

“接二连三”,在希望的田野拔节生长

■ 闫丽

一朵小蘑菇,产业链有多长?鲜蘑菇当天采摘,当天运到北京;高端菌类深加工成特色产品,销往广州、深圳、香港等地;蒸、炖、炒、炸,特色民宿推出令人垂涎的特色蘑菇宴……小蘑菇撑起乡村致富伞,蓟州区正在打造的蘑菇小镇丰富了乡村产业发展的“想象力”。

土特产能不能做成大产业,关键看思路。农业的出路在现代化,而现代化场景下的“三农”,当然不是温饱型。挑起现代农业的“金扁担”,需要现代化理念引领下的发展“硬肩膀”。现实中,一头是农业供给大路货多、优质品种少,一些农产品卖不上好价钱;另一头是消费者对“购物车”里的农产品有了更高要求,对田园风情有了更多向往。因此,从田园到都市,从农田到餐桌,必须打

破惯性思维,以创新、协调、绿色、开放、共享的新理念不断探索适合自身发展的“土味”路线,延长产业链,提高价值链、打通供应链,用品质和高效打开乡村产业发展的未来。

现代农业的竞争,既是产品的竞争,更是产业链的竞争。延链、补链、壮链、强链,不仅是制造业的“专属”,同样是乡村产业振兴的出路。在山东夏津,桑葚变成果酒、古桑茶、桑叶精粉等多种产品,附加值提升数十倍,还形成集种植、加工、文化体验于一体的产业链;在湖南,油茶可以精加工成茶油、美容护肤产品,四季常青的油茶林还可发展生态旅游……观察这些“土味十足”产业的成长路径,关键在于向一二三产业融合发展要效益,农业“接二连三”,从卖原产品向“卖加工品”“卖品牌产品”“卖服务”

转变。推动乡村产业全链条升级,补的是农业发展短板,强的是农产品竞争力,释放的是乡村产业发展潜力。

俗话说,一方水土养一方人。一方水土也滋养出产业发展的独特土壤。乡村产业发展的要点,正是在这一方水土上“种”出特色,“长”出优势。在彰显特色上下功夫,说起来容易,做起来难。特色往往来源于对外部市场的精准研判,对自身潜力的深入挖掘,因地制宜、因材施教。以小站稻为例,为了擦亮这个“金字招牌”,天津既加强种业技术攻关,在优势品种上取得进展,也挖掘小站稻文化底蕴,办展览馆、建万亩湿地,引进主题公园,打出“特”字牌。告别千篇一律,因地制宜挖掘潜力,乡村特色产业必将在希望的田野上拔节生长。

对话人:
徐虹 南开大学旅游与服务学院教授
张玥 本报评论员

推动高质量发展、打造高品质生活,文旅融合是一个重要抓手。提升文化内涵,优化城市功能品质,着力打造宜居宜业宜游宜乐城市,是融合的内涵和指向所在。

张玥:五大道上的建筑吸引无数游客,海河的风景让人感受着天津的文化与风情……以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游融合发展,可以把文化和旅游的内在价值充分开发出来,让人们在领略自然之美中感悟文化之美。

徐虹:没错,文化和旅游之间具有先天的联系。对个体而言,文旅融合可以带来厚重体验,促进精神的升华与顿悟,将以往只是观景拍照的过程变为学习和成长的过程,以满足人们的认知、审美、完善自我等高级需求,这与人们对美好生活的需要越来越多元化、个性化是相契合的。对一座城市而言,文化可以丰富旅游的内涵,而旅游则可以当地文化传播得更远,城市的底蕴由此得到彰显,城市品牌和影响力由此得到塑造。所以文旅融合不仅会促进消费、拉动经济,更重要的是能实现人与城市的相互吸引、相互依赖、相互成就。

张玥:通过您的分析可以看到,融合并不是简单地将文、旅拼接到一起,而是要发现彼此间的相互作用、相互影响,借助实现路径、表达方式等方面的创新,赋予各自更丰富的内涵,产生1+1>2的效果。其实质是进行一场文化旅游领域的供给侧结构性改革,而这样的融合,着力点有哪些?

徐虹:文旅融合可以从产业融合、市场融合、服务融合等很多方面发力,比如借助天津特色的饮食文化打造美食之旅,在餐饮、食品加工、农业生产之间产生联动效应,这就是产业融合。但所有的融合都需要一个前提,就是建立更开放的资源观。不是只有名山大川、文博场所才能成为文旅融合的资源,只要具有文化底蕴的元素都可以。天津具有悠久的工业发展史,我们的一些乳业、皮衣生产、飞机制造等企业开发了新项目,把工业历史、工业文化注入旅游,形成富有历史感和现代科技感的研学之旅,扩大了融合的视野。这些有益尝试带来启示:文旅融合不只是“文旅+”,运用逆向思维,让各个产业“+文旅”,挖掘出产品、服务等元素中的文旅价值,既可以为文旅市场提供更丰富的供给,也可以把文旅纳入自己的生产体系,带来经济收益和品牌价值的增长。

张玥:说到资源,天津有很多深具底蕴的历史文化资源。注重这些资源的活化利用,让优秀传统文化更好地活在当下、服务当代,是文旅融合过程中的一个重要方面。盘点我们的文化“家底”,把它们用活用好,是一个再审视、再创造、再体验的过程。

徐虹:历史文化资源的再开发利用,难点在于求同存异。比如站在文物保护的角度,文物具有原真性,不能“动”,而站在旅游体验的角度,仅让人们看看是不够的,需要它“活”。两者如何求同存异,考验文旅融合的智慧。天津有小洋楼、红色资源等珍贵历史文化遗产,可以利用现代科技手段再现历史、复现空间,给人们带去沉浸式,从而更真切地了解和思考历史。同时,我们还可以开发文创产品,或者打造沉浸式旅游演艺产品,以亲民化、创新性的方式展示优秀传统文化。做到源于文化、形于产业、用于生活,使优秀传统文化和现代生活产生密切关联,而不是存在割裂感,就能让它们活在当下、服务当代。

张玥:文旅融合向高层次发展,将历史遗存与城市景观、自然山水等串珠成链,可以打造一个集吃、住、行、游、购、娱于一体的高品质生活空间。对内,可以使城市居民的幸福感和获得感更强,对外,则可以提高城市吸引力和影响力。

徐虹:是的。高品质生活空间可以折射出更多的人文意蕴。比如和平区的志愿服务很有特色,当一个游客在逛金街、去南市吃美食之后,有机会走进社区,感受这种互帮互助时,就会对这座城市产生更多亲近感。借助文旅融合,本地居民和外来游客之间会产生类似联动,这种体验会从衣食住行延展到生态环境、教育、医疗、行政服务等各个方面,让人不仅有来旅游的欲望,而且产生在这里生活、工作的想法。而通过人的集聚,还会带来技术、项目、资金乃至产业的集聚,最终给城市发展注入更大活力,这就是文旅融合所蕴含的撬动力。

金之平 视线

从学会“埋头”开始

■ 金之平

埋头做事,脚踏实地一点一滴去努力,是实干最鲜明的底色。

埋头,源于一种信念。有坚定的目标方向,就不会在困难和挑战面前怯懦、退缩,更不会在面临利益选择时犹豫。“国家的强盛才是我的追求”“我愿以身许国”,为了国家需要,于敏、王淦昌等许许多多科学家不计个人得失,年纪轻轻便隐姓埋名,为打造国之重器奉献自己的一生;“答应了就要兑现,承诺了就要坚守”,王继才怀揣着这样的朴素情怀,在巴掌大的开山岛默默守了一辈子。信念背后是责任。深深把“责任”二字嵌在心里,不受外界环境干扰,将全部精力聚焦在如何把事干成、把事干好上。有了这样心无旁骛的“埋头”,才会舍得时间、经得住考验,干出更多实绩。

埋头是一种专注和坚持,是与困难较劲的决心和必胜信心。读懂坚持的意义,也就读懂了埋头苦干的时代价值。“八步沙”过去是一个风沙肆虐、荒无人烟的地方,经过20年间两代治沙人接续奋斗,终于在7.5万亩流沙上建成了一条南北长10公里、东西宽8公里的

绿色长廊,创造了人间奇迹。不向困难低头,靠久久为功换来人进沙退、绿意延展,正是因坚持才有所收获的生动例证。水滴石穿、绳锯木断,力在坚持。不止治沙,任何一项工作想要干好都不容易,尤其面对那些难啃的“硬骨头”,要有一啃到底的韧劲和定力。

有人说,所有“横空出世”,都是厚积薄发的结果。一个人在工作岗位上埋头精进,可以成为专家型人才,提升解决问题的能力本领,一个企业埋头深耕,可以做精一个领域、打响一个品牌。向上的进阶都要经历一个沉潜的过程,埋头苦干,是低调的。就像常常被赞美的毛竹,头几年几乎看不到变化,而后能在短短几个月内快速生长,这是因为前几年的时间都在深深扎根,不断积蓄向上的力量。成事也是如此。面对长期性工作有打基础、利长远的耐心和视野,注重平日的学习积累,每个人都有机会干出一番事业。

埋头苦干,从学会“埋头”开始。有信念有坚持,有沉潜有积累,不懈怠不张扬,不认输不怕苦,认定了目标,就无惧风雨,一步一个脚印地走下去,时间终究不会辜负每一份付出和努力。



日前,工信部、交通运输部等部门印发通知,在全国范围内启动公共领域车辆全面电动化先行区试点,进一步优化新能源汽车使用环境。近年来,我国新能源汽车产销规模实现了跨越式增长,但目前仍存在部分高端零部件的研发和生产能力不足、充电设施不完善等问题。对此,须加大技术创新投入力度,加快完善布局充电桩等配套设施,持续推进代更新生产技术和工艺流程,护航新能源汽车产业行稳致远。

司海英 画

深一度

上门代厨 不只是一顿饭的事

■ 李娜

不会做饭、没有时间做饭,可以找厨师到家里烹饪。双方点对点达成共识后,用餐需求者只需支付相应服务费,便能吃到不同菜系的美食。时下“上门代厨”在很多地方流行起来,尤其受到年轻人欢迎。

在线下单、坐下等吃,只要你情我愿,就能促成一单“真香”的生意。看起来“简单”,其实并不简单。“上门代厨”依托社交平台私信建立联系,工作场景在家庭内,安全性如何保障,售后服务怎么解决,服务标准、收费标准如何规范,消费与服务双方互信度怎样提升等,都是隐藏在背后的问题。说到底,上门代厨,不只是一

顿饭的事。

现代生活节奏加快,社会分工细化,互联网技术的发展为人们打造了丰富的交流场景,催生出各式各样的“代经济”,像代驾、代购、代跑腿等。这些新兴服务业态已经逐渐成熟起来,成为日常生活的一部分。对待新事物、新业态、新模式,包容也要审慎。包容,是因为任何新事物都需要一个成长的过程,在初期难免存在不尽如人意的地方;审慎,是因为一旦忽视问题、或任其野蛮生长,新事物极易走偏、长歪,丧失生命力。

新服务往往是对新需求的回应,本身没有问题,

问题在于如何让新事物更健康地成长,要解决的,是“谁来管”“如何管”的问题。一个典型的例证,早期网约车刚刚进入大众视野的时候,也出现过很多问题,比如人车不符、车主运营资质不达标、同路不同价、收费混乱等。后来,交通运输、网信、公安等部门针对各类问题进行综合治理,对违规平台开罚单、将有些无证上岗的网约车司机列入黑名单等,取得了良好效果。“管”为的是规范,这是一个为新生事物创造优良发展环境、拓展其发展空间的过程,也是一个防止劣币驱逐良币的过程。在这个过程中,需进一步强化平台第一道防线作用,提升对新兴消费模式、服务业态的监管效率,不断完善相关法律法规。无疑,在助力“代经济”进入更加规范轨道这件事上,还有许多功夫要下。

没有规矩,不成方圆。在需求与服务之间架构安全桥梁,标准和规范的问题解决了,以“代”为特征的经济形态方能更好地满足需求,走得长远,让经济更具活力,让生活更加便捷。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

■ 蒋丽莉

让「过路客」停下来

近来,坐落于河北区意大利风情旅游区的曹禺剧院热闹非凡。话剧、木偶戏、“烛光里的世界经典音乐会”、剧本围读、“戏剧愈见你”之表演工作坊等一系列丰富多彩的活动,吸引着慕名而来的参观者和戏剧爱好者。

文化需要薪火相传、代代守护,更需要与时俱进、勇于创新,在做好历史文化遗产保护与传承的同时,不断提升文化品质,才能推动现代生活与文化遗产相融共生。经过改造升级后的曹禺剧院,从“硬件”到“软件”都充满新意,以新文化空间戏剧演艺为重点,实现文物建筑、名人故居与现代文化演艺的有机融合,有力促进了戏剧演艺类文化消费,着力打造意风区文旅融合发展的新业态。

优秀传统文化是宝藏,可宝物往往深藏在历史的泥土中,要让优秀传统文化重新焕发光芒,除了要拂拭掉尘埃,还要进行“现代表达”。只有创造出有效触达年轻人的传播路径和话语方式,搭建起连接彼此的桥梁,让他们在沉浸式体验中产生兴趣共鸣,优秀传统文化才会迸发活力。

那么,如何用现代方式讲述大师故事、演绎名家经典?沉浸,带来全新的想象力和生命力,也为文旅融合开辟了新思路。在恢复曹禺剧院演出功能的同时,有关方面也一直在进行调研与分析,意在用更适应当代人审美的形式,实现文化的传承和创新。希望通过沉浸式演出,让演员、观众、工作人员、游客参与沉浸式体验和互动,进而走近戏剧大师,感受戏剧魅力。以此让沉寂的小洋楼“讲故事”,让名人故居“活起来”。

利用独特的文化资源,打造更多文旅融合精品和独具魅力的文化旅游体验,让观众参与式互动、行进式体验,让旅游“慢下来”,更多“过路客”就会愿意留下来,更深入地体验这座城市。

新视野

敢于破局 走出舒适区

■ 朱绍岳

识局者生,破局者存。敢于破局,走出舒适区,才能更好地成长。

发展成绩斐然,市场地位稳固,可以歇歇脚了吗?对此,天津市新宇彩板有限公司给出了自己的答案。这家企业深耕行业20年,早已跻身中国制造业企业500强,却从未停留在舒适区,从未放弃前进的脚步。“内修”研发创新能力,将技术人员下沉至市场一线,精准收集产品反馈,敏锐捕捉客户诉求;“外练”生产线技术水平,制定先进制造系统方案,推进数字化、智能化技术与生产管理深度融合。公司负责人表示,不囿于过往成绩,在研发创新路上不断尝试,才能不断破局,在激烈竞争中立于不败之地。

很多时候,新的环境、新的挑战并非如想象中“可怕”和难以战胜,关键就在于不敢。缺少勇气、不敢迈出第一步,只是在固有的发展路径中打转,即便重复一千遍,也难以收获新的成长。想要破局,必须拿出敢于超越自己、挑战极限的意愿与决心。大胆“尝鲜”、敢于试水,往往就能看见不一样的风景。

“墨水就是书写用的,还能玩出什么花样来?”随着传统书写需求的大幅下降,“老字号”天津鸵鸟墨水有限公司遇到了冲击。对此,企业跳

出了常规思路:在墨水中加入各色香精、打磨颜色亮度,和故宫博物院、天津博物馆等开展文创合作……不断向一个个陌生领域寻找突破,企业发展找到了新的增长点。实际上,敢于破局,只是发展的1.0版本;求新求变、自我迭代,才会实现更大的进步。

从更宽的视野来看,如果仅仅是适可而止、小成即安,就难以在前行道路上开辟全新的未来。对智能科技的倚重,对新旧动能转换的重视,对研发创新的孜孜以求,都表明,有破必须有立,破旧思维、老套路,立新技术、新业态,追求提速换挡的新动力,发展空间才会更加广阔。依托智能化手段,天津渤化永利化工股份有限公司另辟蹊径,成功回收利用二氧化碳废气,生产出食品级液体和固化二氧化碳产品;有了5G、AI、大数据的技术加持,天津海尔洗衣机互联工厂颠覆了传统的生产模式,让生产过程可视、可控、可测、可变,并成为首个入选“可持续灯塔工厂”的中国本土企业……技术变革之中,孕育更高质量的发展浪潮,只有捕捉机遇、求新求变,才能将发展能级推至更高。

大胆尝试、求新求变,能为新的发展创造条件,带来增量,收获更大进步。

锐评

我的手机谁做主?

■ 胡智伟

如今谁都离不开手机,无论是生活工作,还是学习娱乐,通过手机上的各种软件,手指滑动点击几下都能搞定。不过,就如光与影一样,手机软件市场蓬勃发展的同时,一些问题随之而来,其中最受用户诟病的,就是预装软件过多且无法卸载等问题。

作为手机软件商,将自家软件预先装入新手机中,只要手机被用户买走,点击率、使用率都会大幅增长,这种推广方式远好于砸钱做广告。对于手机厂商而言,谁想在手机里预装软件,是要付费的,而且部分手机软件,只要用户使用甚至点击,手机厂商和手机软件商还会另有利益分成。有业内人士披露,以一部预装几十个软件的手机为例,“手机还没卖出去,就已经回本”。

手机预装软件之风愈演愈烈,甚至部分品牌手机出现不允许卸载预装软件的情况。对此,工信部和网信办联合印发了《关于进一步规范移动智能终端应用

软件预置行为的通告》,明确要求:生产企业应确保智能终端设备中除基本功能软件外的预装应用程序均可卸载,并提供安全便捷的卸载方式。该通告已于今年1月1日起正式开始执行。

大部分厂商已经陆续整改,不过也有用户发现,一些厂商开始变换套路,有的将音乐、视频编辑软件定位为“系统软件”,依然“不建议”用户卸载;有的将“预装”变为“推荐”,用户在使用某一软件时,会突然推送出四五个类似软件,稍不注意点击一下,软件就开始在后台下载并安装……

商家想增加经济收益可以理解,但应该把更多的精力投入研发各种“黑科技”上。打破技术壁垒,掌握核心技术,提高产品质量,才是正途。软件好用,下载的人自然会多,手机好用,购买的人自然会多,把心思花在软件预装上,不免有捡芝麻丢西瓜之嫌。

而且,我的手机,装什么软件,本应由“我”做主。