

思想会客厅

对话人: 薄文广 南开大学滨海开发研究院副院长 张玥 本报评论员

消费供给越有品质,越能激发消费潜力。建设国际消费中心城市,优化消费供给是一个重要着力点。聚焦“商、文、旅、康、创”拓展消费新空间,满足消费新需求、引领消费新潮流,将会让城市更具现代感与国际范。

张玥:作为拉动经济的“三驾马车”之一,消费对经济发展起着基础性作用。建设国际消费中心城市能够有力地促进消费提质升级,培育更多消费增长点,增强天津经济发展活力。

薄文广:没错。建设国际消费中心城市是促进消费的撬动点,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长是最直接的影响。更重要的是,能够借此吸引国内国际优质的人才、技术、信息等资源向天津聚集,为发展提供有力支撑。同时,在建设国际消费中心城市过程中,能检验天津的软硬件建设是不是匹配国际化的需求,例如交通是否通达、服务水平是否与国际游客的需求对接上、金融产品是不是丰富且有创新性,从而促使我们去提升各方面的水平,让城市更具向心力。这就超越了经济范畴,涉及科技创新、社会治理、生态保护等方方面面,为推动中国式现代化在天津的扎实实践、全面建设社会主义现代化大都市注入强劲动力。

张玥:随着消费转型升级步伐不断加快,消费需求的国际化、特色化、多元化特征日益凸显,对消费供给有着越来越高的要求。在聚焦“商、文、旅、康、创”优化供给的过程中,促进商品供应链实现新提升至关重要。

薄文广:拥有丰富的商品,是激发消费潜力的关键。天津有研发制造优势,能够生产出受全球市场青睐的消费品,丰富优质商品的供给,引起消费者的购买欲,比如我们的海鸥表、自行车等就是证明。此外,我们还可以在商品交易上做文章,比如利用世界智能大会这样的会展平台,推动来自世界各地的先进科技展品变成商品,把展览过程变成消费过程,带动与智能科技相关的产业发展,这样也能优化商品供应链,像今年大会期间就有不少外商采购到了心仪的产品。无论是抓商品供给还是抓商品交易,其实都是要提升天津在供应链、产业链中的地位,把高附加值环节留在天津,在满足“买买买”需求的同时,有力推动经济发展。

张玥:建设国际消费中心城市不只是“买买买”,还应该呈现一个充满文化底蕴、令人回味的生活与休闲空间。您认为我们应该如何用好自身优势,在消费者心中树立更清晰的“地标”?

薄文广:城市不仅是经济活动的载体,也是历史文化的载体。把经济活动与历史文化结合起来,让人们在消费中获得文化的陶冶、精神的滋养,在购买商品的同时还能产生丰富的文化体验,就是我们常说的推进文化旅游场景与消费场景深度融合。天津的优势在于拥有丰富的历史文化记忆,比如漕运文化、运河文化、建筑文化、戏剧曲艺文化等,怎么让它们在现代环境里“活”起来很关键。比如建设大运河国家文化公园,就可以考虑通过建设数字云平台,利用VR等数字技术,对文物和文化资源进行数字化展示,让消费者能对文化底蕴有更真切的感觉。我们把历史文化记忆呈现得越直观、生动,越容易带动相关商品消费和体验消费。

张玥:高品质消费是为了高品质生活,这让消费所带来的获得感有了更丰富的意味。比如随着科技水平提升和生活节奏加快,人们对新知识、新技能越来越渴求,“知识付费”成为新时尚。这无疑体现了消费理念的变化和消费边界的拓展。

薄文广:是这样。抓住新型消费蓬勃发展的契机,对于优化消费供给而言也是非常重要的。就拿“知识付费”来说,把握住知识发展的特点、人们的需求,把相关头部平台引入天津,这种优势是线下消费不能相比的。天津拥有众多一流院校和高端研究人才,最近又在建设天开园,还有丰富的公共文化资源,这都能够为学习型、知识型消费提供技术解决方案、应用场景等多方面支撑。从优化营商环境等方面入手,把阻碍知识转化产业的壁垒打通,大力发展实体书店,共享图书馆等线上线下知识平台,不仅能扩大消费供给,还能创新消费方式。更重要的是,满足知识需求有利于激发人们创新创造的活力,提高城市的核心竞争力,这是建设国际消费中心城市所产生的“骨牌效应”。

基层声音 本报与各区融媒体中心联合推出

去先贤家里“串个门” “串”出了啥

蒋丽莉

不久前,20余位来自梁启超故乡广东的游客,参观天津梁启超纪念馆。他们感到欣喜的是,拿出手机扫描一张二维码,就能得到纪念馆送给参观者的一份电子“伴手礼”——《藏家志略》。“过去,观众只能看到这册书的封面,现在我们完整地将图书数字化,并且拍摄了纪录短片,当年影响梁启超先生的书,现在游客也可以读到了。”纪念馆负责人介绍。

梁启超纪念馆不远,是中国现代戏剧奠基人曹禺先生的故居,在这里,游客们可以通过沉浸式表演,感受曹禺先生的创作魅力。去这些故居参观,就像是去先贤家里“串个门”。历史文化遗产只有融入现代社会,融入当下生活,才能在历史与时代的互动中获得新生。

近年来,博物馆文创火热、《国家宝藏》热播、西安大唐不夜城火爆全网、苏州虎丘引发游览热潮……说明历史文化遗产并不只是时间的沉淀、岁月的陈酿,而是寄托着文化血脉的传承,与人们的生活紧密相关。

历史文化遗产不只是课本中的图片、现实中的老房子,而是鲜活的“生命体”。保护利用文物,不能为保护而保护,而要让这些满载文化记忆的遗产融入现代社会,融入当下生活,变“小众”研究为“大众”可触摸、可感受,能汲取文化营养的场。打好传统与新潮组合拳,通过现代科技手段,释放文化内涵潜力,让“隔着玻璃、挂在墙上”的文化“潮”起来、“活”起来,以年轻人看得见、看得懂的方式拉近距离,就可以春风化雨般将文化传播出去、传承下去。

与时俱进、推陈出新,立足于满足人们对美好生活的期待,加强历史文化遗产的开发保护利用,不断添加“薪火”,用文旅融合的“韵味十足”推进城市发展的“动力十足”,人间烟火气就会更为浓郁。

优化供给 培育更多消费增长点

归零,是从更高起点出发

杨建楠

前几天出门,到了一个陌生的路段,按照以往的经验判断如何找到目的地,却迷路了。只好把经验“归零”,用地图软件规划路线。

现实中的很多情况,其实并没有“软件”可以借助。但归零思维却不妨多一点,对企业转型尤需如此。

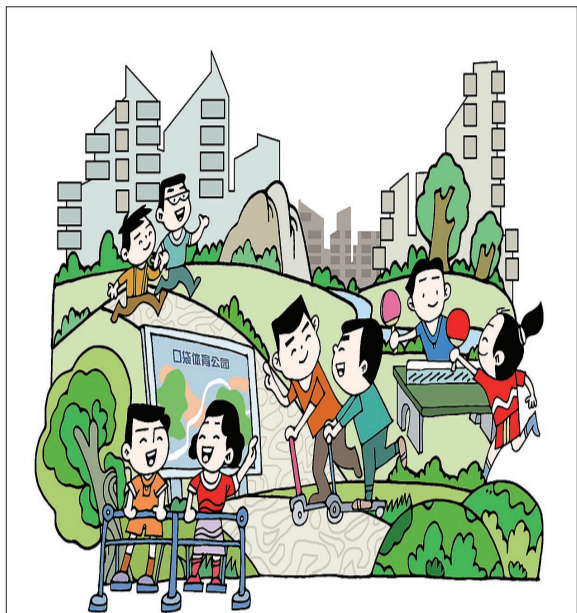
国家级专精特新“小巨人”企业菲特(天津)检测技术有限公司,是一家为汽车整车和配套企业提供质量管理服务的企业。以前,汽车质检行业普遍依靠人工,这不仅带来了质检不稳定问题,也与汽车产业链逐渐转向智能化的大趋势不匹配。菲特没有继续在老路上走下去,而是“归零”后再出发,引入AI、机器视觉、软件交互等前沿科技,研制出人工智能检

测设备,填补多项行业空白,实现由“质检”到“智检”的跨越。

归零,意味着走出舒适区,把不适应市场需求和产业发展的老技术、老模式淘汰掉,让企业跳出原有框架,实现更长远发展。当然,无论是产品技术还是运营模式,归零不是回到原点、“打回原形”,而是从更高的起点出发。或在专业领域加强技术创新,寻求新突破,或放眼于整条产业链,积极衔接上下游,甚至双管齐下,同时发力……在发展中多一点“归零”思维,就会少一些被动应对。跳出既有经验和成绩,以崭新的姿态甚至自我革命的决心迎接转型,才能轻装上阵。归零是主动为之,如果没有观念上的彻底转变,行动上就会瞻前顾后。

归零后不光要往高处走,更要找到具体的发力方向,市场需求、发展大势都是值得参照的风向标。天津市亿人互联发展有限公司,原本是一家以数据中心托管服务为主业的企业。随着云计算技术对物理托管数据中心形成冲击,亿人及时变换思路,由网络服务产品的分销代理、批发零售转向自主研发,在新赛道瞄准云计算技术推出了亿人互联弹性云服务器。近年来,靠着选准赛道、精准发力,其营业收入呈指数级增长,逐渐成长为国家高新技术型企业。

“易穷则变,变则通,通则久。”“零”的状态也是“变”的契机,面对行业竞争和技术更迭,多一点归零思维,甚至涅槃重生,将会走向更广阔的未来。



利用废旧厂房、城市边角地,建设口袋体育公园;把健身步道、沿河步道、城市绿道连通起来,形成园林健身步道系统;在农村公共活动场地配备健身器材、篮球场、乒乓球台……近来,越来越多环境舒适、设施齐全的健身场地在人们身边建成,受到广泛欢迎。更加合理地配置健身设施,让全民健身公共服务资源随着人转、跟着人走,才能建设好群众身边的多层次多样化健身圈。 施然 画

金之平 视线

打开文化“景深”

——以文塑旅、以旅彰文⑤

金之平

“多立克柱、爱奥尼柱和科林斯柱是希腊古典建筑三大柱式。我们面前的原开滦矿务局大楼的罗马柱就是爱奥尼柱。”跟着导游的讲解,几名游客开启天津解放北路的漫步之旅,不到三公里的行程逛了3个小时。与快节奏的旅游不同,这是一种被称为“城市漫游”的慢节奏的新型旅游方式,拥有浓厚历史人文气息的街区成为热门慢游路线。

“城市漫游”,泛指以骑行或漫步的方式深入城市街道,感受其中的历史、文化、生活等。走马观花式的旅游,已经难以满足人们对一个地方的“好奇心”,很多人倾向于慢下来细细品味街道、建筑、人文、城市故事。抓住契机,讲好故事,打开文化“景深”,这是一道考验“理念”的命题。

一座城市、一个地方历经时间的洗礼总会沉淀下属于自己的故事,或蕴含在街巷的美食里、店铺里,或与老建筑、历史遗迹相伴。这些故事记录着地方过往、发展脉络,是宝贵的历史文化资源,也是最能触动人心、令人回味的东西。但是,把故事讲好了

一门学问,除了深挖内容本身,离不开好的讲述方式。一个地方可以因一段美食视频“火”出圈,也可以因一张唯美图片令人向往,无疑都是借助网络平台“走了出去”。

当然,如何将流量放大、留住,更值得深思。文化生活消费场景是否丰富,产品服务性价比高不高,交通是否便捷,诸如这些“故事”之外的内容也是重要评价项,影响体验感。这就好比我们评判一首歌的好坏,会看它的歌词、立意,也会听它的曲调旋律,会考虑表演者的唱功等,只有与“歌”关联的每项内容都令人满意,才会让人有兴趣一而再、再而三去听。讲好城市故事,也是同样道理。

深入一条街,感受一座城。慢下来的脚步,看的是风景,也是历史文化的厚重。将文化理念、文化符号融入旅游产品开发,给旅游以细腻深沉的文化触感,让旅游者在漫步中释放身心、涤荡灵魂。细想一下,这何尝不是“诗与远方”的另一种表达。身边的风景,期待诗意的诠释,也等待发现的眼睛。

新视野

闫丽

服务企业,也要“潮”起来

企业急需贷款,怎么办?扫一扫二维码、逛一逛网上“便利店”就会有收获。这样的场景发生在不久前的宝坻。一家新材料企业在遭遇燃眉之急时,扫了扫“惠企政策二维码”,逛了逛“金融便利店”,又刷了刷“产业金融微课堂1分钟”短视频,很快选定了一家银行的专精特新贷,并迅速获得了1000万元的纯信用贷款。

“一码一店一视频”,新潮模式背后是一种开放的思路、一股协同的合力。随着经济社会发展,企业对于多元化、专业化的服务需求越来越强烈。针对信息不对称、供需不匹配等情况,我市探索推出的这套金融服务制造业高质量发展的新模式,之所以让企业不再大海捞针,能够精准找到所需产品,是因为打通了从市金融局、人行天津分行,到天津银保监局、天津证监局、市工业和信息化局等服务企业的全链条,化繁为简、推陈出新,让众多政策集于“一码”,让众多产品供于“一店”。

“潮”是形式,更是理念。政治经济学家约瑟夫·熊彼特有言,没有市场主体这个“真正主角”,市场经济就会像一部没有王子的《哈姆雷特》。企业,是政策、服务的“用户”,用户的需求,就是思考的起点、创新的方向。譬如,在天开园,有一个大型科研仪器开放共享平台,创业者、科研人员都可以找得着、用得上最先进最高端的科研仪器,从而打破创新创业的瓶颈;为了让中小型科技企业轻“装”上阵,我市出台措施,支持在津高校院所和河海实验室等高水平创新平台将科学仪器和实验设施面向园区企业开放服务。格局打开、思路放开,为了企业,就是为了发展。

工欲善其事,必先利其器。有了“潮”理念,还要有“潮”方法。今天,新兴业态层出不穷,行业竞争日益激烈,互联网的方式、数字化的手段,打破时空界限,为优化服务供给、打破隐形壁垒,增添更多可能。手机点一点完成审批,政府补助一键到账;数字平台为小微企业“增信”,让数据多跑路、企业少跑路、银行敢放款……创新方式方法,让“一件事”的解决、“某个点”的突破,成为“一类事”的解决、“全链条”的打通,以企业为中心的便捷服务,就会成为服务发展大局的增值服务。

有这样一句话,种一棵树最好的时间是十年前,其次是现在。服务企业,也是如此。从现在做起、永不满足,勇立潮头,方能永立潮头。

深一度

从两头“喊渴”说开去

李娜

“以前总觉得科普是面向小孩子的,但现在技术进步太快了,我们也得多学习才不会被落下。”近日,在一家科技馆里,几名家长兴致勃勃地在VR体验区排队等待。现实中,优质科普并不缺少市场。

然而,需求端在“喊渴”,科普供给端也在“喊渴”。比如有的科研单位尚未将科普纳入工作范畴,导致部分科技工作者想做科普却有顾虑,也有人表示“缺少开展科普的培训,相关技能缺乏”。还有一些地方的科普服务体系不健全,导致科普工作不通畅,甚至找不到相关受众。种种现象提醒,科普更好地服务大众,着力点在需求端,也在供给端。

“解渴”需求端,高质量的科普供给是关键。科学知识是有围墙的,科普恰恰是在降低围墙高度。比如,用大铁锅演示中国天眼原理、用塑料瓶造“火箭”冲上百米高空的视频成为爆款,说明公众不是对科普不感兴趣,只是对板起面孔的科普无感而已。将高深的知识以通俗有趣的方式传递给公众,让大家有所收获,才能实现“善”的目的。做到这一点并不容易,既对科普

人员的专业性提出要求,也需要科普工作者转变观念。主动关切公众需求答疑解惑,在传递知识的同时,分享科学的思维方式,将“单向输出”变成“双向互动”,这样的科普更具吸引力。

然而,只要科普工作者做好自己的事,科普就能两头“止渴”了吗?显然不是。科普是一项系统性工程,需要供给有趣、有料的内容,也离不开相应条件的外在加持。大力推动优质科普资源下沉,健全完善基层科普硬件设施、丰富科普传播场景、借助线上渠道延伸科普内容传播半径……为科普创造更好的传播条件,打通科学知识有效传播的“最后一公里”,让科普人人可及,人人可参与、可享受,“大科普”方能在更多人心中播下探索知识的种子。

不久前,中国科学院脑科学与智能技术卓越创新中心举办了一个科普市集,带孩子们体验擦拳抹袖“召唤”闪电、参与视觉错觉小实验,感受了科学的神奇。“科学+市集”,有意思的内容、接地气的传播,或许可以启示我们找到为科普供需“止渴”的更多好路径。

知与行

拿出一股轴劲儿

孙一琳

我们说一个人太轴了,是指固执、一根筋,但创新有时候恰恰需要一股轴劲儿。

轴劲儿就是咬定青山不放松,一旦确定了方向,就抱着一种破除万难也要干到底的精气神,而不是“可以”也行“再等等”。在第十八届中国国际中小企业博览会上,深之蓝海洋科技股份有限公司再次吸引了众多国际客商的目光,它生产的推进器产品正在全球70多个国家和地区的下水工作着。回到十年前企业初创时,国内用于深水测试的海工船稀缺,水下设备研发难以推进。深之蓝研发人员克服困难,用渔船替代海工船,经过上千次测试后,在相同功率下,产品的推力比进口的提升两成以上,不仅打破国外垄断,而且更胜一筹。可见,只要想干事,靠着一股轴劲儿,照样能成事。

人们常说企业要想发展,就得站在风口,找准

机遇。其实,勇于创新,企业自身也能创造风口。但要让创新之风一直吹下去,还要学会自找“苦”吃,有一种自断退路的勇气。如果面对困难就打退堂鼓,最后只能是让想法留在了嘴边、停在了纸上;如果有点小积累就沾沾自喜,或者跟在别人身后亦步亦趋,抱着“够吃就行”的心态,安于现状,就失去了活力。

立志欲坚不欲锐,成功在久不在速。我市80%以上专精特新“小巨人”企业从事细分领域的时间超过10年,譬如一飞智控(天津)科技有限公司的无人机研究起始于2004年,用近20年时间在智能控制、智汇文旅、空中传媒、智慧物流、智慧安防等多个领域形成产品全覆盖。始终根据市场需求,做到人无我有、人有我优、人优我特、人特我精,才能通过持续不断的创新锻造核心竞争力。