

新思想引领新时代改革开放

我市印发三年行动方案

加快培育低空经济产业

本报讯(记者侯爱敏)作为新质生产力的代表,低空经济是产业发展的新赛道,经济增长的新引擎,是全球竞相发展的战略性新兴产业方向。加快培育低空经济我市再出大招。记者昨日从市发改委获悉,《郑州市加快培育低空经济产业创新发展行动方案(2024—2026)》正式印发。《方案》明确了未来三年我市低空经济的发展目标、重点任务、保障措施等内容。

《方案》确立了低空经济未来三年“1+4”的发展目标。即“1”个总目标,聚焦“产业规模不断壮大、创新能力显著提升、低空场景丰富多元、基础设施基本完善”4个分目标。力争到2026年,低空经济产业规模不断壮大。

我市引进培育无人机整机企业5家以上,产业链核心企业20家以上,强力招引一批优质低空飞行器运营企业,低空经济相关企业数量突破200家,低空经济产业规模超过200亿元。

其中创新能力方面,新增一批国家省市级创新平台,推进核心技术攻关、创新平台建设、军民融合发展,形成低空经济全产业链新高地;低空场景方面,打造一批农林植保、环境保护、巡查巡检、公安警务、物流配送、应急救援、医疗救护、观光旅游等重点示范应用场景,拓展一批航空租赁、维修、培训等典型领域案例,以典型示范引领产业创新发展;基础设施方面,初步构建低空地面基础设施网络,建成通用机场3个,布局起降场、起降点

50个以上,建设低空飞行数智调度监管服务平台,实现与国家民用无人驾驶航空器综合管理平台的互联互通。

为实现上述发展目标,《方案》从4大方面提出14项重点任务。四大方面包括完善低空飞行保障体系、培育低空产业生态体系、构筑科技创新引领体系、打造低空标杆应用场景。

其中培育低空产业生态体系方面,《方案》明确将实施重点项目招商,享受其他制造业招商引资政策;培育壮大本土企业,培育一批“专精特新”企业,推动低空经济产业链不断完善;打造低空经济特色园区。结合地方优势,形成差异化发展的低空经济业态;完善地面起降设施。支持有条件的地方建设无人

驾驶航空器公共测试场,支持投资建设适应低空飞行航空器航线需要的起降坪、垂直起降点、无人机自动值守机库等基础设施。

打造低空标杆应用场景方面,将推动低空飞行与旅游、运动、摄影、娱乐、表演等消费活动融合,培育低空消费新产品、新服务,形成消费新增长点。主要包括丰富“低空+”文旅消费,鼓励“低空+”运动消费、打造“低空+”会展平台。支持开通重点医疗物资即时配送航线,助力航空医疗救护发展。依托现有通用机场,开展“通用航空+”应用场景等。

《方案》同时提出6大综合要素保障。包含聚集人才培育、加强要素保障、拓宽投融资渠道、加强统计监测、强化安全监管等。

今年我市第五批人才公寓8月5日上线配租

共519套房源

本报讯(记者孙雪菲)昨日,记者从郑州市住房保障和房地产管理局获悉,今年郑州市第五批人才公寓将于8月5日开始上线配租。

此次配租项目为位于金水区宏康路以南、索凌路以东的郑州城发龙门美寓,配租房屋共519套,面积约63.2平方米的一居室户型。房屋租金价格区间为1163~1228元/月;物业费2.68元/平方米/月,电费0.56元/度,水费4.4元/吨。物业服务公司为郑州公建物业服务有限公司。该项目精装修设计交付,配备家具家电,拎包入住。

据悉,此次配租对象为在郑就业创业的大学专科(技工院校全日制高级工)(含)以上学历人才,以及享受我市人才计划支持的高层次人才、博士和经市人社局认定的市重点产业急需人才,且满足《郑州市人才公寓管理暂行办法》(郑政办〔2023〕11号)中相关申请条件。

配租时间定于8月5日8:00将房源上线“郑州市保障性租赁住房(人才公寓)系统”进行配租。其中,符合优先配租条件的高层次人才、博士和经市人社局认定的市重点产业急需人才于8月5日8:00至6日8:00选房配租。其他符合申请条件的青年人才于8月6日8:00开始选房配租直至房源全部配租完成。

本批次配租全流程通过线上进行,按照“一网通办、一网通管”的原则,申请人可登录“郑好办”APP(“一件事专区”→“住房保障一件事”),进入人才公寓配租模块,按照提示进行申请、选房、签约和退出。

加快推动专利产业化
助力发展新质生产力我省启动专利转化
运用服务对接月活动

本报讯(记者李爱琴 通讯员马阔丰 何先涛)记者昨日从省市场监管局(知识产权局)获悉,7月29日,我省启动2024年专利转化运用服务对接月活动,加快全省专利转化和产业化步伐。

本次活动以“加快推动专利产业化,助力发展新质生产力”为主题,将持续至8月30日。活动围绕我省7个先进制造业集群和28个重点产业链,以高校和科研机构盘点出的高价值专利为供给,开展优质高效知识产权服务对接,推动一批高价值专利实现产业化。活动主要内容涵盖宣讲推广专利转化运用政策和案例、路演推介专利转化运用、开展专利转化运用实务培训等。

据了解,近年来,我省把专利是否转化运用作为衡量专利价值的重要标准,专利转化运用成效显著。

全省对入库119家高校院所的44157件存量有效专利进行盘点,入库33242件,其中五星专利8755件,占比26.34%,四星专利9688件,占比29.14%,三星专利14799件,占比44.52%。全省高校院所截至2023年存量有效专利盘点进度达100%,在全国盘点工作中并列第1位。

遵循“能入尽入”原则,我省推荐各级知识产权优势示范企业、高新技术企业、专精特新等中小企业、工业企业知识产权运用试点单位进入专利产业化样板企业培育库,推动企业需求与技术供给精准匹配、线上线下有效对接。截至6月30日,已登录企业3723家,遴选预推荐企业3295家,数量居全国首位。

盘点是更好“盘活”数量庞大的存量专利。我省创新专利转化运用的“专利标识”实操模式,从交易模式和标识内容两方面进行创新,采用专利开放许可制度规定的“提成支付”专利许可使用费支付方式,企业按专利产品销量分批次支付许可费用,高校在不放弃专利权的前提下持续获得转化收益并获取市场数据反馈。

目前,全省已有33家企业选定专利并签订使用协议,首批30万张专利标识已开始印刷,对应覆盖河南大学、河南工业大学等多家高校。另有在途意向企业155家,涉及休闲食品产业、快消品产业和大健康产业等。

“此举有效搭建了企业与高校沟通的桥梁,解决了专利转化精准对接渠道不畅、转化信息不对称的实际问题。”省市场监管局(知识产权局)有关负责人说,以专利标识为结合点,保险公司设计研发了相关的责任险和产品质量险,为供需双方专利转化运用保驾护航。

下一步,我省将继续丰富完善专利转化资源库,推广多元化知识产权金融支持模式,加强专利转化运用服务对接,激发各类主体的创新活力和转化动力。

上半年全省快报企业
研发费用327.3亿元

呈现较快增长态势

本报讯(记者侯爱敏)省财政厅昨日发布信息,上半年全省纳入财政部门统计范围的快报企业研发投入呈现较快增长态势,研发费用327.3亿元,同比增长1.9%,近三年持续增长;研发投入强度提升,全省快报企业研发投入强度(研发投入/营业收入)为1.6%,同比提高0.1个百分点。

从行业层面看,研发投入投入前5名的行业分别为机械、冶金、化工、煤炭和建材,研发投入投入强度达234.5亿元,占比71.6%;研发投入投入强度为2.5%,同比提高0.1个百分点。研发投入投入增加前5位的行业分别是机械、煤炭、投融资及非银行金融业、邮电通信业和农林牧渔业,投入规模148.7亿元,同比增长18.6%;研发投入投入强度为2.4%,同比提高0.3个百分点。

从企业层面看,研发投入投入前5名的企业分别为河南能源、宇通集团、郑煤机、中航光电和平煤神马集团,研发投入投入规模达50.1亿元,占比15.3%;研发投入投入强度为2.6%,同比提高0.1个百分点。研发投入投入增加前5位的企业分别是奇瑞河南、河南能源、卫华集团、河南移动和洛阳国宏,投入规模35.2亿元,同比增长119.7%;研发投入投入强度为2.7%,同比提高1.4个百分点。

“奥运经济”热力十足

本报记者 张倩 实习生 韩鲁豫

巴黎奥运会各项比赛激战正酣,成为这个暑假最火的“流量密码”。“奥运经济”不断升温,巴黎奥运吉祥物“弗里热”凭借灵动可爱的形象“圈粉”无数,其周边商品在线下线上也卖得十分火爆。此外,奥运也为户外运动、服饰、餐饮等多个行业迎来了经营热潮,奥运元素成趋势,多行业多品类成为消费者关注热点。

奥运周边商品热销

随着2024年巴黎奥运会的火热开展,人们在为奥运健儿们欢呼喝彩的同时,精美多样的奥运文创同样吸引了广大市民朋友的关注。“销售非常火爆!清晨四五点就有顾客在门外排队了。”中国金币郑州经三路授权店工作人员刘女士告诉记者,自7月23日开始,2024年巴黎奥运会吉祥物“弗里热”来郑州后,每天清晨天不亮店门口就排起了长队,很多顾客就为了奥运吉祥物和纪念品而来。

采访中,记者了解到,中国金币郑州经三路授权店售卖的奥运文创丰富多样,涵盖徽章、挂件、冰箱贴、纪念币、明信片、吉祥物“弗里热”的创意盲盒与毛绒公仔等多个品类。其中,冰箱贴、钥匙扣、创意盲盒等兼具美观与实用性的文创产品格外受消费者青睐,部分主题品类甚至一度出现了“一抢空货架”的盛况。

“每日排队购买奥运文创的不仅有郑州市民,还有外地游客。”店员刘女士说,店内会及时高效地完成货物的调运,尽最大努力满足消费者的需求。

巴黎奥运会特许商品除了在实体店备受追捧外,在线上平台也十分畅销。在网购平台的“奥林匹克官方旗舰店”内,多款吉祥物“弗里热”玩偶的销量在6000+,奥运运动系列纪念币等也成了热销款。

新消费热点相继涌现

除了奥运吉祥物、纪念品、运动员同款等商品销量环比大幅增长外,户外运动产品也开始火爆,新兴及小众运动装备需求激增。同时,服饰时尚领域,运动休闲风格持续引领潮流,奥运元素的融入更添时尚魅力。此外,在食品、快消品领域,健康零食与能量补给品因夏日运动与休闲需求而热销。

随着巴黎奥运会到来,众多品牌积极投身体育营销浪潮,旨在通过体育精神为品牌注入新活力与独特魅力。“中国夺金,秒送免单。”记者在京东平台上发现,该平台推出每存1金,送2024份免单,同时还推出奥运观赛·吃喝指南,从花生瓜子、卤味、啤酒、水饮、咖啡到居家健身器材、游泳用品、观赛设备、护眼眼镜等,纷纷推出大额满减券。

淘宝也推出了大促活动,将奥运精神和购物文化融合,让大家拥有一场别具一格的购物体验。以“淘宝运动会”为舞台,将体育竞技的激情延伸至线上购物体验。该运动会九大赛事的设置,不仅降低了参与门槛,更激发了全民参与的热情,感受到体育带来的乐趣与挑战。

“为奥运喝彩、为中国助威。”在抖音电商各大直播间里,运动服饰、体育用品、美妆、数码家电、食品酒水等众多品类订单量也有显著增加。

除了线上购物,记者发现,餐饮外卖依然是大型体育赛事期间最为旺盛的消费板块之一。“观赛,美食不打烊。”美团、饿了么、大众点评等平台,纷纷携手众多餐饮品牌共同推出主题活动,提供低至3折的夜宵、下午茶、家庭套餐等多种餐饮服务,陪伴消费者度过观赛时光。

“电影院里看奥运。”记者通过猫眼、淘票等平台看到,首页上线了“看奥运预约放映”活动。可预约比赛从7月29日至8月11日有10余场,涉及乒乓球、排球、足球等热门项目。以7月30日乒乓球混双铜牌赛+决赛为例,平台显示郑州有5家电影院可预约观看,票价35元起。

“赛事+”带来更多可能

奥运会不仅仅是各国体育健儿的舞台,也是众多企业的商机所在,与此同时“奥运热”还带动了“法国游”,不少游客都在借奥运会之机规划自己的“浪漫之旅”。

携程数据统计显示,中国旅客在奥运期间赴巴黎的订单同比增长105%,机票订单量较去年同期增长1倍,巴黎酒店预订量同比增长122%。巴黎奥运会期间,选择法国自由行的旅客更是较去年同期翻了5倍。

除了出国游,“赛事+”也让大众参与体育运动的热情持续攀升,越来越多的人开始爱上体育、热爱体育。体育承载着国家强盛、民族振兴的梦想。在郑州大卫城、万象城,翩翩起舞的滑冰者成了商场里一道独特靓丽风景;各大游泳馆、篮球场、羽毛球馆等运动场馆里,参加体育锻炼的大人孩童比比皆是。

“赛事+”带来更多可能。今年5月份,我省多部门联合印发《2024年河南省体育赛事进景区、进街区、进商圈活动实施方案》,鼓励大型购物中心、商业综合体、步行街等商圈企业在赛事活动窗口期,举办三人制篮球、街舞、类冰雪等小型赛事与消费节、美食节、网购节相互联动,打造线上线下、形式多样的促销活动。

“戏精”请就位
沉浸式剧场走“新”又走心

本报记者 李娜 陶然 通讯员 张丽新 文/图

从“密室逃脱”“剧本杀”到“街头小剧场”……近年来,沉浸式剧本娱乐逐渐成为“Z世代”的消费新场景,成为青年群体线下聚会、团队建设时的重要娱乐项目,也正在成为拓展城市文旅发展的重要手段。

作为一种新型娱乐形式,沉浸式戏剧到底有多上头?它令一众年轻消费者“上头”的魔力到底在哪?在沉浸式剧场的带领下,沉浸式经济将迎来怎样的未来?带着这些问题,记者进行了采访。



沉浸式剧场演出场景

零距离参与
沉浸式十足

周末闲暇时,00后的小曾可以是威风四海的武林英雄,也可以是驰骋商海的归国精英。“每次的费用从几十元到500多元,若剧本需要道具,花费就高一些。”小曾说道。

记者采访了了解,剧本杀的收费是按剧本然后进行人均收费的,一般一个剧本人均消费在七八十元。相对高档的场馆收取的费用也会高一些,有的一小时高达200元。一般来说一个剧本是5到10人玩,时间3到7个小时,来玩的大部分是90后、00后。

“现在比较热的是正能量的红色剧本,每个剧本中都有线索卡和不同角色,主题是主旋律家国情怀。很多玩家玩到最后都感动哭了。”御剧阁沉浸式剧本杀体验馆的店主小齐表示。

数据显示,2018年至2021年,密室逃脱类、剧本杀类经营场所的总体数量增长幅度超过400%。有专家预计,2025年,沉浸式剧本娱乐行业市场将达到近448.1亿元规模。

90后小林是一名密室逃脱的狂热爱好者,问他沉迷其中的乐趣在于什么,他表示:“一开始是细致、逻辑强的剧本以及解谜带来智力上的成就感吸引我,再后发现不同的场景能获得不同的人生体验。”她告诉记者,感觉压力山大时,就想去“穿越”一下,“沉浸式体验好像是我们专门打造的一个‘楚门的世界’”。

“主动提供台词的观众举手,让我看到您都在哪儿哩?”尚座中心喷空剧场演出现场,台上的河南方言版《大案复盘》正火热进行,台下是众多兴致勃勃的观众。

不同于传统表演,该剧场的表演由大家自由发挥,用河南方言即兴说台词。台上演员全盘接下台词,即兴发挥,由观众与演员即兴自演创意短剧应运而生。

“这种体验实在美好,观众与舞台相距一两米到零距离,沉浸感太强了。”61岁的张大爷与衣着时尚的年轻人相比显得很突出,“我是喜欢走进剧院看戏的人,本着尝试的态度来体验这类较新的表演方式,没想到意

外有趣。”

让玩家感受
独有的“浪漫”

沉浸式融入剧本环境在物理空间上满足年轻人的社交和减压需求。比如在密室逃脱中,活动带来的参与感和互动合作感成为参与者社交关系快速发展的润滑剂,形成一种新型的社交方式。

“在心理上,由于人们工作和生活的边界感日渐模糊,沉浸式剧本为大家打造了一个‘世外桃源’。”小林认为,“暂时失联”可以帮他们在一段时间内实现心理上的“逃离梦幻岛”。

而真实的故事背景和强烈的感染力亦不可或缺。锦艺城“25帧·剧本演绎推理社”的店主表示,所有剧本杀的项目通常会选择一个特定的地域或历史事件作为背景,将炫技效果与优质故事,引入入胜的艺术表达相结合,让观众在剧情中与地域文化和历史事件产生情感共鸣。

就演出场地来看,记者发现,大部分沉浸式娱乐项目空间氛围感拉满,通过营造特定的空间氛围和创新技术和环境布置打造出与剧情相符情境,全方位调动观众“视、听、嗅、味、触”等多模态感官体验,让观众成为演出中的一部分,也让外地朋友沉浸式了解一城文化。

走访中记者发现,大部分剧场存在于商业综合体、文创园区、老厂房等空间,复合式的空间布局为大众文化消费带来独特而多样的选择空间。

除此之外,众多小剧场经营者在“烟火气”上也下足功夫。复古的装潢、欢快的音乐、茶点雅座……走进喷空剧场,你会发现,这里少了一份喧闹,多了一份近距离观演的真实感和烟火气。放下手机,平日里耳熟能详的方言,在这里被放大,融入小剧场现场,生活由此变得更具质感。

通过采访,记者还发现,如今剧本杀、密室逃脱等行业中涌现出一大批极具吸引力和创新性,且能够给观众带来正面情感体验和深度思考的正能量、有创意的剧本,市场消费频次、消费增量也得到显著提升。

由此可见,内容创新是沉浸式剧

本娱乐行业发展的关键因素。剧场的实验性和探索性也给予了创作人员更高的自由度和包容度,也让小剧场更适合年轻人的口味,为小剧场演艺深入人心、提升城市文化氛围发挥了重要作用。

“小而美”的小剧场演艺,如今愈加走进人们的日常生活中。《2024中国沉浸产业发展白皮书》显示,截至2023年,中国沉浸产业消费市场规模已达927亿元,总产值达到1933.4亿元,预计2024年将突破2400亿元大关。

内容形式并重
小剧场有大未来

小剧场不仅是演出区域,更是一种精神象征。在河南省社会科学院文学研究所教授宋朝丽看来,小剧场建设是一个城市文化生态的系统构建。它应该包含物理剧场建设、空间呈现内容建设以及人才建设。

“淄博凭借烧烤火出了圈,天水因麻辣烫走红。小剧场的建设也要与城市、文化、经济等方面的特色相呼应,要依托自己原有的基础来打造品牌。”宋朝丽认为,郑州小剧场的建设应因地制宜,结合本土文化,打造自身特有品牌。

同时,她也表示,郑州有丰厚的历史文化资源,对于剧本的创作,可以考虑融入郑州丰厚的历史沉淀,让历史文化为年轻人所接受。

物理基建上,要打造新的演艺空间与剧场形式,增强沉浸式体验感,已成为一种新型的商业模式与消费潮流。

一位深耕小剧场运营领域多年的专业人士表示,小剧场的空间、场景、模式、消费都要转型升级,让单一演场地变成集购物、餐饮、娱乐、住宿等于一体的演艺复合体。比如可以打造“演出+”的消费场景,借用周边街区、创意市集等业态,融合主打“一站式”娱乐体验,让小剧场成为一个可以提供创意与活力的社交场所。

此外,行业内部也可以考虑进行并购重组、品牌连锁、深度合作、资源共享等方式整合资源,组建小剧场演出院线或小剧场联盟。

花样的运营背后,小剧场“做大”的过程中,内容仍是根本,要创造有感染力的表达方式。

“好的剧本不单单是娱乐。一些有意愿的剧本会让玩家通过角色扮演明白一个道理,或者对一段历史产生好奇,这些都是沉浸式剧本的魅力所在。”对此,御剧阁沉浸式剧本杀体验馆店主小齐提出自己的想法,比如,抗日战争、二七大罢工等很多历史故事可以让人第一视角感受历史的厚重,每次结束,大家都表示对这段历史有了不一样的感悟。

另外,小剧场演艺人才队伍的建设也值得探讨。“我认为,如果郑州未来要大力发展小剧场市场,必须得有过硬的本土的力量配备。”宋朝丽坦言,对此,政府可以鼓励市场成立一些编导创作型人才导师班,从编剧、导演、制作、剧团运作、表演等各方面对青年戏剧人加以引导,培育更多的本土原创戏剧人才。