

思想会客厅

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

在文旅融合的深度上做文章

文化与旅游融合发展,正在成为城市高质量发展过程中极富特色与魅力的“景观”。这种融合既能催生新的业态,也能彰显城市特色,打造出有韵味的城市名片,为经济社会发展注入新活力。

张玥:前不久在天津举办的第十三届中国旅游产业博览会上,各大博物馆的文创产品,展现出文创产业的广阔前景;太空舱、星空房等旅游装备为露营热、乡村游提供了新的情趣。这些都让人切身感受到,文旅融合正在创造着一种充满活力的经济“增量”。

徐虹:是的。文旅融合不仅能带来业态的变化,更能为产业结构的升级提供推动力。比如人们对沉浸式、体验式的文旅融合产品越来越钟情,这就倒逼相关制造业向高端化、智能化、绿色化方向发展;游客从以往只注重风景变为注重各方面的体验,这又为现代服务业的发展提供了空间。可见,文旅融合可以催生高技术、高附加值的产业,当它们在产业结构中占有一定比重时,可以为经济发展注入新动能。而在经济价值之外,文旅融合还能创造文化价值,有利于塑造城市品牌。

张玥:党的二十大报告提出要“推进文化和旅游深度融合”。应如何理解“深度融合”的含义?

徐虹:从前端的资源挖掘,到中端的文化产品再创作,再到末端的营销与服务,每个环节都有质的提升,且各个环节之间形成资源、产品、市场的打通,才能体现出深度融合的效果来。旅行是一种休闲生活方式,同时也是增长见闻、收获成长的学习方式。如今,人们在旅行中越来越强调精神、知识等方面的获得感,必然会更关注文化元素。就拿现在流行的工业游来说,有的生产车间能让人直观感受到自动化生产的全过程,有的盐场可以让人亲身体验古法制盐的奥妙,当它们把工业发展的厚重历史、现代科技的惊人生产力、产品制造的有趣过程呈现给人们,会让参观者对这座城市产生更深刻的认识。

张玥:有网友说过这样一句话:到天津来,有时不是要看旅游景点,而是要品风土人情。把浸润在我们日常生活中的独特气息呈现出来,点旺“烟火气”,更能吸引人们的眼光、利于文旅产业的壮大,而这也正是文旅深度融合发展的新趋势。

徐虹:没错。“烟火气”既可以是看得见、摸得着的消费场景和生活场景,也可以是一种萦绕在心头的“味道”,所以点旺“烟火气”需要在硬件和软件两方面下功夫。有时候,比起旅游基础设施等硬件的配套升级,城市治理、服务等软件的提升更加重要。譬如,到东疆看海已经成了热门“打卡”活动,为了方便游客看海,最近有关部门推出“潮汐定制公交”,根据潮汐变化确定发车时间,这就是一种很有创意的“软件配套”。海边人头攒动,商家忙得不亦乐乎,美景聚集了人气,良好的服务则为之注入温度,这正是点燃“烟火气”的有益实践。

张玥:您提到的这个例子说明,推动文旅深度融合也是丰富旅游与文化供给,但这种供给需要得到需求侧的认可。紧紧抓住人们对高品质生活的追求,开拓资源、形成创意,才能催生更多新业态、新模式,把文旅融合推向更深层次。

徐虹:这首先需要有更精准的市场眼光。年轻人喜欢科技范儿,可以用人工智能技术带他们沉浸到历史时空中去;老年人注重健康,可以把康养与文旅结合到一起。人们现在的需求往往是跨界的、多元的,把握住这种变化,才能打入市场、引领市场。其次还要有创意,李叔同故居纪念馆推出的“叔同之夜”,让游客在角色扮演、任务互动中了解大师的一生;小站镇举办的迎新民俗嘉年华,把民俗、农耕文化和旅游串联到一起……这些都是创新性的尝试。用创意带给人们一种既在情理之中又出乎意料的感觉,更巧妙地展现出我们的历史文化底蕴,这也是文旅深度融合的必然要求。

热点观察

“小口袋”里的大逻辑

李娜

不久前,坐落在东丽区张贵庄街道泰安里的“云栖园”开园。公园面积不大,但休闲步道、儿童游乐设施等一应俱全,让周边居民又多了一处亲近自然、健身游憩的好去处。打造小而美、小而精的口袋公园,见缝插绿扮靓城市空间,正成为一种新风尚。

口袋公园虽小,提升的是城市颜值,关注的是宜居品质。随着居民生活水平日益提高,对居住环境、生活便利度有了进一步的要求和期待。口袋公园建在家门口,小巧多样,有绿色气息,还能满足健身、休闲等多种需求,充实了百姓的获得感、幸福感。这也应了一句话,切口不大,意义不小。“小口袋”里有民生所需,有发展的大逻辑。

这个逻辑是“致广大”,也是“尽精微”。城市更新如火如荼,在有限的空间中“更”出高质量发展、高品质生活的成色,要一体化考量,也要打开城市“微镜头”,聚焦细微处的“烟火气”。有的小区附近早餐店铺较少,比较及时跟进、设置早餐便民车,补齐了生活短板;有的地方位置比较偏,公交线路延线、增设,回应了群众需求……这些改变看似不起眼,带给百姓的却是实实在在的便利。很多事情是细水长流的,做不完不显山不露水,就像老旧小区里的飞线治理、停车管理、楼梯排险加固等,小事做起,做好了却算不上什么大“政绩”。然而,对小事的态度、对百姓心事的处理,则是一面照见立场、责任和担当的镜子。小事不小,以“小”可以见“大”,城市发展的大文章,离不开从细处落笔。

数据多跑路,干部也不能少跑腿

孙一琳

近日,一篇题为《2022年冬,我在临沂城送外卖》的文章热传网络。作者是一位大学教师,他以一个月风雨无阻送外卖的经历和观察,剖析了外卖行业存在的问题。正因为这次体验足够“走心”,写出来的文章有血有肉有深度。

尽管这篇文章中的一些内容引发争议,但无需争议的一点是:没有调查就没有发言权。真正走出去、沉下去,才能看到真问题,产生真感悟。

近年来,随着互联网技术越来越发达,各种办公软件、社交App层出不穷,各类数据资源也越来越多。然而,技术永远是手段而不是目的,它可以为调查研究提供支持,也能助力工作,但决不能代替“在现场”。特别是对于各级干部来说,数据多跑路,人就能少跑腿吗?答案无疑是肯定的。

党员干部沉到基层,体验民生、体察民情、了解民意,才能走出为群众“办实事”的第一步。有的基层干部热衷建立微信群,把群众拉到群里,有事在群里说,通知在群里转,手指轻轻一划,任务看似高效完成了,实则是工作惰性的表现,甚至沦为形式主义。“从群众中来,到群众中去”的工作方法,变成“从群里来,到群里去”。即便在路上打个照面,群众也不知道对方是负责自己社区的干部,不要说解决问题了,连发现问题的机会都没有。

隔着屏幕感受不到为民的温度,公事公办的文字也传递不出为民的真情。如果说数据拓宽了调查研究的方法和广度,那么能不能迈开腿,就决定着调查研究的效果和深度。数据可能被注水,案例可能经粉饰,它们只能当作发现问题的引子,对于干部来说,必须经常深入一线,才能对问题有更加客观真实的理解,找到破解难题的“线头”。可以

说,离开了脚力和心力,调查研究就不可能取得成功。

要挖深井,就不能满足于涉浅滩。很多事情,非亲身体验、长期研究,无法感同身受,也就不理解群众的所思所想、所急所盼,提不出解决问题的真知灼见。只有“脱掉长衫”,一头扎下去,才能透过表象认识到更深层次的东西。上世纪60年代,陈云同志到青浦小蒸乡蹲点了半个多月,每天来回走六七里路,到农民家中,看猪吃了什么,长得怎么样,问田里稻苗茂不茂,房子住着好不好,最后形成了3份调研报告,对恢复与发展当时的农业生产起到重要作用。可见,把屁股端端正正坐在老百姓这一面,就必须真心实意融入到群众之中。

无论技术如何更迭,“在现场”的调查研究都是党员干部无法替代的基本功。掌握这份基本功,对问题就会有更加细致、深刻的感知,也才能真正用好、用足新兴技术,让工作更上一个台阶。

和技术供给方有机会将技术需求和科研成果展示出来,“互相看见”。打破企业和科研机构各自的圈层限制,科研成果才有机会找到更丰富的产业化应用场景。

但平台的作用不止于此。科研机构与企业“握手”不是简单的“拉郎配”,把“见面”变成持续合作,除了搭桥,还要让双方能深入了解,互相满意才行。这是一个建立信任感的过程。让双方都放心,塌下心来合作,既要通过对接的精准性来增加合作几率,也要通过创新服务模式让技术供需双方熟起来、彼此信任。比如一些技术经理人既到实验室里“挖宝”,又到产业园里“挖需”,还会参与技术成果的工业化、商业化开发,通过定期跟进,为双方设计更合适的合作方式,减少信息差的同时,也在推动利益共享。从科研机构到企业,各自的担心没有了,合作的信心、动力才能更足,成果转化的效率才可能更高。

从“几个月”找技术找不见,到“一周”就把问题解决了,可以看出,科技成果转化涉及的不仅是技术供需两端,科创服务这个桥梁、催化剂的作用也很重要。服务模式不断创新,提升科创对接的准头、信任感,拓宽科技成果转化的路径,技术到市场的路才能更短。

金之平 视线

“握手”并非“拉郎配”

——把更多科技成果转化转化为现实生产力②

金之平

从新闻报道中看到这样一件事:天津一家智能视觉健康服务解决方案供应商,要开发一款新的智能视功能诊疗产品,却遇到技术瓶颈,找了几个月,也没有找到合适的技术能解决问题。

是没有这样的技术吗?显然不是。后来,通过天津市科技成果转化交易运营中心服务平台,企业很快匹配到技术提供方,一周就把难题解决了。

这家企业遇到的情况并非个案。从几个月到一周,时间的反差,折射出的是科技成果转化链条中的堵点问题。企业有技术需求,却无法精准“检索”到能提供技术

的科研机构和团队;技术供给方也会担心企业在技术对接时“另有所图”,比如摸底核心技术和比价,所以不敢跟企业“交底”。说到底,是信息不对称、沟通效率低、信任感缺乏等多种原因导致的。

中医讲“辨证施治”,打通科技成果从实验室到生产线途中的梗阻,也需要有专业的“老中医”摸到技术供需两端的“脉”,开出药到病除的方子。从“一周”对接,解决企业技术难题的成功案例来看,相关部门搭建的成果转化平台和培训的职业技术经理人就是在扮演这样的角色。企业有技术需求,科研机构有技术供给,中间需要一个桥梁,让企业

评论员 在现场

点绿成金,说到底还是观念生金

杨建楠

一排排窄冠栎,笔直挺拔,似直冲云霄的塔。走近细看,“塔”下长着一簇簇浑身带刺的野菜。这是武清区大王古镇新开辟的林下刺龙苞种植区。刺龙苞,形似香椿,既能入药又能做菜。“头茬每斤能卖到50元以上,而且比东北早上市半个月,不愁卖。”说这话的,是承包这片林场的王强。精瘦干练、个头不高的他,一开口就透着十足的底气。

不愁卖的刺龙苞给了王强底气,也映射出一条把绿水青山变为金山银山的新路径——做好林下经济,可以点绿成金。

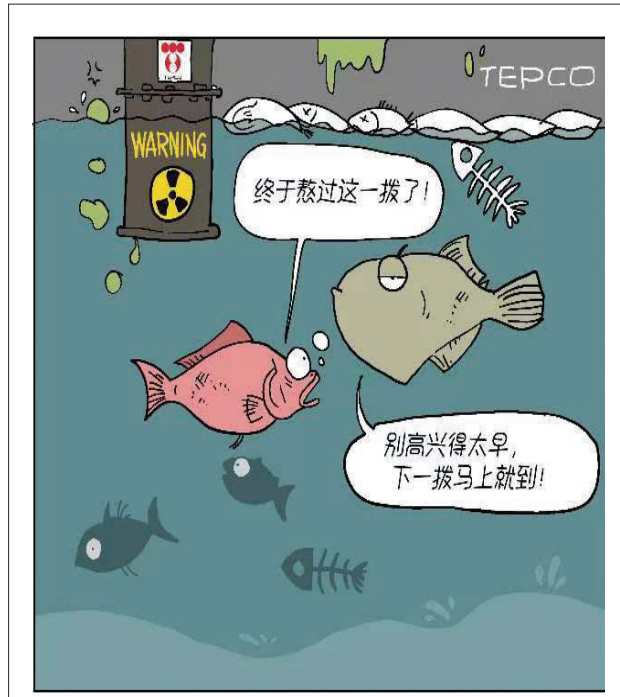
点绿成金其实是观念生金,关键在思路。思路决定出路,思路活了,妙招就多了。同样一块林地,在护林人眼里,看到的是树木;在农民眼里,看到的是林下作物;在游客眼里,看到的是风景……视角不同,看到的也就不会一样。避免“一叶障目”“只见森林”,就得换个视角和思路,拓宽绿色发展新路,挖掘“生态+”的空间,让生态红利最大化。比如,武清区生态储备林纳入天津市碳汇交易平台后,可以将吸收的二氧化碳变成减排指标卖出,树林“呼吸”也能产生经济效益。思路打开,视野也会随之打开,看到更多途径,创造更多可能,乡亲们的“生态

饭”就能吃得更丰盛。

点绿成金需要因地制宜。每个地方的资源禀赋并不一样,不能乱“点”一通。就拿林下经济来说,包含林菜、林药、林禽、林花等多种模式,面对多种转化路径,必须科学选择。就大王古镇推广林下刺龙苞,是在试种多种作物的基础上,优中选优的结果;而蓟州区则依靠本地特色梨树种植产业,在各乡镇办起梨园旅游文化节,发展林下休闲观光。适合的才是最好的,在立足自身优势的基础上,将探索创新与适度借鉴相结合,就能找到“点金”妙招。

找准产业,还要善于融合。资源与资源、产业与产业之间不是孤立的,而是相互联结、相互影响的关系。静海区林海示范区将林下经济与苗木种植、设施农业结合起来,建成以赏花踏青为主的海棠园、以科普教育农耕研学为主的崇泰农庄等“园林+”生态观光模式。跳出单个领域统筹谋划,以点带面、串珠成链,为林下经济的“点金”之路打开更多可能。

打开视野,创新理念,将因地制宜与融合发展相结合,点绿才能“点”出金疙瘩,“点”出一条生态美、产业兴、百姓富的乡村振兴之路。



一拨已平,一拨将起

8月24日,日本不顾国际社会强烈反对,启动了福岛第一核电站核污水排海。东京电力公司称,预计第二次排放最早将于本月下旬开始。(据央视新闻) 宇宇 画

深一度

这样的雕塑,群众为啥不买账

闫丽

当七夕、爱情等关键词叠加在一起时,很多人会联想到浪漫、唯美,但近日一个与之相关的巨型雕塑却引来众多吐槽声。今年七夕节,河南省鲁山县“牛郎织女”雕塑一经面世就引来社会舆论的关注和热议。本地人说,“这是我们鲁山的新地标,700多万元就建了个这……”。网民们也不买账,“太丑了,还涉嫌抄袭”。

目前,多地都自称“七夕故事发源地”,鲁山县急于“突围”,可以理解,但斥巨资建一座雕塑,就能抢抓一个文化IP,树立起独特的形象吗?“又丑又贵”的地标,能给当地的发展带来多大益处?答案可以在以往多个类似案例中找到。从占地260多亩的“鲤鱼跃龙门”景观,到总高24层、99米的“天下第一水司楼”,再到建了又拆的巨型关公像……盲目打造文化地标,一味追求最大、最高、最全,带来的只能是当地形象的“负资产”。这些屡屡翻车的“显眼包”,折射出某些地方简单粗暴的规划思路。

什么才是真正的形象?不是大而无边、华而不实的空壳建筑,而是真正以人为本、有口皆碑的民心工程。任何时候,脱离当地实际和群众需要,追求面子而

忽略里子的扭曲发展观,都立不住脚、没有市场。尤其像鲁山县这样财政收入本就不高的地区,还有诸多民生短板亟待补齐,如此“大手笔”搞出浪费资源的“大败笔”,实属不该。真正听得进群众呼声,妥善解决好群众需求,把人力物力财力用在雪中送炭而不是粉饰门面上,一个地方的形象才能真正树立起来。

退一步讲,即便地方依赖旅游业、群众有着更多的精神文化需求,巨型雕塑也不是唯一选项。与其指望一个博人眼球的地标来拉动旅游经济,不如认真思考当地真正的文化内核、民风传统何在,然后有针对性地推动更协调、更接地气、更具可持续性的文化项目。就拿火遍大江南北的村BA来说,没有高大上的体育馆,有的是独属于乡村的“土味”场景;没有金光灿灿的奖杯,有的是地方特产美食;没有星光熠熠的球星,有的是普通民众对篮球的热爱,民族、地域特色满溢、美景美食奉上,淋漓尽致地展现了乡村文化的多姿多彩。深度挖掘地方文化底蕴,充分展示特色文化内涵,这样的形象怎能不“吸睛”?

一个地方,光靠立雕塑,立不起自己的形象。造惊世骇俗之景,不如塑群众心中之景。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

把“头回客”变成“回头客”

王金顺

从前的盐碱地,如今稻花香。在西青区张家窝镇周李庄,有个寻找乡愁的好地方,这里鱼美蟹肥、稻谷飘香,宛然一幅画里乡村。“稻田+”生态农业不仅丰富了田园风光,也为村集体带来了旅游收入、种植收入,乡村土特产成为致富金饭碗。

休闲农业的蓬勃兴起,不断打开乡村发展新空间,为全面推进乡村振兴注入新动能。办农家乐、卖土特产,建观光体验基地,休闲农业延伸了产业链,延长了价值链,实现了三产融合,促进乡村产业兴旺。休闲农业对接产销、打通城与乡,更拓宽了农民增收路径。过去“深藏不露”的农产品,不仅有了销路,还卖上好价钱。“沉睡”的农田被唤醒,让农民从“收一次”到“次次收”。

休闲农业的核心竞争力在于“乡土味”,关键是要打好发展“差异牌”,在做好科学规划的基础上注重保留原汁原味。农村蕴含丰富的自然资源、文化资源、产业资源,只要精细挖掘,走好差异化路子,就能拓展出更多新业态新模式,游客有了好体验,更多“头回客”才能变成“回头客”。