



五城组团崛起,提升中心城区首位度 未来3年烟台要大变样

本报烟台7月22日讯(记者梁莹莹) 近日,烟台印发《中心城区“12335”建设思路和实施意见》(以下简称《意见》),围绕烟台市未来三年中心城区重点建设任务进行了总体谋划安排,提出构建大城区建设格局。

22日,烟台市人民政府新闻办公室召开发布会,对中心城区“12335”建设思路进行了解读。所谓的“12335”,其释义为:“一核突破,两带提升,三环支撑,三港协同,五城驱动”。即全面构建芝罘区“一核突破”,滨海黄金旅游带、夹河生态景观带“两带提升”,快速路、步道、地铁环线“三环支撑”,空港、海港、陆港“三港协同”,芝罘幸福新城、开发区八角湾新城、牟平新城、福山夹河新城、蓬莱新城“五城驱动”,提升中心城区首位度集

聚度美誉度。在“一核”突破布局上,芝罘区未来3年的主攻方向是城市更新和产业升级。芝罘区委书记杨升岩表示,实施“一核突破”等一系列重大举措,为芝罘区发展带来了重大历史机遇。坚持以城市更新统领全区发展,实施“四大攻坚行动”。加快主导产业、重大片区开发、园区发展、社会治理、公共服务“五个全面突破”。《意见》实施,会对烟台产生何种影响?山东财经大学区域经济研究院院长董彦岭表示,中心城市做强做大的好处是“深海藏大鱼”,有利于聚集高端资源,容纳多元化要素,吸引更多顶尖的企业和人才入驻。而城市更新中的老旧城区改造,对提升城市风貌也是非常重要的。董彦岭说,山东省总体发

展框架是山东半岛城市群,其中包含三个经济圈——胶东经济圈、省会经济圈、鲁南经济圈。这几年烟台主城区规模没有太扩大,但烟台的实力摆在这里,尤其是海洋经济产业和制造业,有着强大的企业基础和产业能力,上市企业数量在山东省位居前列,发展期望值很高。“胶东经济圈是山东省最具活力的经济圈。”董彦岭说,胶东经济圈的特点是整体发展实力好,类似于广东的全域城镇化,大部分的县市属于百强县。山东省经济总量前四位的城市,胶东经济圈占3个。在这个背景下,烟台应该找准和青岛等城市错位发展的机会,发挥海洋经济产业和制造业产业的优势。另外,烟台旅游资源丰富,可通过基础设施建设把它们连点成线,发挥出更大作用。

对此,鲁东大学教授李世泰也持有类似的观点。他说,烟台的生态和文化产业独具特色,下一步康养和文旅产业都是发展的方向。“枢纽经济对烟台发展至关重要,‘三环支撑’‘三港协同’将破解带状城市交通困境,构建便捷高效的对外交通体系。”李世泰说。董彦岭表示,《意见》一方面做大做强芝罘区中心城区,另一方面五城驱动,实现中心城区和周边一体化发展。通过打造立体交通网达到同城化的效果,是两条腿走路。“烟台在‘十四五’开局之年,提出这样一个规划,彰显了烟台在激烈的城市竞争背景下放手一搏的雄心抱负,非常符合烟台实际,凸显烟台优势,擦亮城市亮点,最终实现一二三产业的协同发展,相信这颗山东半岛上的明珠会越发璀璨。”

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 夏侯凤超

济南人防法律法规宣传教育走进社区 今天来槐荫刘庄村学人防知识吧

人民防空是国之大事,是国家战略,是长期战略。7月23日,由济南市人防办、槐荫区人防办、张庄街道办事处、齐鲁晚报·齐鲁壹点共同举办的“人防法律法规宣传教育进社区”活动将走进槐荫区刘庄桃园中心广场,带给大家一场精彩的人防知识盛宴。人民防空是国防的重要组成部分,是经济社会发展的重要内容,事关人民群众生命安危、事关改期开放和现代化建设成果,肩负着“战时防空、平时服务、应急支援”的职能使命,是利国利民的公益事业,是人民群众获得感、幸福感、安全感的坚实保障和重要支撑。为进一步普及防空防灾知识,倡导文明新风,提高人民群众的防空防灾能力,为创建全国文明典范城市营造浓厚氛围,相关部门组织了此次人防法律法规宣传教育活动。

活动现场,人防办的工作人员将展示防化服穿戴演示、手动防空警报器的使用等,还有人防知识手册和有奖问答等互动环节,用多种多样的形式带给大家丰富的人防知识。此外,工作人员还将在现场为大家提供咨询服务。近年来,全市人防系统深入开展“五进”活动,通过人防教育进社区,让市民近距离了解人防、接触人防、感受人防,普及了人防法律法规和相关知识,进一步增强了市民的国防观念和人防意识,市民群众对人民防空越来越关注,对人民防空越来越认可。本次人防法律法规宣传教育进社区活动时间为23日上午9:30,地点为槐荫区张庄街道办事处刘庄桃园中心广场。

中国市场不需要休旅车?那是你还没了解Valli

长久以来,有个摆在中国汽车消费者面前似乎难以调和的问题:当你选择一辆SUV时,意味着要为了更高的通过性而放弃轿车所具备的舒适;而当你选择一辆轿车时,意味着要为了乘坐感受而割舍SUV能承载的轻度越野梦想。良好乘坐舒适度、轻度越野乐趣、出色装载能力……当所有的购车前置诉求摆在面前——别犹豫,选宝骏Valli(向往)就对了。这款售价区间7.98万-10.58万元的休旅车自开启预售以来,单日订单破百,累计订单已超过10000台。

价格亲民,Valli激活中国休旅车市场

在Valli登场之前,业界一直存有一个观点,那就是“休旅车在国内没有市场”,甚至一些早就被引入国内销售的休旅车型市场表现似乎也佐证了这一说法。近年来,家用车的使用环境逐渐从日常采购、搬家置货等基本用车场景向全家出游、亲子露营、运动补给、采风摄影、钓鱼茶歇等娱乐用车场景转移。SUV和轿车原先的优势也开始变得捉襟见肘,由此暴露出SUV的驾乘感受并不友好以及轿车的装载能力并不高的问题。此时,休旅车就开始体现出其特有的优势:不亚于SUV的车内空间、低重心确保与轿车相差无几的乘坐感。只不过,即便部分消费者已经开始考虑购买一台休旅车型,但由于市面上大多数休旅车售价过高,面对超出预算的购车门槛,消费者也只能望而止步。

宝骏正是敏锐洞察到了这一痛点,推出休旅车Valli,并将定价区间锁定在十万元级市场。此外,宝骏也为用户下订Valli匹配了“9.9元即可享受价值16280元的礼包”的政策,以“售价+礼包”双重购车利好,彻底激活了休旅车细分市场。

“5+2 复式生活空间”,Valli满足你的向往

宝骏Valli“上场即热销”的原因,除了其颠覆原有休旅车细分市场的价格体系,更在于Valli带给体验者的差异化产品优势。其中,最值得一提的就是宝骏于Valli独创的“5+2复式生活空间”。“5”指的是5座乘坐空间布局,“2”指的是Valli车内大平层和车顶超大行李箱构成的双层“复式”空间组合。这种对空间的巧妙利用配合Valli的2.7m同级超长轴距,几乎可以满足全家人出游的所有需求。所以,Valli更像是一辆大号



“购物车”,日常购物只用到后备箱,一旦需要购置大件物品,就能利用座椅放倒后的空间,就连像床这样的大宗家具也不在话下。毫不夸张的说,Valli更接近一个“小户型”。并且,Valli无论出现在哪个使用场景下,仍然保持着休旅车的气质。时尚优美的“自然派美学”设计语言、星辉矩阵式格栅、贯穿式LED灯匹配修长的车身以及自然系车身颜色,无论何时何地,都能感受Valli带给你的那一份悠然自如。

安全+智能,Valli是你的旅途好伙伴

既然定位休旅车,Valli所扮

演的更重要的角色就是旅途中的伙伴,既要可靠,也要贴心。安全方面,SDW安全距离报警、FCW防碰撞预警、IHBA自适应制动辅助、AEB自动紧急制动、CMS碰撞缓解等主动安全防护功能均体现在Valli上,就算出游遇到了极端道路环境,驾乘人员的安全性也有所保障。智能方面,Valli配备了同级罕见的17项智能驾驶辅助功能。其中,0-150km/h全速域自适应巡航让你轻松跟车,减轻忙碌一天后的驾驶疲劳感;车道保持系统和车道偏离预警系统可以对车辆速度以及方向起到辅助控制作用,在出现道路驾驶危险情况时能够“拉你一把”。害怕超速?Valli配备的限速

标识预警功能可以时刻注意道路限速变化并进行提醒,让你免去驾驶证扣分和罚款的烦恼;频繁切换灯光太繁琐?Valli搭载的智能远近光切换功能可以根据路况进行灯光自动切换;通过拥堵路段时担心剐蹭和碰撞?Valli应用的自动紧急制动系统随时待命,时刻应对突然出现的行人及车辆。

中国休旅车文化,由Valli正式开启

众所周知,包括休旅车文化在内的汽车文化都是以“舶来品”的角色引入国内。借助Valli上市,宝骏品牌开展了一系列大型用户活动,如Valli中国瓦罐部落向往之旅、高价值休旅体验、多场次车主周末聚会以及1城1站的Valli瓦罐部落线下车迷派对。这种从品牌到个人、从全国到区域的活动落地,都是以Valli为中心所构建的多维度、立体式休旅文化生态,未来将以其更贴合中国市场的特征,影响到更广泛的人群,从而培养出越来越多国内市场对休旅车的好感。可以说,Valli大胆涉足了一个此前国内市场销量平平的领域,并通过优秀的综合产品力和极具吸引力的价格为畅销埋下伏笔。相信肩负改善中国休旅车环境和丰富中国汽车文化重任的Valli,未来将释放出更多的市场活力。