

省政协来盐开展专题调研

本报讯(记者 曾浩然)7月16日至17日,省政协围绕“扩大高水平对外开放,稳外贸稳外资”来盐开展专题调研。省政协副主席米其智、港澳台侨和外事委员会副主任周建农,省外办副主任刘建东参加。市政协副主席李东成陪同。

座谈会上,调研组听取了市有关园区、部门工作情况介绍和企业代表意见建议。调研组指出,要深入学习贯彻习近平总书记关于对外开放的重要论述,深刻理解扩大高水平对外开放的重大意义,认真贯

彻落实“走在前、做示范”重大要求,加快培育外贸新动能,打造一流营商环境,用好绿色低碳优势,大力推进高水平对外开放。要精准高效为企业服务,帮助企业纾难解困,为企业加快发展创造良好环境。要充分发挥专门协商机构作用,主动服务中心大局,以高质量履职服务高质量发展。

在盐期间,调研组实地考察了悦达起亚第三工厂、利电电子、谷登机械、正大丰海制药、海聆梦家纺等现场。

一场从文字到影像的破圈实验

□高子喻 王艺蓉

日前,“中国网络文学影响力榜(2024年度)”发布活动在我市举行,吸引了约400位行业精英共赴这场盛会。活动不仅发布了年度网络文学榜单,更通过精品短剧路演等特色环节,推动优质项目快速落地。同期开展的“Meet盐城”采风活动,让作家们深度体验城市魅力,为发掘本土文化IP打下基础。

文化产业正呈现蓬勃发展之势。去年12月成立的江苏网络文学IP孵化中心,通过“剧有料”分享会搭建起创作与影视的桥梁。首场活动中,韩国导演崔锡珉分享的创作经验引发热议,其取景于盐城东大门街区的短剧《盖世禁主》更创下3.7亿次播放的亮眼成绩。

产业腾飞需要坚实支撑。在数字技术领域,长三角(盐城)数字视听产业基地已建成覆盖全流程的生产体系;在场景资源方面,从韩风盐韵的东大门到绿意盎然的黄海森林,再到充满民国风情的燕舞刷工厂,多元化的取景地吸引着各类题材剧组前来拍

摄。展望未来,盐城文化产业发展空间广阔。一方面,独特的湿地、海盐等文化资源孕育出更具地域特色的作品;另一方面,AI、虚拟现实等新技术的应用也提升制作水准。通过深化与国内外平台的合作,完善产业链条,同时推动“影视+文旅”融合发展,盐城正朝着短剧创作高地和旅游目的地的目标稳步迈进。

“网文重镇”与“短剧之城”的双轮驱动,是一场从文字到影像的破圈实验。这不仅产生了“1+1>2”的协同效应,更让城市文化焕发新生。当海盐文化化作动人故事,当范公堤的传说跃然屏幕,这座城市的文化基因正通过现代传播方式走向更广阔的天地。这种产城融合的发展模式,既培育了新的经济增长点,更让盐城成为更多人向往的“诗和远方”。



盐城产造纸机驰骋“一带一路”

(上接1版)

“七成占比只是新起点。”副董事长孙齐阳的目光投向更远处。作为国家轻工行业标准第一起草单位,公司

正推动从“产品出海”到“标准出海”的跨越。从车间到全球,这家盐城制造企业正在用实力重新定义造纸装备的世界版图。

关于产业升级的生动实践。从对标国际到定义标准,从技术引进到模式输出,华东机械用“天花板级”的自我要求,诠释领跑者的核心要义——不是跟随赛道,而是创造赛道。

记者手记:当德国工程师为“中国智造”竖起大拇指,当国内产业集群同行“反向取经”,我们在华东机械的车间里触摸到盐城制造跃迁的脉搏。这里书写的不仅是单一产品的突破,还是一场



厉行节约



反对浪费

接“地气”更懂需求

星级手艺炒热市井烟火



□记者 单冬

没有预制菜,杜绝隔夜菜,大锅菜、小份卖,价格实惠,吃得放心。从社区酒店到星级宾馆,连日来,我市多家餐饮企业的大厨们,身穿厨师服、头戴厨师帽,把星级厨房菜品搬到街头,让老百姓花平价就能尝到酒店水准美味的同时,又以“现做现卖”的烟火气重塑品牌亲和力。

7月15日上午7点,江宁宴便民社区外卖服务站的各个社区群已开始接收订单:“花甲一份、红烧肉一份,放隔壁药房。”“要一份水煮肉片、一份鱼香茄子,两份米饭,9点去拿。”工作人员秒回确认后发出账单,顾客扫码完成付款。

5元的土豆丝,8元的鱼香茄子、10元的干锅鱼豆腐……临近8点,菜品陆续到位。凭借亲民价格和家常做法,江宁宴自5月30日摆摊营业以来,建立起4个社区群,累计粉丝数千千人。

“周边社区居民是消费主力,回头客很多。”夹横幅、整理桌布、摆放价格卡,老板毛会峰边说边忙,手上活停不下来。他介绍道,因为摊位临街,菜品丰富,往来路过的行人都愿意看一看挑一挑。“很少有空手走的。”

作为外摆模式的早期“玩家”,江宁宴外摆菜品从最初的10多种增加到如今的40多种,涵盖凉菜、炒菜、炖菜等品类,近期还根据顾客建议,增加了馒头、花卷等面点。

谈及各地酒店外摆营业的新模式,毛会峰坦言,从事餐饮行业30多年,从未想过酒店会“摆地摊”,不过好在效果超出预期,日最高成交单数超600笔。

广式豉油盐焗鸡、鲍鱼红烧五花肉……近期,盐城迎宾馆等不少星级酒店也陆续加入“摆摊”行列。相比社区酒店用平价家常菜赢得认可,星级酒店则在此基础上,提供了一些食材更为高档,制作工艺更为复杂,也更能代表酒店定位的特色招牌菜。

“粤菜是广州大厨掌勺,川菜是四川大厨烹制,还有擅长淮扬菜的扬州大厨,当然本地菜也少不了。”盐城迎宾馆副总经理张文娟表示,虽然售卖模式有所改变,价格也更亲民,但菜品品质不会变。

“要一份凉拌牛肉。”“我要尝尝五星级酒店

的菜包和外面的有什么不一样。”7月11日下午5点,金鹰尚美酒店星级大厨们带着藤椒素鸡九转、秘制东坡肉等10多种特色菜,正式开启“摆摊”业务,路过的市民纷纷驻足讨论、购买尝鲜。

“其实很早就有这个想法,但出于对品牌形象和品牌定位等方面的顾虑,观望了一阵。”酒店行政办公室运营总监张良明表示,此次推出外摆模式是为了引流,也是为了更好适应市场变化,希望通过这种方式让顾客体验到我们的服务和品质。

与此同时,悦达国际大酒店的冷藏车早已到达悦龙湾小区南门,工作人员陆续将各类封装好的菜品摆放至摊位。“我要一份口水鸡。”“剁椒鱼头有没有。”“拿份酱鸭。”摊位现场,菜品还未摆齐,市民纷纷点单购买。

“前几天就听说很火爆,人真不少。”家住悦龙湾小区的陈先生花38元购入一套冷菜拼盘,里面有毛豆、花生、鸡爪、鸭脖等9款凉菜。“这个蛮有意思的,配啤酒很好。”一旁的市民点头肯定,边笑着说,“国企出来的,肯定好啊。”

“这边是我们的菜单,所有菜品都是大厨新鲜烧制的。”酒店副总经理吕煜剑化身主播,在现场举着手机云向直播间里的粉丝介绍菜品情况,评论区咨询价格、摊位地址等信息的留言不断。他表示,自摆摊营业以来,每天都会进行直播展示,一方面能让更多人知道,另一方面也能通过与粉丝互动了解顾客需求和反馈。如今,外摆业务的日营业额持续刷新,日均超1.3万元。

从星级品质到街头烟火,酒店摆摊走红,看似“降维”的背后,是酒店基于市场消费偏向和经营手段的探索创新。“这是各大酒店打破‘高端’‘高冷’刻板印象的一次有益尝试。”盐城市烹饪行业协会会长徐加忠表示,通过摆摊拉近与社区的距离,场景的转换不仅让酒店后厨产能得到释放,更让市民在“平价消费”中体验到“星级手艺”。

当预制菜争议未平、外卖品质参差,酒店摊位上,服务人员佩戴的口罩、发网,各类菜品配备的透明罩、保鲜膜,这些看得见的细节顺势将酒店“高大上”转化成信任筹码,“小份菜、低单价”则精准击中家家户户夏日做饭的痛点,满足广大居民“不想做饭”“懒得下厨”的实际需求。

如此一来,百姓自然乐得一试。



7月16日,悦达国际大酒店便民厨房在江苏悦达集团有限公司北门开摊,招牌卤味、凉拌菜、热菜等美食琳琅满目,前来购买的顾客络绎不绝。

记者 杨毅 摄

