

招商  
连  
线

# 厦门文创产业渐渐升温

## 多个文创园区发布优惠措施

财经速递

### 曾厝垵鼓浪屿正在“苏醒”

春暖花开,厦门文创行业正逐渐“升温”。在防控疫情的同时,厦门各文创创业者积极探索新的运营模式,实现正常商业经营。同时,有关政府部门和园区管理者也出台了相应政策、举措,助力其渡过难关。

4月5日,被称为“最美渔村”的曾厝垵文创村景区正式恢复开放。文创村入口处的部分手工纪念品店、餐饮店都已开业,吸引不少游客前来体验。喜马拉雅生活曾厝垵店有关工作人员说,恢复开放以来,该店的顾客数量增长较为明显,虽然营业额达不到先前水平,但也让他们看到了信心。

据曾厝垵文创协会会长宁军介绍,景区开放以来,目前门店的复工率在10%左右,除了民宿外,其他各行业的店铺均有部分恢复开业。“游客数量目前每天约有1000人次。”宁军说,未来随着气温回暖,疫情影响减弱,景区内的生意也将不断变好。

在恢复开放之前,为了助力景区内商户复工,曾厝垵文创协会设立了“播商”基地,组织商家学习、运用直播平台销售产品。截至目前,“播商”基地先后组织了3期网上培训。

除了曾厝垵文创村外,沙坡尾、鼓浪屿及各大文创园区,面对疫情带来的压力和挑战,各文创运营企业纷纷转变商业模式,努

力化危为机。在鼓浪屿,大部分的商家、民宿人气还不是太旺。不少业者正在进行内部整合,蓄势待发。鼓浪屿上的“网红”品牌苏小糖得益于此前构建的电商平台优势,在疫情期间成功转战线上营销,在同行中表现亮眼。

### 旧物仓启动合伙人方案

众多文创创业者采取多重方式开启复工。位于联发华美空间文创园的厦门旧物仓于4月1日正式复工,其在广州、深圳以及珠海等地的分仓已于3月相继开启。旧物仓有关人士说,他们一方面发起了“店商学院同学会”计划,希望招募学员,在线上传递开店计划;另一方面,他们还启动了“中古厨房创业伙伴/城市合伙人”方案,希望吸引来自全国各地的合伙人,一起实现中古厨房的内容创作、社群管理、产品线合作开发等。

### 艺术家创作疫情主题作品

位于海丝艺术品中心的“归真·闽艺术空间”在复工之后,主要通过短视频创作方式,推介馆内的文创艺术品,吸引粉丝关注。据该空间相关人士介绍,疫情之下,展览无法举办,他们合作的艺术家借此机会进行思考和创作,并通过线上渠道分享创作过程。

同样位于该中心的艺术家陈晓东目前也在持续创作一组名为《轮回山海,未来深化》的艺术作品,其主题灵感来自本次疫情。陈晓东说,他希望通过创作架空的未来与神话结合的艺术场景,表达“人类与自然和谐相处”的主题。

### 多个文创园区发布优惠措施

文创创业者复工背后,除了自身不断探索新模式外,各界助力也是重要因素。近期,厦门市政府出台了一系列政策,支持企业复工复产,得到了各行业的认可。同时,厦门不少文创园区也相继发布了租金减免等优惠措施,助力园区内企业渡过难关。

截至目前,联发各园区项目商企的复工率已达80%。联发针对旗下园区符合减免租金条件的商企,实行了“2月租金全免,3、4月租金减半”的举措,对处于合同免租期的商户,则免租期延长一个月。据悉,此次减免租金举措覆盖了文创园、商业厂房、青年公寓等众多园区项目,惠及各类型商企客户688家。

此外,海丝艺术品中心也推出了和联发集团一样的租金减免措施,目前多数商户已复工。而沙坡尾片区在鼓励园区商户进行线上复工的同时,也给予了减免租金的扶持和各类宣传帮助。

(《海西晨报》报道)

### 213辆厦门金龙客车出口沙特

4月7日,213辆金龙豪华大巴在厦门现代码头装船,当晚启航前往目的地沙特。据悉,这是今年金龙客车沙特订单的首批发运车辆,属于金龙客车的高端车型。

这些豪华大巴均将投入当地朝觐市场,其中100辆是专门为沙特市场新开发的车型。在开发之前,金龙技术与销售团队前往沙特进行长时间的调研,深入一线了解

车辆使用环境、客户需求和习惯,以及客户的关注点、运营过程中的痛点等,进而主动调整产品对客观环境的适应性。同时,金龙团队与客户保持紧密地互动,即使在疫情防控期间仍多次通过视频会议确定车辆的相关细节,确保以高质量塑中国客车制造的可靠品质。

2020年开年以来,金龙客车海外市场接连收获大单。

### 云上厦门石材展6月6日上线

4月8日,厦门国际石材展组委会发布通知,原延期至6月举办的第二届中国厦门国际石材展将再延期至10月27日—30日举办。

组委会表示,厦门石材展是全球石材人一年一度的盛会,然而当前国际疫情形势依然严峻,为了每一位参

与者的安全与健康,继续等待是必须的选择。组委会将努力创造更好的参展、观展环境,希望在金秋十月能呈现一场安全、有序、充满活力的展会。

云上厦门石材展将于6月6日正式上线,提供全年不间断服务。

### 鼓浪屿举办线上阅读活动

4月9日,鼓浪屿文化旅游发展中心团支部与鼓浪屿外图书馆联合开展的14天阅读打卡分享活动将正式启动——4月23日,是世界读书日。据悉,主办方设置了多重惊喜好礼,每位打卡满14天的参与者都能带走礼品。

主办方介绍,4月9日至4月22日,参与者每天任意时段在指定打卡圈发出一条字数不限的读书心得,并附上照片或视频,打卡满14天即可获得“阅读达人奖”,获得鼓浪屿外图书馆的消费优惠券。打卡获赞数最多的参

与者获得“阅读榜样奖”,参与者还可提交一篇正式的读书心得参与竞选,竞选前三名获得“领读人物奖”,这两个奖项的获奖者将获得惊喜纪念品或书籍。参与者可进入“阳光青年 Kul ang su”微信公众号,详询更多活动信息。

“抗疫期间,生活的意义和生命的价值成为被放大追问的话题,而阅读则为回答这份追问提供了更多的可能。”主办方提到,希望借由这项活动,让更多市民读者在繁忙的间隙,去闻一闻沁人心脾的书墨香。



# 科技公司:临危救命,“转行”抗疫

□ 杜晨

面对疫情,全社会都在行动,当然少不了平时就热衷于社会事务的硅谷科技公司。比如苹果、谷歌姐妹公司 Verily 等开发了病患初筛的网站和 APP,4月9日,Jack Dorsey 又宣布拿出10亿美元价值的 Square 股票,资助防疫事业。

当瘟疫突然袭来,打了公共卫生机构一个措手不及。在美国乃至全世界的医院,面临着防护物资和 ICU 呼吸机资源的严重不足。

于是,借助强大的生产能力和具有创新精神的员工,特斯拉、苹果等科技公司开始行动了。

### 特斯拉牌呼吸机

最受瞩目的还是伊隆·马斯克和他的特斯拉。虽然公共场合的马斯克,经常吹牛和做一些出人意料之举,不过在情况危急时,他的公司还是靠得住的。

这不,从特斯拉说要做呼吸机,到原型机问世,只用了几个星期的时间。



本周,特斯拉上传了一条视频,首次展示了工程师开发的呼吸机原型机。

工程师提到这款呼吸机大量采用了特斯拉电动车已有的零部件。“我们熟悉这些零部件,了解他们的耐用性,可以进行快速开发,而且这些零部件的供应非常充足。”

视频中展示了特斯拉呼吸机的气动原理图,其中橙色的部分都是本来供应给 Model 3、Model S 等车型的零部件——可以看到,整个呼吸机绝大部分都是特斯拉自有的零部件。

比如高压气罐,来自于 Model S 的空气悬挂系统。事实

上,整个氧气供应模块的零部件绝大部分来自特斯拉原厂。

特斯拉设计的这个呼吸机的工作原理理解起来比较简单:

- 一,在供应模块进行氧气和空气混合,输送到一个精确阀体;
  - 二,阀体能够根据病人呼吸情况和需要,按照呼吸治疗师设定的压力和流量波形进行精确的调节和给气,并确保病人的肺部处于正压状态(肺炎的存在,病人的肺泡容易塌陷,错误使用呼吸机进行机械通气会加重这种情况);
  - 三,气体通过一系列传感器、过滤器,最终通过插管进入患者肺部;
  - 四,呼吸机的工作不只是给氧,还需要按照设定的呼吸节奏,将含有二氧化碳的气体从患者肺部带出。在 ICU 里,病人呼出气体是带毒的,所以需要连接医疗级的废气处理设备,确保不会泄漏。
- 并且,特斯拉的工程师已经将这套装置安装到了一个机箱

里。如果马斯克的呼吸机能够批量生产出来(如工程师所言,原材料供应不成问题),而且获得 FDA 紧急使用许可的话,或许这次真的能够挽救一些生命。

### 苹果牌面罩

大难临头,连苹果也转行了。它虽然没有像特斯拉、维珍那样生产呼吸机,但在口罩、面罩等防护物资上尽了自己的一份很大的力。

苹果 CEO 蒂姆·库克在 Twitter 上发布了一条视频,表示苹果已经通过自己的全球供应链资源,锁定了超过2000万枚医用口罩,并且正在和美国各地以及世界其它国家政府合作,进行捐助和发放。

更令人感到兴奋的是:苹果还动员了公司的产品设计师、工程师、运营、包装团队,以及自己的供应商,自行设计并生产出一款医用防护面罩。

这款面罩可以摊平放在包装

盒里,每盒100支,折起来即可使用,而且松紧可调节。库克在视频中专门拿出了一支做演示——虽然看起来和普通的面罩没太大区别,但他表示第一批“苹果面罩”已经送到了公司新总部隔壁的医院,并得到了不错的反馈。

苹果已经在中国和美国共同生产口罩,每周产能可以超过100万支,并且首批的100万支在上周末已经完成生产和发货。目前这些口罩仅供应美国,但库克也透露希望能够尽快发货到全球各地。“我们的工作重心,在于通过苹果才能实现的独特方式去作出帮助。”库克在视频中表示。

(《界面财经》报道)

