

阿斯塔纳世博会： 世界舞台给了内蒙古7天展示时间

本报讯(记者 林茂)举世瞩目的阿斯塔纳世博会于2017年6月10日至9月10日举办,这是一次专题性博览会,主题是“未来的能源”。世博会园区总面积174公顷,其中场馆占地25公顷。2017年正值中哈建交25周年,也是中哈旅游年,中国高度重视,派遣了高质量的团队参加此次盛会。能够在这一世界的舞台上尽情展示自己,无疑是许多地区梦寐以求的梦想。对于内蒙古来说,这一梦想已经成真——内蒙古等11个省区市将以举办活动周的形式参加阿斯塔纳世博会。这也就是说,在这个世界级的舞台上,内蒙古获得了7天展示空间。

阿斯塔纳世博会 内蒙古来了

据了解,中国贸促会与国家能源局牵头,有关单位共同组成了阿斯塔纳世博会中国馆组委会。阿斯塔纳世博会中国馆占地1000平方米,是本次世博会上面积最大的外国场馆。除了内蒙古等11个省区市举办活动周外,湖北等12个省区和相关企业将以举办活动日的形式参展,共同实现中国参展的圆满成功。中国馆以“未来能源·绿色丝路”为主题,着重展示中国在传统能源转型、新能源开发、绿色环保和可持续发展等方面的新理念和成果。

作为能源产业实力和产能合作需求十分突出,与本届世博会的主题高度契合的内蒙古,其资源储量丰富,有“东林西矿、南农北牧”之称,更是我国重要的能源大区,草原、森林和人均耕地面积居全国第一,稀土储量居世界之首,

是世界最大的“露天煤矿”之乡;风能资源居全国首位,太阳能辐射量居全国第二。

利用世博会这一国际经济文化交流平台,内蒙古可以充分展示其发展成果,宣传内蒙古的发展理念,进一步开拓国际视野,充分挖掘这片草原与哈萨克斯坦等中亚国家在能源合作方面的潜力,对于推动地区经济转型发展具有重要意义。

能源内蒙古 7天要签20亿美元大单

阿斯塔纳世博会内蒙古活动周举办期间,内蒙古安排了2个“主题日”、多个产业合作论坛及经贸、旅游推介洽谈会、两种展示和一个开幕式。其中2个“主题日”分别是“内蒙古主题活动日”及“盟市主题活动日”。同时,自治区政府与哈萨克斯坦工商联合会、哈中贸易促进协会共同举办产业合作论坛及旅游推介洽谈会及内蒙古与国外馆馆长交流恳谈会;两种展示即“实物展览和多媒体视频片展示”和富有内蒙古特色的“文艺演出和民族艺术展演”。阿斯塔纳世博会内蒙古活动周开幕式将会有自治区政府主要领导率内蒙古代表团出席并参加相关活动。

届时自治区政府代表团、部分经贸代表团、盟市代表、哈萨克斯坦政府能源、农业、旅游等有关部门、相关商协会及哈方企业聚首阿斯塔纳,介绍各自情况,优势产业、重点探讨互相感兴趣并有合作前景的项目。呼和浩特市、包头市、鄂尔多斯市、巴彦淖尔市的多家企业,以模型和多媒体、图板展示相结合



资料图片

的方式进行新能源展示、盟市推介、经贸洽谈、小型展销会、园区交流及能源、农业、旅游等项目对接、馆际交流等园内园外活动。

更重要的是,8月22日,阿斯塔纳世博会世园会中国馆二楼活动厅将在自治区领导、中国驻哈使馆领导、中国馆组委会领导、哈方代表、部分国外馆馆长、自治区有关部门和盟市政府负责人、商协会及签约企业代表近百人的共同见证下,与哈方及哈方企业签订各种合作项目及合作备忘录,合作项目接洽22项,项目涉及天然气、能源、农业、跨境电商等行业,意向签约金额将达20亿美元。

据内蒙古贸促会会长刘廷山介绍,按照中国馆组委会的要求,8月22日—24日全天展出与本届世博会能源主题相关的我区有代表性的展品,同时在背景LED屏幕上滚动播出我区宣传片。

在梯形展台上摆放适合我区电网覆盖不到的偏远农牧区居民使用的风光互补发电设备模型及先进的光伏农业设施模型。在梯形展台后摆放我区新能源分布及调度,控制展示沙盘。

据了解,我区新能源发展状况的展示沙盘,外形是我区的地图,制作仿真地形地貌,在沙盘上展示我区新能源的发展状况,并将我区电力集团对新能源发电的并网调度技术做模拟展示。

阿斯塔纳世博会期间,内蒙古作为站在新的历史起跑线上的能源大省,拥有区位、交通、资源、文化等多重的优势,正在通过阿斯塔纳世博会内蒙古活动周的各项活动,向世界展示内蒙古利用绿色能源的成果,诠释内蒙古的发展未来,世界的舞台给了内蒙古7天,内蒙古会还给世界怎样的期待?我们拭目以待。

内蒙古特色餐饮开店玩众筹 吃货们不仅能吃还赚钱

本报记者 李茂林

3.5万人的中国餐饮市场,目前尚无一家年营收过百亿的餐饮企业。互联网行业,一家企业都能占全国70%的市场份额,餐饮业,却没有一家能占到5%。有人说,这意味着巨大的“做大”的机会,而事实也似乎验证了这一说法。单只是春节期间,据不完全统计,全区餐饮销售收入就达到了40.3亿元,比去年同期增长14.1%;客流量、人气指数同比增长30%。当老百姓们的饮食观念由过去的“吃饱、吃好”转变为“吃健康、吃时尚、吃环境、吃质量”的时候,我们的餐饮企业也在发力,努力迎合这一转变,内蒙古地方特色餐饮尤甚。



李茂林 摄

年,二白京味菜要扩建开设分店,未来两年,拟计划在内蒙古开设三到五家具有鲜明特色的清真餐饮分店。而这并不是传统意义上的分店开张,而是采用众筹模式的分店招股。8月20日,“创赢先机 共筹未来”2017二白京味菜旗舰店股权众筹大会”就是在呼和浩特香格里拉酒店举行。这家有着逾八十年历史的清真餐馆老树新枝,迈出了连锁经营的第一步。这家在呼和浩特享有盛誉的清真菜馆创建于1933年,取“一清二白”之意而命名“二白饭馆”。创始人白亮白手起家,由路边摆摊,口碑传颂,直至在呼和浩特回民区宽巷子旁的小街口开了这引小店。历史上的二白饭馆以经营清真真菜和京味鲁菜为主,之后创新改良了“八宝抓饭”和“扣烧牛肉”等经典清真菜。历经三代,传承八十年,这家具有丰富的历史和文化内涵的本土清真特色餐饮企业几经迁址;先后在呼和浩特北垣街、宽巷子、东四巷新悦美美食,阿拉伯东广场开店,店名也由“义盛轩”、“二白餐厅”一度变化。1989年,该店再次回归原名,正式更名为“二白京味菜”。1999年二白迁到宽巷子,自建楼房,挂上“二白京味菜”牌子,一直沿用至今。如今二白京味菜营业面积达400平方米,具有阿拉伯风格的外装,被誉为回民区一景。时至今日,这家准备申请呼和浩特非物质文化遗产的老店,再次曝出新闻:2017

智筹智。众筹易举,抱团取暖。”内蒙古德顺源餐饮管理有限公司董事长、总经理张志强这样说,而说这番话的地点就是在二白京味菜旗舰店股权众筹大会的现场。记者了解到,德顺源就是依靠众筹理念在内蒙古特色餐饮界获得众筹的典范,其创造的业绩是在三年间招募了数以百计的股东,成立了42家德顺源连锁机构。

上思独立创意机构的负责人冯平表示,2011年,第一家众筹模式的“很多人的咖啡馆”在北京正式开业,2015年,众筹成为一种趋势,“餐饮众筹”在国内一时火爆异常。

2017年,餐饮众筹方兴未艾,众筹模式优化升级,玩票和个人组织的众筹活动逐渐减少,具有良好品牌口碑及实操经营运营能力的餐饮品牌以众筹的形式开设新店,反响良好。在餐饮等实体店,众筹已经成为众筹模式下一个较为成熟的细分市场,并

已经有了成熟的众筹融资和运作经营的方法了。

许多人认为餐饮行业是一个很有趣的行业,业内流传着寿命不过三年的传闻。会诊餐饮企业寿命不超过三年的宿命论,经营不善,除了菜品的问题外还有许多关键问题。二白京味菜三代传承人白晓军认为,品牌传承绝不是一道菜的口碑和一时的经营策略所左右,更多的是依靠对行业自身的不断探索和领悟,对技艺的不断传承和创新以及对企业不忘初心坚持。二白京味菜的企业愿景就是“打造中国清真餐饮一流品牌,立志成为传承百年的中华餐饮老字号”。

此次二白京味菜的众筹项目是首期投资300万元的旗舰店,位于呼和浩特赛罕区创业路新公馆东侧,面积515平米,拥有168个餐位。前期调查显示,就餐单客的消费额为70-80元,上座率90%,单日营业额可达到2.268万元,月营业额68.04万元,预计年营业额816.48万元。权威真实的数据让与会者一致看好,一些非餐饮业的投资者纷纷现场认筹。

众筹不止筹“钱”,更筹“人”,餐厅只是一个载体,更多的是给那些有梦想,想创业的人提供了一个新的平台,不仅仅积累了自己的实践经验,更多的是收获了一个人脉的圈子,社交的平台。

这些远远不止是以“钱”能衡量的。而餐饮众筹在内蒙古正在逐渐崛起,餐饮市场的竞争,正在回归到品牌间的竞争。同时,富有内蒙古地方特色的美食在保持传统风味的同时,借助资本的力量谋求更大发展,提炼经营技术,积淀品牌价值,整合上下资源,融资扩张成了餐饮业加速发展的新模式,资本扩张将成为2017年内蒙古餐饮的年度大戏。

据卓资县经济信息商务局局长全永平介绍,卓资县用料讲究,工艺独特,多年来在百姓中形成了芳香鲜嫩、别有风味、色泽红润、营养价值高佳口碑,2013年4月,卓资山熏鸡“制作技艺”被批准为自治区级非物质文化遗产。

2013年8月,卓资县规划建设了熏鸡产业园,总投资1.5亿元,建筑面积5.1万平方米,主要由熏鸡销售、熏鸡博物馆、熏鸡加工生产车间组成。为做大做强熏鸡产业,卓资县提出打造“熏鸡之都”发展战略,充分依托新建的熏鸡产业园区,引导熏鸡生产经营户集中到产业园经营,运用新建的电子商务平台,通过实行集中屠宰、包装、商标、销售“四统一”的管理模式,逐步取

曾经价值上百万 如今弃野少问津 那些盛极一时的文玩近况不咋地

花无百日红,新兴文玩市场将这句话体现得淋漓尽致。黄龙玉、星月菩提、小叶紫檀等文玩曾红极一时,但随着供应量增大,价格也出现跳水。此外在玉石市场上,各种层出不穷的“新玉种”正先后成为藏家所追捧的目标。现在这些藏品却很少有人问津了!

昙花一现的黄龙玉

原名黄蜡石的黄龙玉因为卖相不错、晶体细腻,又有白玉一样的润泽,之后被易名为“玉”。自从更名改姓后,黄龙玉名气大起,价格一飞冲天,短短十几年,黄龙玉上演了玉石家族中的价值神话,价格已经翻了百倍,甚至有几分像和田玉看齐的味道。像极了股市里连续飘红的大牛市。

早在十年前,黄龙玉的价格还是以“几十块钱一吨”或者“几百块钱一卡车”来计算。黄龙玉在2005年刚起步那会,一拖拉机原料才两三块钱,加工后到菜市场卖,左边卖小菜右边卖石头。到2010年前后,好一点的原石都要上万。而从2013年、2014年开始,黄龙玉价格经历了滑铁卢,如今市场上已经很难找到玩这种玉石的群体,价格更是一落千丈。如今黄龙玉已基本无人问津,产地原石随便捡。

一个品种被炒高后就很难被再次炒作,所以市场一定会寻找新的对象。而下一个被炒作的金丝玉。

下一个被炒作的金丝玉

十几年前,金丝玉在新疆的一些地方随处可见,不值钱也不稀罕。一些感兴趣的藏友要么是亲身捡玉石,要么是花几块钱买上几公斤。而现在同样大小和质地的玩料已涨至千元左右。而那些通透纯净的金丝玉动辄8万、10万的叫价吓退了许多内地来的收购者。然而价格上升速度的过高、过快,势必会给市场带来负面影响。

以前市场里有些人很疯狂,鱼目混珠,这使得市场表面看起来很火热,作为收藏品,品质必须有保证,才有升值空间。如今,金丝玉的价格已经有所回落,金丝玉卖家数量也已经大不如从前。记者在逛市场时,商家在推销自己金丝玉的同时,也承认,现在的金丝玉不是很抢手,与大众认知度较高的翡翠和田玉没法比,认知度上也有很大差距。

就市场规律而言,炒作是很难避免的,除了民间资本的炒作,地方政府出于地方经济发展的考虑也是幕后的重要推手。严格意义上来说金丝玉是石,而不是玉,不是每块戈壁上的石头都能称为玉的。单从地质属性上来看,金丝玉与黄龙玉、台山玉、黄蜡石甚至玉髓的构造基本类同,都是二氧化硅石英岩的一种。作为近年来新开发的品种,它并不具备和田玉、翡翠的历史文化内涵。相对于历史悠久的和田玉,这些新玉种缺乏文化传承。单纯的炒作很难让市场接受。

崖柏:面临崩盘

吹尽狂沙始到金,除了玉石市场,文玩市场也出现了不小的波动,星月菩提、小叶紫檀等文玩也曾红得发紫,而如今这些文玩也开始降温。以崖柏最为明显。

2014年初,随着“崖柏”手串、手把件和室内“崖柏”饰品渐成时尚,崖柏的价格也从每斤几百元飙升至几千元,“极品”手把件已卖到几十万元……网络上盛传的“崖柏根雕”价格最高过亿元在福建一个原本集散批发市场的崖柏在年中时所到达的3000元/斤的价格,现在下降了20%,从去年10月份开始,人们已经不太敢以这么高的价格去接手了,因为谁都怕会接到最后一棒。据集散地一名商家透露,去年车了一批崖柏的料子,以往都是千元以上出手的,但是现在百元一条,竟无人问津。作为小众类藏品,它最大的特点是,红的快,冷的也快。从目前的趋势上看,崖柏正在面临全面崩盘!

业内人士回忆,大概就是在2013年3月到4月之间,忽然各大网站以及媒体都开始没命地宣传崖柏。溢美传神之词大概如下:“由于在极端恶劣的环境下生长,崖柏吸天地精气,并经历崖风之强力吹刮,使其形成了奇特的飘逸、弯曲、灵动的造型。因木质密度高、油性大,并有着醇厚的中草药香味,成为手串、把件、根雕、根艺、熏香的绝佳材料。此外,按照《本草纲目》《中国药典》等记载,崖柏具有安神、美容等药用价值,自古就有人把玩。”此等“逆袭”,毫不在意历史传承,仅在诸多“极品软文”的集体推送下,瞬间轻松成就无上市场“霸业”,有人这么评价崖柏:“崖柏的传奇经历,比微商卖面膜还要刺激一万八千多倍。”

和所有商品炒作一样,崖柏从默

默无闻到小众追捧,其涨价过程同股市泡沫一样。首先其没有文化底蕴和内涵的支撑,而且瘤化木本身在盘玩后也容易出现裂纹,也不是作为文玩木的最佳选择。所以,崖柏泡沫的破裂当属必然,只是时间问题。

产量过盛的星月

10月份是每年海南星月(黄藤树籽)下树的季节。而往年大受追捧的星月菩提今年却凸显冷淡!

在星月菩提火热的时候,大街小巷中,无论男女老少几乎每个人身上都有一串星月菩提,更有甚者脖子上挂几串,手上再缠两三串。

在潘家园,多数批发售卖星月菩提的商家都挂出了甩货的标牌,去年卖到两三百元一串的海南星月菩提如今才卖50元左右。而同等品质的星月菩提在价格达到顶峰时,品相好些的价格都在千元以上,普通品相也要在200-300元之间。

星月菩提降价的原因有很多,可是最主要的原因还是产量过剩、供大于求。精品海南籽虽然还能维持价格,但越南、印尼籽则面临了价格的暴跌,随着时间的推移,中低端市场越来越趋于饱和状态,想不降价都难!

被炒坏的椰壳椰蒂

前年去年开始,作为黑色文玩材质的代表,椰壳不怕油不怕水,深受玩家喜爱。加上有清官佛珠的文化传统底蕴炒作,连和神都为一条椰壳项链牵肠挂肚,于是去年开始各种椰壳炒作就起来了。

先是有传闻说6mm以上厚度的椰壳就是稀罕物,一条9×6的椰壳去年5月份将近卖到1000元,然后又见7、8、9mm的厚度,据说用椰蒂才能做出来,一条8mm厚的椰蒂料子2014年夏天都是上过5位数的售价的。而现在一条类似尺寸的椰壳串,总价不过二百元而已。

椰壳价格被炒爆,原料又那么多,追逐利润的厂商蜂拥而至。于是商家降价竞争,大量出货,而玩家也越来越谨慎,再不相信商家口中的“稀罕”。椰壳就是一个被炒坏了的文玩典型。

小叶紫檀:原料供给多

2006年,在“印度紫檀香檀原料即将枯竭”的传言中,红木原料市场开始躁动,加之人为外力作用,由此引发红木材料的售价一夜疯涨,甚至出现五倍、十倍的递增。

檀香紫檀(俗称小叶紫檀)是中国传统红木品种之一,也是大家特别喜欢的木质手串品类。小叶紫檀在古代之所以贵重,是因为檀香紫檀这种树种产自印度,古代交通运输不便,而且贵重的小叶紫檀树都有着成百上千年的历史,选材和采伐都需要很高的人工成本。所以,古代的小叶紫檀身份尊贵,价格自然很高。

小叶紫檀价格下跌的一个原因是,制作假冒金星的工艺水平日渐上涨,冲击到了真金星的价格。相信玩友们都可以感受到,购买小叶紫檀的体验有时候并不太好(便宜的通货料子新,不好看又不好盘,有金星的假货更多)。

当前不少小叶紫檀是属于进口的速成林材料制成的,严格意义上说,并不是真正的红木,此前都是浑水摸鱼,靠打擦边球来谋利。如今市场经历洗牌,收藏者鉴别能力也得到增强,只有真正的好料精品才能在市场中立住脚。

小叶紫檀木料价格下跌的另外一个原因是,印度大量种植速成林。印度禁止出口天然小叶紫檀木料,所以特意大量种植10年左右成材的速成林。从2013年开始,速成林正大量成材,每年都可以持续供应。

价格直逼食用核桃的文玩核桃

可以说,现在文玩行业的兴起,与十年前文玩核桃的风靡息息相关。

2004年价值100元的核桃,到2009年就已卖到几千,2011年直接炒到上万,价格飙升多少大家心里有数。要说这核桃真正的价值,至少得在现在的价格上砍掉两个零!2008年的时候,一对45mm的虎头能卖到1600元,现在仅400元就能买一对。今年的热点是狮子头,核衣尝到甜头后,回去一嫁接,明年可能就满街都是了。

原来的核桃市场是一千多人玩五百对核桃,还有人玩不上,价格自然水涨船高;现在是两千人玩一万对核桃,价格怎么能不降?

【结语】

不管是石头市场还是文玩市场,目前正经历从狂躁回归理性的过程,精品永远是市场的。 王文

熏鸡美食旅游文化节 26日开幕 熏鸡之都卓资县再塑县域特色名片

2017中国·卓资首届熏鸡美食旅游文化节将于8月26日在卓资山镇隆重开幕。

在近日召开的新闻发布会上,乌兰察布市卓资县人民政府副县长段雄涛、卓资县经济信息商务局局长全永平、卓资县农牧业局局长武改之、卓资县旅游委副主任付志鹏等分别通报了筹备筹备的情况。

卓资县地处内蒙古、河北、山西三省交界,自古就有“归绥门户、丰州咽喉”之称,也是历史上山西人和河北人走西口经过的地方。卓资山熏鸡是内蒙古著名的美食,迄今已有近百年的历史。

段雄涛表示,卓资熏鸡是具有百年历史的地方特产食品,也是国家地理标志证明商标产品,曾在1956年全国热制品展销会上跻列“中国三鸡”美誉。卓

资山熏鸡知上世纪80年代多次被国家、自治区评为名优产品,2016年获得国家地理标志证明商标。目前,卓资熏鸡已经由一种地方特色食品,成为一位承载卓资人文特色的文化使者,变成一张极具县域特色的亮丽名片。可以说,熏鸡在卓资以一业成名,卓资首届熏鸡而八方扬名。2017中国·卓资首届熏鸡美食旅游文化节,定于8月26日-28日在卓资县卓资山镇隆重举办,将充分展示以熏鸡美食为主题的卓资特色餐饮文化,以蒙汉交融为特色的卓资民俗风情,通过“卓资熏鸡香,四季好风光”为主题的“熏鸡之乡”美食旅游文化节,让越来越多的人走进卓资、了解卓资,爱上卓资。

据了解,首届熏鸡美食旅游文化

节,

据卓资县经济信息商务局局长全永平介绍,卓资熏鸡用料讲究,工艺独特,多年来在百姓中形成了芳香鲜嫩、别有风味、色泽红润、营养价值高佳口碑,2013年4月,卓资山熏鸡“制作技艺”被批准为自治区级非物质文化遗产。

2013年8月,卓资县规划建设了熏鸡产业园,总投资1.5亿元,建筑面积5.1万平方米,主要由熏鸡销售、熏鸡博物馆、熏鸡加工生产车间组成。

为做大做强熏鸡产业,卓资县提出打造“熏鸡之都”发展战略,充分依托新建的熏鸡产业园区,引导熏鸡生产经营户集中到产业园经营,运用新建的电子商务平台,通过实行集中屠宰、包装、商标、销售“四统一”的管理模式,逐步取

王丽