

渤海潮

可以有情怀，但不能只有情怀

张珩

听过一个笑话:有人去饭馆吃饭,问今天的饭菜怎么没有前两天的好吃,厨师说,这就是前两天做的菜。可见,没了品质,菜还是那个菜,味道就不是那个味道了。

有的老字号、老品牌用充满怀旧感的包装、煽情的广告语营销,想让消费者为情怀买单。然而,如果空有情怀,没有品质,就难免“翻车”。当低品质把“回忆杀”变成“杀回忆”,消费者对老品牌曾有过的反感、信任度必然会大打折扣。

打“情怀牌”,不是吃“当年情”这个老本儿,而是要塑造新的集体记忆,为情怀注入愈发丰富的内涵。如何塑造?不妨看看当年人们追求“三大件”时的情形。从上世纪70年代的手表、自行车、缝纫机,到80年代的彩电、冰

箱、洗衣机,10年后又变成空调、电脑、录像机,虽然潮流不同,但是人们对生活品质的追求是相同的。老品牌保持长久生命力,必须始终抓住百姓的追求,用一以贯之的品质在一代代消费者中留下口碑、留下记忆。

这个过程,注定离不开创新探索。有研究表明,人们对一些老字号的负面评价中,占比最高的是“与日常生活脱节”“设计缺乏创意”等问题。可见,老字号、老品牌的价值在于“老”,但阻碍发展的痛点往往也是“老”。抱残守缺,还自我感觉良好,指望消费者“涛声依旧”,隔三差五光顾,怎么可能?只有从设计、生产到营销、服务,都力求革新,才能成为醒目的风景。

在品质上守正,在内涵上创新,依托的是“工匠精神”。

任时代变迁,只要做到执着专注、精益求精,始终保持一颗匠心,品牌的价值就不会降低,好的口碑就会延续下去。有的老字号就是因为忽视、甚至丢失了工匠精神,从而丢失了消费者。把这种精神找回来,让消费者从中感受到历久弥新的精神气质,以及它们给生活带来的温度,这其实是情怀得以产生、情感得以共鸣的原因所在。

老字号、老品牌一定是活在当下的,哪怕它是充满记忆的载体。有情怀,却不只限于打“情怀牌”,把历久弥新作为境界追求,老本儿才能越积越厚。

聚焦老字号老品牌系列评论

供需精准对接,转化的环境越好,条件越充分,转化的效率相对也就越高。

挖“渠”为的是畅通,也是在解决转化两端“双向奔赴”的动力问题。科技成果转化专业性很强,科研方和企业各有各的担心、各有各的“不明白”。如何化解这种尴尬,就成了畅通转化的关键。为此,专业技术转化平台、职业经理人等加速转化的尝试。兼顾科技成果供需两端的实际诉求,不断探索务实管用的机制和做法,当科研人员、企业的积极性被充分调动起来,产学研深度合作就有了更多可能,科技成果转化就能形成良性循环。

科技成果转化成为现实生产力,具有复杂性,牵涉主体多,可能跨行、跨界、跨部门。这也意味着,挖“渠”不单是某个企业的事,也不只是某个高校院所的事,从科研机构到企业,再到服务部门,转化链条上的多元主体同敲一面鼓、共筑一道渠,切实建立良好的转化生态,创新之树才能开出更多产业之花。

金之平 视线

“水到”先要“渠成”

——把更多科技成果转化为现实生产力③

金之平

不久前,南开大学药学院研究员杨光带领团队研发的一款新药,在进入临床试验阶段时“卡”在了资金上。一筹莫展之际,京津冀国家技术创新中心天津中心伸出援手,给予研发团队扶持资金,并协助其对接了金融资本、医药资源,使这项科技成果离产业化又近了一步。

科技成果从实验室走向市场并非坦途。转化中的堵点不打通,科研成果的“水”就很难流到产业的“田”。都说水到渠成,从促进转化的角度看,想要“水

到”,先要“渠成”。

“渠”是通道,是条件。科技成果转化是一组串联反应,涉及高校、科研机构、企业等多元主体,要求资金、技术、市场等要素有机衔接,无论哪个环节反应不灵敏,都可能导致转化无法进行。避免这种情况出现,需要对各类要素资源有效统筹。像有的地方打造“科技大市场”,将买成果的、卖成果的、做评估的、搞创投风投的都汇聚到这个大市场中,为科技成果转化提供一站式、全链条服务。信息实现共享、

评论员 在现场

逐梦沃野，“新农人”成“兴农人”

杨建楠

走进西青区辛口镇“开心农场”的大棚里,科技感扑面而来。栽种在盆内的一排排蓝莓树生长茂盛,盆内的土壤由农科院专家专门调配,水肥一体的滴灌设施仿佛输液管,直接伸进盆内,精准灌溉。农场的主人是“80后”冯爱喜和吕欣。两位“新农人”用新思路、新技术种出了名堂,年收入超过400万元,成了当地的“兴农人”。

过去几十年,城市化进程不断加速,相比之下,农村由于产业层次低、收入渠道少,导致大量年轻人流向城镇。乡村振兴哪能少了年轻人?随着乡村“人才振兴”一系列举措的推出,很多年轻人返乡成为“新农人”。他们在外或求学、或打工,走南闯北、见多识广,返乡后,带来了新的想法、知识、资金、技术,不仅解答了“谁来种地”的问题,还走出了乡村产业发展的新路子。

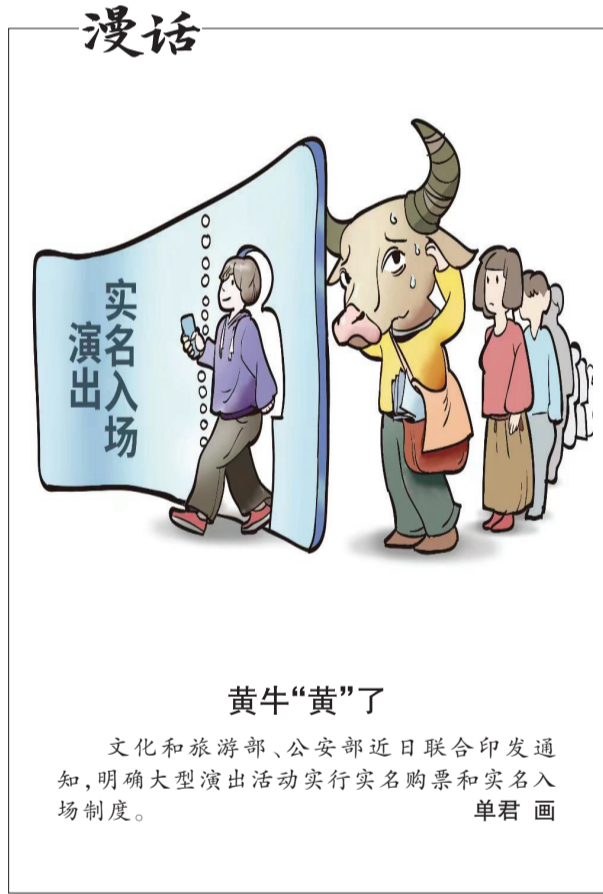
“老一辈人认为种地是靠天吃饭,我们觉得农民也可以靠技术吃饭。”靠着新技术,冯爱喜和吕欣把长在酸性土壤的蓝莓,搬到了脚下这片盐碱地,“沙窝萝卜”是辛口镇特产,但不能光围着萝卜打转,总得有人去尝试新东西。他们的尝试,不仅富了自己,也为村里带来了新产业,一些村民今年打算跟着他们一起干。

“新农人”也是带头人。他们引进新技术、发展新产业、升级旧产业,为产业添活力,为乡村聚人气,让更多农

民留在家乡、发展家乡。麻酱鸡蛋是蓟州区特产,返乡青年赵明从这个特产入手,以工厂化、标准化生产思路,改良传统制法,克服保质期短、易破损等缺点,最终实现规模化生产,带动了周边村民就业;“85后”刘晓君大学毕业后回到家乡宁河创业,用水培菜打开了市场,她的公司年营收超过4000万元……“新农人”不仅带来技术、带动产业,更能带旺人气。人气旺,则地域兴,这是“兴农”的根本,也是乡村振兴的动力之源。

吸引更多“燕归来”,必须要让村里的产业吸引人、生活满足人、环境留住人。就像招商引资,需要良好营商环境,吸引“新农人”也需要良好的创新创业环境。比如,完善农村电商提货点、充电桩、小型体育场等基础设施,提供专项优惠政策,定期开展培训,从“软硬”两方面为“新农人”打造更大舞台,不断激发其创业热情和创新潜力。当然,除了对外引进,还要对内培养。近日,天津市2023年乡村产业振兴带头人培育“头雁”项目启动,该项目将提供全方位的精品课程和点对点的专家服务,以多种形式培育人才队伍。

乡村振兴是乡村振兴的基础和关键。将引进与培育结合,会有更多“新农人”加入一方、带动一片,成为乡村产业发展的“领头雁”。



黄牛“黄”了

文化和旅游部、公安部近日联合印发通知,明确大型演出活动实行实名购票和实名入场制度。

单君 画

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

深一度

活化利用岂能“四不像”

闫丽

保护和开发,是很多历史文化遗产都绕不开的一道题。一旦迷失方向、进退失据,就有可能造成不可逆的后果。

雕梁画栋的中式古建筑变成日式小屋;木质雕刻构件被磨平棱角、刷上油漆;被修缮一新的柱子上,钉上了指纹打卡机……不久前,不少市民和游客发现甘肃天水古城在商业化运营后,文保院落被改头换面,不中不洋、不伦不类,成了“四不像”。此事引发广泛质疑:如此任性妄为,哪能对历史文化遗产的敬畏之心,还能吸引多少游客欣然前往?

文保院落可不可以开发?答案是肯定的。但是,开发是为了更好地保护。有句话说得好,历史是根,文化是魂。古城之所以具有独特的吸引力,具有无可替代的价值,正是源自它身上的“古味”,因为它承载了历史记忆和文化沉淀。如今,我们提倡对历史文化遗产的活化利用,但活化利用不是“利”字当头,更不能为了商业价值、眼前利益而忽视历史文化价值。以保护之名行过度开发之实,实际上是一种短视行为。为了一点蝇头小利就拆改古建,牺牲这些宝贵的资产,无异于竭泽而

渔,最终将导致地区失去与众不同的特色,如此,损害的不仅是古建筑的宝贵价值,也是城市发展的长远利益。

一个地方的老建筑、古文物,就是一个地方鲜活而立体的历史。把老祖宗留下的文化遗产精心守护好,让历史文脉更好地传承下去,需要正确处理经济建设、社会发展与文物保护的关系,在保护和利用之间找到平衡点,在传承和发展之间找到合适的路径。实际上,保护和利用不该是有你无我的单选题。在杭州,人们漫步大运河边,既能看到保存完好的河埠码头等历史遗存,又能看到新经济业态欣欣向荣;在天津,人们在传统村落西井峪可以看到,独特的石头建筑与现代民宿相映成趣。把“活化石”做成“金名片”,既不任旧如旧,坐视它们雨打风吹去,也避免改头换面,不去做“自毁长城”的傻事,才能让历史记忆成为现代经济社会的闪光点 and 增长点。

越在流光溢彩的时代,越需要保护好、利用好历史与文化,在保护与传承中开发,在开发中保护与传承。由此,我们才敢自信地说,我们既能寻找到过往,也能更好地走向未来。

思想会客厅

对话人:
李春成 天津市自然辩证法研究会理事长
孙一琳 本报评论员

创新生态好,则创新活力足。以科技创新支撑引领高质量发展,需要构建良好的创新生态,最大限度激发创新作为第一动力所蕴藏的巨大潜能。

孙一琳:天开高教科创园开园百日,528家企业在这里安家。园区强调“突出创新生态”,越来越多自主创新项目通过这一平台走出实验室,走上生产线,从科创资源转化为创新发展新动能。

李春成:创新创业需要适宜的环境,就像种子从发芽生长到开花结果,需要适宜的土壤、温度等条件一样。一个新想法从产生到成为实验室样品,经过小试中试到商品化,再到产业化,是一个很复杂的过程,各个环节都需要紧密配合。除了技术、产品、数据等,创新生态中隐性知识的流动对创新也起到了很大作用,虽然这类知识无法被具体地表达,但却是形成创新思维、提高创新能力的基础。比如在天开园,每天都会举办交流互动活动,创业者、科技人员、投资者等各类创新主体有了更多面对面交流的机会,能够碰撞出更多创造性的火花,这个碰撞的过程是各类创新知识叠加积累的过程。

孙一琳:您提到要让各类创新主体有交流的机会,其实也避免了科技经济“两张皮”的现象。我们一直强调要加强以企业为主导的产学研深度融合,那么一个好的创新生态内,该如何打通高校院所和企业之间的“握手”通道,促进各类要素有机衔接?

李春成:其实这方面已经有不少有效的做法,比如揭榜挂帅机制、科技成果展示交易运营服务平台、定期会商机制等。大力建设与创新相关的各类社会网络至关重要,这种支持网络必然会提高集体的参与度和创造力,以分享与合作打开更多创新之门。在实践中,可以鼓励更多社会网络的创立与发展,包括各类创新联合体、品牌沙龙、联盟等。

孙一琳:新一轮科技革命和产业变革中,很多科技创新都呈现出技术叠加、交叉融合的特征,比如生物制造、新材料、信创等战略性新兴产业。面对这种创新趋势,如何构建创新生态圈,从而更好地推动融合创新?

李春成:推动融合创新,就要尽可能在一定空间内聚集更多数量、更高层次的创新要素与主体。相关要素和主体数量越多,水平越高,越有益于相互交流、相互合作,实现产学研用深度融合、大中小企业融通创新、产业链创新链人才链资金链相互融合。此外,要重视那些应用面广、具有多学科特性的技术,这类技术能够不断给其他学科创新进行赋能。比如天津现代中医药海河实验室,通过大数据、云计算与传统中医药的智慧融合,打造三条中医药临床证据生产线,让中药组方能发挥出更佳疗效。

孙一琳:传统产业提质发展、新兴产业的培育壮大、未来产业的前瞻布局,不同产业处在创新的不同阶段,需要在不同赛道上聚集更专业的企业和人才。这时,政策不是万能的,创新资源的流通也需尊重市场规律。

李春成:的确如此。“政府的手”虽然在促进科技创新方面的作用不可或缺,但在良好的创新生态中,经营主体也起着至为关键的作用。在产业或区域创新生态中,每个时段的参与者都有其生态位,有两类关键参与者特别需要引起重视:一类是创新链生态的主导企业和主导机构,比如龙头企业、掌握核心技术的研究机构。另一类是在创新生态中起到桥梁纽带与连接作用的机构,像创新创业孵化平台和风险投资机构等,起到一个组织与服务的作用。抓住关键参与者,一体推进研发服务、企业孵化、项目投资、人才引进,对营造近悦远来的创新生态非常重要。

热点观察

串珠成链 就这样“出圈”

孙一琳

“人人都想打卡的景点,不在景区里”,这是网上流行的一句话,折射出游客心态的转变——期待在旅行途中,有一些个性化、特色化、定制化的体验。如何契合这种新需求?将以景区为主架构的模式,转变为以“旅游目的地”为核心的模式,将文旅资源串珠成链,正成为一个发展方向。

在不久前落幕的旅博会上,天津展区展台中央位置有一扇神奇的“任意门”,每次打开,都能在门后屏幕上看见一处美景,很多外地参观者感慨:“没想到天津还有这么多好玩的地方,得去好好逛逛。”的确,天津“家底”厚实,有山、有海、有河、有湿地,有特色建筑群、津味美食,有曲艺、相声等民间艺术。在短视频平台上,天津独特的城市气质和天津人乐观的生活态度屡屡“出圈”。

“珠子”有很多,怎么“串”是关键。这离不开便捷化乃至定制化的交通服务,也离不开数字化技术的加持。比如,打开“1·游天津”小程序,一张地图上清晰地展示了哪有好吃的、好玩的,还能自动规划最佳游览路线,寻味天津“烟火气”的同时,去五大道坐马车,逛逛名人故居,再去听个相声,看看海河夜景……把游客“安排得明明白白”,聚起更多流量,汇起更多人气。

当然,串珠成链既是空间上的,也是产业间的。深挖、融合各类资源,串起一条场景多样、内涵丰富的旅游线路,才能放大文旅资源的聚合效应。“吃、住、行、游、购、娱”的消费力不可估量,把各个环节做到丝丝入扣,既可以激活更多文旅新业态、新模式,也可以让人才、产业、资金等要素流动起来,为经济社会发展带来更多新动能。

好生态是「创」出来的