



山东强化电力保障确保群众温暖度冬

13项迎峰度冬重点工程将于11月底前全部建成投运

新华社济南11月19日电 为应对近期寒潮天气影响,山东多措并举强化电力保障,确保群众温暖度冬。

近日,位于济宁的500千伏麟祥变电站3号主变成功送电。这是今年山东迎峰度冬重点电网工程,将极大优化济宁西部电网结构,也为周边热电厂提供坚强电力支撑。

据国网山东省电力公司预测,今年冬季,山东电网负荷午间最高将达1.03亿千瓦、晚间最高将达9900万千瓦。为做好迎峰度冬电力保障,山东全力推进电网工程建设,13项迎峰度冬重点工程将于11月底前全部建成投运,届时将新增110千伏及以上变电容量348万千伏安、110千伏及以上线路567.24千米,进一步提升山东电网供电能力和供电可靠性。

山东各地加强电网运行状态检查,提高重点民生用户设备安全运行水平。在潍坊高密市,电力部门以“人防+技防”对“煤改电”、频繁停电台区、重过载线路、自管小区进行排查,全面摸清设备隐患,更换低压线路56千米,治理老旧接户线158千米。

推动电源稳发满发,全力保障电力供应。据国网山东电力调控中心调度计划处处长张冰介绍,他们将在11月底前组织完成91台、3214万千瓦机组检修,保障机组度冬顶峰出力。同时,科学组织中长期和省间现货交易,力争全年购入电量1450亿千瓦时,度冬外电电力超过2300万千瓦。

山东电力部门还将强化负荷管理,建立空调负荷调控策略库,力争实际可调可控能力达到百万千瓦。

初冬时节抢抓农时



11月17日,在山东省高密市大牟家镇小牟家村,村民在装车运输菠菜(无人机照片)。初冬时节,各地农民抢抓农时开展农事活动。 新华社发

前10个月全市快递业务量完成5.36亿件

同比增长23.59%,业务量稳居全省第4位

本报讯(潍坊日报社全媒体记者 王瑗)今年“双11”期间,我市快递业积极为全市电商、直播平台提供寄递服务,保畅通、保安全、保平稳,为线上销售保驾护航。根据统计,仅11月1日至11日期间,全市快递收寄业务总量2585.3万件,日均235万件,同比增长30.97%;其中收寄业务峰值为11月1日、11月11日,峰值业务量分别为279万件和290万件,居全省第4位。

今年以来,潍坊市邮政管理局引导行业充分发挥快递服务民生的优势和作用,立足本地产品、拓展上下游产业链,努力推动快递业务量持

续高速增长。1至10月,全市快递业务量完成5.36亿件,同比增长23.59%,业务量稳居全省第4位;投递量完成6.15亿件,同比增长25.49%。

据介绍,自2023年11月1日进入快递业务旺季,预计在2024年春节(2月10日)结束,“双11”“双12”以及2024年元旦、春节前的电商集中促销将带动业务量较快增长。我市以实现保畅通、保安全、保平稳“三保”为目标,发挥“错峰发货、均衡推进”的核心机制作用,坚持安全运行与保障质量并重,坚持末端稳定与维护权益并重,为消费者打造安全旺季、畅通旺季、暖心旺季。

带着面花闯市场



田晓在准备冷冻她刚刚蒸制好的面花(11月12日摄)。面花,也称花馍,源于民间祭祀活动中用面塑动物代替牛羊的习俗,迄今有一千多年的历史。在我国北方很多地区,每逢年节都有向亲友馈赠面花的习俗,寓意平安吉利。“80后”姑娘田晓的太姥姥、姥姥和妈妈都是山东潍坊峡山区著名的面花艺人,受家庭影响,她从小就学会了制作面花的技艺。2013年大学美术专业毕业后,田晓在家乡开办店铺,在传统的基础上加以创新,制作出年轻人和孩子喜欢的简约、卡通样式的面花。她还先后自己设计和制作了百余种模具,让制作面花的过程由繁变简。她的面花作品先后在山东和国内各地举办的展览中展出和获奖。2022年,田晓带着面花来到北京。她依托网络销售和展示平台展示她的作品,同时创立工作室、开办学习班,向年轻人群体推广这项古老的技艺和民间文化。 新华社发

前10个月我国直播销售额超2.2万亿元

同比增长58.9%,占网络零售额18.1%

新华社北京11月17日电 商务部17日发布数据显示,今年1至10月,全国网上零售额12.3万亿元,同比增长11.2%,实物网零对社零增长贡献率达32.1%。根据商务大数据监测,1至10月,我国直播销售额超2.2万亿元,同比增长58.9%,占网络零售额18.1%,拉动网零增长7.5个百分点。

数据显示,中秋国庆黄金周期间,住宿、旅游、文娱和餐饮日均在线销售额同比分别增长133.7%、123.1%、82.1%和19.7%。10月,电商平台上菲律宾蜜饯果干、印尼护发用品、智利葡萄酒、哥伦比亚咖啡豆销售额同比分别增长92.8%、

66.9%、40.1%和25.7%。

商务部电子商务司负责人介绍,截至目前,商务部累计支持建设2600多个县级电商公共服务中心和物流配送中心,超过15万个乡村电商和快递服务站点。我国跨境电商海外仓超1500个,总面积超1900万平方米,为电商发展提供有力支撑。

中国物流与采购联合会数据显示,10月,我国电商物流指数为111.9点,连续5个月保持在110点以上。主要生活服务平台数据显示,即时电商指数增长超一成,带动同城即时配送快速发展。

不能只有“爽” 微短剧应回归“好故事”

□本报评论员 薛静



近日,抖音、快手、微信集体宣布,打击违规低质微短剧。2023年3月至今,国家有关部门督导抖音、快手、腾讯、B站、小红书、好看视频等平台累计对外发布公告40余期,清理低俗有害网络微短剧35万余集(条)、2055万余分钟;分级处置传播低俗有害网络微短剧的“小程序”429个、账号2988个。

(据中国经济网)

“上头,根本停不下来。”这是网友对近些年兴起的微短剧的评价。在电视剧越来越“水”、2倍速都不能吸引观众注意力的当下,微短剧五六分钟的时间里,塞满了各种让人情绪快速上升的“爽点剧情”,什么甜宠玛丽苏、豪门争斗、重生复仇、小人物逆袭等,而且演员大多是俊男美女,加上各种唯美滤镜,短短几年间,微短剧迅速取代长视频,占领了众多网友的闲暇时间。

近两年,微短剧迎来了快速增长黄金期。行业数据预测,2023年小程序短剧市场规模接近250亿元。

借助碎片化时间给观众提供充分的情绪价值,其实是一件好事。但目前的微短剧在流量和资本的扶持下,正越走越偏。因为要第一时间抓住观众注意力,因此剧情虚假浮夸、题材低俗猎奇的情况越来越多,更有甚者利用技术手段脱离监管,不断“打擦边球”

博下限。不仅对网络秩序造成了不良影响,长此以往,也会对主流价值观形成“挤出效应”。

实际上,目前各视频网站对微短剧的重拳整治,正是在给优秀内容铺路。人的情感是丰富多彩的,所需要的情绪价值也远不止“爽”这一个点。微短剧的竞争核心与其他视频类产品是一样的,永远都是“故事”本身。要满足观众的多样化需求,就必须坚持内容为王,让微短剧回归“好故事”。想在接下来的创作中脱颖而出,创作者们需要不断提高自身艺术素养和创作水平,多关注观众需求和反馈,以质量取胜,才能走得更远。

微短剧整个行业出现的时间尚短,目前这条赛道依然是挑战和机遇并存。期待未来有更多“小而美”的剧集出现,用真正优质的内容获得大众的普遍认可。