

# 广东多措并举惠民生促就业扩消费

“粤菜师傅”工程和“南粤家政”工程是广东省委、省政府贯彻落实习近平总书记重要讲话和重要指示精神的重要举措,是新形势下广东惠民生、促就业、扩消费的重要特色工程。广东省商务厅对上述工作的推进高度重视,根据广东省委、省政府的决策部署,成立了以主要负责同志为组长、分管厅领导为副组长的工作领导小组,并通过省市商务部门纵向联动,多措并举地扎实推动工作落地落实,在餐饮和家政行业形成了“以标准化规范行业管理、以品牌战略培育领军企业、以诚信建设塑造行业形象、以合作交流参与国内国际双循环”的发展态势,阶段性成效明显。

## 扎实推进“粤菜师傅”工程高质量发展

“粤菜师傅”工程旨在通过大规模开展职业技能教育培训提升粤菜烹饪技能人才培养能力和质量,促进城乡劳动者就业创业,并通过创新“粤菜师傅+岭南饮食文化”等模式打造“粤菜师傅”品牌,提升岭南饮食文化海内

外影响力。这是广东实施乡村振兴战略的重要内容,是提高发展平衡性协调性、促进形成“一核一带一区”区域发展新格局的重要抓手,受到了习近平总书记的两次肯定。为扎实推进“粤菜师傅”工程高质量发展,广东省商务厅以广州餐博会、广东农博会等重点展会为重点,积极推动建设粤菜产业促进平台,以促进农业生产、食品加工和餐饮零售等行业相互衔接、联动发展;推动建立餐饮网络平台与餐饮企业联席会议制度,建立平台与餐企的长效合作机制,促进餐饮服务线上线下融合发展。地市层面则结合当地实际积极推进美食街、美食广场建设,着力加强地方美食推介,推动行业聚焦发展。同时,把推进餐饮行业标准化工作作为引领行业高质量发展的重要抓手,主动加强与省人社厅、省市场监管局等单位间的横向协作,配合研究制定了《“粤菜师傅”工程标准体系规划和路线图(2020-2024)》,从名品、名师、名店等多个维度构建粤菜标准体系;立项开展《粤菜粤点术语》等6项地方标准编制工作,为餐饮业走向规范化、规模化、品牌化、国际化发展奠定基础。

加快粤菜产业品牌建设,培育发展粤菜领军企业是工程中的重要一环。为此,广东省商务厅积极开展“粤菜名店”“粤菜名品”评选活动,指导餐饮协会开展年度餐饮百

强企业评选,树立广东餐饮行业标杆。积极参加商务部“千品万店美食荟”活动,充分挖掘具有广东特色的菜品参赛。认真做好“中华老字号”“广东老字号”推荐评选工作,提升企业品牌效应。为提升餐饮行业文明诚信水平,制定并组织实施《广东省餐饮行业文明诚信服务行动实施方案(2020-2022)》,起草了制止餐饮浪费行为的贯彻落实意见,印发《“公筷公勺”使用标准指引》《广东省倡导“公筷公勺”行动实施方案》,在全省餐饮行业普及“公筷公勺”,制定了《广东省深化“光盘行动”实施方案》,倡导机关、企事业单位和广大群众践行“光盘行动”。指导行业协会发布《广东省餐饮服务文明餐桌实施指引(试行)》,要求餐饮经营者提供安全、卫生、健康、文明服务,引导餐饮消费者讲究用餐礼仪礼貌。

为推动粤菜“走出去”,广东省商务厅组织重点餐饮企业赴黑龙江、贵州、江苏、浙江等地开展食材采购、菜品展销、经营管理等方面的行业对接交流活动;组织企业探访澳门名厨名店,开展行业交流互鉴合作,充分利用“粤港澳名优品展”平台开展“粤菜师傅”厨艺展示等活动;联合澳门经济局举办“中小企业(餐饮)+互联网工作坊”,推介粤菜美食和广东省餐饮企业利用互联网创新发展的经验;开展“粤菜走进使领馆”活

动,会同日本国驻广州总领馆举办“粤菜遇见日本酒”活动,塑造粤菜品牌,以提升粤菜国际影响力。

## 推进构建“南粤家政”新型行业体系

在“南粤家政”工程推进上,广东省商务厅以商务部业务系统统一平台和广东省家政服务公共平台为载体,完善企业和家政服务人员信用记录,全力推进信用体系建设。印发了《广东省家政服务业信用体系建设实施方案》,组织全省家政企业登录广东省家政服务平台并录入信用数据,与商务部业务系统统一平台对接,实现数据互联互通。截至2020年,全省登录平台的家政企业1128家,归集家政服务人员基础数据超过75万人次,完成“人证合一”验证99625人,居全国前列。还印发了《广东省商务厅关于施行家政服务人员持证上岗制度的通知》,以家政服务人员“人证合一”验证为基础,建立覆盖全省家政行业的持证上岗制度。

为进一步规范家政服务市场,广东省商务厅成立了广东省家政服务标准化技术委员会,并在认真分析家政服务业行业现状、标准化需求的基础上,推动构建广东省家政服务标准体系。2020年又立足行业急需,推进《家政服务企业信用评价》《家政服务家政服

务员职业规范》等12项地方标准立项,涵盖信用体系建设、合同管理、职业规范、服务规范、纠纷处理等多个方面,推动全省家政服务业朝着标准化、规范化方向发展。在树立家政品牌方面,组织评选家政服务企业55家、家政扶贫示范企业30家,会同省人社厅认定家政龙头企业12家、诚信示范企业18家,树立行业标杆引领家政服务业高质量发展。同时大力开展家政行业宣传,在广东卫视及广东新闻频道播放家政行业公益宣传片,在全省县级以上城市的4万部电梯投放平面广告,在微信朋友圈、抖音、今日头条等互联网媒体投放公益情景剧。通过品牌培育和公益宣传,增强从业人员职业荣誉感,吸引更多优秀人才从事家政行业,引领行业高质量发展。

广东省商务厅还制定了《广东省家政扶贫工作方案(2018-2020)》,以落实国家东西部扶贫协作和商务部“百城万村”家政扶贫部署,吸引家政服务人员入粤工作,就此推动开展供需对接、人员培训、示范企业培育等18项重点工作,先后组织数百家企业赴广西、云南、贵州等省区开展扶贫对接活动,签订合作协议,推动解决家政从业人员紧缺问题。据商务部平台统计,截至2020年,家政行业累计吸纳82631名贫困地区人员实现就业。(封梅康)

## 补链固链强链

# 安徽双凤经开区构建产业新发展格局

□ 本报记者 许霞 通讯员 刘明俊

安徽省政府工作报告指出,2021年,要着力推动制造业升级和新兴产业发展,实施产业链补链固链强链行动。长丰(双凤)经济开发区围绕合肥“芯屏器合”“集终生智”以及园区自身主导产业定位,持续推动补链固链强链,着力构建产业发展新格局,取得明显成效。

“我们园区节能环保、先进制造、生物医药、食品及农副产品深加工四大主导产业,与合肥‘八大重点产业’是高度吻合的。”双凤经开区招商局局长张政认为,所谓补链,首先要明确为谁补、补什么的问题。合肥“芯屏器合”“集终生智”等新兴产业的蓬勃兴起,赋予了双凤经开区产业发展想象空间。合肥重点产业延伸补足产业链条是园区高质量发展必经之路。

以芯片为例,碳化硅是继硅材料之后最有前景的半导体材料之一,可应用于5G通讯、雷达、卫星等领域,新能源汽车控制芯片也正在探索实践碳化硅工艺。双凤经开区紧盯前沿,

迅速引进露笑科技股份有限公司碳化硅项目。该项目的建设,在合肥芯片产业格局中,将占据重要地位。

“我们在去年11月28日签订了土地出让合同,12月初开工建设。双凤经开区经发局副局长吴迪负责我们项目,全程协调各种手续,一路绿灯。今年春节我们准备大年初三就复工建设。”在如火如荼建设的工地,露笑集团副总裁骆利英向记者介绍说,露笑科技股份有限公司将在双凤经开区投资100亿元,建设第三代半导体(碳化硅)产业园项目,一期总投资21亿元。

面向主导产业补足产业链条,双凤经开区探索了诸多方式方法,譬如在长丰县造甲乡引进牧场项目,为伊利乳业解决了上游供应链问题;引进安徽金龙激光光3D曲面玻璃盖板、可穿戴设备先进材料盖板及车载玻璃面板生产项目,为合肥“芯屏器合”添砖加瓦。

按照中央“六稳”“六保”相关部署要求,双凤经开区在招大引强的同时,大力推进平台建设,对优质中小微企业全面撒网,择优重点培

育,做强支柱产业,完善产业链,做到上有供应商,中有服务商,下有配套商,已打造中南高科、合肥·北城万洋众创城、凤之巢、双凤智谷创新创业科技园等一批优质平台型项目,汇聚单位产值高,可成长性强的中小型项目,服务龙头企业的同时,极大地提升了单位土地产出与税收。

“我们引进的第三方服务平台瑞康源博,以五六千平方米的面积,连续两年上缴税收1000多万元,既盘活了原来的低效闲置土地空间,又强化了生物医药、医疗器械产业链条。”张政介绍说。

补链固链强链,离不开龙头企业的带动。随着国家绿色发展战略的深入实施,污水处理、城市二次供水、农村水环境治理等产业迎来前所未有的发展机遇,双凤经开区装备制造企业中,恒大江海、华升泵阀、舜禹水务等企业都有着强劲的实力,园区正着力做强做大相关产业。2020年,安徽舜禹水务实业有限公司着手新建年产1000套微动力智能一体化处理设备2000套二次供水成套设备项

目。此外,面对生物医药、医疗器械等领域,双凤经开区着力招大引强,在谈某国有大型医药集团项目,已签署意向协议。

“生物医药是国家重点扶持的战略新兴产业,和老百姓生命健康息息相关,而且具有占用土地空间少,单位产出高的明显特点。我们将其作为‘十四五’重点发展的板块来打造。”张政说。

聚焦主导产业、战新产业和重大项目、高科技企业,双凤经开区不断拉长产业链、提升价值链,打造全产业链,培育发展新动能。据统计,2020年,双凤经开区招商引资到位资金63亿元,全年签约引进亿元以上项目合计23个,补链固链强链取得明显成效,为构建产业新发展格局奠定了坚实基础。

一心一意谋发展,聚精会神抓经济,千方百计把疫情耽误的时间赶回来、造成的损失补回来……2020年,合肥蜀山经济开发区通过不懈努力,获得2019年度长三角G60科创走廊产业合作示范园区评估优秀单位(全国仅3家)、安徽省服务外包示范区、合肥市服务业集聚区2019年度考核评估A类单位等荣誉,高质量发展取得新突破。

## 合肥蜀山经开区：“抢时间”抓项目谋发展

□ 本报记者 许霞 通讯员 查玮 徐明

项目建设是蜀山经开区“抢回时间”的首要任务。一年来,园区不断加大项目建设工作力度,强力推进重点项目建设,促进项目早开工、早投产,增强经济持续发展的动力。在2020年蜀山区“中国环境谷 数字新园区”产业类“双百亿”项目签约暨集中开工仪式上,18个项目集中签约,总投资达102亿元;12个项目集中开工,总投资达101亿元。据统计,2020年,蜀山经开区列入合肥市重点项目库项目数56个,总投资425.9亿元。

紧抓合肥综合性国家科学中心环境领域发展机遇,蜀山经开区全力打造“中国环境谷”。2020年,中国环境谷企业数由55家增加至112家,形成环保技术研发集群、核心基础零部件生产集群、环保装备制造集群,以及环境治理、环保工程及环保服务集群等较为完整的产业链,集聚效应进一步突显。

为支持产业发展,蜀山经开区出台环境产业专项政策,创新推出首期2亿规模的“战新贷”金融产品、1000万元“战新券”,成功承办2020长三角生态环境院士峰会暨G60科创走廊环境产业技术创新联盟成立大会,帮助企业积极对标长三角一体化,加快技术创新,保持行业领先。

为充分发挥合肥综合性国家科学中心与合肥市数字经济产业创新试验区的优势,蜀山经开区坚持把发展数字经济作为推动经济转型的“新引擎”,实现后发赶超的“突破口”,加速大数据产业集聚,全力打造数字新园区。

蜀山经开区还以市场转换产业,坚持应用示范,积极推进辖区入驻企业参与开发区范围内市场建设,如中科环境参与智慧环保建设、中水三立参与开发区水联网建设、大明电子参与智慧路灯建设、中凯信息参与智慧停车建设等等,最大限度地支持与挖掘辖区入驻企业的行业参与度,形成数字经济产业生态圈。2020年,园区聚集大数据企业56家,预计实现营业收入约90亿元。

# 品质川货走“南”闯“北”悦新春

## 2021川货新春大拜年活动在北京、广州启动

春之始,年味浓。在北京和广州这一南一北两座城市里,一场由特色品质川货为主角的大拜年活动正在餐饮企业、商超、批发市场等场所上演。据悉,由四川省商务厅牵头主办,以“品质川货 川悦生活”为主题的2021川货新春大拜年活动已于2月3日在北京、广州启动。此次活动是贯彻落实四川省委省政府推动更大规模川货出川,提升品质川货在省外市场知名度和占有率的一次务实之举,也是常态化疫情防控下推动四川企业拓展市场、助推四川特色优势产业升级的一次创新探索。

据活动承办方介绍,活动将在3个月的时间里,通过对接洽谈会、线下商超联展展销、线上展示展销直播带货等活动,为品质川货在北京、广州两地长期经营打好合作基础、打通市场渠道。本次活动在选品、渠道展销、推广形式、线上线下融合等方面都作出了创新提升,以期推动更大规模川货出川,打响川货品牌。

高标准选品。随着人民生活水平的提高,消费者对于商品的品质需求也在不断提高。高品质的商品不仅能够赢得消费者的青睐,也更容易在市场竞争中站稳脚跟。基于此,本次川货新春大拜年活动将“品质川货”作为主题,可见对于品质的追求越发严苛。据主办方介绍,今年活动特别强调品质,选品要求非常严格,需通过多个环节审核,才能正式进入市场。北京、广州活动主办方与四川21个市州

近百个品牌上千个品类生产或经销企业沟通,整个过程均通过网络远程进行,这也是为适应疫情常态化防控下的一次创新尝试。

据了解,本次活动选定的川货产品主要围绕川菜、川酒、川丝、川药、川调、川粮油等品类,通过市州逐级推荐、召开线上选品会等多种方式精选出来,重点选择了获得中华老字号、四川老字号、中国名牌、四川名牌等认定的产品,以推动品质川货抱团拓展华北、华南大市场。目前已选择100个以上品牌、400多个产品参加活动。

全渠道展销。为了推动川货出得去、留得住、扎住根,经过前期与四川参展企业深入洽谈与严格的选品工作,在北京、广州两地集中推进多渠道入驻。随着活动的全面启动,在北京的好邻居连锁店、联华快客、幸福荣耀、锦绣大地批发市场、渝信川菜、峨嘴酒家、辣婆婆、川名堂等网点,在广州的胜佳超市、王府井百货、大润发、柏众副食品批发市场、天成川菜馆、小龙坎火锅店、江山酒家等网点,品质川货已经进驻这些大型连锁商超、批发市场、餐饮企业、川货营销店等销售终端,开展长达3个月的展示展销。同时,主办方积极联络北京、广州四川商会、大中型经销商、地区总代或分销商,推进有实力的渠道商家与品质川货生产经营企业深度对接,搭建长期稳定的产销渠道和供应链体系。

多形式推广。为了吸引广大消费者更多地关注川货品牌,结合防疫保供、促消费过年的特点,主办方策划了“川味年夜饭”“四川火锅节”“川味年货节”等多形式主题促销活动,满足春节市场供应,丰富就地过年消费者“菜篮子”。此外,活动还推出了“扶贫攻坚中国力量”“四川好物”“四川扶贫”等系列主题营销活动,举办品质川货产销对接会,川货品牌抱团营销,扩大了品牌认可度和影响力。通过形式多样的营销活动,不仅满足了消费者对美好川货的需求,让喜爱川味的消费者吃上正宗的四川味道,也让在北京、广州两地响应疫情防控就地过年的四川人,在这个春节“川味十足”,感受浓浓的乡味乡情。

线上线下融合。活动在北京和广州两地积极开展线下联展展销,在两地100多个网点搭建统一的展销平台,让消费者能够一站式选购川货好物。而出于对疫情防控的需要,线上购物,无缝触达成为后疫情时代消费新时尚。本次活动联合京东、淘宝、快手、抖音等直播电商平台和京广两地有影响力网络平台,多渠道多场景联动,对品质川货开展推介,以提高品质川货市场知名度和占有率。同时,制作活动小程序,开展线上展示展销,营造浓厚促销氛围。

近年来,四川省政府着力推进“川货全国行”市场拓展活动,连续4年于元旦、春节期