气质。

油画建筑与多元文化并存的景观成为重要题材。徐青峰的《青岛花石楼》运用宽广视角凸显建筑的壮丽与环境的宁静,以明亮色彩和红瓦绿树、碧海蓝天的对比突出地方特色。金步松的《青岛之恋》以高饱和色彩与装饰性笔法赋予画面浪漫主义气息,兼具写实性与戏剧张力。

本土文化与人文精神为青岛油画注入生命力。刘小东的《即墨大集》描绘传统集

市场景,将民俗融入画面,注重地域文化基因挖掘。金步松的《渔归》表现身着地方特色服饰的渔民满载而归的情景,用明快的大块色彩和简洁造型展现对劳动者的赞美之情。抗战时期青岛画会秘密教学所培养的本土画家,延续了“以艺术捍卫文化主权”的精神,到20世纪80年代青岛画家以渔民、农民为原型的创作,通过画笔传递人文关怀。

青岛油画的现状与反思

青岛油画经历了从无到有、从模仿到形成独特风格的演变。进入21世纪,呈现多元探索态势,艺术家们在传统与现代、本土与国际之间寻求共生。然而,尽管取得不少成就,但青岛油画依然面临不少严峻挑战:多元共生但缺乏核心品牌形象,年轻艺术家拥抱全球化时忽视本土深挖,市场机制不完善和学术研究滞后制约了进一步发展和国际影响力提升。

青岛油画的发展与山东油画整体脉络密不可分。20世纪80年代“山东风土人情画展”中,青岛画家以渔村、崂山为题材的作品既延续对地域风物的关注,又融入对光影色彩的大胆实验,形成南北交融特质——北方豪迈与南方细腻、传统写实与现代抽象并存。进入21世纪,艺术与城市文旅产业结合,驻青高校为青年艺术家提供平台,但这种开放性也带来隐忧:部分艺术家追逐国际潮流时疏离了本土文化深层表达。

目前最突出的是同质化与符号化危机。许多作品运用青岛元素时仅限“红瓦绿树”“栈桥夕阳”等视觉符号,以“八大关之秋”为题材的作品常忽略建筑群蕴含的殖民历史。里院建筑承载的市井文化、即墨老酒酿造中的工匠精神等富有深度的主题很少被关注。市场压力导致“扎堆创作”现象,部分画展超30%作品以海洋环保为主题却表现手法雷同。一些画家转向装饰性风景画满足酒店和收藏需求,创作愈加保守和重复。市场体系方面,画廊商业模式单一,偏重成名艺术家,对新兴力量支持不足。学术探讨方面,缺少高水平理论研究平台。教育体系深受学院派影响,重技术训练轻批判性思维,青年艺术家面对新潮流时显得较为保守。

以业态融合拓展服务消费发展空间

业态融合是服务消费发展的必然趋势。随着消费需求的多元化和个性化,单一的服务业态难以满足消费者的需求。业态融合能够打破不同服务领域之间的界限,实现资源共享、优势互补,创造新的服务产品和服务模式,拓展服务消费的发展空间。例如,“文旅+体育”模式在青岛的实践,通过将文化旅游与体育赛事融合,举办青岛国际帆船周·海洋节、青岛马拉松等赛事活动,吸引大量游客和体育爱好者,带动了旅游、餐饮、住宿等相关消费;“养老+医疗”模式,推动部分养老机构与医院合作,建立医养结合服务体系,为老年人提供医疗护理、康复保健、生活照料等全方位服务,满足了老年人的养老需求。

优化业态融合推动服务消费扩容升级的路径。一是推动跨领域业态融合。鼓励不同服务领域的企业开展合作,实现业态融合发展。例如,餐饮企业“开海红岛海鲜虾水饺”与旅游企业合作,推出“美食+旅游”套餐,消费者在品尝特色美食的同时,还可以参加青岛海洋旅游景点的游览活动。通过跨领域业态融合,能够为消费者提供更加丰富、多元化的服务产品。二是培育融合型服务消费场景。打造融合型服务消费场景,满足消费者一站式消费需求。例如,很多商业综合体整合购物、餐饮、娱乐、休闲、文化等多种业态,引入国际一线品牌、特色餐饮、IMAX影院、室内滑冰场、艺术展览馆等,为消费者提供全方位的消费体验;部分社区服务中心通过整合养老、托育、家政、医疗、文化等服务,建立“社区生活服务圈”,居民在家门口就可以享受到便捷的社区服务。三是加强政策引导与支持。政府应出台相关政策,鼓励和支持业态融合发展。例如,放宽市场准入限制,为业态融合提供良好的政策环境;加大财政投入,支持融合型服务项目的建设和发展;加强人才培养,为业态融合提供人才支撑。

品牌引领、标准升级、新技术应用和业态融合四大举措并非孤立存在,而是相互关联、相互促进的有机整体。品牌引领是核心,能够提升服务消费的竞争力和吸引力;标准升级是基础,能够保障服务消费的质量和稳定性;新技术应用是动力,能够推动服务消费的创新发展;业态融合是路径,能够拓展服务消费的发展空间。四大举措协同发力,能够形成强大的合力,推动服务消费高质量发展。(作者单位:青岛市委党校)

全球化语境下的发展与展望

青岛油画需在全球化和本土化之间找到均衡点。海洋文化不应止于浪漫想象,需挖掘海洋传说、渔盐古道历史甚至海洋生态危机等现实问题;以八大关为依托的艺术作品不应止步于展现表象,不妨更多地探讨城市历史遗存;将即墨花边编织艺术、泊里红席图案美学等民间技艺融入创作。

聚焦“海洋人文”主题,通过系列展览、公共艺术项目塑造统一品牌形象,是品牌建设的可行路径。可设立“青岛国际海洋艺术双年展”,推动“艺术+文旅”融合,在奥帆中心等景点设置油画主题街区,创建“青岛油画指数”引导创作与收藏良性互动。建立青年艺术家扶持基金,与海洋研究所、历史博物馆等构建跨学科平台,在学院开设“批判性创作”课程,都是亟待拓展的空间。

油画作为跨越6个世纪的艺术形式,以丰富的色彩语言、细腻的笔触肌理承载着民族记忆与地域文化基因。青岛油画应更加注重创新与个性化表达,在突破传统框架的同时加强区域交流合作。唯有深植齐鲁文化沃土,以批判性思维审视传统,以国际化视野探索形式,方能打破同质化桎梏,在当代中国艺术版图书写独具魅力的篇章。

纵观中西艺术史,地域文化始终是艺术风格形成的关键变量。从威尼斯画派对水城光色的诠释,到中国以地域命名的诸多绘画流派,无不印证环境因素的决定性作用。青岛油画的价值体现在三方面:以山海构建“雄浑与灵秀并存”的美学特征;历史沉淀催生“中西合璧”的表现语言;海洋开放特质保持与时俱进活力。

面对全球艺术同质化趋势,破解困境的关键在于建立“在地性”与“当代性”的对话机制:理论层面建立美学评价体系,实践层面鼓励创作与数字媒介融合,传播层面构建国际化平台。这不仅关乎画派存续,更涉及在地文化参与全球现代性建构的命题。从“地方超越”升华“普遍价值”,对地域特征的坚守与超越,将构成青岛油画持续发展的内在动力。

(作者单位:青岛科技大学 本文系2023年青岛市哲学社会科学规划项目批准号:QDSKL2301168)

依托保税“修全球” 培育低空新业态

张潇

不久前,一架AW119直升机从美国远渡重洋入境青岛即墨综合保税区,在此接受保税维修与机载设备加装服务,而后复运出境。这是全国首单低空直升机保税维修业务,填补了国内低空经济领域在保税维修业态上的空白。

保税维修,是“境内关外”的全球化服务,有一个形象的称呼——“修全球”,依托综合保税区“境内关外”的特殊监管优势,企业以保税方式将存在部件损坏、功能失效、质量缺陷等问题的货物从境外运入境内进行检测、维修后复运出境。青岛开展“保税+低空”这一外贸新业态,为低空经济企业降低成本、提升国际竞争力、拓展外贸空间提供了新赛道和新机遇,全面强化了企业在全球产业链中的服务配套能力。

立足全国首单的先发优势,推动保税维修规范健康发展,是青岛培育外贸新动能、提升制度型开放水平的重要途径。进一步推进“保税维修+低空经济”产业发展,进一步要在深化融合发展模式、推动保税维修创新、促进全链条发展、做好配套监管服务上持续发力:

一是深化“保税维修+低空经济”融合发展模式。面向国际市场推进低空飞行器全生命周期服务,持续引育航空整机、发动机及重要零部件等维修项目。推动航材全球备件仓库建设,破解“等零件”的痛点问题,实现常用耗材、周转件的快速调拨与保税存储,实现国内外主流低空飞行器零部件覆盖。积极争取推动区外保税维修业务发展,在更大区域范围内试点推进保税维修业务,推动低空产业进一步集聚。同时,积极拓展保税租赁、保税再制造等多元业态,打通产品“制造、销售、维修、再流通”的国内国际循环路径,促进绿色循环经济发展,不断拓展低空经济新增长点。

二是持续推动保税维修业态创新发展。扩大维修产品范围,形成一些可复制、可推广的制度创新成果。紧抓综合保税区维修产品目录进一步扩围这一政策窗口期,持续推动综合保税区内企业从事高技术含量、高价值增值且满足环保标准的维修活动,扩大低空经济保税维修产品范围;系统总结“技术+市场”合作模式,以技术支撑筑牢维修能力根基,加强与国际拓展订单渠道,形成分工协作、优势互补的产业协同范式;持续扩大即墨综保区与即墨机场“双核”联动的空间优势,总结复制政策功能与产业需求高效衔接的实践经验,形成可复制、可推广的制度创新成果。

三是打造全链条发展格局。围绕研发设计、通航制造、维修改装等领域,持续延链补链强链。低空保税维修的落地,不仅是低空领域业态创新的重要突破,更是推动产业链向高端延伸、构建完整产业生态的关键举措。一方面,要着力放大低空保税维修的产业辐射带动作用。推动维修业务向产业链上下游双向延伸,逐步全面覆盖研发、制造、维修、处置的全生命周期产业闭环。促进检测技术、专业物流、供应链管理 etc 配套服务业的发展,带动区域内相关技术人才的聚集与培养;另一方面,充分发挥维修业务的技术牵引功能。推动高技术含量、高附加值维修项目向综保区集聚,促进区内企业开展技术资源共享与联合攻关,推动新技术、新工艺的研发应用,带动整个产业向高端化、智能化方向迈进。

四是做好配套监管服务。一方面,推动海关监管的模式创新和流程再造,以“管得住”确保“放得开”。通过流程的标准化和信息的透明化,持续健全材料预审、即时审批、快速通关的海关通关机制,对维修物品进出、转存、耗用情况实行全链条监管与服务,规范企业维修后续处置环节;另一方面,通过政策精准供给,促进即墨、莱西两大低空经济提升区差异化发展。即墨聚焦“通航+保税”服务,莱西聚焦整机制造与人才培养,引导低空经济服务端与制造端双向发力。通过政策精准供给与监管服务优化,助力青岛打造国内全链条低空经济发展样本,推动外贸结构从传统的货物贸易向货物与服务贸易深度融合的方向演进,不断提升青岛在全球低空经济产业中的综合竞争力。(作者单位:青岛市委党校)

“清廉建设”时评

以清廉建设赋能国有企业高质量发展

王岩

清廉国企建设必须立足国有企业权力集中、资金密集、资源富集的特点,以守正创新推动清廉建设与企业治理、生产经营深度融合,护航国有企业高质量发展行稳致远。锚定政治引领坐标,以守正固本把稳清廉建设“方向盘”。坚持把党的领导嵌入公司治理各环节,将清廉建设从“软任务”转化为“硬指标”,紧扣企业改革攻坚、项目投资、资产运营等中心工作,实现全面从严治党与企业发展同向发力、同频共振。持续完善层级清晰、权责统一的管党治党责任链条,压实党委主体责任、纪委监督责任和班子成员“一岗双责”,避免责任虚化、层层递减。聚焦决策执行、权力运行、履职尽责开展嵌入式政治监督,聚力到治履职不严、作风漂浮、落实走样等隐性问题,以坚定的政治定力守住清廉国企建设正确方向。

聚焦制度监督赋能,以创新施策织密风险防控“防护网”。紧盯招标采购、投融资、干部任用等廉洁风险高发领域,建立动态化风险排查、清单化台账管理、闭环式整改落实机制,精准破解监管盲区。健全完善监督贯通融合机制,依托企业内控体系搭建常态化监督矩阵,整合纪检监察、审计监督、财会监督等力量,构建“全方位、嵌入式、常态化”的综合监督格局。坚持严管与厚爱结合、约束与激励并重,精准运用“四种形态”抓早抓小,常态化开展苗头性问题预警提醒,既守住纪律红线,也保护干部干事创业积极性。

厚植廉洁文化底蕴,以浸润滋养廉养风清气正“生态圈”。坚持治标与治本贯通、律行与润心并举,推动廉洁理念从“外在约束”转变为干部职工的“内在自觉”。立足国企行业特色和岗位特点,分层分类开展精准化廉洁教育,用好典型案例开展靶向警示教育。创新廉洁文化传播载体,把廉洁元素融入日常办公、岗位履职、家风建设全过程,打造贴合企业实际、贴近职工生活的廉洁文化场景。引导党员干部树立“勤廉一体”履职理念,既担当作为干事创业,又严守底线干净做事,以“关键少数”的示范引领带动全员崇廉、知廉、守廉,持续涵养风清气正、干事创业的良好政治生态和企业生态。(作者单位:青岛海发国有资产投资运营集团有限公司)