

渤海潮

## 思想会客厅

## 等风来，还是追风去

闫丽

提到赛车，你会想到什么？惊险、刺激还是速度与激情？

实际上，赛车文化带来的并不只这些。既能试乘专业运动车型、冠军赛车，在专业赛道上驰骋，也能在赛车模拟器上来一场酣畅淋漓的赛车电竞；哈雷120周年摩托车巡展、“红旗”汽车编年展等，让观众一饱眼福；特色市集+音乐会，吃喝玩全都有……在武清区佛罗伦萨小镇旁边，一个集赛车赛事、大型摩托车巡游、电竞体验、汽车文化于一体的汽车创新生态园正在拔地而起。逛小镇不止于购物，还能玩一把电竞、看一看赛车赛事、游一游汽车博物馆，小镇商圈打开了新的消费空间。熟悉的消费领域出现不一样的场景，崭新的“消费赛道”也在带来新的“风口”。

从传统消费到新型消费，从商品消费到服务消费、

体验消费，种种新消费场景不仅关乎时尚潮流和消费体验，更蕴含着对当代人们价值观念和生活方式的理解和回应。比如，戴上VR眼镜欣赏古城的“前世今生”，“围炉煮茶”成为新的社交方式，农村直播带货既接地气又“链接”商机……从温饱型向舒适型、发展型的转变中，消费者的需求得到满足，美好生活得以实现。种种变化启示我们，与其等风来，不如追着新消费的“风口”去，及时捕捉、更好满足个性化、多元化的消费需求。

新需求，需要优质供给的支撑。新消费不是无源之水、无本之木，表面看是企业主动填补需求缺口、转换产能供给，实际包含着优化供给结构，打通产供销环节，畅通经济循环的发展逻辑。譬如，天气暖了，在五大道赏花、赏灯光秀，还有情景演出可以看；在百年利顺德可以欣赏一场音乐会，画一画小洋楼……今年，天津奉上288

项文旅商“大餐”，带游客玩转津城，多领域、多层次、多元化的文旅文促消费活动全方位展现津味特色，以高品质的文旅产品延展游客在津消费链条。以文塑旅、以旅彰文，“诗”与“远方”在科技的加持下能够实现更好地连接，这个过程会催生新业态、新消费。新的融合，带来新的供给。创新消费场景、改善消费条件、营造提振消费的环境，不断提升供给的质量与水平，补上优质产品和服务的缺口，才能更好满足真实需求和潜在需求。

消费旺了，产品才有出路，服务才能持续。抓住新消费这个“风口”，意味着要开启新一轮的“品质革命”，不仅将高品质提升体现在产品质量上，也体现在无形的服务中。不断提升生活性服务的可及性、便利性和公共服务的满意度，营造安全友好的消费环境，消费潜力就会汇小溪成大河，成为拉动经济增长的更强动力。

对话人：  
丛屹 天津财经大学教授  
张玥 本报评论员

“我国经济发展能够创造中国奇迹，民营经济功不可没”。民营经济已成为保障民生、促进创新、推动高质量发展的生力军，持续激发民营经济“拔节向上”的活力，将为经济社会发展不断注入新动力。

张玥：民营经济是我国经济制度的内在要素，民营企业和民营企业家是我们自己人。“自己人”这三个字，既透着亲切、带着亲近，也凸显着民营经济的地位和作用。理解“自己人”的深刻内涵，是激发民营经济活力的重要前提。

丛屹：是的。改革开放以来，民营经济迅速发展壮大，为经济发展不断注入生机活力，在经济社会发展中的作用越来越不可或缺，它的存在与发展符合解放和发展生产力的要求。如今，民营经济贡献了50%以上的税收，60%以上的国内生产总值，70%以上的技术创新成果，80%以上的城镇劳动就业，90%以上的企业数量，与经济、民生、科技等各个领域的发展融为一体、血脉相通，这是“自己人”三个字最生动鲜活的写照。既然是自己人，就应该给予充分的认同与尊重，发展的资源、机会、成果就要共享，这样在推进中国式现代化的进程中，无论是繁荣经济、推动创新，还是促进就业、改善民生，作为自己人才能发挥更大作用。

张玥：您提到的认同与尊重非常重要。有句话说得好：不怕的人面前才有路。让民营企业和民营企业家增强信心、轻装上阵、大胆发展，对于激发民营经济活力来说很关键。

丛屹：民营经济的发展信心从哪里来？一是社会主义市场经济体制的发展方向不会改变，从制度上给大家吃了定心丸；二是我们有超大规模市场优势，巨大发展潜力会产生良好的发展预期。这些都是民营企业和民营企业家轻装上阵、大胆发展的底气所在。当然，把我们的制度优势、发展优势变成更坚定的信心、更强劲的活力，还需要许多具体的举措去打造良好发展环境，比如进一步减税降费、提升政务服务能力，降低企业发展的各种成本，等等。这些举措越精准有效，越能为民营企业发展壮大提供“硬支撑”。

张玥：确实，水深则鱼悦。几十年来的发展实践已经证明，民营经济的活力是惊人的，可以说舞台有多大，发展的空间就有多广阔。天津正在实施“十项行动”，这是民营经济一展身手的大舞台。您认为，可以从哪些方面着力，为促进民营经济的壮大创造更好条件呢？

丛屹：具体一点说，在京津冀协同发展走深走实行动中，可以通过加强顶层设计、创新体制机制等方式，促进科技创新协同、产业协同，为资源的流动、集聚搭建更便捷的渠道；在制造业高质量发展行动中，可以通过推动产业集群化发展，为企业深度融入产业链条、提高创新效能和技术能级提供助力……总体而言，我认为首先要提供越来越开放的发展空间，打破更多隐性壁垒，增加民营企业的参与度，比如促进基础设施建设协同，可以大力开展PPP模式，引入更多社会资本。同时，通过更有力的政策加强对知识产权的保护，呵护民营企业的创新活力。“十项行动”聚焦事关天津长远发展的重点领域，也为民营经济发展提供了广阔空间。

张玥：激扬民营经济的活力，民营企业转型升级、练好内功也很关键。站在时代的风口，守成者会“泯然众人”，进取者才会拥有美好的未来。比如我市的津宝乐器有限公司，原来制作乐器多靠手工，产能小、制作标准不一，面对市场需求的大“蛋糕”，看得见吃不着。引入智能化生产线以后，产能翻了两倍，加工精度也提升了。这样的例子充分说明，民营企业要不断在动力转换等方面做文章，才能把自身发展的棋局下好下活。

丛屹：没错。民营企业的的发展不能因循守旧，小富即安，只有保持内在创新动力，才能永葆活力。就拿制造业来说，如今已经是工业4.0时代，走的是数字化、智能化路线，但有的企业认知还停留在工业3.0甚至2.0时代，满足于电气化、自动化生产，甚至仅停留在规模化和劳动密集型制造。因应科学技术革命带来的冲击和挑战，需要企业不断去学习、尝试、改变，不仅要有技术上的创新，还要有现代管理方法等元素的融入，归根结底，是要用新的生产要素和生产方式来解放自己的生产力。天津有很多优秀的民营企业，比如荣程钢铁、云账户等，有的是传统企业转型，有的则是新业态的产物，但相同点都是瞄准行业发展的前沿、瞄准产业的现代化、瞄准社会经济发展的重大需求去发展，这应该是所有企业发展壮大的使命和目标，也是企业具有战略思维和战略管理能力的体现。

## 锐评

## 妈妈为什么逼我学习？

李娜

“妈妈为什么逼我学习？”“为了你将来点餐的时候，可以不看价格；为了你累的时候，随时可以打车回家；为了你在外出旅游的时候，可以住自己喜欢的酒店……”前段时间，在电商平台热销的“清华妈妈语录”引发关注，有网友留言，“满眼全是钱”。

语录是否出自“清华妈妈”姑且不论，学习难道只是为了这些物质需求？古人提倡，“学为成人”，学习是立身做人的永恒主题。也就是说，书中未必有“黄金屋”，但一定有更好的自己。

培根在《读书论》中说，“读史使人明智，读诗使人灵秀，数学使人周密，科学使人深刻……凡有所学，皆成性格”。具备这样的“性格”，对于迈向成功，无疑会是一种有益的助力，即便结果没有达到预期，理性认知和内心的充实也能让人保持生活的积极性。因为是否成功或幸福，从来不能只用“金钱多少”来狭隘定义。强化学习的功利性，远不如注重孩子的身心健康，引导孩子更好地认识自己，学会判断思考重要。

学无止境。每个学习阶段都是成长中的经历，但每个人的禀赋不同、际遇不同，不是所有人都能通过学习实现人生“开挂”，也不是进入高等学府，后面的人生就一定完美了。社会向前发展时，大家你追我赶，如同“渡河”比赛，没有船或桥时，掌握高超游泳技能的人往往能胜出。

我们没有办法统计买“清华妈妈语录”的是哪些家长，但可以肯定的是，功利且偏颇的价值观要不得。不同时期，孩子对学习的认知程度不同，尤其对于低年龄段孩子来说，帮其养成好的学习习惯远比灌输这些“语录”更有意义。

## 不妨只装“半杯水”

——情况摸清、问题找准、对策提实①

金之平

小有小的烦恼，大有大的难处，“瞪羚”和“独角兽”的需求肯定是不一样的。怎么为不同类型企业精准“画像”，帮助企业克服“成长中的烦恼”？“没有调查就没有发言权。”在天津高新区税务局，有一支“星火”团队，说起辖区企业的生产工艺、产品用途和销售情况，他们了如指掌。在“沉下去”的过程中，把需求“打捞”到底，让政策贯彻到底。

正确的决策离不开调查研究，正确的贯彻落实同样离不开调查研究。调查研究不仅是工作方法，更是一种价值、一种作风、一种精神。《之江新语》开篇就是讲“调查研究”，给出了“深、实、细、准、效”五字。做到这五字诀，关键在于揣着问题去基层。现实中也有这样一些现象：有的人坐在车里转、隔着玻璃看，拍了照留了痕“游”一圈了事，走马观花、蜻蜓点水的进行“作秀式”调研；有的人调而不研、回避矛盾，一发现问题就当鸵鸟，怕得罪人怕伤和气，进行“脱节式”调研；还有的像看“盆景”一样浅尝辄止、以偏概全，对着设计好的路线和内容照本宣科……这些没有问题意识、不解决问题

题，甚至回避问题的做法，本质上都是重形式轻内容、为调研而调研的“假调研”、耍花招，必然导致调研不深、不实、不细、不准，最终也无效。只有带着问题下去，调查研究才会有方向、有重点。

想调研、愿调研，更会调研、善调研。曾经，有一位老同志传授了一个“锦囊”，调研要有“半杯水”的心态，半杯水装的是问题，另半杯要装回“干货”。一口不能吃个胖子，下一次基层不可能解决所有问题。每一次不妨只装“半杯水”，这样，才能既瞄准百姓的所急所盼，也总结群众创造的经验，透过现象看本质，把握规律性的东西，把对策提实，不断提出真正解决问题的新思路新办法。

体验网约车司机，当一当种粮农民、养殖户……最近兴起的体验式调研证明，变换角色、变换角度看问题，有了切身感受，解决问题就更有抓手。正如一位干部所说，“基层需要脚踏实地的‘泥腿子’”。注重实效、注重细节，把调查研究这个基本功越练越扎实，就会成为赢得群众信任、推动事业发展的“高手”。



跟着网络直播一起跳健身操，用跑步路径“画”出有趣图案，在运动应用程序上向好友发出健身打卡挑战……如今，随着智能穿戴设备的普及和健身行业数字化进程的加快，丰富多彩的线上健身活动吸引越来越多的人参与。线上健身既是在为全民健身助力，也是在为美好生活添彩，为人们提供了更多健身选择，有利于激发全民健身热情，让更多人共享健康与快乐。  
司海英 画

非物质文化遗产，需要付出大量时间、精力乃至经济成本，一味“曲高和寡”，最终会导致传承人为了现实生活不得不放弃。

然而，需要警惕的是，如今各类短视频平台上与非遗有关的视频鱼龙混杂。也有公司对某些非遗项目进行商业化包装和运作，经过批量化、工业化复制后，获得了短时间的经济利益，但这样生产出的产品能否称之为“非遗”，就得打个大大的问号了。甚至有人直播带货时，把非遗当成噱头，售卖一些与非遗风马牛不相及的产品。

电影《一代宗师》中有句台词：“火候不到，众口难调，火候过了，事情就焦。”商业化不应是非遗传承的目的，也不适合所有非遗项目。在一些非遗火出圈的当下，我们也许该冷静下来，认真思考一下传承发扬与商业价值之间的主次关系，以及如何找到二者之间的平衡点。千万不要打着传承和推广非遗的旗号，实际却干着损害非遗的事。

## 莫把非遗当噱头

胡智伟

这两年，借力各类型短视频平台，非遗火了。非遗“出圈”是好事，但在“传承发扬”和“商业价值”之间应该把握好一个度，莫让非遗成为噱头。

不可否认，新媒体、新技术与非物质文化遗产之间正不断碰撞出新的火花。譬如，B站上，各类与非遗有关的UP主加上定期收看的用户，累计已经超过1.5亿；据抖音官方统计，自家平台上国家级非遗项目相关视频播放总数达3726亿。多年前，大部分非遗离人们的生活很远，没有太多交集，非遗的“遗”变成了非遗的“失”。

“遗”——普通人不关注、传承人不好过，有的非遗甚至面临“人走技失”的问题。幸运的是，随着信息传播载体的巨变，不少有思路、有想法的非遗传承人搭上了短视频平台这趟“快车”，将非遗与现实生活连接，吸引越来越多的关注，成功“破圈”。

视频火了，流量多了，有人开始琢磨起流量如何变现。实际上，如果能挖掘非遗的市场价值并获得商业转化，实现社会效益和经济效益双赢，吸引更多人加入到非遗保护传承的行列中来，是一件好事。学习并继承一项

基础、打开空间。在津南区双港镇，水稻护蟹、蟹吃虫草、蟹粪肥田的生态立体种养模式，不仅提升了水稻的总产量，售卖螃蟹的总收入也屡创新高。做足做深“农产品附加值”文章，实现“1+1>2”的效果，不断提升其价值增量，才能拓展农业产业增值增收空间。

某种程度而言，作物轮种、种养结合，这样的“化”仍然没有脱离农产品本身的价值范围。实际上，“化”的更深层次内涵，是农业与加工制造、休闲文旅的巧妙融合，是推动农业由“卖原产品”向“卖加工品”“卖品牌”“卖服务”转变。这时的“化”，就不仅仅是农产品、农业自身的转变，而是要跳出农业看农业、跳出农业发展农业，贯通产加销、融合农文旅，为乡村产业振兴提供更强新动能。

今天，消费者的需求日益多元化、个性化，这也对产业链的融合延伸提出了更高要求。纵向打通农产品从产地到餐桌生产、加工、流通、消费各环节，横向围绕休闲农业、乡村旅游、康养体验等多种功能，延伸拓展产业链条，把农业发展的格局和思路打开，畅通生产要素，让更多创新因子沿着农业向加工制造、休闲文旅不断涌动，乡村产业发展的韧性才会更强，动力也会更充沛。

## 新视野

## “化作春泥”有妙招

朱绍岳

“落红不是无情物，化作春泥更护花”，谁曾想到，如此耳熟能详的诗句，如今会成为农业生产中的一种巧妙方法？

随着气温升高，宁河区七里海镇的2000亩农田，启动了“绿肥”播种。农户们利用种植间歇，播种油菜花种子，待5月油菜花盛开期一过，整片花田都可以翻压当“绿肥”。油菜花分解后，下茬种水稻肥力就更足了，收获的稻谷产量更高、品质更好，也更环保。当然，在这之前，美丽的油菜花还有他用。农民们将传统农耕与绘画艺术融合，以大地为纸布、花田为笔墨，变千亩花田为大美油画。配合步道观景、休闲垂钓等各种娱乐活动，七里海镇的花田美景，每年都会吸引众多游客。

推动农业“接二连三”，如何接、怎么连？就像诗词中所描述的一个“化”字尽显智慧。

化，是一个动态的过程，是四两拨千斤与持续更新转变。无论是智能化、高端化、绿色化，还是产业链的延长、市场的拓宽，都离不开一个“化”字。不断推进废弃物资源化、产业模式生态化，加快推进农业向绿色效益型、创新驱动型转变，探索农业生态循环和可持续发展，才能更好更快地提升农产品价值，为农业提质增效提供

李金顺

一家不大的企业，却成为所在行业的“隐形冠军”，奥秘何在？

近年来，西青区朗誉机器人公司在行业内形成了自己的优势——全球十大风电企业中有八成企业应用了这家企业的产品；在全国重载AGV市场中占据了20%份额。通过解决“卡脖子”问题，朗誉研发的240吨重载AGV填补国内空白，解决了重载设备车间物流运输中的诸多问题，被业内称为“神级选手”。十几年就做一种产品，是专注和创新造就了隐形冠军。

规模不算大，却是细分领域的领头雁；名气不算响，但有绝活。“隐形冠军”大多是中间制造商，瞄准特定市场，在细分领域建立竞争优势。聚焦专业技术基础补短板，突破技术封锁；深耕优势领域锻长板，练就“独门绝技”……实践证明，量大面广的中小企业有灵气、有活力，是稳链强链的生力量，对推动经济高质量发展具有重要支撑作用。

“隐形冠军”的出现，离不开良好的营商环境。为企业创新提供良好环境，让更多“高精尖特”企业在千行百业冒尖，有利于加快推进科技创新和制造业高质量发展。“逆水行舟，一篙不可放缓；滴水穿石，一滴不可停滞。”大力培育创新土壤，不论“出身”鼓励自主创新，引导更多的中小企业盯着一个细分领域持续用力，冠军就会不断涌现，为发展不断赋能。

## 释放民营经济【拔节向上】的活力